vinetur

El informe Power 100 detecta el inicio de la recuperación en el vino de lujo

El informe de Liv-ex refleja tres meses consecutivos de recuperación y mayor confianza entre compradores internacionales

miércoles 7 de enero de 2026



El informe anual Power 100 de Liv-ex, publicado este mes de enero, muestra señales de estabilidad en el mercado secundario de vinos de lujo tras un periodo complicado. El estudio, que clasifica las marcas más influyentes según su comportamiento en precios,

volumen y valor de transacciones, refleja un cambio en la actitud de los compradores y una leve recuperación en los principales índices del sector.

Durante 2024, el mercado experimentó una caída prolongada, agravada por una campaña En Primeur poco exitosa y la retirada de compradores estadounidenses. Esta situación provocó descensos en los precios y afectó a muchas empresas del sector. Sin embargo, desde el tercer trimestre de 2025, los índices Liv-ex han registrado tres meses consecutivos al alza. Este repunte ha ido acompañado de un aumento en el número de marcas con subidas de precio: 35 frente a las 11 del año anterior. El interés de los compradores ha pasado de la preocupación por el final de la caída a la búsqueda activa de oportunidades.

Cheval Blanc ha alcanzado el primer puesto del Power 100 tras subir nueve posiciones. Su estrategia de precios estables y controlados le ha permitido ganar confianza entre los compradores y mantener su valor en un entorno marcado por la desconfianza hacia Burdeos. San Guido, impulsado principalmente por Sassicaia, ocupa el segundo lugar y refuerza la posición de los Super Toscanos como marcas fiables y con demanda diversificada.

Rayas, procedente del Ródano, ha protagonizado uno de los ascensos más notables al escalar 49 puestos hasta situarse quinto. Este avance se debe a una recuperación en sus precios tras dos años difíciles y a un volumen importante de transacciones. En cuanto a Champagne, la región iguala su mejor registro histórico con nueve marcas presentes en el ranking, entre ellas Selosse y Salon. Krug lidera entre las casas de Champagne gracias a una ligera subida media en sus precios.

Burdeos mantiene su peso en el mercado aunque con cambios internos. Cheval Blanc se impone como ejemplo de gestión prudente frente a otras bodegas que elevaron sus precios durante años favorables y ahora sufren las consecuencias. Yquem también figura entre las diez primeras posiciones pese al descenso generalizado en la demanda de vinos dulces. La Conseillante ha subido 89 puestos gracias a una política similar de precios moderados.

Algunas casas tradicionales como Pontet-Canet y Leoville Barton han salido del Power 100 este año. Otras como Pavie y Angelus han perdido posiciones tras haber incrementado sus precios tras su reclasificación en 2012. Petrus, Le Pin y Lafleur han mejorado su posición no por subidas en sus precios —que siguen bajando— sino por un mayor volumen y valor comercializado.

En Borgoña, la presencia es más volátil: diez marcas han salido del ranking mientras que nueve han entrado. Las nuevas incorporaciones se concentran sobre todo en vinos considerados “de gama media” dentro del segmento borgoñón, con precios inferiores a 2.000 libras por caja estándar. El mercado parece inclinarse cada vez más hacia vinos pensados para ser consumidos y no solo para inversión.

Italia mantiene su fortaleza gracias a los Super Toscanos. San Guido ha subido al segundo puesto general impulsado por Sassicaia, que junto a Ornellaia, Masseto, Tignanello y Solaia sigue siendo muy demandado. Por el contrario, productores tradicionales de Chianti y Brunello han perdido presencia debido principalmente a la menor demanda estadounidense.

En Champagne, Krug encabeza la lista regional seguido por Dom Perignon, que figura como la marca más comercializada por volumen y cuarta por valor total negociado. La entrada de Selosse y Salon eleva a nueve el número total de casas champenoises presentes este año.

Fuera del eje tradicional europeo, Vega Sicilia ha descendido desde el primer puesto logrado en 2024 hasta el decimosexto lugar actual. La marca española ha sufrido especialmente por los aranceles estadounidenses; aunque Unico y Alion mantienen un buen ritmo comercializador, los precios se han mantenido estables sin avances significativos.

Opus One lidera entre los vinos californianos ocupando la novena posición general. Aunque su añada 2021 ha visto bajar sus precios iniciales tras el lanzamiento, otras añadas han mostrado estabilidad e incluso ligeros incrementos medios.

El informe concluye que las marcas mejor posicionadas este año son aquellas que ofrecen precios razonables, buena liquidez y reputación consolidada. El exceso de existencias sigue siendo un problema pendiente pero hay mayor confianza en que se

irá resolviendo conforme avance el año. Los datos sugieren que el mercado está encontrando nuevos equilibrios tras un periodo marcado por caídas abruptas y cambios en las preferencias internacionales.