vinetur

# El auge asiático impulsa las ventas de Moscato d’Asti pese al desplome global del vino italiano

China ya es el tercer mayor mercado y Asia representa el 18% de las ventas totales de este espumoso

jueves 12 de marzo de 2026



Los vinos espumosos dulces de Asti y Moscato d’Asti han experimentado un aumento notable en sus ventas en Asia durante 2025, según los datos publicados por el Consorcio Asti DOCG, presidido por Stefano Ricagno y dirigido por Giacomo Pondini. En

concreto, las ventas de Moscato d’Asti en los mercados asiáticos crecieron un 55%, lo que ha convertido a China en el tercer mayor mercado para este tipo de vino. Actualmente, Asia representa ya el 18% del total de las ventas de Moscato d’Asti. Asti Spumante también ha registrado un crecimiento del 20% en la región asiática, impulsado principalmente por la demanda en Japón, Emiratos Árabes Unidos, Kazajistán y China.

Estos resultados contrastan con la tendencia general del sector vinícola en China y otros países asiáticos. Según datos de Oive, las importaciones de vino en China cayeron un 14,6% en valor y un 26,7% en volumen durante el último año. Italia también sufrió descensos del 15,5% en valor y del 14,1% en volumen. Sin embargo, los vinos de Asti han conseguido aumentar su presencia y ventas en este entorno adverso.

El Consorcio Asti DOCG señala que estos datos positivos procedentes de Asia ayudan a compensar un año complicado para el sector vinícola italiano y para la región del Piamonte. El mercado estadounidense, que absorbe cerca del 60% de las exportaciones de Moscato d’Asti, ha sufrido una caída importante debido a los aranceles impuestos y a la reducción del consumo. Además, la guerra en Ucrania ha afectado negativamente a las exportaciones hacia Rusia, principal destino de Asti Spumante. Según NielsenIQ, estas circunstancias provocaron una bajada del 9% en el volumen global de ventas al por menor y gran distribución, situándose cerca de los 75 millones de botellas.

Stefano Ricagno explica que la denominación se encuentra ante una fase difícil no solo para Asti DOCG sino para todo el sector. La contracción general del consumo se agrava por las tensiones comerciales en dos mercados que representan más del 40% de las ventas totales. A pesar de ello, subraya que el crecimiento claro de la demanda asiática, especialmente desde China, supone un impulso relevante para la denominación y anima a ampliar el alcance comercial.

El análisis del Consorcio indica que Asti Spumante es el producto más afectado por la situación internacional, con una caída del 12,4% (49,3 millones de botellas de 0,75 litros). Moscato d’Asti cerró el año con un descenso más moderado del 1,8%, alcanzando los 25 millones de botellas vendidas. Giacomo Pondini añade que si se excluyera la bajada registrada en Estados Unidos (-7,6%, con una cuota del 58% sobre

el total), Moscato d’Asti habría terminado el año con cifras positivas gracias a la estabilidad relativa en Europa (-0,6%) y al crecimiento del 11,3% en países asiáticos.

En cuanto a Asti Spumante, las caídas más pronunciadas se han producido en Europa (-14%, con 4,2 millones de botellas menos respecto a 2024) y Estados Unidos (-50%, con una reducción de 2,6 millones de botellas). En Rusia la bajada fue más contenida (-3%), con unas ventas totales de 14,1 millones de botellas. Destinos europeos como Reino Unido (-13%), Alemania (-49%) y Polonia (-26%) también registraron descensos importantes. Por otro lado, países como Hungría y Lituania aumentaron sus compras dentro del continente europeo oriental.

Fuera de la Unión Europea, Asia mantiene su interés por Asti Spumante con un incremento del 20%, alcanzando los 3,3 millones de botellas vendidas gracias al impulso desde Japón, Emiratos Árabes Unidos, Kazajistán y China. En América Latina también se observan datos positivos: México superó el millón de botellas vendidas y Perú alcanzó las 750.000 unidades tras aumentar su demanda un tercio respecto al año anterior.

El mercado nacional representa actualmente el 10% de la producción total pero también muestra descensos: -5,7% para Asti Spumante (4,25 millones de botellas) y -6,9% para Moscato d’Asti (2,5 millones).

Para impulsar esta histórica denominación italiana tras un año complicado, el Consorcio apuesta por reforzar su promoción internacional. Desde hace años es el vino espumoso oficial del torneo Nitto ATP Finals que volverá a celebrarse en Turín en 2026 y posteriormente en otras ciudades italianas. El Consorcio invertirá más de un millón de euros durante este año en acciones promocionales dirigidas principalmente al mercado estadounidense mediante eventos, catas y campañas publicitarias.