vinetur

Borgoña pierde ventas en tintos por el giro del consumo hacia blancos y espumosos

El Crémant de Bourgogne supera el 7% con unos blancos apoyados por la exportación

domingo 22 de noviembre de 2026



Las ventas de vino tinto de Borgoña bajaron un 4,1% en los doce meses cerrados a septiembre de 2026, mientras los blancos avanzaron un 0,8% y el Crémant de Bourgogne superó el 7%. Los datos proceden de la DRAAF Bourgogne-Franche-Comté,

que publicó su nota de coyuntura el pasado 9 de noviembre, y del Comité des vins de Bourgogne, que difundió su balance económico el pasado 15 de noviembre.

El movimiento no es menor para el negocio de las bebidas. Borgoña ocupa una posición central en el mercado internacional del vino de alta gama y cualquier cambio en la mezcla de ventas entre tintos, blancos y espumosos puede influir en importadores, distribuidores, restaurantes y cadenas especializadas, tanto por volumen como por precio.

El retroceso de los tintos se produce en una región que durante años había mostrado más fortaleza comercial que otras zonas vitícolas francesas. La DRAAF y el Comité vinculan esta caída a una menor demanda de vino tinto en Francia y a una preferencia más visible por vinos más ligeros, blancos y espumosos, sobre todo entre consumidores jóvenes. La bajada afecta a varios niveles de la jerarquía de denominaciones, incluidas referencias muy buscadas.

En el caso de los blancos, la evolución es más favorable en volumen. Las ventas subieron un 0,8% hasta unos 117 millones de botellas en esos doce meses. El apoyo llega, en buena medida, de Chablis, Petit Chablis y los vinos regionales del Mâconnais. Aun así, el propio Comité de los Vinos de Borgoña matiza que esta mejora se apoyó en rebajas de precio en algunos mercados. Eso significa que vender algo más en cantidad no implica ingresar más.

Además, el mercado francés no acompañó a los blancos. Sus ventas en Francia bajaron un 2,8%, mientras las exportaciones ayudaron a mantener la actividad. La DRAAF señala que los envíos al exterior avanzaron en los ocho primeros meses de 2026, con una evolución favorable en varios países europeos. Esa salida exterior ayuda a amortiguar la debilidad del consumo interno, aunque no lo compensa igual en todas las categorías.

La situación del Crémant de Bourgogne va por otra vía. Sus ventas progresaron más del 7% en los doce meses cerrados a septiembre, una señal clara de que el consumidor sigue mirando con interés a los espumosos. Para el comercio, este dato refuerza una tendencia que ya se observa en otros mercados: parte del gasto en vino se desplaza hacia categorías asociadas al aperitivo, a celebraciones y a un consumo más

transversal durante el año. En Borgoña, además, el crémant cuenta con el apoyo de un método de elaboración tradicional, con segunda fermentación en botella, que mantiene su atractivo como alternativa a otras categorías de espumoso.

Si se mira el conjunto de los vinos tranquilos de Borgoña, las ventas cedieron un 0,7% en el mismo periodo. A la vez, las transacciones de vinos AOP a granel se hundieron un 68% en septiembre frente al mismo mes de 2025. La DRAAF interpreta esa caída como una señal de menor actividad entre productores y casas comercializadoras al comienzo de la nueva campaña. Son datos distintos a los de ventas en botella y a los de existencias, por lo que no deben sumarse ni compararse de forma directa.

Las existencias de vinos tranquilos bajaron un 3% interanual al cierre de septiembre, hasta un nivel equivalente a unos 15,3 meses de ventas. Ese volumen de stock limita el margen de maniobra de parte de los operadores, pero no apunta por sí solo a una corrección amplia de precios. De hecho, la oferta disponible puede reducirse todavía más por la mala cosecha de 2026.

Las primeras estimaciones de la DRAAF sitúan la producción de este año en torno a un 30% por debajo de las referencias habituales. A eso se suma otro dato: las salidas de bodega de agosto quedaron un 31,1% por debajo de la media de los últimos cinco años. Con menos vino disponible, una caída de ventas no se traduce de forma automática en etiquetas más baratas. En las denominaciones con más tirón comercial, los productores pueden optar por mantener tarifas si entienden que la escasez compensa la menor rotación.

Esa disparidad aparece con claridad en el mercado profesional a granel. La DRAAF recoge subidas del 18% en Mercurey rouge y del 9% en Irancy, mientras algunas denominaciones village de la Côte-d’Or anotan descensos de alrededor del 15% en Gevrey y del 20% en Marsannay. No son precios de tienda ni de restaurante, sino referencias de operaciones entre profesionales. Aun así, sirven para ver que no existe una dirección única para los vinos de Borgoña y que cada denominación evoluciona según su propio equilibrio entre oferta y demanda.

La composición del viñedo borgoñón también ayuda a entender por qué la región resiste mejor que otras áreas más dependientes del tinto. Aproximadamente el 61% de su producción corresponde a vinos blancos. Esa base da más apoyo a la zona en un momento en el que el consumo penaliza más a los tintos. Para bodegas, importadores y distribuidores, el mensaje es claro: el ajuste del mercado no afecta igual a todas las categorías y puede reordenar compras, surtidos y políticas de precio en una de las regiones más seguidas del vino premium internacional.

En Francia, esa diferencia entre categorías ya se deja ver en la relación entre mercado interior y exportación. Los blancos y los crémants muestran un comportamiento más firme fuera del país, mientras los tintos sufren más. Para el canal de hostelería y para la distribución especializada, esta divergencia puede traducirse en una mayor presencia de referencias blancas y espumosas de Borgoña, mientras parte de los tintos dependerá más de la política comercial de cada casa y del nivel de existencias disponible por denominación y añada.