vinetur

Il Beaujolais nouveau arriva sul mercato dopo un calo del raccolto fino al 30%

I produttori sperano che il rosso leggero freni il calo delle vendite dell’8%, dopo i danni ai vigneti causati da caldo e grandine

venerdì 20 novembre 2026



Il Beaujolais nouveau è arrivato sul mercato nelle prime ore di giovedì 19 novembre, con i produttori che puntano sul profilo leggero e fresco del vino per stabilizzare la domanda, dopo un altro anno di vendite in calo e un raccolto sensibilmente ridotto.

Come da tradizione, il terzo giovedì di novembre, le prime botti sono state aperte a mezzanotte a Beaujeu, nella Francia orientale, cuore dei vigneti del Beaujolais e sede della festa delle Sarmentelles, un festival di cinque giorni legato all'uscita del vino novello. A Lione, le botti sono arrivate su trattori d'epoca, prima che giovani viticoltori presentassero le nuove cuvée nei pressi del municipio, durante i festeggiamenti notturni.

Il lancio annuale arriva in un momento difficile per la regione. Le vendite di Beaujolais sono in calo dalla pandemia di Covid-19, con flessioni annue comprese tra il 3% e il 5%, secondo il settore. Nel 2026 la diminuzione si è accentuata, raggiungendo l'8%, anche se i produttori sostengono che il gamay, il vitigno alla base del Beaujolais nouveau, risponda ancora all'interesse dei consumatori per vini fruttati, leggeri e facili da bere.

Sébastien Kargul, presidente dell'associazione di settore Inter Beaujolais, ha dichiarato che questo stile ha contribuito ad attutire il calo generale dei consumi di vino. La domanda più debole, tuttavia, non è l'unica sfida per i produttori. Anche il raccolto 2026 dovrebbe diminuire dal 25% al 30%, segnando il secondo anno consecutivo di perdite consistenti.

La minore produzione è il risultato di una serie di eventi meteorologici che hanno colpito i vigneti in tutta la Francia. Dopo due anni difficili segnati dalla grandine, nell'estate del 2026 si sono susseguite diverse ondate di calore. In alcuni vigneti le temperature hanno superato i 104 gradi Fahrenheit, pari a 40 gradi Celsius: le uve si sono concentrate, ma i volumi sono diminuiti.

Il viticoltore Yannick De Vermont ha affermato che le rese nei suoi appezzamenti più giovani, dove gli apparati radicali non erano ancora pienamente sviluppati, sono calate di oltre il 60%. La vendemmia nel Beaujolais è iniziata prima della metà di agosto, una data insolitamente anticipata per la regione, che si estende dalla periferia di Lione alla zona intorno a Mâcon, sulla riva destra della Saona. Il vigneto copre circa 12.500 ettari in 85 comuni.

Secondo i produttori, il caldo ha modificato le caratteristiche delle uve oltre a ridurre il raccolto. Kargul ha dichiarato che le uve risentono del caldo estivo, ma che l'annata 2026 conserva frutto e freschezza, sostenuti da una struttura tannica più marcata del

consueto per un vino commercializzato poche settimane dopo la vendemmia.

La Francia resta di gran lunga il principale mercato del Beaujolais nouveau. Nel 2025 i consumatori francesi hanno acquistato 9 milioni dei 13,8 milioni di bottiglie vendute, secondo il settore. All'estero, Giappone e Stati Uniti sono rimasti i due maggiori importatori. I rappresentanti commerciali hanno inoltre segnalato prospettive incoraggianti in mercati più recenti dell'Europa orientale e dell'Asia, segno che i produttori stanno cercando di compensare la domanda più debole nei Paesi con una più consolidata tradizione di consumo di vino.

Le conseguenze vanno oltre la sola regione del Beaujolais. La combinazione di domanda in calo e offerta ridotta per una delle uscite vinicole francesi più conosciute a livello internazionale potrebbe ripercuotersi su esportatori, importatori e rivenditori che fanno affidamento sulla spinta stagionale delle vendite del vino, anche se volumi più limitati potrebbero sostenere alcuni prezzi. Il lancio rappresenta inoltre una prova della capacità dei vini più leggeri e fruttati di mantenere l'interesse dei consumatori in un mercato globale caratterizzato da un indebolimento dei consumi complessivi di vino.

Il Beaujolais nouveau occupa da tempo un posto particolare nel commercio del vino, grazie alla rapidità con cui arriva sugli scaffali. La sua uscita è legata tanto al marketing e ai festeggiamenti quanto al vino stesso, con aperture a mezzanotte e vendite coordinate in Francia e all'estero. Questa visibilità gli ha permesso di raggiungere un pubblico molto più ampio rispetto alle dimensioni del vigneto, facendo sì che il settore delle bevande segua con attenzione le variazioni annuali di vendite e produzione.

L'uscita di quest'anno si è svolta in un contesto più ampio di difficoltà per l'industria vinicola. Già si prevedeva un ulteriore lieve calo della produzione mondiale di vino nel 2026, in continuità con la flessione degli ultimi anni, dovuta all'impatto degli eventi climatici estremi e ai cambiamenti nei modelli di consumo. Nel Beaujolais queste pressioni sono ormai visibili su entrambi i fronti del mercato: meno bottiglie da vendere e meno acquirenti rispetto al passato.

La regione cerca comunque di fare leva sull'identità del vino per difendere la propria posizione. I produttori continuano a presentare il Beaujolais nouveau come un rosso fresco e accessibile, dal forte carattere fruttato, nella speranza che questo profilo si

distingua mentre i consumatori riducono il consumo di vini più corposi e diventano più selettivi negli acquisti.