vinetur

Beaujolais nouveau chega ao mercado após uma quebra da colheita de até 30%

Os produtores esperam que o tinto leve trave a queda de 8% nas vendas, depois de vagas de calor e do granizo terem danificado vinhas em toda a região

sexta-feira, 20 de novembro de 2026



O Beaujolais nouveau chegou ao mercado na madrugada de quinta-feira, 19 de novembro, com os produtores a apostar que o perfil leve e fresco do vinho poderá ajudar a estabilizar a procura, após mais um ano de queda nas vendas e uma colheita bastante menor.

Como manda a tradição, na terceira quinta-feira de novembro, as primeiras barricas foram abertas à meia-noite em Beaujeu, no leste de França, centro da região vitícola do Beaujolais e palco das celebrações de Sarmentelles, um festival de cinco dias associado ao lançamento do vinho novo. Em Lyon, as barricas chegaram em tratores antigos, antes de jovens viticultores apresentarem as suas novas cuvées perto da Câmara Municipal, durante as festividades que se prolongaram pela noite.

O lançamento anual acontece num momento difícil para a região. As vendas de Beaujolais têm vindo a cair desde a pandemia de Covid-19, entre 3% e 5% por ano, segundo o setor. Em 2026, a quebra agravou-se para 8%, embora os produtores defendam que a gamay, a casta usada no Beaujolais nouveau, continua a corresponder ao interesse dos consumidores por vinhos frutados, de menor corpo e fáceis de beber.

Sébastien Kargul, presidente da associação interprofissional Inter Beaujolais, afirmou que este estilo ajudou a atenuar a queda mais generalizada do consumo de vinho. O desafio para os produtores, porém, não se resume à procura mais fraca. Prevê-se também que a colheita de 2026 seja 25% a 30% inferior, assinalando o segundo ano consecutivo de perdas significativas.

A menor produção resulta de uma sucessão de problemas meteorológicos que afetaram vinhas em toda a França. Depois de dois anos difíceis, marcados pelo granizo, o verão de 2026 trouxe repetidas vagas de calor. Em algumas vinhas, as temperaturas ultrapassaram os 104 graus Fahrenheit, ou 40 graus Celsius, concentrando as uvas, mas reduzindo os volumes.

O viticultor Yannick De Vermont afirmou que os rendimentos das suas parcelas mais jovens, onde os sistemas radiculares ainda não estavam totalmente desenvolvidos, caíram mais de 60%. A vindima no Beaujolais começou antes de meados de agosto, uma data invulgarmente precoce para a região, que se estende dos arredores de Lyon até à zona de Mâcon, na margem direita do rio Saône. A região vitícola abrange cerca

de 12 500 hectares em 85 municípios.

Os produtores afirmam que o calor alterou tanto o caráter da fruta como a dimensão da colheita. Kargul disse que as uvas foram marcadas pelo calor do verão, mas que a colheita de 2026 continua a apresentar fruta e frescura, beneficiando de uma estrutura tânica mais acentuada do que é habitual num vinho colocado à venda apenas algumas semanas após a vindima.

A França continua a ser, de longe, o principal mercado do Beaujolais nouveau. Em 2025, os consumidores franceses compraram 9 milhões das 13,8 milhões de garrafas vendidas, segundo o setor. No estrangeiro, o Japão e os Estados Unidos continuaram a ser os dois maiores importadores. Representantes do setor assinalaram também sinais encorajadores em mercados mais recentes da Europa de Leste e da Ásia, sugerindo que os produtores procuram compensar a menor procura nos países com tradições de consumo de vinho mais consolidadas.

O impacto vai além da própria região do Beaujolais. A combinação de uma procura em queda e de uma oferta reduzida num dos lançamentos de vinho franceses mais reconhecidos internacionalmente poderá afetar exportadores, importadores e retalhistas que dependem da campanha sazonal de vendas, ainda que volumes mais limitados possam sustentar alguns preços. O lançamento é também um teste à capacidade dos vinhos mais leves e frutados para manterem a atenção dos consumidores num mercado mundial em que o consumo global de vinho tem vindo a diminuir.

O Beaujolais nouveau ocupa há muito um lugar próprio no setor do vinho, devido à rapidez com que chega às prateleiras. O seu lançamento está tão ligado ao marketing e à celebração como ao próprio vinho, com aberturas à meia-noite e vendas coordenadas em França e no estrangeiro. Esta visibilidade deu-lhe um alcance muito superior à dimensão da região vitícola, tornando as variações anuais nas vendas e na produção objeto de atenção do setor das bebidas.

O lançamento deste ano ocorreu num contexto mais amplo de pressão sobre o setor do vinho. Já se previa que a produção mundial de vinho voltasse a diminuir ligeiramente em 2026, prolongando uma tendência de queda de vários anos, à medida que os

choques climáticos e as mudanças nos padrões de consumo afetam os produtores. No Beaujolais, estas pressões são agora visíveis nos dois lados do mercado: há menos garrafas para vender e menos compradores do que antes.

Ainda assim, a região procura usar a identidade do vinho para defender a sua posição. Os produtores continuam a apresentar o Beaujolais nouveau como um tinto fresco e acessível, de forte caráter frutado, na esperança de que esse perfil se destaque à medida que os consumidores reduzem o consumo de bebidas mais pesadas e se tornam mais seletivos nas suas compras.