vinetur

Prosecco ultrapassa o champanhe nos supermercados franceses pela primeira vez

Dados da Circana indicam que, até julho de 2026, foram vendidas 25,3 milhões de garrafas de prosecco, ligeiramente acima das 25,2 milhões de garrafas de champanhe no grande retalho

domingo, 15 de novembro de 2026



Os consumidores franceses compraram mais prosecco do que champanhe nas grandes cadeias de distribuição do país nos 12 meses até julho de 2026, numa mudança simbólica num dos mercados de vinhos espumantes mais importantes do mundo.

De acordo com dados da Circana citados pelo VinAvisen no sábado, 14 de novembro, os consumidores franceses compraram 25,3 milhões de garrafas de prosecco nesse período, face a 25,2 milhões de garrafas de champanhe. A diferença foi de apenas 100 000 garrafas, mas foi a primeira vez que o espumante italiano da região do Véneto ultrapassou em volume o espumante mais conhecido de França naquele segmento do mercado.

A comparação não abrange todas as vendas de vinho em França. Refere-se ao canal dos grandes supermercados e do retalho de grande consumo do país, e não ao mercado na sua totalidade, que inclui restaurantes, lojas especializadas em vinhos e outros pontos de venda. Ainda assim, o resultado aponta para uma mudança nos hábitos dos consumidores num país há muito associado ao champanhe e deverá ser acompanhado de perto por todo o setor das bebidas, onde os produtores disputam os consumidores atentos aos preços e procuram aumentar os volumes em mercados maduros.

Os números surgem numa altura em que os vinhos espumantes estão a ter um desempenho melhor do que os vinhos tranquilos em França. O VinAvisen noticiou que as vendas de espumantes nos bares e restaurantes franceses aumentaram 6,3% em 2025, enquanto as vendas de vinhos tranquilos caíram 5%. Esta tendência mais ampla ajuda a explicar o avanço do prosecco. Os consumidores franceses estão a comprar espumantes, mas muitos optam por produtos de preços mais baixos.

O preço parece ser um fator determinante. Desde 2019, o preço médio de uma garrafa de champanhe aumentou 17%, para 21 €, segundo os dados divulgados pelo VinAvisen. No mesmo período, o preço médio de uma garrafa de prosecco subiu 5%, para 5,30 €. O prosecco custa, assim, cerca de um quarto do preço do champanhe, uma diferença suficientemente significativa para influenciar as compras do dia a dia, as reuniões com mais convidados e os retalhistas que procuram produtos de elevada rotação.

O prosecco também beneficia do seu papel nos cocktails spritz, que se tornaram populares em França e noutros mercados europeus. Este vinho é uma base habitual da bebida, o que lhe permite marcar presença não só nas vendas de vinho, mas também na tendência mais ampla dos cocktails e dos aperitivos. Para as empresas de bebidas, esta convergência é importante porque alarga o apelo do prosecco para além das ocasiões tradicionalmente associadas ao vinho e ajuda a chegar a consumidores mais jovens e menos convencionais.

Este marco nas vendas também alimentou o otimismo dos produtores italianos, que esperam que o prosecco abra caminho a um maior interesse pelos vinhos italianos em França. O VinAvisen, citando a Mulemo.com, noticiou que o melhor desempenho do prosecco levou os produtores a acreditar que o interesse dos consumidores por um espumante italiano poderá gerar maior atenção pelos vinhos italianos em geral. Esse otimismo foi visível na Wine Paris, em fevereiro de 2026, onde estiveram presentes 200 produtores italianos de vinho para apresentar os seus vinhos, mais 60% do que na edição de 2025 da feira.

O resultado não significa que o champanhe tenha perdido o seu lugar em França. Continua a ser uma das categorias de vinho mais importantes do país e um produto com forte imagem premium, regras de origem protegida e grande peso cultural. Mas os dados da Circana sugerem que, no retalho de grande volume, a procura do dia a dia está a seguir outro rumo. Os consumidores parecem cada vez mais dispostos a substituir um espumante importado mais acessível por um produto de luxo nacional quando a ocasião não exige prestígio.

Esta mudança poderá ter consequências mais amplas para produtores, importadores e retalhistas. Num mercado em que a inflação e os orçamentos familiares continuam a influenciar as decisões de compra, o avanço do prosecco mostra como o preço, a conveniência e a cultura dos cocktails podem alterar padrões de consumo há muito estabelecidos. Para as casas de champanhe, aumenta a pressão para defender os volumes no segmento de preços mais baixos, preservando ao mesmo tempo o posicionamento premium. Para os produtores italianos, é uma prova de que França, apesar da forte identidade vínica nacional, está mais recetiva aos espumantes importados quando estes correspondem aos hábitos de consumo atuais.