vinetur

Burdeos recupera confianza, pero el en primeur sigue bajo presión

Los vinos recientes caen de precio y solo siete referencias suben desde su lanzamiento

viernes 17 de abril de 2026



La confianza del comercio en Burdeos ha mejorado en los últimos meses, pero la evolución de los precios de sus vinos recientes sigue lastrando la campaña de en primeur. Así lo recoge Bordeaux 2.0, el estudio anual de Wine Lister, que analiza 134 vinos de la región y reúne además las opiniones de 74 directivos del sector del vino fino.

El informe sitúa la confianza media del comercio en 6,4 sobre 10, frente al 5,9 del año anterior y por encima del 6,2 registrado en 2024. La mejora se aprecia también en los vinos analizados: en 117 de los 134 casos la percepción comercial ha subido, mientras que solo en ocho ha bajado. En 14 vinos el avance supera un punto.

Wine Lister interpreta parte de esas caídas como una corrección tras varios años de fuerte interés por algunas propiedades. Entre los dos vinos del top 50 que pierden confianza figuran Château Les Carmes Haut-Brion y Château Montrose, dos nombres que habían ganado mucho impulso en campañas anteriores.

La lectura cambia cuando el estudio pasa a los precios. La firma ha comparado las cinco últimas campañas de en primeur, correspondientes a las añadas 2020 a 2024, con datos de mercado al consumidor obtenidos a través de Wine Decider Pro. El análisis toma como referencia los precios más bajos disponibles en Reino Unido y también los precios medios internacionales, que son un 45% más altos de media.

Los resultados son débiles para Burdeos. La añada 2021 es la más castigada, con una caída media del 27% respecto al precio de salida en primeur. La de 2020 baja un 19% y la de 2022 un 17%. Las añadas más recientes muestran una evolución algo mejor: la de 2023 cotiza un 4% por debajo del precio inicial y la de 2024 se mantiene estable.

En el conjunto de los 118 vinos para los que el estudio dispone de datos fiables, el precio medio ha bajado un 13% desde su lanzamiento en primeur. Solo siete referencias han subido de valor. Entre las peores evoluciones figuran Le Clarence de Haut-Brion, con un -25%, y Bélair-Monange y La Mission Haut-Brion, ambas con un -26%.

El informe también recoge qué puede hacer Burdeos para recuperar terreno. Entre las respuestas del comercio aparecen vinos más fáciles de beber jóvenes, con menos extracción y menos madera perceptible. También se menciona el peso del marketing experiencial y del enoturismo, entendido como una vía para acercar las propiedades a compradores y consumidores.

Wine Lister señala que esa relación entre bodegas y público gana peso en un momento en el que el mercado pide más contacto directo con las marcas. El estudio añade que muchas casas ya han incorporado ese tipo de mensajes a su comunicación comercial.

La conclusión que deja el informe es clara: Burdeos ha recuperado parte de la confianza perdida, pero sigue teniendo por delante una tarea compleja para convencer al mercado de que el sistema en primeur sigue teniendo sentido. Las próximas semanas servirán para medir si esa mejora de percepción se traduce también en ventas y precios más firmes.