Brunello di Montalcino, il vino più conosciuto dagli italiani

benvenuto-brunello-prima-giornata-68d6c180

Contemplato, amato e riverito, il Brunello di Montalcino si conferma il vino campione per notorietà in Italia, conosciuto da 2 consumatori su 3.

È quanto emerge dal **report annuale di Wine Intelligence** che, in occasione di Benvenuto Brunello, ha analizzato forza e riconoscibilità delle 46 principali denominazioni made in Italy. Gigante di celebrità a fronte di una "nano-share" di superficie vitata pari allo 0,3% del vigneto Italia, il principe dei rossi toscani si posiziona **in testa alla classifica** superando colossi come il Chianti Docg, il Prosecco, il Chianti Classico e il Montepulciano d'Abruzzo, dimostrandosi un vero e proprio brand territoriale.

"Ci fa piacere essere in cima ad una top 5 che vede presenti ben 3 denominazioni toscane – ha commentato **Fabrizio Bindocci**, presidente del Consorzio del vino Brunello di Montalcino: *un risultato che premia una politica produttiva volta a preferire la qualità sulla quantità. Le nostre etichette raccontano un territorio, una storia, un'identità: il Brunello è un interprete, un vino protagonista".*

Come rileva l'indagine, che ha studiato anche le abitudini dei wine lover nello Stivale, l'experience tra coloro che acquistano Brunello si basa infatti quasi sempre sul **piacere della degustazione** (95%) e sul gusto (94%), con un atteggiamento quasi di solennità nella scelta (94%). Valori, questi, nettamente superiori alle preferenze medie espresse dai consumatori italiani.

Apprezzato ugualmente da maschi e femmine, il **Brunello** è un **vino che intercetta consumatori big spender e maturi,** sia sotto il profilo anagrafico (il 30% sono younger Boomers tra i 55 e i 64 anni) che delle competenze. Tra coloro che lo conoscono registra un **tasso di conversione all'acquisto del 20%** (in crescita sullo scorso anno), che si verifica principalmente al Centro (29%) e al Sud (29%). Sul fronte degli acquisti domina la classifica il Prosecco, che vede quasi un consumatore su 2 (47%) mettere mano al portafoglio.