vinetur

Le beaujolais nouveau arrive après une récolte en baisse de 25 à 30 %

Les producteurs espèrent que ce rouge léger freinera le recul des ventes de 8 %, après les vagues de chaleur et la grêle qui ont endommagé les vignes

vendredi 20 novembre 2026



Le beaujolais nouveau a été mis en vente tôt jeudi 19 novembre, les producteurs misant sur le profil léger et frais du vin pour stabiliser la demande après une nouvelle année de recul des ventes et une récolte nettement réduite.

Comme le veut la tradition, le troisième jeudi de novembre, les premiers fûts ont été ouverts à minuit à Beaujeu, dans l'est de la France, au cœur du vignoble du Beaujolais et ville hôte des Sarmentelles, une fête de cinq jours liée à la sortie du vin nouveau. À Lyon, des fûts sont arrivés à bord de tracteurs anciens, avant que de jeunes vignerons ne présentent leurs nouvelles cuvées près de l'Hôtel de Ville, dans le cadre des festivités nocturnes.

Ce lancement annuel intervient à un moment difficile pour la région. Les ventes de beaujolais reculent depuis la pandémie de Covid-19, de 3 % à 5 % par an, selon la filière. En 2026, la baisse s'est accentuée pour atteindre 8 %, alors même que les producteurs défendent l'idée que le gamay, cépage du beaujolais nouveau, répond toujours à l'intérêt des consommateurs pour des vins fruités, légers et faciles à boire.

Sébastien Kargul, président d'Inter Beaujolais, a déclaré que ce style avait contribué à amortir le recul plus général de la consommation de vin. Mais les producteurs doivent faire face à un autre défi que l'affaiblissement de la demande. La récolte 2026 devrait également diminuer de 25 % à 30 %, soit une deuxième année consécutive de pertes importantes.

La baisse de la production s'explique par une succession d'aléas météorologiques qui ont touché les vignobles partout en France. Après deux années difficiles marquées par la grêle, l'été 2026 a été ponctué de vagues de chaleur répétées. Dans certains vignobles, les températures ont dépassé 104 degrés Fahrenheit, soit 40 degrés Celsius, concentrant les raisins mais réduisant les volumes.

Le vigneron Yannick De Vermont a indiqué que les rendements de ses jeunes parcelles, dont les systèmes racinaires n'étaient pas encore pleinement développés, avaient chuté de plus de 60 %. Les vendanges ont commencé dans le Beaujolais avant la mi-août, une date exceptionnellement précoce pour la région, qui s'étend de la périphérie de Lyon aux environs de Mâcon, sur la rive droite de la Saône. Le vignoble couvre environ 12 500 hectares répartis sur 85 communes.

Selon les producteurs, la chaleur a modifié le caractère des raisins autant que le volume de la récolte. Kargul a déclaré que les raisins avaient été marqués par la chaleur estivale, mais que le millésime 2026 conservait du fruit et de la fraîcheur, avec une structure tannique plus affirmée qu'à l'accoutumée pour un vin commercialisé seulement quelques semaines après les vendanges.

La France reste de loin le principal marché du beaujolais nouveau. En 2025, les consommateurs français ont acheté 9 millions des 13,8 millions de bouteilles vendues, selon la filière. À l'étranger, le Japon et les États-Unis sont restés les deux premiers importateurs. Les représentants du secteur ont également relevé des signes encourageants sur de nouveaux marchés d'Europe de l'Est et d'Asie, ce qui laisse penser que les producteurs cherchent à compenser le recul de la demande dans les pays où la consommation de vin est plus ancienne.

Les conséquences dépassent la seule région du Beaujolais. La combinaison d'une demande en baisse et d'une offre réduite pour l'un des vins français les plus connus à l'international pourrait affecter les exportateurs, les importateurs et les détaillants qui comptent sur ses ventes saisonnières, même si des volumes plus restreints pourraient soutenir certains prix. Le lancement permet aussi de mesurer la capacité des vins légers et fruités à retenir l'attention des consommateurs sur un marché mondial où la consommation globale de vin s'affaiblit.

Le beaujolais nouveau occupe depuis longtemps une place à part dans le commerce du vin, en raison de la rapidité avec laquelle il arrive dans les rayons. Sa sortie tient autant au marketing et aux festivités qu'au vin lui-même, avec des ouvertures à minuit et des ventes coordonnées en France et à l'étranger. Cette visibilité lui a donné une portée bien supérieure à la taille du vignoble, faisant des évolutions annuelles des ventes et de la production des indicateurs suivis de près par la filière des boissons.

La sortie de cette année s'est déroulée dans un contexte de pression plus générale sur la filière viticole. La production mondiale de vin devait déjà de nouveau légèrement diminuer en 2026, prolongeant une tendance observée depuis plusieurs années, alors que les chocs climatiques et l'évolution des habitudes de consommation pèsent sur les producteurs. Dans le Beaujolais, ces pressions se font désormais sentir des deux côtés

du marché : moins de bouteilles à vendre et moins d’acheteurs qu’auparavant.

La région cherche néanmoins à s’appuyer sur l’identité de son vin pour défendre sa place. Les producteurs continuent de présenter le beaujolais nouveau comme un rouge frais et accessible, marqué par le fruit, dans l’espoir que ce profil se démarquera à mesure que les consommateurs réduisent leur consommation de vins plus puissants et se montrent plus sélectifs dans leurs achats.