vinetur

Prosecco vendeu mais do que champanhe nos supermercados franceses pelo segundo ano consecutivo

As vendas de champanhe caíram 4,6% em 2026, depois de o preço médio por garrafa ter ultrapassado os 25 euros, cerca de quatro vezes o do prosecco

terça-feira, 10 de novembro de 2026



Os consumidores franceses estão a comprar mais prosecco do que champanhe nos supermercados, uma mudança que aponta para uma pressão crescente sobre os preços na secção de vinhos espumantes, embora o champanhe continue a ser o espumante mais prestigiado do país.

Numa reportagem publicada na segunda-feira, 9 de novembro, a TF1 Info afirmou que o prosecco ultrapassou por uma pequena margem o champanhe nos supermercados franceses, assinalando o segundo ano consecutivo em que o espumante italiano vendeu mais do que a categoria francesa neste canal. A diferença é reduzida, cerca de 80 000 garrafas, mas os números de vendas revelam uma mudança mais ampla nos hábitos de compra das famílias.

A TF1 Info noticiou que, em 2026, foram vendidas 25,23 milhões de garrafas de champanhe nos supermercados franceses, menos 4,6% do que no ano anterior. Em contrapartida, o prosecco cresceu mais de 10% e ultrapassou ligeiramente o champanhe no total de garrafas vendidas.

O principal fator parece ser o preço. A TF1 Info afirmou que uma garrafa de champanhe custa, em média, mais de 25 euros, cerca de quatro vezes o preço de uma garrafa de prosecco. Nas entrevistas citadas pela estação, os consumidores continuaram a apontar o champanhe como a bebida preferida. Alguns consideraram-no a escolha claramente favorita e viram o prosecco como um vinho de qualidade inferior. Mas essa preferência não se tem traduzido plenamente em compras quando os consumidores controlam o orçamento das compras de supermercado.

Emilie Mayer, responsável por uma empresa de investigação citada pela TF1 Info, afirmou que o preço mais elevado do champanhe tem um impacto significativo no valor total das compras de supermercado. Segundo disse, os consumidores franceses estão mais atentos aos gastos, mas não querem abdicar de pequenos prazeres, o que abre espaço para o prosecco substituir o champanhe em algumas ocasiões de consumo.

A mudança reflete uma tendência que já vem de há mais tempo. Segundo a TF1 Info, desde 2019 o preço médio do champanhe aumentou muito mais rapidamente do que o preço médio dos vinhos espumantes. Esta evolução alargou a diferença de preços numa altura em que muitas famílias continuam atentas às despesas do dia a dia.

Os produtores de champanhe afirmam ter pouca margem para baixar os preços. Philippe Dessertenne, diretor-geral da Champagne Nicolas Feuillatte, disse na reportagem da TF1 que os custos de produção, transporte e mão de obra aumentaram nos últimos anos. Acrescentou que o champanhe não pode ser comparado diretamente com o prosecco, uma vez que os dois produtos seguem regras e prazos de produção muito diferentes. O champanhe exige um ciclo de envelhecimento e produção muito mais longo, com um mínimo de três anos, enquanto o prosecco pode ser produzido num prazo bastante mais curto.

A mudança no mercado francês ocorre também num contexto de alterações mais amplas nos padrões de consumo de bebidas alcoólicas. A TF1 Info afirmou que a quebra nas vendas de champanhe está parcialmente associada ao menor interesse dos consumidores franceses pelo álcool. Muitos estão a optar por cocktails mais leves e doces, nos quais o prosecco é frequentemente utilizado por ser mais barato.

Esta combinação de preço, formato e mudança nas ocasiões de consumo é relevante para além das duas categorias em causa. Para as empresas de vinhos e outras bebidas, os números dos supermercados podem influenciar o posicionamento dos produtos, a variedade disponível nas prateleiras e as estratégias promocionais, sobretudo nos vinhos espumantes que disputam consumidores que continuam a querer produtos festivos, mas a um custo inferior. Uma mudança duradoura para o prosecco nos supermercados poderá também intensificar a concorrência entre espumantes importados, alternativas francesas de vinho espumante e marcas de champanhe premium que procuram proteger o volume de vendas sem desvalorizar a sua imagem.

Os números mais recentes sugerem que o champanhe continua a dominar culturalmente em França, mas, nos supermercados, a decisão de compra é cada vez mais determinada pela relação qualidade-preço. Apesar da vantagem reduzida do prosecco, os dados mostram como as diferenças de preço podem influenciar rapidamente a procura numa categoria em que a imagem sempre teve um peso invulgarmente grande.