vinetur

Asti DOCG presenta Asti Vibes per portare il suo spumante nella cocktail culture

Il nuovo drink abbina Asti Spumante e Vermouth di Torino mentre il consorzio punta a consumatori più giovani e a occasioni di consumo più informali

martedì 30 giugno 2026


DOCG ASTI DOCG
MOSCATO D'ASTI
piemonte is
ECCELLENZA
PIEMONTE
VERMOUTH DI TORINO
VERMUT DI TORINO

Asti DOCG ha presentato Asti Vibes, un nuovo cocktail che abbina Asti Spumante DOCG e Vermouth di Torino IGP, in un'iniziativa volta ad ampliare il ruolo della denominazione spumantistica nella cultura del bere contemporanea e a raggiungere consumatori alla ricerca di proposte più leggere e facili da bere.

Il cocktail è stato presentato ufficialmente a Torino attraverso una collaborazione tra il Consorzio Asti DOCG e il Consorzio del Vermouth di Torino IGP. Il lancio riunisce due prodotti strettamente legati al Piemonte, la regione dell'Italia nord-occidentale nota per il vino e per la tradizione dell'aperitivo. Combinando spumante e vermouth in un'unica proposta, il consorzio collega Asti in modo più diretto al mondo del bar in un momento in cui i produttori di tutta Europa stanno cercando di ampliare i consumi oltre le celebrazioni formali e le occasioni tradizionali legate ai pasti.

Secondo il consorzio, Asti Vibes si prepara con 3 once di Asti Spumante DOCG, 1⅓ once di Vermouth di Torino IGP, un goccio di acqua tonica, qualche goccia di Peychaud's Bitters e una fetta di limone come guarnizione. La ricetta è semplice per scelta, con ingredienti utilizzabili sia nei bar sia a casa. Questa accessibilità sembra centrale nella strategia alla base del lancio.

Giacomo Pondini, direttore del Consorzio Asti DOCG, ha detto che il nuovo drink riflette il modo in cui la denominazione sta cercando di evolversi senza rompere con le proprie radici. Ha affermato che Asti Vibes rispetta l'eredità di Asti parlando al tempo stesso ai gusti attuali dei consumatori attraverso freschezza, versatilità e cocktail culture.

L'iniziativa fa parte di uno sforzo più ampio di Asti DOCG per creare più occasioni di consumo e riposizionare Asti Spumante come qualcosa di più di un vino riservato ai brindisi o al dessert. Negli ultimi anni, il consorzio ha promosso altri signature serve, tra cui Asti Spritz, Moscato Zen e Asti Signature. Con Asti Vibes, prosegue questa campagna collocando Asti all'interno di una categoria che ha mostrato resilienza in molti mercati: cocktail accessibili, a basso impegno, con una riconoscibile identità regionale.

Questo approccio riflette anche cambiamenti più ampi nella domanda di bevande. Produttori e associazioni di categoria hanno sottolineato sempre più spesso freschezza, moderato tenore alcolico e bevibilità come elementi di vendita importanti, soprattutto

tra i consumatori adulti più giovani e nei locali urbani dell'ospitalità. Gli spumanti hanno beneficiato di questa tendenza perché possono essere adattati a spritz e drink in stile aperitivo senza perdere la propria identità di base. Anche il vermouth ha visto rinnovata attenzione, mentre bartender e consumatori riscoprono ingredienti italiani classici.

Per Asti DOCG, la partnership con Vermouth di Torino IGP ha anche un valore simbolico oltre che commerciale. Entrambi i prodotti provengono dalla stessa regione ed entrambi sono tutelati dai sistemi di qualità italiani ed europei. Il Vermouth di Torino ha radici profonde nella cultura del bere torinese, mentre Asti è una delle denominazioni spumantistiche più note d'Italia. Riunirli consente a entrambi i consorzi di presentare un'immagine unitaria dell'eredità piemontese in un formato che appare attuale anziché museale.

Il consorzio descrive il cocktail come un'espressione dell'identità del Piemonte e della sua tradizione dell'aperitivo, che resta uno dei contributi italiani più influenti alle abitudini di consumo globali. In termini pratici, significa una proposta costruita sull'equilibrio più che sulla forza: le bollicine di Asti Spumante, la profondità erbacea del vermouth, l'amaro del Peychaud's e la freschezza dell'acqua tonica e del limone.

Il Consorzio Asti DOCG rappresenta migliaia di viticoltori nelle aree vitate di Langhe, Roero e Monferrato, paesaggi riconosciuti dall'UNESCO per il loro valore culturale. Il gruppo tutela e promuove Asti Spumante DOCG e Moscato d'Asti DOCG, due vini prodotti principalmente da uve Moscato Bianco e da tempo associati a intensità aromatica e dolcezza. Negli ultimi anni, tuttavia, i produttori hanno lavorato per dimostrare che questi vini possono inserirsi anche in contesti informali e di consumo misto.

Il Consorzio del Vermouth di Torino IGP, da parte sua, promuove e tutela lo storico vino aromatizzato sviluppato a Torino. Il suo coinvolgimento in Asti Vibes colloca il vermouth non solo nei cocktail classici, ma anche in semplici proposte spumantizzate pensate per un uso più ampio in ristoranti, bar d'albergo e intrattenimento domestico.

Il lancio arriva mentre i gruppi del vino italiani continuano a cercare nuovi modi per difendere le quote di mercato in un settore globale delle bevande sempre più competitivo. I modelli di consumo sono diventati meno prevedibili, soprattutto perché i

consumatori più giovani spesso passano da vino, cocktail, birra e opzioni analcoliche a seconda dell'occasione. Per consorzi territoriali come Asti DOCG, una risposta è stata presentare i prodotti tradizionali come ingredienti flessibili piuttosto che come bevande di una categoria fissa.

Asti Vibes si inserisce pienamente in questa logica. Non chiede ai consumatori di imparare una nuova categoria di prodotto o di adottare un rituale complesso. Al contrario, utilizza elementi familiari della cultura dell'aperitivo italiana e li presenta in un formato che i bar possono servire rapidamente e che i consumatori possono riprodurre con poco sforzo. Questo può aiutare a spiegare perché gli organismi di categoria favoriscano sempre più i cocktail signature come strumenti promozionali: offrono un modo diretto per collegare i vini a denominazione alle abitudini contemporanee.

Lanciando il drink a Torino anziché a una fiera internazionale o a un evento export, gli organizzatori hanno anche ancorato il messaggio a livello locale prima di proiettarlo all'esterno. La cornice ha sottolineato il legame regionale tra Asti e il vermouth, dando al tempo stesso credibilità all'iniziativa all'interno del Piemonte. Da lì, il consorzio sembra destinato a utilizzare Asti Vibes come parte della propria comunicazione internazionale su mixology, ospitalità e occasioni lifestyle legate alla cultura del bere italiana.

La mossa suggerisce che, per Asti DOCG, la crescita possa dipendere meno dal cambiare che cosa sia il vino e più dal cambiare dove e come le persone lo incontrano. In questo senso, Asti Vibes non è solo il lancio di un cocktail, ma anche un segnale di marketing su come una delle denominazioni spumantistiche più consolidate d'Italia intenda competere nell'attuale mercato delle bevande.