vinetur

El alcohol pierde terreno en Francia

Las ventas caen un 0,7% y el vino tinto lidera el retroceso frente al avance de las bebidas sin alcohol

viernes 24 de abril de 2026



Las compras de alcohol en las grandes superficies de Francia bajaron un 0,7% en volumen en 2025, según datos difundidos por Stratégies. La caída afecta sobre todo al vino tinto, que retrocedió un 6,8%, mientras que el champán cedió un 4,4% y el whisky un 5,2%.

El descenso confirma un cambio en los hábitos de compra de los consumidores franceses en el canal de distribución alimentaria. Frente a esa evolución, los productos sin alcohol ganan espacio en la cesta de la compra y refuerzan una tendencia que ya se venía observando en otros mercados europeos.

La información publicada por Stratégies apunta a una presión real sobre varias categorías de bebidas alcohólicas en el retail francés. El vino tinto, que durante años ha tenido un peso central en el consumo doméstico, es uno de los productos más afectados por esta evolución.

En paralelo, las referencias sin alcohol registran avances y se benefician de una demanda más atenta a la moderación y a nuevas pautas de consumo. Ese movimiento obliga a fabricantes y distribuidores a ajustar surtido, precios y previsiones de stock para responder a un mercado más fragmentado.

El comportamiento del champán y del whisky también refleja una menor tracción en segmentos ligados al consumo festivo o a compras de mayor valor. La caída no es uniforme entre categorías, pero sí muestra una pérdida de volumen en varias bebidas que hasta ahora mantenían una posición sólida en las estanterías francesas.

Para el sector, estos datos sirven para medir cómo evoluciona la demanda en Francia y qué peso tienen ya las alternativas sin alcohol dentro del lineal. Las cadenas de distribución observan con atención estos cambios porque afectan tanto a la rotación como a la planificación comercial de las campañas de fin de año y de las promociones estacionales.