Consorzio Asti DOCG, Direttore Pondini: vendemmia, mercati e clima, traiettorie per guidare il cambiamento

scritto da Emanuele Fiorio | 30 Settembre 2026

Tra le sfide del cambiamento climatico e l'evoluzione dei consumi globali, il Consorzio dell'Asti DOCG traccia la rotta del futuro. Il Direttore Giacomo Pondini svela i risultati della vendemmia 2026, l'exploit sul mercato cinese, la scommessa dell'Asti Rosé e le nuove frontiere tra mixology e intelligenza artificiale per valorizzare una grande denominazione.

Il mondo vitivinicolo affronta sfide globali complesse, dai mutamenti del clima all'evoluzione delle preferenze di consumo. In questo scenario in rapido movimento, il Consorzio

dell’Asti e del Moscato d’Asti DOCG dimostra un notevole dinamismo strutturale e una chiara visione d’insieme. Questo intenso e stimolante dialogo con **Giacomo Pondini, Direttore del Consorzio**, offre una prospettiva lucida e ricca di sfumature sulle **strategie adottate per valorizzare un patrimonio enologico di assoluta eccellenza.** Dalle intuizioni agronomiche necessarie per gestire una vendemmia sempre più anticipata, passando per l’esplorazione dei mercati asiatici, fino all’incontro con le moderne tendenze della mixology, l’intervista restituisce l’immagine di un comparto vitale e lungimirante. Le riflessioni del Direttore evidenziano un approccio strategico capace di **fondere le innovazioni tecnologiche in vigna con la profonda tutela dell’identità storica**, proponendo referenze versatili, come l’innovativo Asti Rosé, perfette per affascinare le nuove generazioni di estimatori in tutto il mondo.

Partiamo dalla vigna: che fotografia ci restituisce oggi la vendemmia 2026 del Moscato Bianco? Al di là della buona sanità delle uve, quanto l’andamento climatico di queste settimane ha modificato tempi di raccolta, profili aromatici e aspettative qualitative?

L’andamento climatico del 2026, in particolare nel periodo estivo, ha influenzato i tempi di maturazione del Moscato in maniera ancora più marcata rispetto alle annate precedenti. Dopo le piogge primaverili, il territorio ha affrontato **ondate di calore insolite** per l’Italia, creando una certa apprensione per lo sviluppo delle uve sulle piante. Il dato sorprendente è che, pur affrontando situazioni climatiche estreme, **siamo arrivati a una raccolta di qualità eccezionale**, valida per il Moscato e per tutte le uve di questa area del Piemonte.

Le tempistiche hanno subito un’evidente accelerazione: se negli ultimi cinque anni si registravano inizi di vendemmia nella seconda quindicina di agosto, quest’anno **abbiamo iniziato le operazioni a ridosso di Ferragosto**, o addirittura prima nelle zone a maturazione più rapida. Dal punto di vista aromatico, **intervenire con tempistiche adeguate e anticipate ci ha permesso di portare in cantina uve con il giusto quadro aromatico e un’acidità ottimale**. Questi parametri risultano fondamentali per garantire al Moscato d’Asti e all’Asti Spumante le caratteristiche ricercate dal consumatore: **una spiccata ricchezza aromatica bilanciata da una grande freschezza e un’ottima bevibilità**, preservando perfettamente il residuo zuccherino.

La scelta di fissare anche per il 2026 la resa a 85 quintali per ettaro è arrivata al termine di un confronto importante tra componente agricola e industria. Quanto è stato difficile trovare questo equilibrio e, soprattutto, il meccanismo di revisione legato ai dati di mercato sarà un modello stabile per governare la produzione anche negli anni futuri?

La valutazione di un modello stabile rientra da sempre nei nostri processi di analisi delle rese. In questo caso specifico, adottando una visione di lungo periodo, **abbiamo strutturato un meccanismo pensato per traguardare la vendemmia 2027**, superando le logiche temporanee. Valutiamo costantemente i livelli produttivi, le giacenze e l’andamento del mercato, pur con le fisiologiche incertezze commerciali. **Il dato di produzione rimane l’elemento certo su cui basiamo le nostre valutazioni** per rispondere alle richieste del settore. Di conseguenza, **affidarci a un’analisi attenta dei volumi**

produttivi rappresenta la guida principale per condividere le scelte sulle rese con tutti i viticoltori della denominazione, fornendo dati chiari per prendere le decisioni migliori.

Gli Stati Uniti restano un mercato decisivo ma anche uno dei più problematici, mentre la Cina e più in generale l’Asia stanno mostrando segnali molto incoraggianti. Il Consorzio sta quindi pensando a una strategia di maggiore diversificazione geografica, per ridurre la dipendenza dai mercati storici, oppure ritiene prioritario tornare a consolidare quelli che hanno perso terreno?

Al momento, l’unico mercato in cui si osserva un interesse inedito e consistente è proprio quello cinese. In quest’area **abbiamo registrato una crescita significativa, passando da un milione a due milioni di bottiglie**, con percentuali di ripartizione tra Moscato e Asti Spumante in linea con quelle del 2024. Questo scenario ci indica chiaramente l’opportunità di **esplorare nuove destinazioni internazionali, mantenendo parimenti solide le posizioni costruite sui mercati storici**, che sanno già apprezzare il nostro prodotto e risultano pronti a valorizzare i futuri consumi.

La Cina è cresciuta in modo molto significativo e oggi rappresenta un mercato sempre più interessante per il Moscato d’Asti. Che cosa sta funzionando

realmente in quel Paese: il prodotto, il posizionamento italiano, la comunicazione del territorio o un cambiamento nei gusti dei consumatori cinesi? E quali sono, invece, le principali barriere che ancora incontrate?

Le evidenze raccolte ci mostrano un fortissimo interesse da parte delle fasce anagrafiche più giovani e, in particolare, dal pubblico femminile. Questi consumatori sono attratti da **un prodotto trasversale, facile da approcciare e caratterizzato da un basso grado alcolico**. Tali qualità risultano ideali per chi ha meno consuetudine culturale con il vino o desidera riferimenti chiari e piacevoli al momento della degustazione. In questo senso, **il Moscato d'Asti rappresenta una soluzione perfetta per avvicinarsi in modo funzionale e gratificante al mondo del vino**, offrendo un'esperienza accessibile a tutti. Questa dinamica assume valore a livello globale e trova un riscontro eccezionale sul mercato asiatico.

Nel 2026 il Consorzio ha portato l'Asti DOCG in contesti molto diversi: dal Moscato Day alla mixology, dalle masterclass professionali agli eventi lifestyle di New York, Chicago e Atlanta. Oggi quanto conta davvero uscire dai tradizionali circuiti del vino per intercettare consumatori che magari non si definiscono neppure appassionati di vino?

A differenza di altri contesti, i mercati nordamericani **si caratterizzano per la capacità di svincolarsi dalle occasioni**

di consumo classiche, legate strettamente all'abbinamento a tavola o al rispetto di un contesto specifico: l'Asti DOCG viene consumato spesso da solo oppure in abbinamento con pietanze dolci o salate. Quindi in linea con ciò che recepiamo in Nord America, vorremmo che anche altri mercati seguissero questa interpretazione. Le nostre attività mirano a presentare il vino come un'opzione piacevole a sé stante. Grazie alla bassa gradazione, all'equilibrio e all'aromaticità, **Asti e Moscato d'Asti offrono ampie possibilità di consumo destrutturato**. La nostra strategia punta a **proporre il prodotto come elemento dinamico e flessibile**, capace di moltiplicare le occasioni d'uso quotidiane. Anche in Cina stiamo osservando un fenomeno analogo: **la crescita della mixology e dei cocktail a base di vino sta aprendo nuovi canali di utilizzo**. Grazie alla partecipazione a eventi mirati, come il ProWine a Mumbai, stiamo sondando anche il mercato indiano per capire come declinare il prodotto in maniera professionale e altamente innovativa.

Negli ultimi anni avete investito molto su un racconto dell'Asti più contemporaneo: mixology, lifestyle, pairing, eventi culturali e collaborazioni con ristorazione e hospitality. Come si fa a modernizzare la percezione della denominazione senza correre il rischio di perdere quella riconoscibilità storica che rappresenta uno dei suoi maggiori patrimoni?

La riconoscibilità storica del prodotto resta un pilastro fermo e assolutamente imprescindibile. La mixology si affianca alle proposte tradizionali, ampliando le modalità d'uso con un ruolo complementare. Ad esempio, il Moscato d'Asti viene

storicamente servito e apprezzato come aperitivo, mentre l’Asti Spumante si distingue per la sua totale versatilità autonoma. I nostri sforzi mirano a **sottolineare quanto questi vini risultino estremamente contemporanei e attuali**, liberandoli dal vincolo che li vede confinati esclusivamente a un singolo ambito di miscelazione o di consumo.

L’Asti Rosé è forse il progetto più evidente di questa fase di rinnovamento della denominazione. Dopo il debutto del 2026 e i primi riscontri produttivi, che cosa vi sta dicendo il mercato?

Lo sviluppo dell’Asti Rosé incarna perfettamente **la ferma volontà di unire storicità e approccio contemporaneo**. Questo progetto fonde la tradizione del territorio, espressa attraverso le uve Moscato e Brachetto, per dare vita a una referenza innovativa e al passo con i tempi. La presenza radicata del Brachetto nei vigneti contigui a quelli del Moscato ci ha permesso di **integrare questo prodotto direttamente all’interno della gamma DOCG**. Si tratta di una scelta che valorizza appieno il patrimonio viticolo locale, richiedendo che la quasi totalità dei vigneti di Brachetto sia affiancata a quelli di Moscato. In questo modo, **ogni grappolo contribuisce ad arricchire l’espressione identitaria e qualitativa dell’intera denominazione**.

L’Asti Rosé nasce dall’incontro tra Moscato e Brachetto e può essere prodotto in diverse versioni di residuo zuccherino. Quanto è importante questa flessibilità per rispondere a mercati

internazionali molto diversi tra loro? E avete già individuato Paesi nei quali vedete un potenziale particolarmente forte per questa tipologia?

La gestione del residuo zuccherino rappresenta un elemento strategico lasciato alla libera interpretazione delle aziende, affinché possano adattare il prodotto alle esigenze specifiche dei mercati di riferimento. Registravamo da tempo richieste per questa tipologia, in particolare dal Regno Unito e dai Paesi dell'Est Europa. Offrire alle singole cantine la possibilità di declinare il livello di dolcezza garantisce **una flessibilità espressiva capace di intercettare preferenze eterogenee**, valorizzando così le enormi potenzialità di questa etichetta. Sebbene la maggior parte della produzione attuale si orienti sulle versioni dolci, diverse realtà stanno ottenendo risultati eccellenti sviluppando le affascinanti varianti Extra Brut, Brut e Demi-Sec.

Guardando ai prossimi tre anni, quali sono secondo lei le due o tre sfide che possono davvero cambiare il futuro dell'Asti DOCG? Parliamo di consumi, geopolitica, clima, remunerazione delle uve, nuove generazioni di consumatori o capacità della filiera di innovare: su cosa si giocherà la partita più importante?

Stiamo operando su più fronti con progetti di ampio respiro e grande potenziale. A livello tecnico, **collaboriamo attivamente con l'Università di Torino per l'integrazione di droni, sensoristica avanzata e intelligenza artificiale** nella gestione quotidiana dei vigneti. I dettagli esatti di questi

progetti sono in piena fase di sviluppo insieme ai nostri partner accademici; contiamo di poter approfondire le specifiche operative nel prossimo futuro, definendo in modo organico e strutturato il ruolo dell’intelligenza artificiale per il progresso del nostro comparto.

Punti chiave:

1. **Vendemmia 2026 anticipata ed eccezionale**: la raccolta del Moscato Bianco è iniziata a ridosso di Ferragosto a causa del caldo estivo, garantendo un’ottima qualità aromatica e un’acidità bilanciata.
2. **Gestione della produzione**: confermata la resa a **85 quintali per ettaro** per equilibrare il mercato e proteggere il valore della denominazione fino al 2027.
3. **Crescita record in Cina**: l’Asia traina la domanda, con la Cina salita a **2 milioni di bottiglie** grazie all’interesse del pubblico femminile e dei giovani per i vini a basso tenore alcolico.
4. **Nuovi canali e mixology**: per svincolarsi dal consumo tradizionale, l’Asti DOCG punta su un **approccio lifestyle**, cocktail e l’esplorazione di mercati emergenti come l’India.
5. **Innovazione e territorio**: la nascita dell’**Asti Rosé** (da uve Moscato e Brachetto) e l’uso dell’**intelligenza artificiale in vigna** guidano il rinnovamento nel rispetto della tradizione.