vinetur

Champagne eleva al 15% el tope de compra externa para aliviar la carga fiscal de viticultores

La medida no cambia las siglas RM y NM que identifican el origen del vino en la etiqueta

viernes 4 de septiembre de 2026



La orden que eleva del 5% al 15% el tope de compra externa de uva, mosto y vino en Champagne durante la campaña 2026 alivia trámites fiscales para parte de los viticultores, pero no cambia las reglas de etiquetado que distinguen a un productor RM

de una casa NM. La medida fue publicada el 12 de agosto en el Journal officiel, entró en vigor el 13 de agosto y llegó después de una petición del Comité Champagne presentada el 17 de julio.

La orden del 7 de agosto, con referencia AGRT2621208A, modifica los apartados 1 y 3 del artículo 2 de la norma del 4 de agosto de 2017 que regula el marco fiscal de las compras de uva, mosto y vino en la denominación. Hasta ahora, superar el 5% obligaba al viticultor a operar también con un segundo número de impuestos especiales para actividad mercantil, con registros y almacenamiento separados. Con el nuevo umbral, un cosechero que este año tenga menos fruta puede comprar hasta el 15% sin abrir esa segunda estructura administrativa.

El efecto práctico está en esa gestión fiscal. La medida da más margen para aprovisionarse en una campaña corta y puede aliviar parte de la presión sobre el abastecimiento de algunas explotaciones, además de cambiar sus costes de compra y de registro en impuestos especiales. En el sector de las bebidas, el ajuste afecta a la operativa de bodegas y viticultores sin alterar la información que recibe el consumidor cuando mira la botella.

La aclaración principal es que la orden no toca el etiquetado. La instrucción técnica que desarrolla la norma de 2017 precisa que este régimen no concede ninguna excepción en materia de identificación comercial en la botella. Tampoco modifica las reglas de la AOC Champagne sobre rendimiento, procedencia o método de elaboración. Su alcance se limita al tratamiento fiscal de las compras.

Esa distinción corrige una idea muy extendida en el sector. El Comité Champagne y la autoridad francesa de consumo, la DGCCRF, definen RM, récoltant-manipulant, como el vino elaborado a partir de la propia cosecha del productor. Esa definición no fija ningún margen del 5% ni del 15%. Por eso, la creencia de que un RM puede comprar una pequeña parte de la uva sin perder su categoría mezcla dos planos distintos: el fiscal y el del etiquetado.

A la vista de esas definiciones, un elaborador que vinifica como propio un vino con fruta comprada encaja en la categoría NM, négociant-manipulant, reservada a las casas que adquieren uva o vino para elaborar Champagne. La orden del 7 de agosto no altera ese

criterio ni autoriza a conservar las siglas RM por el mero hecho de que la compra quede por debajo del 15%.

Para el consumidor, la consecuencia es limitada. En la campaña 2026 puede circular más Champagne elaborado con materia prima adquirida a terceros, porque la cosecha ha sido corta y el umbral fiscal es ahora más amplio. Sin embargo, la norma no crea ninguna obligación adicional para informar en la etiqueta sobre la proporción exacta de uva comprada que contiene cada botella. El comprador seguirá viendo las mismas siglas, normalmente en la parte baja de la etiqueta, pero no un porcentaje.

La excepción tampoco es nueva. Desde la puesta en marcha de este mecanismo en 2017, el 15% ya se autorizó para las cosechas de 2020, 2021 y 2025. La campaña 2026 es, por tanto, la cuarta en la que se recurre a ese margen. Los precedentes muestran que el sistema se activa cuando la vendimia queda corta y que su uso se ha repetido con cierta frecuencia en los últimos años.

El debate de fondo va más allá de una cuestión tributaria. Los Vignerons Indépendants de Champagne defendieron en marzo que comprar hasta un 15% puede resultar caro para los viticultores que venden sus propias botellas y necesitan completar su oferta en años de bajo rendimiento colectivo. Por eso propusieron el 2 de marzo un Besoin Individuel Commercial, un ensayo de cinco años para permitir a los productores que comercializan toda su cosecha en botella vendimiar en función de sus ventas del año anterior, con un máximo de 15.500 kilos por hectárea.

Maxime Toubart, del Syndicat Général des Vignerons, respondió que esa propuesta era incompatible con el pliego de condiciones vigente y recordó que Champagne se basa en un rendimiento común para todos, con prioridad del interés colectivo sobre el individual. David Chatillon, de la Union des Maisons de Champagne, afirmó por su parte que la idea parecía contraria al espíritu de la AOC, aunque evitó una valoración cerrada hasta conocer el planteamiento completo.

Esa discusión ayuda a entender la función de la medida aprobada en agosto. La ampliación al 15% permite a algunos cosecheros completar existencias para atender a sus clientes sin autorizarles a sacar más uva de sus propias parcelas que al resto de productores. Aun así, su efecto no será igual para todos. La compra está permitida,

pero solo podrá aprovecharla plenamente quien tenga capacidad para pagar uva de Champagne en un mercado con poca oferta, una objeción que los Vignerons Indépendants ya habían planteado.

Según las cifras del Comité Champagne para 2026, la denominación reúne 410 casas y 16.460 viticultores. Para las casas de tipo NM, cuyo modelo de negocio ya se apoya en la compra de uva, el antiguo límite del 5% no era el elemento que marcaba su actividad. La modificación tiene más peso para una parte de los viticultores que elaboran y venden sus propias botellas y que quieren evitar una doble estructura administrativa en una campaña corta.

En la etiqueta, RM identifica al récoltant-manipulant, productor que elabora con su propia cosecha; NM al négociant-manipulant, que compra uva o vino; CM a una cooperativa; RC al viticultor que entrega la uva a una cooperativa y recupera botellas bajo su nombre; y MA a una marca de distribuidor, tienda o restaurante elaborada por un tercero.