

l'union

CHAMPAGNE ARDENNE PICARDIE

Publié sur *L'Union* (<http://www.lunion.presse.fr>)[Accueil](#) > Champagne en grandes surfaces, les premiers prix en recul

Champagne en grandes surfaces, les premiers prix en recul

Par *Anonyme*

Créé le 26/06/2012 10:20

Les ventes dans le circuit des grandes et moyennes surfaces sont en recul de 4,6 % à 7,5 millions de bouteilles et leur part dans les expéditions françaises s'établit à 28 %, contre 26,9 % en 2011. Le chiffre d'affaires du premier trimestre, de 141 millions d'euros, est en retrait de 2,9 %.

Le prix moyen de vente constaté au cours du premier trimestre 2012 augmente de 1,7 % par rapport à 2011 et s'élève à 18,70 euros. Par tranche de prix, on observe les points suivants : les bouteilles commercialisées à un prix inférieur à 11 € sont en net recul (-24,6 %) et représentent 5,9 % des ventes du premier trimestre, soit 445 000 bouteilles contre 591 000 bouteilles au même trimestre de 2011. Les ventes de bouteilles à moins de 10 euros sont faibles : moins de 38 000 au cours de ce trimestre. La tranche de prix de 11 à 15 euros compte pour 27,7 % des ventes (2,1 millions de bouteilles) et progresse de 2,9 %, tandis que les bouteilles commercialisées entre 15 et 20 euros sont en recul de 6 % et représentent 37,3 % des volumes. Les bouteilles à plus de 20 euros sont en baisse de 4,1 % et leur part de marché reste stable à 29,1 %. Baisse des marques de distributeurs et de coopératives

Les marques de maisons sont stables (+0,6 %) en volumes, tandis que leur prix moyen augmente de 1 % et leur chiffre d'affaires de 1,7 %. Parmi elles, les marques des maisons de la catégorie 3, qui représente 80,6 % des ventes des maisons, sont en hausse de 4,8 %. Leur prix moyen progresse de 1,5 % et s'établit à 18,58 euros. Leur chiffre d'affaires progresse de 6,4 %. Les maisons appartenant à la catégorie 1, qui représente 10,8 % des volumes des maisons, sont en recul de 19 % avec un prix moyen en hausse de 9,7 % à 27,54 euros ; leur chiffre d'affaires diminue de 11,2 %. Les maisons de la catégorie 2 (8 % des volumes des maisons), sont en baisse de 1,4 %, avec un prix moyen et un chiffre d'affaires en baisse, respectivement, de 6,6 % et 8 %. Les marques de coopératives, en baisse de 32,8 % comparées à un premier trimestre 2011 très fort, ont vendu 558 000 bouteilles au prix moyen de 19,68 euros (-1,1 %). Leur chiffre d'affaires diminue de manière significative à 11 millions d'euros (-33,6 %). Les marques de distributeurs sont en net recul (-7,3 %) et ont vendu 1,58 million de bouteilles à un prix moyen en hausse de 5,1 % à 15,19 euros. Elles représentent 21 % des ventes. Les vigneron commercialisent 205 000 bouteilles (+3,9

%) à un prix moyen de 16,53 euros.

Progression des vins rosés

Les vins bruts non millésimés (78,4 % des ventes), avec un prix moyen de 18,13 euros (+2,5 %), sont en recul de 4,4 % à 5,9 millions de bouteilles.

Les rosés progressent en volumes (+17,5 %) et atteignent 512 000 bouteilles au prix moyen de 22,46 euros, en hausse de 2,8 % par rapport à 2011. Leur chiffre d'affaires progresse de 20,8 %.

Avec 301 000 bouteilles, les vins bruts millésimés sont en forte baisse en volumes (-27,8 %). Leur prix moyen chute de 9 % et s'établit à 21,84 euros. Les demi-secs sont en recul de 6,6 % avec 487 000 bouteilles et leur prix moyen reste stable à 16,26 euros.

(source CIVC)

Photos / vidéos

Auteur :

Légende : Ventes du 1er trimestre, 445 000 bouteilles contre 591 000 en 2011.

Visuel 1:



URL source: <http://www.lunion.presse.fr/article/aisne/champagne-en-grandes-surfaces-les-premiers-prix-en-recul>