vinetur

Le Prosecco a vendu plus de bouteilles que le Champagne dans les supermarchés français

Selon Circana, 25,31 millions de bouteilles ont été vendues en 12 mois jusqu’en juillet 2026, le Prosecco devançant le Champagne grâce à des prix plus bas

vendredi 20 novembre 2026



Le Prosecco a vendu légèrement plus de bouteilles que le Champagne dans les supermarchés français au cours des 12 mois jusqu'en juillet 2026, selon les données de Circana publiées jeudi 19 novembre. Un résultat qui marque un tournant notable sur l'un des marchés des vins effervescents les plus importants au monde.

Le groupe d'études de marché indique que les supermarchés français ont vendu 25,31 millions de bouteilles de Prosecco sur cette période, contre 25,23 millions de bouteilles de Champagne. L'écart est faible, mais cette évolution est significative, car la France est le marché d'origine du Champagne et l'un des principaux points de référence de la catégorie.

Les chiffres, publiés dans le média professionnel français Rayons Boissons, montrent également que les deux catégories ont évolué en sens opposé sur l'année. Les volumes de vente de Champagne dans les supermarchés français ont reculé de 4,6 %, tandis que ceux du Prosecco ont progressé de 10,1 %. Sur une période plus longue, les deux catégories se sont développées en France. Circana indique que les ventes de Prosecco et de Champagne ont doublé au cours des 25 dernières années, témoignant de la progression générale de la consommation de vins effervescents. La dernière année fait toutefois apparaître des dynamiques divergentes.

Le prix semble être l'une des raisons les plus évidentes de cette évolution. Une bouteille de Champagne coûte en moyenne environ 25 €, contre 6,24 € pour une bouteille de Prosecco, selon les données citées par The Drinks Business. Le Prosecco coûte ainsi environ un quart du prix du Champagne, un écart considérable pour les ménages confrontés à une baisse de leur revenu disponible et à la hausse du coût de la vie.

Les habitudes des consommateurs évoluent également, au détriment du Champagne davantage que de certaines solutions moins coûteuses. Le rapport évoque la tendance à la modération comme un autre défi pour la catégorie. Lorsqu'ils boivent moins souvent, les consommateurs peuvent se montrer plus sélectifs dans leurs achats de produits haut de gamme. Dans ce contexte, les vins effervescents moins chers peuvent en profiter, surtout s'ils sont perçus comme faciles à boire et adaptés aux occasions informelles.

Pour le secteur des boissons, ce résultat dépasse la portée symbolique d'un vin effervescent italien qui devance le produit emblématique de la France dans les rayons des supermarchés. La France est un marché clé pour les vins effervescents, et une telle évolution pourrait inciter producteurs, importateurs et distributeurs à revoir leurs prix, leur présence en rayon, leur assortiment et leur positionnement de marque. Elle pourrait aussi accentuer la concurrence entre les catégories de vins effervescents, alors que les entreprises cherchent à préserver leurs volumes dans un contexte de consommation moins dynamique.

Ces nouvelles données sur la grande distribution s'ajoutent aux pressions plus générales qui pèsent sur le Champagne. Le Comité Champagne, l'interprofession régionale, a indiqué que les expéditions mondiales, marché français compris, avaient atteint 266 millions de bouteilles en 2025, soit 5 millions de bouteilles de moins, ou 2 %, que l'année précédente. Si l'on exclut les perturbations de 2020, lorsque les confinements liés à la Covid-19 avaient fait chuter les expéditions à 254 millions de bouteilles, il s'agissait du plus faible volume expédié en 20 ans. La filière doit également composer avec la hausse des coûts de production, les fluctuations des taux de change, les tensions géopolitiques et une demande plus faible sur certains marchés.

Dans le même temps, les résultats du Prosecco en France semblent s'inscrire dans une progression plus générale de la demande pour les boissons et les produits alimentaires italiens. Des statistiques de FranceAgriMer citées par The Drinks Business indiquent que les vins effervescents italiens sont de plus en plus présents, non seulement dans les supermarchés, mais aussi dans les bistrots, restaurants et bars français. Cela laisse penser que la croissance de la catégorie ne se limite pas à la consommation à domicile.

La tendance se retrouve aussi dans les données commerciales. Alors que les exportations italiennes de vin dans leur ensemble sont en baisse, celles de vins effervescents résistent davantage : elles ont progressé de 0,4 % au premier semestre 2026, selon des chiffres publiés précédemment par le média. Cette hausse modeste laisse penser que les vins effervescents ont mieux résisté que les autres segments du secteur viticole italien, malgré le recul général des exportations.

Emily Mayer, directrice de la recherche chez Circana France, a déclaré que les produits italiens séduisaient de plus en plus de consommateurs dans plusieurs catégories alimentaires et de boissons. Depuis 2022, a-t-elle indiqué, les volumes de vente de limoncello en France ont augmenté de 70 %, tandis que les ventes de préparations pour spritz et de spritz prêts à boire ont progressé de 26 %. Elle a également souligné la hausse des ventes de produits alimentaires italiens au cours de l'année écoulée, notamment le pesto (+15 %), les pâtes tréfilées au bronze (+34 %), la mozzarella (+6 %) et les gressins (+4 %). Citée par WineNews, Emily Mayer a déclaré que l'Italie était bien placée pour répondre à plusieurs attentes des consommateurs français, notamment le plaisir, la convivialité et l'accessibilité des prix.

Cette évolution plus générale aide à comprendre pourquoi la progression du Prosecco en France pourrait dépasser le simple résultat d'une année dans les supermarchés. Les derniers chiffres suggèrent que la baisse des prix, l'évolution des habitudes et l'attrait croissant des occasions de consommation à l'italienne redessinent la concurrence dans le secteur des vins effervescents, y compris sur un marché depuis longtemps associé au Champagne.