

l'union

CHAMPAGNE ARDENNE PICARDIE

 **L'Ardennais** Publié sur *L'Union* (<http://www.lunion.presse.fr>)[Accueil](#) > Bilan 2009 pour Nicolas-Feuillatte / « Avec sérénité »

Bilan 2009 pour Nicolas-Feuillatte / « Avec sérénité »

Par *Anonyme*

Créé le 25/05/2010 10:55

Le Centre vinicole - champagne Nicolas Feuillatte a approuvé les comptes de l'exercice 2009. Le président, Sylvain Delaunois, et le directeur général, Dominique Pierre, ont fait le point sur la situation de la plus importante union de producteurs de la Champagne et de sa marque Nicolas Feuillatte.

Côté chiffres, le Centre vinicole dégage un résultat net de 7,2 millions d'euros, en diminution par rapport à l'année dernière. Le chiffre d'affaires atteint 174,3 millions d'euros, enregistrant une baisse de 10,7 % (retour aux chiffres de 2006). Ces données sont honorables dans le contexte champenois actuel. L'activité commerciale connaît un ralentissement en 2009. Le motif en est la conjugaison du repli des ventes tout au long de l'année 2009, du fait de la crise économique latente et de la mise en place de la Loi de modernisation de l'économie (LME) en France. Malgré ce contexte instable, la marque Nicolas Feuillatte maintient sa place parmi les toutes premières de la Champagne, grâce à un travail de positionnement qui s'est poursuivi en 2009. « La crise, si souvent évoquée, s'est indéniablement ressentie en 2009 dans notre économie comme dans la plupart des secteurs d'activité. Dans ce contexte, le centre viticole, grâce à dix ans de gestion ferme, enregistre des résultats confortables permettant de regarder l'avenir avec sérénité », ont déclaré Dominique Pierre et Sylvain Delaunois.

En 2009, le champagne Nicolas Feuillatte a enregistré un ralentissement de ses ventes de 17 %. Concernés les premiers, les marchés export majeurs (États-Unis, Royaume-Uni...) ont été durement touchés par la crise : le champagne Nicolas Feuillatte enregistre un repli de 24 % sur l'ensemble. Le volume de 7 millions de bouteilles a été atteint sans toutefois de perte marquée de la valeur, puisque la marque n'a pas cédé plus de 2,5 % par bouteille. La maison a maintenu sa politique commerciale de montée en gamme, initiée depuis plusieurs années : par rapport à 2008, la valeur a crû de plus de 7 % en 3 ans.

En grande distribution France en 2009, Nicolas Feuillatte a réalisé 18 % de ses ventes sous promotion, tandis que la moyenne des volumes de Champagne vendus sous promotion est de 39 %, progressant de plus de 48 % par rapport à 2008 !

En France en 2009, avec 5,4 % de part de marché, le champagne Nicolas Feuillatte devient la deuxième marque la plus vendue en hypermarchés.

Photos / vidéos

Auteur :

Légende : Dominique Pierre, directeur général et Sylvain Delaunois, président du centre vinicole Nicolas-Feuillatte.

Visuel 1:



URL source: <http://www.lunion.presse.fr/article/economie-region/bilan-2009-pour-nicolas-feuillatte-%C2%AB-avec-serenite-%C2%BB>