

Bosio Family Estates: interpretare il cambiamento, dalla vigna ai mercati

scritto da Claudia Meo | 6 Ottobre 2026



Bosio Family Estates affronta il 2026 tra due fronti: una vendemmia anticipata dal caldo record e una strategia commerciale in evoluzione. L'azienda di Santo Stefano Belbo punta sulla nuova denominazione Asti Rosé DOP e sulla certificazione Halal per intercettare consumi più leggeri e mercati internazionali, mantenendo saldo il legame con il territorio piemontese.

Cambiano le condizioni in vigneto, i consumi e i mercati con cui il vino italiano è chiamato a confrontarsi: ma il punto non sembra essere inseguire ogni trasformazione, quanto interpretarla mantenendo un legame riconoscibile con la propria origine produttiva. Ne parliamo con Luca Bosio,

esponente della terza generazione alla guida dell'azienda.

Bosio Family Estates ha il suo centro nel cuore delle Langhe, e riunisce le cantine Bosio, Bel Colle e Contrada Rivella. Un perimetro che consente al gruppo di muoversi tra alcuni dei principali areali vitivinicoli piemontesi, dalle Langhe al Roero e al Monferrato, dalle colline del Moscato e della Barbera fino a Barolo e Barbaresco. Oltre ai 30 ettari di proprietà, Bosio seleziona uve da oltre 150 viticoltori storici, per un bacino vitato complessivo superiore ai 700 ettari.

Il primo elemento con cui confrontarsi nel 2026 arriva direttamente dalla vigna. La primavera 2026 è stata tra le più calde degli ultimi decenni. Il caldo è poi proseguito con particolare intensità, con un'estate meteorologica decisamente calda rispetto alla serie storica e una carenza di precipitazioni: un contesto che aiuta a leggere l'accelerazione dei cicli vegetativi registrata in vigneto e che rende sempre più centrale la capacità delle aziende di seguire con precisione l'evoluzione della maturazione.

Sul Moscato, in particolare, la stagione ha determinato un sensibile anticipo delle fasi fenologiche e, di conseguenza, della raccolta. **“La vendemmia del Moscato è stata molto anticipata**, a causa delle temperature elevate registrate già dal periodo della fioritura, avvenuta quest'anno a inizio maggio anziché tra fine maggio e inizio giugno. **La qualità è veramente alta** e, in termini quantitativi, siamo in linea con quanto previsto dal disciplinare di produzione”.

Se il clima impone di ripensare i tempi, non può essere trascurato ciò che accade a valle della produzione: le rilevanti tendenze evolutive in atto nelle preferenze del consumatore e nelle occasioni di consumo.

È in questo scenario che si inserisce la modifica che ha riguardato la denominazione dell'Asti, che ha previsto la

nuova tipologia **Asti Rosé DCG**, recentemente completata dopo un iter avviato a fine 2023. La composizione prevede Moscato bianco dal 70% al 90% e Brachetto dal 10% al 30%: una novità nel panorama della denominazione, che apre a nuove espressioni stilistiche e occasioni di consumo, dal dolce all'extra brut. Una denominazione, quindi, che arricchisce il proprio linguaggio e, per i produttori del territorio, rappresenta un'opportunità per diversificare l'offerta e rispondere alle tendenze di consumo in atto.

“L'Asti Rosé è la nuova sfida della denominazione e rappresenta un traguardo importante anche dal punto di vista normativo”, osserva Luca Bosio. “La gestazione del progetto è stata lunga proprio per la sua particolarità: unisce le uve destinate a due DCG storiche, Asti e Brachetto d'Acqui, che insistono su areali sovrapponibili. Oggi siamo pronti ad affrontare con questo prodotto anche le sfide dei mercati globali. L'interesse del mercato verso vini a più basso tenore alcolico è oggi più forte che mai”.

Una flessibilità che arriva in una fase nella quale il mercato europeo sta modificando in maniera strutturale le proprie preferenze. Nell'EU Agricultural Outlook 2025-2035, la Commissione europea segnala chiaramente la tendenza delle generazioni più giovani a consumare meno alcol e, più in generale, uno spostamento della domanda verso vini più freschi, leggeri e facili da bere.

In questo senso, la piacevolezza immediata dell'Asti Rosé e la possibilità di modularne il profilo rappresentano per Bosio non soltanto un ampliamento di gamma, ma uno strumento per intercettare consumi meno formali e pubblici differenti senza uscire dal patrimonio varietale piemontese.

La stessa logica di apertura si ritrova, su un piano completamente diverso, nel percorso compiuto dall'azienda per la certificazione Halal. Un progetto che ha richiesto un lavoro non soltanto documentale, ma anche sul processo

produttivo e sull'organizzazione degli impianti.

“Per noi l’Halal rappresenta una nuova frontiera commerciale, che ha richiesto una lunga procedura di adeguamento degli impianti, ricerca e sviluppo e, non ultimo, certificazioni di processo. Siamo fiduciosi che possa rappresentare un ulteriore sbocco commerciale per la nostra azienda, in un’area del mondo nella quale la pressione competitiva è minore rispetto ai mercati tradizionali. È un passaggio che va oltre la sola opportunità commerciale: abbiamo voluto dare il nostro contributo nello scenario di interconnessione tra persone, culture e sistemi economici differenti, che la prospettiva di globalizzazione apre e richiede”.

Per un’impresa fortemente orientata ai mercati internazionali come Bosio significa ampliare il concetto stesso di accessibilità del prodotto: non soltanto adattare stile e gamma ai diversi modelli di consumo, ma essere in grado di rispondere anche a requisiti culturali e religiosi specifici attraverso processi e procedure conformi ai requisiti della certificazione.

È su questo equilibrio che Bosio Family Estates costruisce oggi il proprio percorso: leggere ciò che cambia, dalla vigna ai consumi, e trasformarlo in nuove opportunità senza perdere il legame con la propria origine. Perché evolvere, nel vino, non significa necessariamente cambiare identità, ma trovare nuovi modi per esprimerla.

Punti chiave

- 1. La vendemmia 2026 del Moscato anticipa di settimane la raccolta, per il caldo record di primavera ed estate.**
- 2. L’Asti Rosé DOCG, approvato dopo un iter avviato nel 2023, unisce Moscato bianco e Brachetto in una nuova**

tipologia.

3. **La certificazione Halal apre a Bosio Family Estates un mercato con minore pressione competitiva rispetto a quelli tradizionali.**
4. **Le preferenze dei consumatori europei virano verso vini più leggeri, freschi e a basso tenore alcolico, secondo la Commissione europea.**
5. **Il gruppo Bosio riunisce tre cantine e lavora con oltre 150 viticoltori su un bacino di 700 ettari.**