vinetur

El vino francés busca blindar su futuro ante la caída del consumo y la presión urbanística

El sector propone un pacto a los alcaldes para proteger los viñedos y revitalizar las zonas rurales frente a nuevos desafíos

viernes 6 de marzo de 2026



El sector del vino en Francia mantiene un peso importante en la economía nacional, a pesar de la reducción del consumo y las dificultades recientes. Según el informe 2026 de Vin & Société, la cadena del vino aporta un valor añadido de 32.000 millones de

euros, lo que representa el 1,4% del PIB francés. El sector genera 440.000 empleos, equivalentes al 2% del total nacional, y alcanza una facturación anual de 92.000 millones de euros. Además, contribuye con 6.400 millones de euros en ingresos fiscales para las arcas públicas y ocupa el tercer lugar entre los sectores exportadores del país, ya que el 40% de la producción se destina al extranjero.

Francia cuenta con 734.000 hectáreas de viñedos, lo que supone el 11% del viñedo mundial, y alberga a 59.000 empresas vinícolas. El enoturismo también tiene un papel relevante: cada año llegan al país 12 millones de visitantes interesados en el vino, y uno de cada tres turistas internacionales afirma que el vino es determinante en su decisión de viajar a Francia.

Sin embargo, el sector atraviesa una etapa complicada. Los datos muestran una caída del consumo interno: desde 1960 ha descendido un 77%, y desde el año 2000 la bajada es del 41%. Nueve de cada diez franceses consumen menos de diez copas de bebidas alcohólicas a la semana y ocho de cada diez no superan las dos copas los días que deciden beber alcohol. Entre los jóvenes se observa una tendencia aún más marcada hacia el consumo moderado o la abstinencia: entre 2011 y 2022 se ha reducido un 40% el consumo excesivo entre los adolescentes de diecisiete años, mientras que la proporción de abstemios en ese grupo se ha multiplicado por cuatro en veinte años.

A pesar de estos cambios en los hábitos, la percepción social del vino sigue siendo positiva. El 94% de los franceses considera que forma parte de la identidad cultural nacional; el 84% lo asocia con el arte de vivir francés; el 92% cree que transmite una imagen positiva del país en el exterior; y otro 92% lo ve como un elemento importante para atraer turismo a las regiones productoras. Además, el 74% percibe la producción vinícola como artesanal y el 75% opina que respeta el medio ambiente.

El informe señala que esta imagen positiva debe enfrentarse a problemas como el exceso de producción, la inestabilidad del mercado y las tensiones internacionales. Por este motivo, la Confédération Nationale des Producteurs de Vins et Eaux-de-vie à Appellation d’Origine Contrôlée (Cnaoc) ha presentado un pacto para la cadena vitivinícola durante el Congreso Nacional de Alcaldes celebrado en París el pasado 19 de noviembre. La iniciativa busca implicar a los municipios en la protección y desarrollo

del sector ante las elecciones municipales previstas para los días 15 y 22 de marzo.

Jérôme Bauer, viticultor alsaciano y presidente de Cnaoc, explicó que las Denominaciones de Origen Controlada (AOC) son más que un pilar económico: estructuran el desarrollo local y la identidad territorial en más de 20.000 municipios franceses, donde se concentra el 65% del viñedo nacional bajo esta figura.

El pacto presentado incluye diez propuestas dirigidas a los futuros alcaldes. Entre ellas figura reforzar los Organismos de Defensa y Gestión (Odg), entidades que agrupan a los profesionales del sector para participar en la elaboración de planes urbanísticos y emitir informes sobre proyectos que puedan afectar a los viñedos AOC. También se pide sensibilizar sobre la importancia de las áreas específicas dentro del planeamiento urbanístico municipal (Stecal), situadas normalmente en zonas agrícolas no edificables pero que pueden acoger actividades económicas o relacionadas con el enoturismo.

Otra propuesta es promover la declaración de Zonas Agrícolas Protegidas (Zap) para evitar que los viñedos sean sustituidos por desarrollos urbanísticos. Se solicita además tener en cuenta los efectos del cambio climático en la convivencia entre actividades agrícolas y nuevos residentes rurales.

En materia turística, se propone facilitar el acceso a las zonas rurales para favorecer su desarrollo, apoyar a las bodegas locales para obtener certificaciones como “Vignobles & Découvertes” —que reconoce destinos enoturísticos de alta calidad—, simplificar la concesión de licencias para vender bebidas alcohólicas en áreas rurales y establecer normas claras sobre el consumo durante las visitas a instalaciones productivas.

Bauer subrayó que este pacto pretende crear una forma común de trabajo entre representantes públicos y profesionales del sector para preservar los territorios vitivinícolas, revitalizar los pueblos y reforzar la relación entre viticultura, cultura y turismo. Insistió en que la designación AOC no debe verse como una limitación sino como una herramienta útil para planificar el territorio. Según Bauer, los alcaldes tienen un papel esencial para impulsar una convivencia armoniosa dentro del sector mediante planificación urbana colaborativa, gestión vecinal, movilidad rural, empleo estacional, apoyo al turismo local y promoción del consumo responsable durante todo el año.