vinetur

Borgoña exporta más botellas con menor ingreso medio por unidad

El valor cayó un 2,4% hasta 1.630 millones por el mayor peso del Crémant frente al tinto

miércoles 7 de octubre de 2026



Borgoña cerró los doce meses terminados en julio de 2026 con una señal doble: exportó más botellas, pero ingresó menos dinero. Los datos del Comité des Vins de Bourgogne sitúan las ventas al exterior en más de 100,2 millones de botellas de 750 ml, un 2,3% más que en el periodo anterior, mientras que el valor bajó un 2,4%, hasta 1.630 millones de euros.

A partir de esas dos magnitudes, el valor medio implícito ronda los 16,3 euros por botella, alrededor de un 4,6% menos que un año antes. Esa cifra sale de dividir el valor total entre el volumen exportado y no equivale a un precio directo de mercado. Puede recoger cambios en los países compradores, en las añadas y en el peso de cada denominación dentro del conjunto exportado.

La evolución apunta además a un cambio de mezcla dentro de la propia Borgoña. El aumento de botellas no va acompañado de más valor, lo que sugiere un mayor peso de categorías o destinos con menor ingreso medio por unidad. Esa lectura encaja con el avance del espumoso y con la pérdida de terreno del tinto.

En el conjunto del mercado borgoñón, el vino tranquilo perdió volumen. Sus ventas descendieron un 1,3%, hasta 166 millones de botellas, unas 2,2 millones menos. El Crémant compensó buena parte de ese retroceso y dejó el total casi sin cambios: con el espumoso incluido, el volumen subió un 0,05% y quedó cerca de 200 millones de botellas.

El ajuste se concentra en el tinto. Las ventas de esta categoría cayeron un 4,9% y, dentro de ella, los Grand Cru tintos de Côte-d’Or bajaron un 12%. Los blancos, en cambio, avanzaron un 0,4% y alcanzaron 116 millones de botellas. El Crémant fue la categoría con mejor comportamiento, con un alza del 6,5%.

Ese avance del espumoso también cambia la composición del mercado. Su cuota ha pasado del 12% en 2021 al 17% en los doce meses cerrados en julio, cinco puntos más. La comparación muestra que una parte mayor del volumen borgoñón procede ahora de una categoría que gana espacio dentro y fuera de la región.

La evolución por países va en la misma línea. Estados Unidos redujo sus compras un 21,2% en valor y se quedó en 292,4 millones de euros. Reino Unido subió un 3%, hasta 243,37 millones. Italia registró una mejora del 21,1% en valor y del 15,4% en volumen. La caída del mercado estadounidense coincide así con el descenso del valor exportado, mientras otros destinos aportan más botellas o más facturación, pero no lo suficiente para compensarlo por completo.

Las existencias bajaron un 2,3%, aunque el reparto por color sigue siendo desigual. Los blancos equivalen a algo más de un año de ventas, mientras que los tintos representan casi dos años. En el negocio del vino, esa diferencia suele influir en la velocidad de salida de cada categoría y en el tipo de mezcla comercial que llega a los mercados.