vinetur

Nei supermercati francesi il Prosecco ha venduto più dello Champagne

Secondo un’associazione italiana, il risultato nei 12 mesi fino a luglio 2026 segnala un cambiamento nei gusti del mercato d’origine dello Champagne

lunedì 16 novembre 2026



Nei 12 mesi conclusi a luglio 2026, il Prosecco ha venduto più dello Champagne nei supermercati e negli ipermercati francesi, secondo i dati citati lunedì 16 novembre da Angelo Radica, presidente dell'Associazione Nazionale Città del Vino.

In una dichiarazione diffusa dall'associazione, Radica ha affermato che il risultato indica un cambiamento nelle abitudini di consumo in Francia, patria dello Champagne. Ha definito la performance del Prosecco motivo di orgoglio per l'area di Conegliano e Valdobbiadene, centro storico di una delle bollicine italiane più note.

L'associazione, nota in Italia come Città del Vino, rappresenta oltre 500 comuni con una tradizione vitivinicola. Nella dichiarazione, Radica ha detto che i dati sono abbastanza significativi da mettere in discussione le convinzioni consolidate sulle abitudini d'acquisto dei francesi. Ha sostenuto che la crescita del Prosecco riflette la forza di un prodotto capace di adattarsi a nuove modalità di consumo, anche in un Paese da lungo tempo identificato con lo Champagne.

La dichiarazione non riportava i dati di vendita complessivi, le quote di mercato né la fonte delle cifre. Si riferiva inoltre specificamente alla grande distribuzione, categoria che in genere comprende supermercati e ipermercati, e non all'intero mercato vinicolo francese. Il confronto potrebbe quindi non includere ristoranti, bar, hotel o enoteche specializzate, dove le dinamiche di vendita possono differire nettamente da quelle delle catene della grande distribuzione.

La notizia ha comunque un'importanza simbolica perché riguarda la Francia, un mercato in cui lo Champagne ha un forte peso culturale e commerciale. Per i produttori italiani, qualsiasi segnale che il Prosecco stia conquistando spazio sugli scaffali e interesse da parte dei consumatori in quel Paese è destinato a essere considerato un importante indicatore commerciale.

Radica ha collegato questo successo al territorio di Conegliano e Valdobbiadene, in Veneto, ampiamente associato alla produzione di Prosecco di alta gamma. Ha affermato che l'identità e la reputazione internazionale dell'area hanno contribuito alla crescita del vino. Le Colline del Prosecco di Conegliano e Valdobbiadene sono state inserite nella lista del Patrimonio mondiale dell'UNESCO nel 2019.

Nella stessa dichiarazione, Radica ha detto che l’associazione è lieta di sostenere la crescita costante dell’area dopo averla scelta, insieme al territorio del Vulture, in Basilicata, per il programma Città Italiana del Vino 2026 e 2027. Il programma serve a valorizzare le regioni vitivinicole e a promuovere turismo, cultura locale e produzione agricola.

Negli ultimi due decenni il Prosecco è diventato uno dei vini italiani più visibili sui mercati internazionali, grazie all’ampia domanda di spumanti in diverse fasce di prezzo. La sua crescita è stata spesso ricondotta alla facilità di beva, a prezzi medi inferiori rispetto allo Champagne e a una forte distribuzione nei mercati esteri della grande distribuzione. La dichiarazione di Città del Vino non affrontava direttamente questi fattori, ma Radica ha affermato che l’ascesa del Prosecco si fonda sulla sua capacità di rispondere alle nuove preferenze dei consumatori.

La dichiarazione non riportava commenti dei produttori francesi di Champagne né delle associazioni di settore. L’annuncio si concentrava invece su quello che l’associazione considera un traguardo per il vino italiano in un mercato tradizionalmente ritenuto difficile per un’etichetta spumantistica straniera.