vinetur

Prosecco vendeu mais do que Champagne nos supermercados franceses

Uma associação italiana afirma que as vendas de Prosecco superaram as de Champagne nos supermercados franceses no ano terminado em julho de 2026

segunda-feira, 16 de novembro de 2026



O Prosecco vendeu mais do que o Champagne nos supermercados e hipermercados franceses nos 12 meses terminados em julho de 2026, segundo números citados na segunda-feira, 16 de novembro, por Angelo Radica, presidente da Associação Nacional das Cidades do Vinho de Itália.

Radica, que falou numa declaração divulgada pela associação, afirmou que o resultado aponta para uma mudança nos hábitos de consumo em França, o mercado de origem do Champagne. Descreveu o desempenho do Prosecco como motivo de orgulho para a zona de Conegliano e Valdobbiadene, centro histórico de um dos vinhos espumantes mais conhecidos de Itália.

A associação, conhecida em Itália como Città del Vino, representa mais de 500 municípios com tradição vitivinícola. Na declaração, Radica afirmou que os dados eram suficientemente expressivos para pôr em causa ideias estabelecidas sobre os hábitos de compra dos franceses. Defendeu que o crescimento do Prosecco reflete a força de um produto que se está a adaptar a novas formas de consumo, mesmo num país há muito associado ao Champagne.

A declaração não incluía os valores de vendas subjacentes, as quotas de mercado nem a fonte dos números. Referia-se especificamente à grande distribuição, uma categoria que inclui, em geral, supermercados e hipermercados, e não ao conjunto do mercado francês de vinhos. Por isso, a comparação não abrangia necessariamente restaurantes, bares, hotéis ou lojas especializadas em vinhos, onde os padrões de venda podem diferir acentuadamente dos das cadeias de retalho.

Ainda assim, a afirmação tem importância simbólica por dizer respeito a França, um mercado onde o Champagne tem grande peso cultural e comercial. Para os produtores italianos, qualquer sinal de que o Prosecco está a conquistar espaço nas prateleiras e a procura dos consumidores nesse mercado deverá ser visto como um importante indicador comercial.

Radica associou esse sucesso ao território de Conegliano e Valdobbiadene, na região do Veneto, amplamente associado à produção de Prosecco de gama alta. Afirmou que a identidade e a reputação internacional da zona contribuíram para o crescimento do vinho. As colinas de Conegliano e Valdobbiadene foram inscritas na Lista do Património

Mundial da UNESCO em 2019.

Na mesma declaração, Radica afirmou que a associação estava satisfeita por apoiar o crescimento continuado da zona, depois de a ter escolhido, juntamente com o território do Vulture, na região meridional da Basilicata, para integrar o programa Città del Vino, em 2026 e 2027. O programa é utilizado para dar visibilidade às regiões vitivinícolas e promover o turismo, a cultura local e a produção agrícola.

Nas últimas duas décadas, o Prosecco tornou-se uma das exportações de vinho mais visíveis de Itália, beneficiando de uma ampla procura internacional por vinhos espumantes em diferentes faixas de preço. O seu crescimento tem sido frequentemente associado à facilidade de consumo, a preços médios inferiores aos do Champagne e a uma forte distribuição nos mercados de retalho estrangeiros. A declaração da Città del Vino não abordou diretamente esses fatores, mas Radica afirmou que a ascensão do Prosecco assenta na sua capacidade de responder a novas preferências dos consumidores.

A declaração não incluía qualquer resposta de produtores de Champagne ou de organizações do setor em França. O anúncio centrou-se, antes, naquilo que a associação considera ser um marco para o vinho italiano num mercado tradicionalmente visto como difícil para uma marca estrangeira de espumante.