

CONJONCTURE VIN ET CIDRE



Octobre 2023

**Volumes et prix des ventes de vins en vrac :
cumul à 52 semaines 2022/23¹**

2022/23	Volumes cumulés ² (en milliers d'hl)					
	Rouges		Rosés		Blancs	
Total VDF³	727,09	+32%	413,90	+20%	788,67	+24%
dont VDF cépages	373,12	+33%	108,33	+44%	467,05	+26%
Total IGP	2507,56	-3%	2272,01	+7%	1827,80	+28%
dont IGP cépages	2096,46	-2%	1173,71	-3%	1592,79	+30%
AOP	↘		↘		↗	

2022/23	Prix moyens cumulés ² (en €/hl)					
	Rouges		Rosés		Blancs	
Total VDF³	74,30	-13%	73,61	-15%	102,70	-5%
dont VDF cépages	82,93	-9%	80,93	-10%	109,23	-6%
Total IGP	93,02	-5%	89,62	-8%	113,05	-10%
dont IGP cépages	95,43	-4%	88,39	-7%	114,36	-11%
AOP	↘		↗		↗	

1. Évolutions par rapport à 52 semaines de campagne 2022/23 pour les IGP (pas de données concernant Pays de la Loire) et les VSIG et à 9 mois de campagne 2022/23 pour les AOP (Pas de données concernant les appellations de Bordeaux).

2. Tous millésimes confondus

3. Vin De France (SIG)

Marchés à la production

Bilan des transactions en vrac à 52 semaines de campagne 2022/23, à fin juillet 2023

Le suivi de l'activité des marchés, *via* les données provenant des contrats d'achat vrac, sur l'ensemble de la campagne 2022/23, montre une hausse globale des transactions, par rapport à la campagne 2021/22. Les données des Vins De France (SIG) et des vins IGP portent sur le cumul d'août 2022 à fin juillet 2023 (de même pour les AOP).

Les transactions pour les Vins De France (SIG) affichent une progression en volume, notamment les vins avec mention de cépage. Au total les volumes de vins rouges connaissent l'augmentation la plus conséquente. Les cours des VDF sont en baisse, sur l'ensemble des catégories. Les blancs semblent mieux résister et présentent les baisses les moins fortes.

Les transactions de vin en vrac IGP sont également en hausse, notamment pour les blancs. Les IGP rosés présentent également une légère hausse des volumes. Les volumes d'IGP rouges sont en baisse cependant. Les prix moyens suivent la même orientation que pour les VDF et sont en recul pour l'ensemble des catégories. En revanche au global les IGP présentent une baisse de prix moins importante que les VDF.

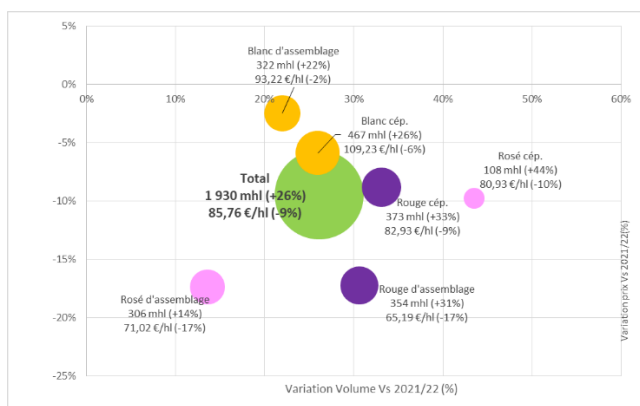
En ce qui concerne les transactions de vin AOP, les transactions sont en régression en volumes pour l'ensemble des couleurs, à l'exception des AOP blanches. Les prix quant à eux sont en hausse, à l'exception de ce des rouges.

Marché Vin De France (SIG) : cumul à 52 semaines 2022/23

À 52 semaines de la campagne 2022/23, le cumul des ventes en vrac du marché **Vin De France (SIG)** affiche une progression des échanges en volume par rapport à la campagne 2021/22.

Sur l'ensemble de la campagne 2022/23, les échanges de VDF s'élèvent ainsi à 1,93 million d'hl, soit un niveau supérieur de 26 % par rapport à la campagne précédente.

Transactions vrac Vin De France (SIG) à 52 semaines de campagne 2022/23 (tous millésimes confondus)



Source : Contrats d'achat FranceAgriMer

Avec un volume cumulé de 981 milliers d'hl, les ventes de VDF d'assemblage, qui représentent une peu plus de 50 % du total, progresse de 22 % par rapport au cumul de la campagne précédente. Cette hausse est principalement portée par les volumes de vins rouges et blancs, en hausse respectivement de 31 % (354 milliers d'hl) et 22 % (322 milliers d'hl). Les volumes de rosé présentent une hausse plus modérée de 14 % (306 milliers d'hl).

Avec un volume cumulé de 948 milliers d'hl, les ventes de Vin De France (SIG) mentionnant un cépage représentent plus de 49 % des transactions et sont en hausse de 31 % par rapport à la campagne précédente. Cette progression des ventes est portée notamment par les rosés qui affichent une progression de leur volume de 44 % (108 milliers d'hl). Les volumes de rouges et de blancs sont également en hausse, respectivement de 33 % (373 milliers d'hl) et de 26 % (467 milliers d'hl).

En ce qui concerne les cours des Vins De France (SIG) d'assemblage, tous millésimes confondus, ils sont en baisse de 12 %, par rapport à la même période de la campagne précédente, à 76,20 €/hl. Dans le détail, le prix moyen pour les rouges est en baisse de 17 % (65,19 €/hl), celui des rosés est en retrait de 17 % (71,02 €/hl). Les blancs résistent mieux à la baisse des prix, avec une régression de 2 % (93,22 €/hl).

Les cours des Vins De France (SIG) avec mention de cépage sont également en recul par rapport à la campagne précédente, à 103,65 €/hl (- 9 % vs 2021/22). Dans le détail, le prix moyen pour les rouges est en baisse de 9 % (82,93 €/hl), celui des rosés régresse de 10 % (80,93 €/hl). Les blancs connaissent une diminution de leur prix moins conséquente de 6 % (109,23 €/hl).

Lorsque l'on compare le millésime 2021 dans la campagne 2021/22 et le millésime 2022 dans la campagne 2022/23, les tendances demeurent identiques aux précédentes constatations. Les transactions se font à un prix moins élevé que durant la campagne précédente, cependant, en termes de volume, on constate des échanges en vrac pour le millésime 2022 en progression par rapport au millésime précédent.

Comparaison du millésime 2021 dans la campagne 2021/22 par rapport au millésime 2022 dans la campagne 2022/23

Millésime 2021 - campagne 2021/22 Vs. Millésime 2022 - campagne 2022/23								
Volume en milliers d'hl à 52 s	MILLESIME 2021 CAMPAGNE 2021/22				MILLESIME 2022 CAMPAGNE 2022/23			
	ROUGE	ROSE	BLANC	TOTAL	ROUGE	ROSE	BLANC	TOTAL
Vin de France (SIG)	367	246	527,30	1 140	555,68	343,80	712,101	1611,58
TOTAL France	88,36	92,40	111,43	99,90	75,59	75,10	103,12	87,65
Vin de France (SIG) avec mention de cépage	210,55	66,37	335,43	612,35	291,01	93,391	456,24	840,64
Vin de France (SIG) d'assemblage (blend)	156	180	192	528	264,67	250,41	255,87	770,94
	80,39	92,58	100,14	91,72	65,87	72,10	92,27	76,65

Source : Contrats d'achat FranceAgriMer

Marché Vin à Indication Géographique Protégée (IGP) : cumul à 52 semaines de la campagne 2022/23

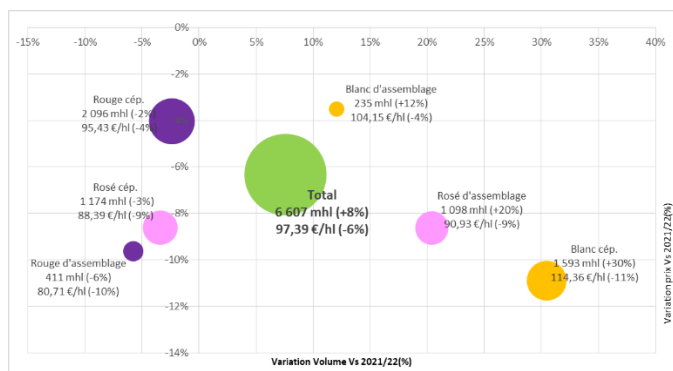
Sur le marché **des vins IGP**, l'activité est en hausse par rapport à la campagne précédente, à 6,61 millions d'hl (+ 8 %).

La majorité des transactions (74 %) concerne les vins vendus avec mention de cépage, soit 4,9 millions d'hl (+ 6 % vs 2021/22). Ils sont

répartis entre 2,10 millions d’hl de vins rouges (- 2 %), 1,59 million d’hl de vins blancs (+ 30 %) et 1,17 million d’hl de vins rosés (- 3 %).

Les ventes de vins IGP d’assemblage (26 % des transactions) enregistrent quant à elles un cumul de 1,7 million d’hl pour cette campagne, dont 411 milliers d’hl de rouges (- 6 %), 1098 milliers d’hl de rosés (+ 20 %) et 235 milliers d’hl de blancs (+ 12 %).

Transactions vrac vin IGP à 52 semaines de campagne 2022/23 (tous millésimes confondus)



Source : Contrats d’achat Interprofession (Pas de données pour les Pays de la Loire) - élaboration FranceAgriMer.

Les cours des vins IGP avec mention de cépage sont en recul par rapport à la campagne antérieure de 6 % et s’établissent à 95,43 €/hl pour les rouges (- 4 %), 88,39 €/hl pour les rosés (- 3 %) et 114,36 €/hl pour les blancs (- 11 %).

Pour les vins IGP d’assemblage, les prix moyens (90,30 €/hl) des transactions sont également en baisse (- 8 %) par rapport à la précédente campagne. Pour les rouges l’évolution est de -10 % (80,71 €/hl), pour les rosés de - 9 % (90,93 €/hl) et pour les blancs de - 4 % (104,15 €/hl).

Marché Vin à Appellation d’Origine Contrôlée (AOC/AOP) : cumul à 12 mois de campagne 2022/23

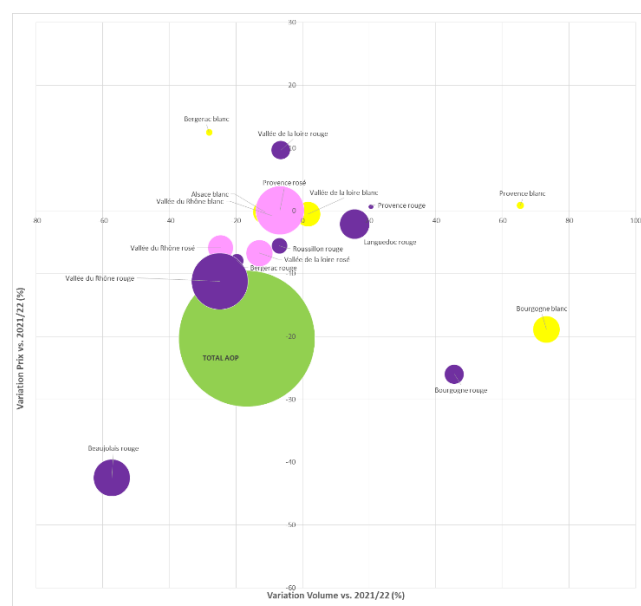
Les données des transactions en vrac de vins AOC/AOP, communiquées par les organisations interprofessionnelles, montrent une baisse globale des volumes échangés, ainsi que des prix moyens, par rapport à la campagne précédente.

Dans le détail, seuls les AOP blanches de Provence, de Bourgogne, de la vallée de la Loire et les AOP rouge du Languedoc, de Bourgogne et

de Provence présentent une hausse des volumes. Les rouges du Beaujolais portent les baisses les plus importantes en volume.

Les transactions commerciales se font à des prix en moyenne plus bas pour les vins AOP depuis le début de campagne 2022/23 par rapport à la précédente. Seules les appellations rouges de la vallée de la Loire et de Provence, les AOP blanches de Provence ainsi que les rosées de Provence bénéficient d’une hausse de leur prix moyen.

Transactions vrac vin AOP à 12 mois de campagne 2022/23 (tous millésimes confondus)



Source : Contrats d’achat Interprofession - élaboration FranceAgriMer. (Pas de données concernant les appellations de Bordeaux).

Sorties de chais des récoltants et négociants vinificateurs : 10 mois de campagne 2022/23

Selon les dernières informations communiquées par la Douane française, à fin juin 2023, les sorties de chais des récoltants et négociants vinificateurs sont en baisse de 2 % par rapport à fin juin 2022.

Cette baisse s’explique par une diminution de des sorties de 3 % pour les Vins De France et de 2 % pour les AOC et IGP.

Évolutions des sorties de chais des récoltants et négociants vinificateurs (juin 2023 vs juin 2022)

	Sorties de chais (en milliers d'hl)		
	2021/22	2022/23	Var. en %
AOC/AOP	28 465	27 810	-2%
IGP	12 390	12 094	-2%
VDF (SIG)	5 864	5 686	-3%
TOTAL	46 720	45 590	-2%

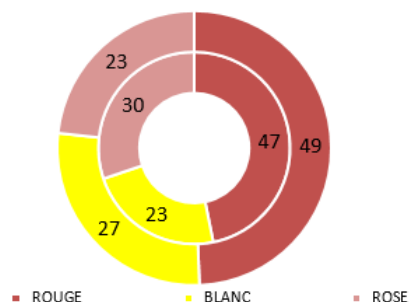
Ventes de vins tranquilles en grande distribution Janvier-septembre 2023

Source : Circana pour FranceAgriMer-CNIV

Les ventes de vins tranquilles en grande distribution (HM + SM + E-commerce + Proxi) ont représenté 5,7 millions d'hectolitres, pour un chiffre d'affaires de 3,0 milliards d'euros durant les mois de janvier à septembre 2023 (du 02/01/2023 au 10/09/2023). Les ventes sont en baisse de 5 % en volume par rapport à 2022 (- 10 % par rapport à la moyenne 2020/22) mais sont supérieures (+ 1 %) en valeur à 2022 (- 1 % en revanche par rapport à la moyenne 2020/22). Le prix moyen payé a été de 5,21 €/l, prix en hausse de 6 % par rapport à 2022 (+ 9 % par rapport à la moyenne 2020/22).

En effet, **par couleur au sein des vins tranquilles**, tous les segments reculent en volume. Toutefois, le recul est nettement plus marqué pour le vin rouge, suivant une tendance amorcée depuis plusieurs années. La baisse est moins forte pour le rosé et le blanc. Néanmoins, si les ventes des vins rosés sont stables en valeur, celle de vin blanc sont en augmentation (+ 4 %) du fait d'une meilleure valorisation.

Structure des ventes de vins tranquilles Janvier-septembre 2023 (en %)



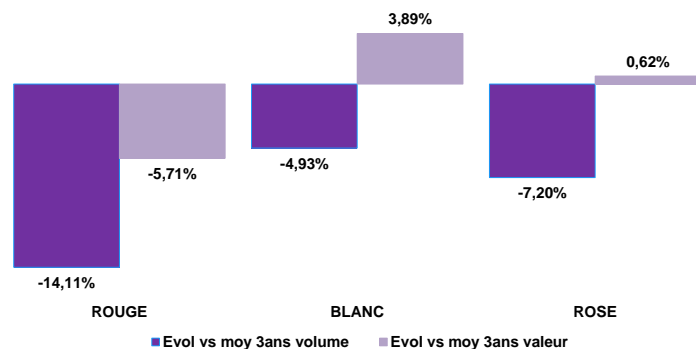
Cercle interne : volume

Cercle externe : valeur

Contour : HM+SM+E-commerce+Proxi

Source : Circana – élaboration FranceAgriMer

Évolution des ventes de vins tranquilles Janvier-septembre 2023



Contour : HM+SM+E-commerce+Proxi

Source : Circana – élaboration FranceAgriMer

La majorité des segments reculent en volume, mais pas tous. Ainsi les ventes d'IGP standard blanc augmentent (+ 5 % vs 2022), ainsi que les VSIG états membres blancs (+ 7 % vs 2022) et les VSIG états membres rosé (+ 7 % également). Les ventes d'IGP (toutes couleurs) reculent en volume (- 4 %) mais augmentent en valeur (+ 4 %), par rapport à 2022. Les AOP reculent en volume (- 6 % vs 2022) mais stagnent en valeur (- 1 % vs 2022). Elles continuent cependant à représenter 42 % des volumes et 63 % des ventes en valeur des mois de janvier à septembre (ce qui constitue malgré tout un recul de 2 points de part de marché par rapport à la même période en 2022). Les ventes en volume de Vins De France (VSIG) après une année 2022 en baisse, ne retrouvent pas de croissance en volume mais augmentent en valeur (+ 4 % vs 2022).

Ventes de vins effervescents en grande distribution

Janvier-septembre 2023

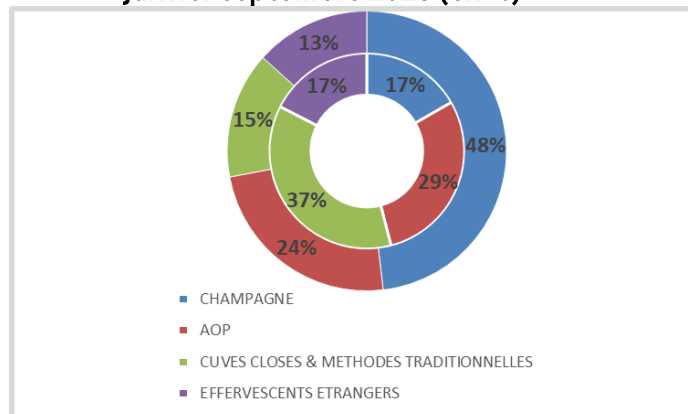
(Source CIRCANA pour FranceAgriMer-CNIV)

Sur le cumul de janvier à septembre 2023 (du 02/01/2023 au 10/09/2023), **les ventes de vins effervescents en grande distribution** (HM + SM + E-commerce + Proxi) ont représenté 106 millions de cols, pour un chiffre d'affaires de 833 millions d'euros. Ces ventes correspondent à une diminution de 2 % en volume mais une stabilité en valeur par rapport à 2022. Cela représente également une légère diminution en volume - 1 %) et une hausse en valeur (+ 3 %) par rapport à la moyenne 2020/2022. Après les deux premiers mois de début d'année porteurs, les vins effervescents n'ont donc pas retrouvé la croissance en volume par la suite.

On constate cependant un phénomène de légère revalorisation avec un prix moyen payé à 7,82 €/col, en augmentation de 2 % par rapport à 2022 qui explique la stabilité des ventes en valeur.

Par catégorie, les évolutions sont très différentes. Ainsi, les ventes de Champagnes accusent une très nette diminution en volume qui s'est accentuée ces derniers mois (- 22 % vs moyenne 3 ans en volume et - 11 % en valeur). Cependant les ventes de Champagne continuent de représenter près de la moitié des ventes en valeur (pour seulement 15 % des volumes). En revanche, les ventes de vins AOP progressent fortement (+ 9 % en volume vs moy. 3 ans) et les vins effervescents étrangers ont confirmé leur progression largement entamée tout au long de l'année 2022 (+ 14 % en volume vs moy. 3 ans), portée par la forte augmentation des ventes de Prosecco. Les ventes de cuves closes et de pétillants et aromatisés sont en revanche toujours mal orientées, quoique les cuves closes connaissent un redressement et une hausse des ventes en valeur par rapport à la moyenne 3 ans.

Ventes de vins effervescents par segments Janvier-septembre 2023 (en %)



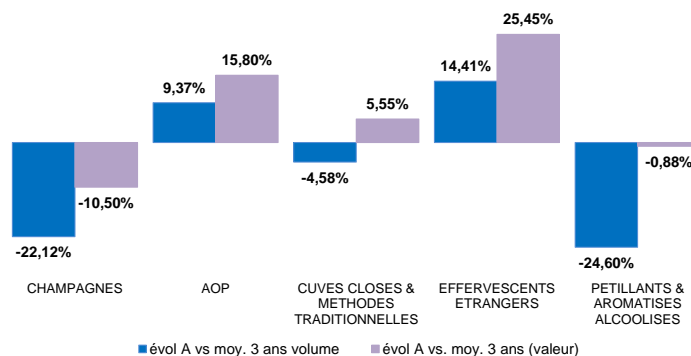
Cercle interne : volume

Cercle externe : valeur

Contour : HM+SM+ E-commerce + Proxi

Source : Circana – élaboration FranceAgriMer

Évolution des ventes de vins effervescents Janvier-septembre 2023



Contour : HM+SM + E-commerce + Proxi

Source : Circana – élaboration FranceAgriMer

Commerce extérieur

Les exportations françaises de vin

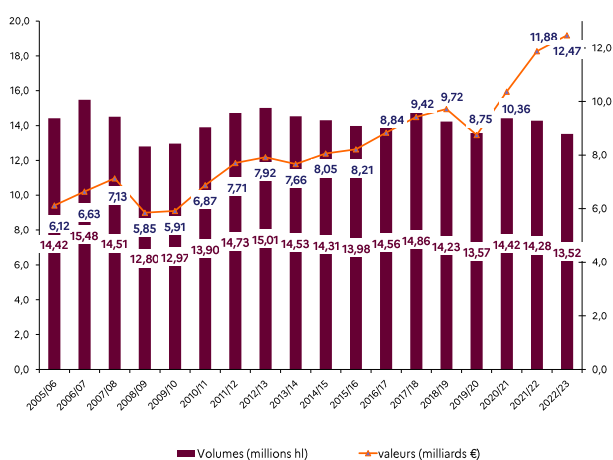
Bilan de campagne 2022/23 (août-juillet)

Le cumul de campagne août-juillet 2022/23 est marqué par une forte augmentation de la valeur des exportations françaises de vins (+ 5 % vs 2021/22) alors que les volumes ont tendance à reculer nettement (- 5 %). En conséquence, le prix moyen est en augmentation de 11 % à 9,22 €/l. Cela constitue un gain de près de 600 millions d'euros de chiffre d'affaire par rapport à 2021/22, pour un montant total de 12,47 Mds €. L'augmentation des prix lors de cette campagne est probablement liée à la fois au contexte inflationniste mais également aux bonnes

performances des vins les mieux valorisés (comme le Champagne ou encore les vins tranquilles en bouteille) par rapport aux autres catégories. La baisse des volumes exportés peut également être expliquée par les perturbations liées à l'inflation dans de nombreux pays consommateurs, mais aussi par des niveaux particulièrement élevés atteints lors de la campagne précédente, sous effet du rattrapage post-Covid.

Les exportations françaises de vins

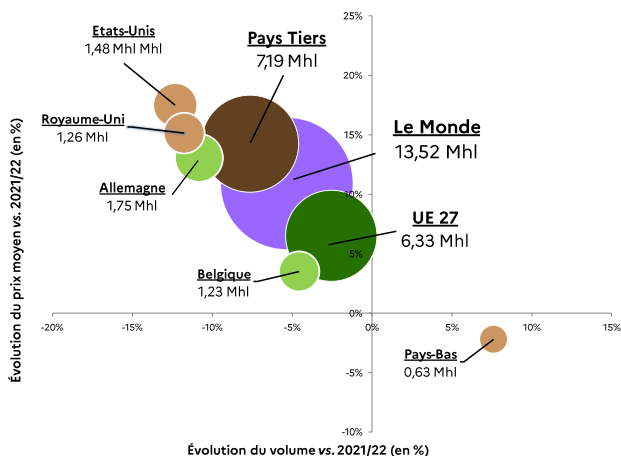
> Cumul de campagne 2022/23 (août – juillet)



Source : Douane française d'après Trade Data Monitor - Élaboration FranceAgriMer

Les exportations françaises de vins par destination

> Cumul de campagne 2022/23 (août - juillet)



Source : Douane française d'après Trade Data Monitor - Élaboration FranceAgriMer

Les exportations françaises de vins vers les pays tiers subissent le repli le plus fort en volume (-8% par rapport à la campagne précédente, contre -3% pour les pays de l'UE 27). Les pays tiers demeurent cependant légèrement plus dynamiques en matière de valeur, avec une augmentation de 6% par rapport à la campagne 2021/22 contre +4% pour les pays de l'UE 27.

Aux États-Unis, les exportations françaises de vin régressent de 12% en volume mais progressent de 3% en valeur par rapport à la campagne 2021/22. Après avoir été le marché le plus dynamique ces dernières années, le marché américain se replie nettement lors de cette campagne. En effet, le marché américain avait bénéficié lors de la campagne 2021/22 de la suspension des taxes Trump, ainsi que de conditions post-Covid favorables. Les vins en gros vrac (> 10 L), continuent de reculer (-51%) et retrouvent désormais des volumes similaires à ceux de la campagne 2018/19. Les vins mousseux sont également en fort repli volume (-28% vs 2021/22), dont notamment les Champagnes qui, après avoir connu forte croissance, baissent nettement (-19%). Les vins en bouteille, après avoir surperformé suite à la suspension des taxes Trump, sont la catégorie qui perd le moins de volumes par rapport à la campagne précédente (-4%). Le marché américain semble connaître une phase de normalisation des volumes suite au rattrapage post-Covid et à la suspension des taxes Trump, notamment pour les vins effervescents et le gros vrac. Une partie de la baisse peut également s'expliquer par l'environnement inflationniste mondial qui a impacté la consommation des ménages au cours de cette période.

En Chine, marché globalement baissier depuis 2017, les exportations demeurent en berne en volume (-21% vs 2021/22). Cette baisse, désormais structurelle, de la consommation de vin en Chine s'explique principalement par le ralentissement économique que connaît ce pays depuis plusieurs années, mais également en partie par la fin de la politique des cadeaux notamment dans les secteurs de l'immobilier, de la banque ou de l'administration. Les vins effervescents résistent un peu mieux à cette érosion des volumes (-16% en volume vs

2021/22). Les vins en vrac expliquent l'essentiel de la chute des volumes (- 47 % pour le gros vrac) malgré une légère amélioration lors de ces derniers mois. Cette tendance baissière ne s'observe cependant pas au niveau des prix, qui tendent à s'apprécier depuis plusieurs années : le prix moyen à l'exportation vers la Chine s'établit à 8,02 €/L lors de cette campagne, en augmentation de 22 % par rapport à la campagne précédente (soit un prix moyen équivalent à celui des exportations françaises de vin vers la Suisse). Cela atteste de la montée en gamme globale du marché chinois débutée en 2014.

Le Royaume-Uni voit ses volumes chuter de 12 % alors que le prix moyen augmente fortement (+ 15 % vs 2021/22 à 10,70 €/l). La baisse importante des volumes à destination du Royaume-Uni peut s'expliquer par les tensions inflationnistes que connaît ce pays depuis le début de la guerre en Ukraine. Néanmoins, lors des derniers mois de campagne, les volumes exportés connaissent des pertes moins importantes. L'ensemble des catégories de vin sont en forte baisse. Les vins mousseux et le gros vrac (> 10 L) qui tiraient jusqu'alors les exportations en volume vers le haut baissent de respectivement 12 % et 7 %. Le petit vrac (> 2L et < 10L) est toujours mal orienté (- 28 % vs 2021/22). Les vins tranquilles en bouteille régressent également sur cette période (- 12 %). En matière de valeur exportée, seuls les vins en bouteille et le gros vrac progressent (respectivement + 4 % et + 6 %). Les Champagnes baissent de 2 % lors de ce cumul de campagne.

Les marchés de l'Union européenne résistent mieux en volume que les pays tiers avec une baisse de 3 % vs 2021/22. Les marchés de l'UE 27 performant cependant moins en valeur, avec une valeur exportée en augmentation de 4 % contre 6 % pour les pays tiers. Le marché allemand, principal destinataire en volume des exportations françaises en Europe, pénalise tout particulièrement les exports volume vers l'UE 27.

En effet, les volumes de vins français exportés vers l'Allemagne sont en baisse de 11 % comparé au cumul de 2021/22. Si les vins en bouteille régressent nettement en volume (- 9 % vs

2021/22), ce sont surtout les exportations de vin en gros vrac (contenant > 10L) qui expliquent le repli du marché allemand avec une baisse de 20 % par rapport à 2021/22 malgré une légère amélioration lors des derniers mois de campagne. Néanmoins, le prix moyen des exportations vers l'Allemagne s'apprécie de 13 %, dans un contexte global inflationniste.

Parmi les autres principaux marchés de l'UE 27, la Belgique régresse en volume (- 5 % par rapport à la campagne précédente). À l'inverse, les Pays-Bas connaissent une croissance très importante en volume (+ 8 %). Ce marché constitue une plateforme de réexportation pour les vins français, et les bonnes performances lors de cette campagne peuvent cacher le dynamisme d'autres marchés à l'export.

Les importations françaises de vins Cumul de campagne 2022/23 (août-juillet)

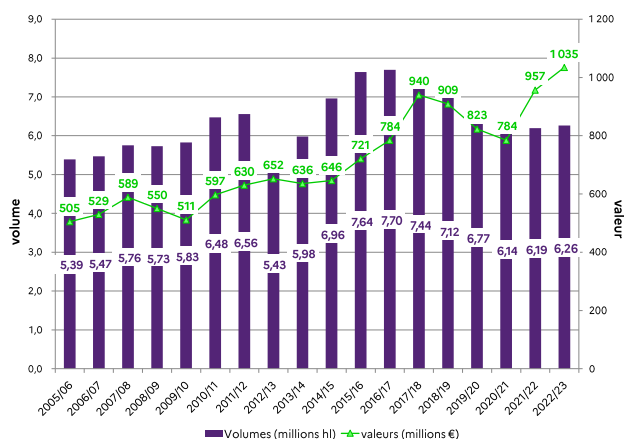
Sur le cumul campagne 2022/23, les importations françaises de vin progressent légèrement en volume (+ 1 %) et progressent fortement en valeur (+ 8 % vs 2021/22). La France importe majoritairement des vins d'entrée de gamme souvent destinés à la réexportation ou à son marché intérieur.

Les volumes s'élèvent ainsi à 6,26 millions d'hectolitres pour 1,03 milliards d'euros importés.

On observe un fort renchérissement du prix moyen importé par rapport à la campagne précédente (+ 6 % vs 2021/22 à 1,65 €/l).

Les importations françaises de vins

> Cumul campagne 2022/23 (août - juillet)



Source : Douane française d'après Trade Data Monitor - Élaboration FranceAgriMer

Les importations françaises par catégorie

Les importations françaises de vins sont majoritairement constituées de vins en vrac, qui représente 75 % des volumes sur le cumul campagne 2022/23. Cette part est stable sur 1 an. Le volume des vins en vrac importé représente ainsi 4,71 Mhl.

La France a toujours des difficultés à satisfaire la demande en vin SIG, à la fois sur son propre marché, mais aussi sur ses marchés d'exportation, par manque de disponibilités de vins d'entrée de gamme. La majeure partie des volumes importés correspond donc à des vins en vrac SIG de l'UE, sans mention de cépage. Le prix moyen de la catégorie est particulièrement faible.

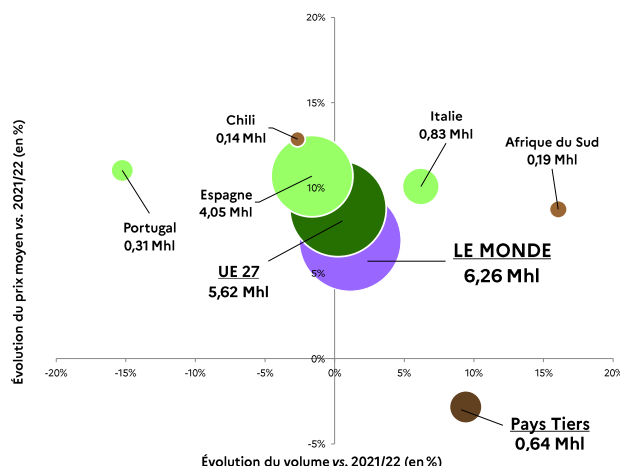
Les vins effervescents continuent de performer lors de cette campagne, avec une augmentation des volumes importés de 13 % par rapport à la campagne précédente. Ces derniers sont soutenus par la croissance des importations de Prosecco en volume, qui continuent de progresser grâce à une demande importante sur le marché national (+ 21 % vs 2021/22), mais aussi grâce à un regain des importations de Cava (+ 19 % vs 2021/22).

Les importations françaises par provenance

Les importations françaises de vins sont en légère croissance lors de cette campagne mais restent inférieures de 7 % à la moyenne 5 ans. Ce ralentissement est notamment visible depuis l'Espagne, avec des importations en baisse de 12 % en volume par rapport à la moyenne 5 ans. Cependant, la valeur importée augmente nettement lors de cette campagne (+ 9 % vs 2021/22). L'Espagne reste de loin le premier fournisseur de la France même si ses parts de marchés ont tendance à s'éroder depuis la crise du Covid (70 % de PDM pour le cumul campagne 2020/21 contre 65 % de PDM pour 2022/23). Cette perte de parts de marchés se fait principalement au profit de l'Italie grâce à la performance de ses vins effervescents (13 % des parts de marchés volume lors de cette campagne) et de l'Afrique du Sud (5 % des parts de marchés) dont les volumes de gros vrac retrouvent des niveaux d'avant-Covid.

Parmi les importations en valeur, le poids de l'Espagne est beaucoup plus modéré que pour les volumes, avec 23 % de part de marché, en raison du segment importé (vins SIG en vrac à prix bas). Cette part a tendance à baisser depuis la période Covid (30 % de part de marché valeur lors de la campagne 2018/19) au profit de l'Italie.

> Cumul de campagne 2022/23 (août - juillet)



Source : Douane française d'après Trade Data Monitor - Élaboration FranceAgriMer

L'Italie connaît une croissance importante aussi bien en volume qu'en valeur (respectivement + 6 % et + 17 % vs 2021/22). La croissance des

importations italiennes s'explique principalement par l'augmentation de la consommation de Prosecco sur le marché national (+ 21 % en volume vs 2021/22). Ces vins, mieux valorisés que les vins tranquille avec un prix moyen de 3,84 €/L, réalisent un chiffre d'affaire d'environ 72 millions d'€..

Directrice de la publication : Christine Avelin / Rédaction : direction Marchés, études et prospective

12 rue Henri Rol-Tanguy - TSA 20002 / 93555 MONTREUIL Cedex
Tél. : 01 73 30 30 00 — www.franceagrimer.fr

 FranceAgriMer
 @FranceAgriMerFR