vinetur

В супермаркетах Франции Prosecco продали больше бутылок, чем шампанского

По данным Circana, за 12 месяцев до июля 2026 года продали 25,31 млн бутылок Prosecco — больше, чем шампанского, на фоне изменения спроса из-за разницы в ценах

пятница, 20 ноября 2026 г.



За 12 месяцев до июля 2026 года в супермаркетах Франции продали немного больше бутылок Prosecco, чем шампанского, свидетельствуют данные Circana, опубликованные в четверг, 19 ноября. Этот результат знаменует заметный сдвиг на одном из важнейших рынков игристого вина в мире.

По данным исследовательской группы, за этот период французские супермаркеты продали 25,31 млн бутылок Prosecco против 25,23 млн бутылок шампанского. Разрыв невелик, но перемена существенна: Франция — родина шампанского и один из наиболее пристально отслеживаемых ориентиров для этой категории.

Опубликованные французским отраслевым изданием Rayons Boissons данные также показали, что за год динамика продаж двух категорий была разнонаправленной. Объем продаж шампанского во французских супермаркетах сократился на 4,6%, тогда как продажи Prosecco выросли на 10,1%. В более долгосрочной перспективе обе категории укрепили позиции во Франции. По данным Circana, за последние 25 лет продажи Prosecco и шампанского удвоились, что отражает общий рост потребления игристых вин. Однако результаты последнего года указывают на расхождение в динамике.

Одной из наиболее очевидных причин перемен, по-видимому, стала цена. Средняя бутылка шампанского стоит около €25, а Prosecco — €6,24, согласно данным, приведенным The Drinks Business. Таким образом, Prosecco обходится примерно вчетверо дешевле шампанского. Для домохозяйств, чьи располагаемые доходы снижаются, а стоимость жизни растет, это существенная разница.

Меняются и потребительские привычки, причем это сильнее сказалось на шампанском, чем на некоторых более доступных альтернативах. В отчете тенденция к умеренному потреблению названа еще одним вызовом для этой категории. Если люди пьют реже, они могут тщательнее выбирать, когда покупать премиальные продукты. В такой ситуации выигрывают более дешевые игристые вина, особенно если их считают легкими для употребления и подходящими для неформальных поводов.

Для индустрии напитков этот результат важен не только символически: итальянское игристое вино обошло на полках супермаркетов знаковый французский продукт. Франция — ключевой рынок игристого вина, и подобный сдвиг может побудить производителей, импортеров и розничных продавцов пересмотреть цены, место на полках, ассортимент и позиционирование брендов. Он также может обострить конкуренцию между категориями игристых вин, поскольку компании будут стремиться сохранить объемы продаж в условиях замедления потребительского спроса.

Новые данные о розничных продажах дополняют общую картину давления на шампанское. Comité Champagne, региональная отраслевая организация, сообщила, что мировые поставки, включая французский рынок, в 2025 году составили 266 млн бутылок — на 5 млн бутылок, или 2%, меньше, чем годом ранее. Если не учитывать спад 2020 года, когда из-за локдаунов, связанных с Covid-19, поставки сократились до 254 млн бутылок, это был минимальный объем за 20 лет. Отрасль также сталкивается с ростом производственных затрат, колебаниями валютных курсов, геополитической напряженностью и ослаблением спроса на некоторых рынках.

В то же время успех Prosecco во Франции, по-видимому, вписывается в более широкую тенденцию роста спроса на итальянские напитки и продукты питания. Статистика FranceAgriMer, приведенная The Drinks Business, свидетельствует, что итальянские игристые вина стали заметнее не только в супермаркетах, но и во французских бистро, ресторанах и барах. Это говорит о том, что рост категории не ограничивается потреблением дома.

Тенденция отражается и в данных о торговле. Хотя общий объем экспорта итальянского вина сокращается, экспорт игристых вин оказался устойчивее: в первом полугодии 2026 года он вырос на 0,4%, согласно данным, ранее опубликованным изданием. Этот небольшой прирост указывает на то, что игристые вина показали себя лучше других сегментов итальянского винного бизнеса, несмотря на ослабление экспорта в целом.

Эмили Майер, директор по исследованиям Circana France, заявила, что популярность итальянских продуктов растет в нескольких категориях еды и напитков. По ее словам, с 2022 года объем продаж лимончелло во Франции увеличился на 70%, а продажа ингредиентов для спритца и готовых напитков спритц — на 26%. Она также отметила рост продаж итальянских продуктов питания за последний год: песто — на 15%, пасты, изготовленной с помощью бронзовых матриц, — на 34%, моцареллы — на 6%, хлебных палочек — на 4%. Как сообщает WineNews, Майер сказала, что Италия хорошо отвечает сразу нескольким запросам французских потребителей: на удовольствие, общение и доступность по цене.

Эта более широкая тенденция помогает понять, почему рост продаж Prosecco во Франции может оказаться не просто разовым результатом в супермаркетах. Последние данные показывают, что конкуренцию на рынке игристого вина меняют низкие цены, перемены в привычках и растущая привлекательность итальянского стиля застолий — даже на рынке, который давно ассоциируется с шампанским.