

Sorsi di Brunello nella Grande mela, l'anteprima si sposta Oltreoceano

scritto da Riccardo Isola | 22/02/2022



Il 23 e 24 febbraio il nettare della vigna toscana approda per l'anteprima nel principale mercato export del mondo

*«Start spreading the news
I'm leaving today
I want to be a part of it
New York, New York»...*

Il **Brunello approda a New York**. Uno dei principali capisaldi del made in Italy enologico, il 23 e 24 febbraio, sarà protagonista in una **due giorni di eventi** che rientra all'interno del format promozionale "Benvenuto Brunello", curato dal Consorzio del vino Brunello di Montalcino.

All'ombra del vetro e dell'acciaio della Grande Mela, ci sono le **anteprima 2017** e la **Riserva 2016** ([già raccontate da La Gazzetta del Gusto qui](#)), di quello che è ormai indiscutibilmente non solo il principe dei rossi toscani ma alfiere dell'agroalimentare italico.

Sorsi di Brunello a New York

Location d'eccezione è la **Quinta Strada di New York**, dove al **Midtown Loft & Terrace** oltre 50 produttori montalcinesi hanno dato appuntamento a circa 300 operatori del trade a stelle e strisce.

Siamo nella *Fifth Avenue*, arteria newyorchese nel cuore del [distretto di Manhattan](#), dove l'eleganza, lo stile e la cultura sono caratteristiche raccontate dalla storia della cinematografia e ammirate e sognate dall'opinione pubblica mondiale.

«L'obiettivo - sottolinea il presidente del [Consorzio del vino Brunello di Montalcino](#), Fabrizio Bindocci - è consolidare la presenza nel nostro primo mercato di sbocco al mondo, con una quota export che supera il 30% del totale. Lo scorso anno i rossi toscani negli States hanno registrato un balzo senza precedenti delle vendite, in aumento del 26% a valore, con il Brunello. Lo testimonia anche l'indagine commissionata per l'occasione a Wine Intelligence, che vede la Toscana in testa ai territori enologici stranieri più conosciuti dai consumatori statunitensi».

Indagine Wine Intelligence: i toscani sono i vini più conosciuti negli States

Studio che vede proprio la terra del Rinascimento italiano, seconda solo alla californiana Napa Valley in termini enologici, conosciuta dal **58% dei consumatori Usa**. Posizione di tutto rispetto che mette la Val d'Orcia davanti nell'ordine alla stessa Champagne (51%), al Bordeaux (50%), alla Borgogna (47%) e, rappresentazione social-antropologica docet, alla Sicilia (41%).

Stando allo studio «il Brunello di Montalcino vanta una notorietà al 7% con un altissimo livello di fidelizzazione sul fronte dei cluster dei consumatori Usa individuati dall'istituto di ricerca legati agli appassionati di vino, millennial urbani dell'upper class (reddito oltre i 100mila dollari), dove il grado di conoscenza è praticamente raddoppiato (13%)».

A dare respiro dinamico nel futuro dell'export vitivinicolo è il dato relativo alla **conversione all'acquisto**. Della serie in America i consumatori di vino, che conoscono il nettare della Val d'Orcia, nel 30% dei casi acquistano proprio il Brunello, ed è uno dei valori più alti in assoluto, secondo solo Prosecco (31%) per quanto concerne il paniere Italia. «*E i francesi che s'incazzano*» citerebbe il grande Paolo Conte visto che le loro quote si affermano al 20%.

In generale, secondo il rapporto, il vino italiano dopo quello californiano è il più conosciuto a pari merito con quello francese (69%), seguiti a distanza dalla Spagna (58%) e dall'Australia (43%). Infine, strano ma vero, l'*Italian style* in ambito enologico, è anche il più apprezzato nella cosiddetta Generazione Z (21-24 anni) e nei Millennials (25-39 anni) soprattutto nelle city più importanti e influenti come Miami, New York City e San Francisco. Una '*Generation Treeters*' (benestanti) che sono in fortissima ascesa visto che hanno una capacità di spesa che per stappare un bottiglia non guardano in faccia nemmeno al, minimo, 75 dollari a bottiglia, da consumarsi soprattutto fuori casa o da portare come regalo alle cene da amici. Della serie, salute! Anzi Cheers... e che Cheers...