vinetur

¿Puede Burdeos salvar En Primeur?

Liv-ex advierte de que la campaña 2025 depende de precios más ajustados al mercado secundario

miércoles 15 de abril de 2026



Liv-ex ha publicado su informe de apertura sobre Bordeaux En Primeur 2025 y sitúa la campaña en un momento delicado. La firma británica, especializada en datos y comercio de vino de alta gama, sostiene que el sistema sigue siendo el evento anual más seguido del sector, pero también advierte de que su continuidad depende de que las bodegas ajusten mejor sus precios a la realidad del mercado.

El análisis parte de una idea clara: los precios de salida han caído después de varias campañas y eso ha dejado a coleccionistas, comerciantes y négociants con dudas sobre el papel que sigue jugando En Primeur. Según Liv-ex, el problema no es solo la bajada posterior de las cotizaciones, sino la pérdida de confianza acumulada tras varios años en los que muchos compradores han visto cómo sus botellas perdían valor poco después de la compra.

La consultora recuerda que En Primeur nació para dar liquidez a los châteaux antes del embotellado, pero con el tiempo ha pasado a cumplir otra función: reunir al comercio y a los compradores en torno a una misma campaña. Aun así, el informe señala que esa relación se ha debilitado. El año pasado, las ventas a coleccionistas cayeron con fuerza y varios miembros de Liv-ex comunicaron descensos superiores al 50%.

Ese retroceso se produjo incluso después de intentos de algunas bodegas por rebajar precios. Para Liv-ex, eso muestra una grieta más profunda en el sistema. La firma considera que no basta con bajar respecto a la añada anterior si el mercado secundario ya ha corregido antes. También apunta que ignorar las añadas maduras más baratas disponibles en el mercado ha alejado a compradores habituales.

El informe insiste en que el precio sigue siendo el factor principal. La historia, el prestigio y la imagen de Burdeos pesan, pero no sustituyen una política comercial convincente. Cuando En Primeur funciona bien, dice Liv-ex, ofrece oportunidades reales y mantiene activa la conversación entre productores, intermediarios y clientes. Pero para ello hace falta que la compra resulte atractiva desde el primer momento.

En esta campaña pesa además otro elemento: la cosecha 2025 llega con menor volumen por el estrés hídrico. A falta de los informes oficiales sobre rendimientos y evolución del ciclo vegetativo, Liv-ex da por hecho que habrá menos vino disponible. Eso puede empujar a algunas bodegas a subir precios si reciben buenas puntuaciones, aunque la firma advierte de que un movimiento mal calculado puede dejar esas botellas junto a las cuatro añadas anteriores todavía sin salida clara en almacenes.

La lectura del mercado secundario tampoco ayuda a una subida rápida. Tras tres años seguidos de caídas, Liv-ex ve señales de estabilización. El índice Burgundy 150 se mueve cerca de su máximo de 2018, Champagne 50 vuelve a su tendencia de largo

plazo y Bordeaux 500 se sitúa por encima de los picos registrados entre 2012 y 2014. Para la consultora, Bordeaux 500 parece entrar en una fase lateral, parecida a la que siguió a las añadas 2009 y 2010, cuando los precios tardaron tiempo en recomponerse tras lanzamientos muy altos.

En ese escenario, Liv-ex cree más probable una etapa de estabilidad que una subida rápida. El índice Bordeaux 500 sale poco a poco de terreno técnico de sobreventa y eso suele favorecer movimientos más contenidos. La firma interpreta este punto como una oportunidad para reconstruir confianza antes que para forzar nuevas alzas.

Burdeos sigue siendo la región más importante del mercado secundario. Aun así, su peso se ha reducido con los años. Entre 2010 y 2021 perdió cuota de forma constante y en los últimos cuatro años se ha movido entre el 30% y el 40% del valor negociado. En los primeros años dos mil, una cuota semanal del 80% era habitual; ahora superar el 40% ya llama la atención.

Los datos sobre búsquedas y compras apuntan también a cambios por países. Wine-Searcher detecta un aumento reciente de consultas desde Estados Unidos sobre Burdeos. En paralelo, las compras estadounidenses han subido algo en los últimos seis meses, aunque siguen por debajo de los niveles vistos al inicio de 2025. En conjunto, las cifras muestran menos actividad comercial en casi todas las geografías compradoras respecto al mismo tramo del año anterior.

El caso estadounidense merece atención por otro motivo: los aranceles siguen pesando sobre las decisiones de compra. Liv-ex señala que el gravamen del 15% permite cierta planificación para vino físico ya embotellado, pero añade que En Primeur introduce un riesgo adicional porque obliga a pagar antes por un producto cuya entrega llegará mucho más tarde. Por esa razón, la firma ve poco probable un regreso fuerte del comprador estadounidense a esta campaña.

También influye el tipo de cambio. La debilidad del euro frente a la libra esterlina y el dólar mejora la posición exportadora francesa porque aumenta el poder adquisitivo de los socios comerciales fuera de la zona euro. Si el Banco de Inglaterra mantiene tipos mientras el Banco Central Europeo sigue recortándolos, esa diferencia podría reforzar aún más la libra frente al dólar y favorecer algunas operaciones desde Reino Unido.

Liv-ex dedica parte del informe a las añadas recientes y pone como ejemplo Lafite Rothschild. Desde abril de 2025, su índice de precio ha bajado un 2,8%. Además, su volumen negociado cayó un 14,1% en 2025 respecto a 2024 por valor. El château representó entonces el 34,8% del valor negociado dentro de Pauillac y ocupó el puesto 19 en el Power 100 de Liv-ex, doce posiciones mejor que un año antes.

La conclusión operativa del informe es clara: si Burdeos quiere sostener En Primeur necesita ajustar sus precios al nivel actual del mercado secundario y no al recuerdo de campañas anteriores más favorables. Las botellas con correcciones prolongadas empiezan a atraer interés otra vez, pero ese interés no será automático si las nuevas salidas llegan con tarifas alejadas de lo que hoy acepta el comprador.

Liv-ex presenta así una campaña marcada por dos fuerzas opuestas: una mejora lenta del mercado general y una desconfianza todavía visible hacia En Primeur. Las bodegas tendrán margen para intentar recuperar valor si reciben buenas críticas sobre la añada 2025, pero también saben que cualquier subida mal medida puede dejar otra vez muchas referencias sin salida clara entre distribuidores y coleccionistas.