vinetur

Ventas mundiales de champagne caen un 9,2 % en 2024

Las exportaciones representan el 56,4 % del total de ventas

miércoles 22 de enero de 2025



Las ventas de champagne en Francia experimentaron un fuerte retroceso durante 2024, según los datos anunciados por el Comité Champagne. En total, se comercializaron 271,4 millones de botellas a nivel mundial, lo que representa una caída

del 9,2 % respecto a 2023. El mercado francés, históricamente relevante para esta bebida, registró 118,2 millones de botellas vendidas, con un descenso del 7,2 % en comparación con el año anterior. Este fenómeno, según la entidad, está vinculado al ambiente de incertidumbre política y económica que afecta al país.

El panorama internacional también reflejó un retroceso, con exportaciones que alcanzaron los 153,2 millones de botellas, una disminución del 10,8 % en relación con el ejercicio previo. A pesar de ello, las ventas en el exterior continúan siendo mayores que las del mercado interno, representando el 56,4 % del total. Este cambio en la balanza, consolidado en los últimos años, muestra cómo el champagne ha ganado peso en los mercados extranjeros.

Según Maxime Toubart, presidente del Sindicato General de Vignerons y co-presidente del Comité Champagne, el consumo de esta bebida suele ser un indicador del estado de ánimo de los consumidores. En este caso, factores como la inflación, los conflictos internacionales, la incertidumbre económica y la falta de decisiones políticas claras en mercados clave como Francia y Estados Unidos han afectado las ventas. Por su parte, David Chatillon, presidente de la Unión de Casas de Champagne y también co-presidente del Comité, subrayó que, en tiempos menos favorables, es fundamental mantener los esfuerzos para avanzar en sostenibilidad, explorar nuevos mercados y captar la atención de nuevos consumidores.

El sector se encuentra en un momento de importantes cambios, donde el consumo de lujo refleja las tensiones internacionales y locales. Los productores de champagne parecen estar concentrados en estrategias a largo plazo, aunque los problemas actuales plantean interrogantes sobre la evolución del mercado en los próximos años.