vinetur

El mercado del vino de Burdeos recupera la confianza tras años de incertidumbre

La percepción positiva crece entre profesionales y los precios muestran mayor transparencia antes de la campaña en primeur 2025

miércoles 1 de abril de 2026



El mercado del vino de Burdeos muestra señales de recuperación tras un periodo complicado. Así lo indica el informe “Bordeaux 2.0” elaborado por el portal especializado Wine Lister, publicado en las últimas horas. El estudio se ha realizado antes de la Semaine des Primeurs 2026, que tendrá lugar en Burdeos del 20 al 23 de abril, y analiza la situación de los vinos más reconocidos de la región.

Wine Lister ha examinado una muestra de 134 vinos de Burdeos y ha entrevistado a más de 70 profesionales del sector, entre empresarios, directivos y figuras clave del comercio internacional del vino. Según los datos recogidos, la confianza en los vinos de Burdeos ha subido ligeramente respecto al año anterior. La puntuación media de confianza ha pasado de 5,9 a 6,4 sobre 10, superando también el dato registrado en 2024, que fue de 6,2.

De los vinos analizados, solo ocho han recibido una valoración negativa y con diferencias mínimas. En cambio, 117 han mejorado su percepción en el mercado. Château Ausone es el que más ha incrementado su puntuación, con una subida de 1,5 puntos. Entre los quince vinos mejor valorados figuran nombres conocidos como Petrus (9,1 puntos), Cheval Blanc, Lafite Rothschild, Margaux o Château d’Yquem.

El informe señala que lo que más influye en la elección de un château por parte del sector profesional es la historia personal detrás de la bodega. Así lo indican 42 respuestas. Otros factores importantes son la clasificación dentro del sistema bordelés (40 respuestas), la trayectoria y continuidad empresarial (39), el viñedo o territorio (37) y la filosofía o estilo productivo (33). En cambio, aspectos como la versatilidad para maridar con comida o el potencial de envejecimiento reciben menos atención (18 respuestas). Las prácticas sostenibles en el viñedo solo son mencionadas por 14 personas y las puntuaciones otorgadas por críticos apenas interesan a cinco encuestados.

El estudio también recoge las estrategias que pueden ayudar a los châteaux a conectar mejor con el consumidor actual. El marketing basado en experiencias recibe 35 menciones y las actividades relacionadas con el enoturismo suman otras 33. La claridad en el estilo del vino y la comunicación digital también aparecen entre las prioridades.

En cuanto a las características que los vinos de Burdeos deben mantener según los profesionales consultados, la principal es la capacidad para expresar claramente la identidad del territorio y la denominación (53 respuestas). Le siguen la identidad propia de cada añada (38) y la regularidad en la calidad entre diferentes cosechas (35). La conservación de las variedades tradicionales del ensamblaje bordelés —como Cabernet Franc, Cabernet Sauvignon y Merlot— obtiene 23 menciones. El potencial para un largo envejecimiento es señalado por 22 personas.

El informe refleja además una tendencia hacia vinos que puedan disfrutarse jóvenes y con menor extracción, algo que responde a las preferencias actuales del consumidor. Así lo indican 49 respuestas para vinos listos para beber pronto y 36 para estilos más ligeros.

En relación a los precios internacionales, Wine Lister observa diferencias notables entre mercados. Los precios medios mundiales son un 45% superiores a los mínimos disponibles. Sin embargo, con una mayor transparencia en los precios gracias a internet y plataformas especializadas, ya no solo los coleccionistas experimentados acceden a esta información. Según Wine Lister, los precios mínimos disponibles en Reino Unido reflejan mejor el valor real del mercado.

La añada 2021 sigue siendo la más afectada por bajadas de precio: los mínimos han caído un 27% respecto al precio inicial en primeur. Además, su revalorización media mundial es solo del 14%, frente al 17% registrado por la añada 2022 y al 27% alcanzado por la cosecha de 2020. Las añadas más recientes —la 2023 ya embotellada y la 2024 aún sin embotellar— mantienen precios cercanos a los iniciales: -4% y 0% respectivamente para los mínimos en Reino Unido.

Estos datos muestran cómo evoluciona el mercado justo antes del inicio de la campaña en primeur para la añada 2025 en Burdeos. El sector sigue atento a estos movimientos para conocer cómo responderán tanto productores como consumidores ante las nuevas tendencias y precios.