vinetur

Просекко второй год подряд продается во французских супермаркетах лучше шампанского

В 2026 году продажи шампанского снизились на 4,6%: средняя цена бутылки превысила 25 евро и оказалась примерно в четыре раза выше, чем у просекко

вторник, 10 ноября 2026 г.



Покупатели французских супермаркетов приобретают больше просекко, чем шампанского. Эта тенденция указывает на растущее ценовое давление в сегменте игристых вин, хотя шампанское сохраняет статус самого престижного игристого напитка в стране.

Как сообщило TF1 Info в опубликованном в понедельник, 9 ноября, материале, просекко с небольшим отрывом обошло шампанское во французских супермаркетах. Это второй год подряд, когда итальянское игристое вино превосходит французскую категорию по продажам в этом канале. Разрыв невелик — около 80 000 бутылок, — но данные о продажах свидетельствуют о более масштабных переменах в покупательских привычках домохозяйств.

По данным TF1 Info, в 2026 году во французских супермаркетах продали 25,23 млн бутылок шампанского — на 4,6% меньше, чем годом ранее. Продажи просекко, напротив, выросли более чем на 10%, и оно немного опередило шампанское по общему числу проданных бутылок.

Главная причина, по-видимому, — цена. TF1 Info сообщает, что бутылка шампанского стоит в среднем более 25 евро — примерно в четыре раза дороже бутылки просекко. В интервью, приведенных телеканалом, потребители по-прежнему называли шампанское предпочтительным напитком. Некоторые считали его безусловным фаворитом, а просекко — вином классом ниже. Однако при покупке продуктов предпочтения не всегда превращаются в реальные покупки: потребители следят за расходами на продукты.

Эмили Майер, руководитель исследовательской компании, которую цитирует TF1 Info, отметила, что высокая цена шампанского заметно увеличивает общую стоимость корзины в супермаркете. По ее словам, французские потребители внимательнее относятся к расходам, но не хотят отказываться от маленьких удовольствий. Поэтому в некоторых случаях просекко может заменить шампанское.

Эти перемены отражают более долгосрочную тенденцию. TF1 Info сообщает, что с 2019 года средняя цена шампанского росла значительно быстрее, чем средняя цена игристого вина. Разрыв в доступности по цене увеличился в период, когда

многие домохозяйства по-прежнему чувствительны к повседневным расходам.

Производители шампанского говорят, что у них почти нет возможности снижать цены. Филипп Дессертенн, генеральный директор Champagne Nicolas Feuillatte, заявил в репортаже TF1, что за последние годы выросли затраты на производство, транспортировку и оплату труда. Он также отметил, что напрямую сравнивать шампанское и просекко нельзя, поскольку для этих напитков действуют совершенно разные правила производства и сроки изготовления. Производство шампанского, включая выдержку, занимает гораздо больше времени — не менее трех лет, тогда как просекко можно изготовить значительно быстрее.

Изменение ситуации на французском рынке происходит на фоне более широких перемен в потреблении алкоголя. По данным TF1 Info, снижение продаж шампанского отчасти связано с падением интереса французов к алкоголю. Многие выбирают более легкие и сладкие коктейли, для которых часто используют просекко, поскольку оно дешевле.

Сочетание цены, формата и изменения поводов для употребления важно не только для двух этих категорий. Для производителей вина и других напитков данные супермаркетов могут повлиять на позиционирование продукции, ассортимент на полках и рекламную стратегию, особенно в сегменте игристых вин, где за покупателей конкурируют напитки для торжественных случаев, но по более доступной цене. Устойчивый рост популярности просекко в супермаркетах может также усилить конкуренцию между импортными игристыми винами, французскими альтернативами шампанскому и премиальными марками шампанского, стремящимися сохранить объемы продаж, не навредив своему имиджу.

Последние данные показывают, что шампанское сохраняет культурное первенство во Франции, однако в супермаркетах решение о покупке все чаще определяется соотношением цены и качества. Даже при небольшом отрыве просекко статистика демонстрирует, как быстро разница в цене может повлиять на спрос в категории, где имидж традиционно играет особенно важную роль.