vinetur

Google detecta un alza del 5000% en las búsquedas de Sancerre este junio tras el efecto Taylor Swift

El interés por los tintos servidos fríos y Beaujolais también crece y puede anticipar cambios en la demanda

jueves 25 de junio de 2026



Las búsquedas en internet sobre Sancerre y sobre los tintos servidos fríos se han disparado este mes de junio, según el informe Summergeist Trends Report de Google, que mide los términos con mayor subida estacional en alimentación y bebidas. El repunte apunta a un mayor interés del consumidor por estas categorías en pleno verano y puede servir como señal temprana para distribuidores, supermercados y hostelería a la hora de ajustar compras, surtido y rotación de existencias.

Google sitúa a Sancerre entre las consultas con mayor avance de la temporada. La compañía clasifica el término como “breakout search”, una categoría que aplica cuando el volumen de búsqueda sube un 5000% o más sobre su nivel habitual. Parte de ese impulso se vincula a Taylor Swift, después de que una botella de este blanco francés apareciera en su serie documental Taylor Swift: end of an era.

El interés por esa relación entre la artista y el vino también se refleja en consultas como “Taylor Swift Sancerre” y “Sancerre wine Taylor Swift”, que han subido con fuerza durante el último mes. Google también ha detectado un aumento poco habitual en búsquedas de productores concretos de la denominación, entre ellos “Sancerre Pascal Jolivet”, “Alphonse Mellot Sancerre” y “Domaine des Terres Blanches”, todos ellos también dentro de la categoría “breakout”.

Pascal Jolivet, fundada en 1987, cuenta con 120 hectáreas de viñedo ecológico en Sancerre y Pouilly sur Loire. Alphonse Mellot pertenece a una familia ligada al vino desde el siglo XVII; Google recuerda que César Mellot fue nombrado consejero vinícola de Luis XIV en 1698. Domaine des Terres Blanches, propiedad de la familia Saget, dispone de 15 hectáreas en Sancerre entre los municipios de Bué en Sancerre y Amigny.

El informe recoge además otras consultas ligadas a la denominación francesa. “Sancerre terres blanches” también ha entrado en la categoría “breakout”, lo que apunta a un interés por este tipo de suelo característico de la apelación. A eso se suman preguntas básicas sobre el origen y la composición del vino, como “What grape is Sancerre?” y “Where is Sancerre?”. Esta última ha subido un 50% en el último mes. “Sancerre rosé wine” también alcanzó la categoría “breakout” en las últimas cuatro semanas.

Google ya había observado un efecto comercial previo en Estados Unidos tras la aparición del vino en la serie documental. A comienzos de este año, el mercado registró ventas rápidas y falta de existencias en algunos puntos de venta, un antecedente que ayuda a explicar por qué el sector sigue con atención este tipo de señales digitales.

El otro gran movimiento del verano aparece en torno al tinto servido frío. Las búsquedas sobre “chilled red wine” también han tocado máximos, aunque el detalle de las consultas sugiere que esta forma de consumo empieza a asumirse con normalidad. Las preguntas del tipo “should red wine be chilled?” bajaron un 4%, mientras que aumentaron las búsquedas más directas: “chilled red wine trend” subió un 20% y “red wine chilled”, un 4%.

Dentro de esa tendencia, Beaujolais gana terreno. Las búsquedas sobre este tinto francés joven y afrutado avanzaron un 20%, lo que apunta a una posible preferencia por estilos ligeros para consumo frío durante los meses cálidos.

El informe también recoge movimientos en otras bebidas alcohólicas y sin alcohol. Entre los combinados, una de las consultas con mayor subida este mes es “What goes in an Aperol Spritz?”, mientras que “how to make a Hugo Spritz at home” aumentó un 2200% en el mismo periodo. Este cóctel se prepara con prosecco, sirope o cordial de flor de saúco, menta y limón.

En bebidas sin alcohol, Google observa un volumen alto de búsquedas sobre hōjicha y horchata. Entre las preguntas más repetidas del último mes figuran “What is hojicha latte?” e “is hojicha caffeinated?”, mientras que “matcha horchata latte” ha entrado también en la categoría “breakout”. El hojicha latte es una bebida elaborada con té verde japonés tostado, agua caliente y leche espumada, con menos cafeína que el matcha por su proceso de tostado.

Aunque el informe incluye otras tendencias alimentarias ajenas al vino, como el interés por recetas ricas en fibra o por postres con sésamo negro, los datos sobre Sancerre, Beaujolais y los tintos fríos ofrecen una pista útil para el negocio de bebidas: cuando las búsquedas cambian con esta intensidad al inicio del verano, pueden anticipar cambios rápidos en la demanda real del lineal y de la carta.