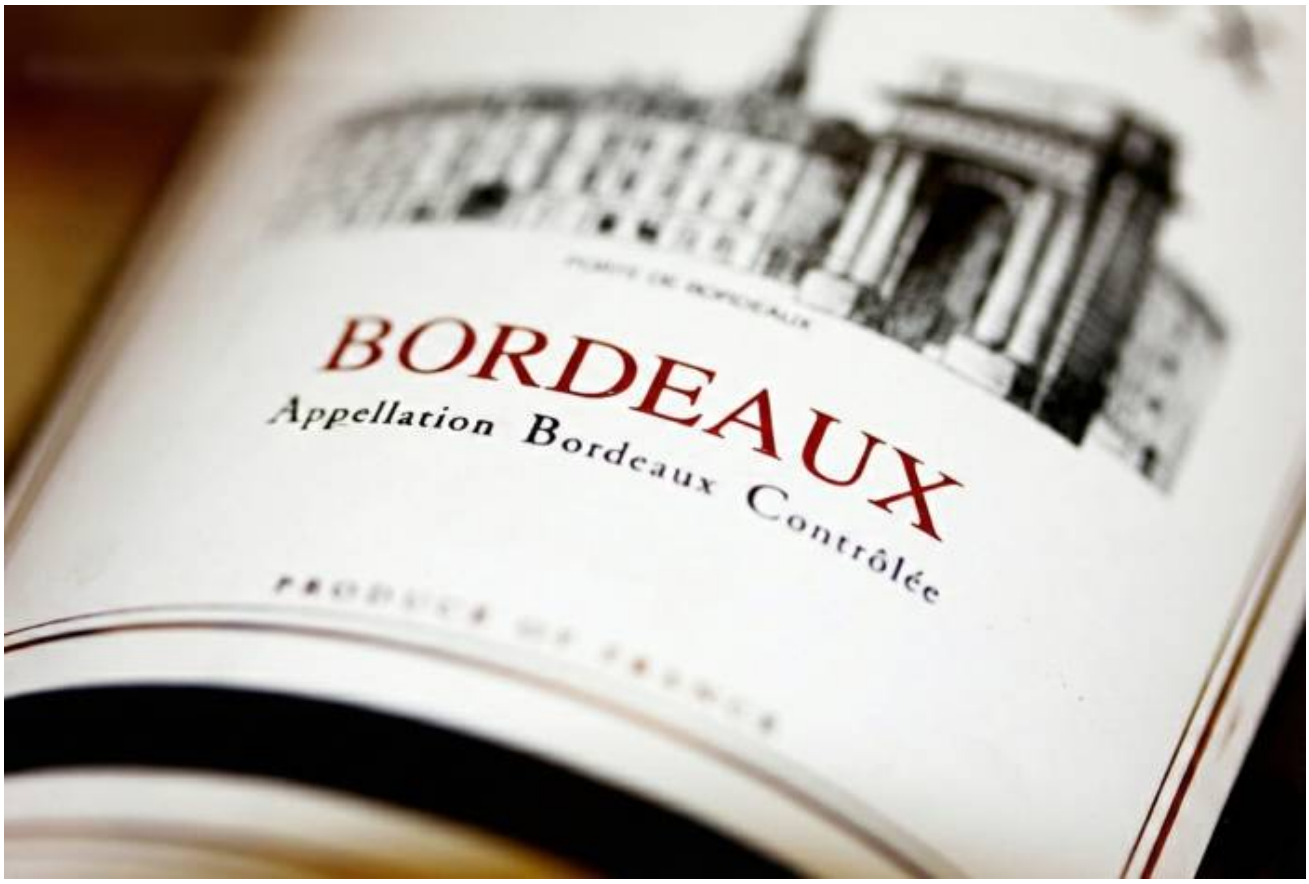
vinetur

El vino de Burdeos apuesta por el Mercosur tras el desplome de ventas en China y Estados Unidos

El acuerdo comercial con el bloque sudamericano abre la puerta a 700 millones de consumidores pese a la incertidumbre legal

jueves 12 de febrero de 2026



Los vinos de Burdeos buscan nuevas oportunidades en mercados como el Mercosur, Canadá e India para impulsar sus exportaciones. Esta estrategia llega en un momento en el que la demanda de vino disminuye y las tensiones comerciales con China y

Estados Unidos han reducido las ventas internacionales. Productores y comerciantes de la región francesa consideran que estos destinos pueden ofrecer alternativas, aunque no esperan que igualen los volúmenes de exportación anteriores.

El salón Wine Paris, celebrado del 9 al 11 de febrero en el parque de exposiciones de la Porte de Versailles, ha reunido a 6.500 expositores procedentes de 60 países y ha recibido a más de 60.000 visitantes. El evento se presenta como un punto de encuentro para el sector del vino y los espirituosos, que atraviesa una etapa marcada por problemas como el cambio climático, la caída del consumo y las disputas comerciales internacionales. Durante estos días, los profesionales han puesto en valor el papel económico y cultural del vino, que sigue siendo un producto con capacidad para unir a personas de diferentes países.

Uno de los temas principales del salón ha sido el reciente acuerdo comercial entre la Unión Europea y el Mercosur, bloque formado por Argentina, Bolivia, Brasil, Paraguay y Uruguay. Este acuerdo, firmado pocos días antes del evento, ha sido bien recibido por muchos asistentes. En un momento en el que aumentan los aranceles y se firman menos acuerdos de libre comercio, este pacto representa una oportunidad para acceder a un mercado conjunto de 700 millones de consumidores.

El acuerdo prevé la eliminación progresiva de los impuestos a la importación, actualmente situados en el 27%, durante un periodo de siete años. Según Paolo Garzotti, jefe de misión para América Latina en la Dirección General de Comercio de la Comisión Europea, esta medida podría reducir hasta un 50% el precio final de una botella para los consumidores del Mercosur. Garzotti ha señalado durante su intervención en el salón que la Unión Europea apuesta por relaciones comerciales basadas en normas jurídicas.

Sin embargo, la aplicación del acuerdo se encuentra suspendida porque el Parlamento Europeo lo ha remitido al Tribunal de Justicia. La Comisión Europea aún puede decidir su aplicación provisional mientras se resuelve esta situación legal.

Además del Mercosur, Canadá e India figuran entre los mercados que los productores bordeleses consideran prioritarios para compensar la bajada en otros destinos tradicionales. Aunque estos países no pueden absorber los mismos volúmenes que

China o Estados Unidos, ofrecen posibilidades para diversificar las ventas y reducir la dependencia de unos pocos mercados.

La búsqueda de nuevos compradores responde también a cambios en los hábitos de consumo dentro y fuera de Europa. El sector vitivinícola francés afronta una reducción sostenida en la demanda interna y observa cómo otros países productores ganan cuota en mercados internacionales. Por ello, tanto bodegas como comerciantes buscan adaptarse a las nuevas condiciones mediante acuerdos comerciales y estrategias orientadas a captar consumidores en regiones menos tradicionales.

Wine Paris ha servido como espacio para analizar estas tendencias y compartir experiencias entre profesionales del sector. Los asistentes han coincidido en señalar la importancia de mantener una visión internacional y aprovechar las oportunidades que ofrecen los acuerdos comerciales recientes o futuros. La situación actual obliga a los productores franceses a buscar soluciones innovadoras para asegurar la viabilidad económica del sector vitivinícola ante un escenario cambiante.