vinetur

La cerveza supera al vino en Francia por primera vez

El cambio refleja la caída del consumo de vino y el giro de los jóvenes hacia bebidas más baratas y sin alcohol

lunes 18 de mayo de 2026



Francia ha consumido más cerveza que vino por primera vez desde que existen registros comparables, según datos de la Organización Internacional de la Viña y el Vino citados por The Independent. El cambio llega en un país donde el vino forma parte de la vida cotidiana y del negocio agroalimentario, y se produce en un momento de subida del coste de la vida y de cambios en los hábitos de consumo entre los jóvenes.

La OIV calcula que los franceses bebieron 22 millones de hectolitros de vino el pasado año, una cifra algo inferior a los 22,1 millones de hectolitros de cerveza registrados por Brewers of France. Es la primera vez que la cerveza supera al vino en el mercado francés. El dato confirma una tendencia que lleva años en marcha: el consumo de vino cae y se aleja de los niveles que tuvo en décadas anteriores.

En 2025, el consumo de vino en Francia bajó cerca del 3,2% respecto al año anterior y quedó un 7,2% por debajo de la media de los últimos cinco años, siempre según las cifras citadas por el medio británico. La caída se explica por varios factores. Entre ellos figuran la presión sobre el bolsillo de los consumidores, una menor presencia del vino en las comidas diarias y una relación distinta con el alcohol entre las generaciones más jóvenes.

Ese cambio generacional es uno de los puntos que más preocupa al sector. Los jóvenes franceses beben menos vino que sus padres y abuelos y se inclinan más por la cerveza, incluida la cerveza sin alcohol. Esta última aumentó un 12% el pasado año en Francia, mientras que el vino pierde terreno en bares, restaurantes y hogares.

Los expertos consultados por The Independent relacionan esta evolución con un mercado maduro que ya no crece como antes y con un entorno económico menos favorable para productos que suelen tener un precio más alto. También señalan la presión comercial derivada de los aranceles en Estados Unidos, un mercado importante para muchas bodegas europeas.

Ante esta situación, parte del sector del vino francés está ajustando su oferta. Las bodegas y las regiones vitivinícolas ponen más atención en el enoturismo, en prácticas ligadas a la sostenibilidad y en vinos con menos graduación alcohólica. La idea es atraer a nuevos consumidores sin perder a los habituales.

El cambio no afecta solo al consumo interno. También tiene efectos sobre la distribución, la hostelería y las estrategias comerciales de productores y marcas. En un país donde el vino sigue teniendo peso cultural y económico, la subida de la cerveza frente al vino obliga a revisar hábitos, precios y canales de venta.