vinetur

Los blancos revolucionan el mercado del vino tras multiplicar su valor un 650%

Los espumosos suben un 1.100% desde 2010 mientras los tintos cierran 2025 por debajo de ese nivel

lunes 8 de junio de 2026



Los vinos blancos y los espumosos ganan peso en el mercado secundario del vino premium de alta gama, mientras los tintos pierden terreno. Así lo indican los nuevos datos de Liv-ex, la plataforma de intercambio y análisis especializada en este

segmento, que observa un cambio de fondo en las compras desde 2010.

Según la información difundida por la firma este lunes, 8 de junio, el valor de los vinos blancos negociados en Liv-ex ha aumentado un 650% desde 2010. En el mismo periodo, los espumosos han subido un 1.100%. Frente a esa evolución, el comercio de vinos tintos se ha mantenido casi plano y, en 2025, el valor total negociado en esta categoría fue un 15,0% inferior al de 2010.

La lectura que hace Liv-ex es que no se trata de una variación puntual ni ligada solo a una campaña concreta, sino de una modificación más profunda en la forma de comprar vino premium. Durante años, el tinto ocupó la mayor parte del mercado secundario, pero los compradores reparten ahora más sus inversiones entre otras categorías.

La plataforma señala además que los blancos han mostrado una mayor capacidad para mantener niveles estables de negociación en los últimos periodos de incertidumbre del mercado. En el caso de los espumosos, el comportamiento ha sido distinto. Esta categoría vivió una fuerte subida durante el ciclo alcista asociado a la pandemia y después registró una corrección. Los blancos, en cambio, tuvieron un pico menos acusado y han conservado una demanda alta durante la bajada posterior del mercado.

Dentro del avance de los blancos, Borgoña ocupa la posición principal. Liv-ex explica que esta región se ha consolidado como la referencia entre los blancos negociados en su plataforma. El cambio responde a dos factores: por un lado, ha aumentado el volumen de compraventa de blancos de Borgoña con precios más bajos; por otro, la parte alta del mercado ha mantenido una estabilidad relativa en precios.

La comparación con Burdeos ayuda a medir ese giro. Desde 2011, el valor del vino blanco de Burdeos negociado en Liv-ex ha caído un 17,6%. Esa bajada ha permitido que Borgoña supere a Burdeos como principal categoría de vino blanco por valor dentro del mercado analizado por la firma.

Liv-ex vincula este movimiento tanto a las nuevas preferencias de los compradores como al mayor peso de las decisiones apoyadas en datos. A medida que los precios y la liquidez del blanco de Borgoña han aumentado, parte de la demanda se ha desplazado desde Burdeos hacia esa región francesa.

Sophia Gilmour, analista de mercado de Liv-ex, explica que una parte del cambio puede estar relacionada con los tiempos de consumo. “En general, los vinos blancos están listos para beber antes que los tintos. El giro hacia los blancos puede tener tanto que ver con un cambio en los hábitos de compra como con un cambio en los hábitos de consumo”, señala.

Gilmour añade que muchos compradores de vino premium tenían antes paciencia y espacio para guardar botellas durante diez años o más, pero ahora una proporción mayor compra con intención de beber antes. En ese escenario, los blancos de Borgoña encajan mejor con esa demanda.

Sobre Burdeos blanco, la analista indica que existe un número cada vez mayor de vinos de alta calidad, pero considera que las mejores referencias siguen siendo caras y pueden no tener el mismo reconocimiento comercial que Borgoña entre parte del público comprador.

En cuanto al champán, Liv-ex apunta que su trayectoria tiene rasgos propios, aunque comparte una lógica parecida. Se trata de un vino que a menudo se compra para abrirlo en un plazo más corto. Eso ha ayudado a mantener su demanda durante una fase bajista en la que muchos comerciantes han mostrado menos disposición o menos capacidad para asumir existencias.

Los datos publicados por Liv-ex llegan en un momento en el que el mercado del vino de alta gama opera con compras más selectivas. En ese escenario, la firma defiende el valor de contar con información precisa y actualizada para seguir la evolución por categorías y regiones y para medir dónde se mantiene la actividad con más regularidad a lo largo del tiempo.

La evolución recogida por la plataforma apunta así a un cambio claro dentro del vino de lujo: los compradores no solo buscan valor o prestigio, sino también botellas con horizontes de consumo más cortos y con mayor facilidad para moverse en el mercado secundario.