vinetur

La confianza en el vino de supermercado alcanza máximos históricos en Francia pese a la caída de ventas

El 97% de los consumidores confía en el vino de grandes superficies y el 82% percibe una mejora en su calidad

lunes 16 de febrero de 2026



El salón Wine Paris 2026 ha servido de escenario para la presentación de un estudio sobre los hábitos de compra de vino en Francia. El medio especializado Rayon Boissons, junto con el instituto YouGov, ha analizado la evolución del comportamiento de los consumidores franceses respecto a la adquisición de vino en grandes superficies. La

investigación, realizada en diciembre del año pasado, compara los resultados actuales con los obtenidos en 2005, cuando se llevó a cabo una primera encuesta similar.

Según los datos recogidos, aunque las ventas de vino en supermercados franceses han caído un 4,2% entre 2024 y 2025 —lo que supone 35 millones de botellas menos vendidas—, la gran distribución sigue siendo el canal principal para la compra de vino en el país. Cerca del 90% de los encuestados afirma haber comprado vino en grandes superficies durante los últimos doce meses. De ellos, el 84% lo hizo en supermercados o hipermercados, excluyendo las cadenas de descuento. Esta cifra representa un aumento de 19 puntos respecto a la registrada hace dos décadas.

El estudio señala que la confianza en los vinos vendidos en grandes superficies es alta. El 97% de los participantes declara confiar en estos productos y el 52% afirma tener “total confianza”, lo que supone un incremento de 8 puntos frente a los datos de 2005. En cuanto a la percepción sobre la calidad, el informe muestra que el 82% considera que la calidad del vino disponible en estos establecimientos ha mejorado respecto a hace veinte años.

El precio sigue siendo un factor determinante para muchos consumidores. Uno de cada dos encuestados opina que las grandes superficies ofrecen una mejor relación calidad-precio que otros canales como la venta directa, las tiendas especializadas o el comercio electrónico.

La elección del lugar de compra varía según la ocasión. El 73% prefiere adquirir vino en grandes superficies para el consumo diario, lo que supone un aumento de 11 puntos respecto a 2005. Solo el 6% acude a tiendas especializadas para este tipo de compras cotidianas. Para cenas con amigos, el 57% opta por supermercados o hipermercados, mientras que el 25% prefiere acudir a una tienda especializada. Sin embargo, cuando se trata de comprar vino para regalar, el 47% recurre a tiendas especializadas y solo el 35% lo hace en grandes superficies.

El informe también recoge algunas debilidades señaladas por los consumidores sobre los lineales de vino en supermercados. Entre ellas figuran la falta de información y asesoramiento adecuado, así como las condiciones de conservación de las botellas, aspectos que podrían mejorarse.

En relación con las ferias del vino organizadas por las grandes cadenas, la asistencia ha disminuido: solo el 36% acudió a alguna feria en 2025, lo que supone una bajada de 13 puntos respecto a hace veinte años. A pesar del descenso en la afluencia, estas ferias siguen siendo importantes para las enseñas, ya que el 91% de quienes asistieron compró al menos una botella durante estos eventos.