vinetur

Por primera vez el prosecco supera al champagne en los supermercados franceses

La ventaja del espumoso italiano refleja el peso del precio y del spritz en el mercado francés

domingo 15 de noviembre de 2026



El prosecco ha superado por primera vez al champagne en volumen de ventas en los supermercados e hipermercados franceses. Los datos de Circana sitúan en 25,3 millones las botellas de prosecco vendidas en los doce meses transcurridos entre julio

de 2025 y julio de 2026, frente a 25,2 millones de botellas de champagne en el mismo periodo.

La diferencia es mínima, de apenas 100.000 botellas, pero el cambio tiene valor simbólico porque se produce en Francia, el país que da nombre al champagne y uno de los mercados más observados por el sector del vino. La comparación, además, se limita a la gran distribución y no describe por sí sola todo el consumo francés de espumosos.

Parte de la explicación está en el precio. Desde 2019, el precio medio de una botella de champagne ha subido un 17% hasta los 21 euros, mientras que el de una botella de prosecco ha aumentado un 5% hasta los 5,30 euros. Eso deja al espumoso italiano en torno a una cuarta parte del precio medio del champagne.

Ese diferencial coincide con un mejor momento comercial para los espumosos en Francia. Las ventas de esta categoría en bares y restaurantes subieron un 6,3% en 2025, mientras que las de vino tranquilo bajaron un 5%. En ese escenario, las referencias con precios más bajos tienen más opciones de entrar en la cesta de la compra y también en el consumo fuera del hogar.

A ello se suma el peso del spritz, un combinado en el que el prosecco es una base habitual y que ha ganado espacio en Francia. El tirón de ese tipo de consumo ayuda a entender por qué el espumoso del Véneto amplía su presencia no solo como vino para celebraciones, sino también como producto ligado al aperitivo y a una ocasión de compra más frecuente.

Los productores italianos confían en que este avance del prosecco sirva también de puerta de entrada para otros vinos de su país en el mercado francés. Esa expectativa estuvo presente en la edición de febrero de Wine Paris, donde participaron 200 productores italianos, un 60% más que en 2025.

Para el sector de bebidas, el dato va más allá del pulso entre dos espumosos. Apunta a un cambio en los hábitos de compra en un mercado europeo de referencia, donde el precio, el uso en combinados y la rotación en gran distribución pueden pesar cada vez más en la elección del consumidor. También puede influir en el surtido de los supermercados y en la forma en que bodegas y distribuidores planteen su presencia en Francia durante los próximos meses.