

**l'union**

CHAMPAGNE ARDENNE PICARDIE

Publié sur L'Union (<http://www.lunion.presse.fr>)[Accueil](#) > Les ventes dans les grandes surfaces selon les familles champenoises

---

## Les ventes dans les grandes surfaces selon les familles champenoises

Par Anonyme  
Créé le 27/03/2012 11:00

Si les ventes de champagne dans les grandes surfaces sont en recul de 3,6 % à 48,3 millions de bouteilles, l'année 2011 reste parmi les trois meilleures après 2010 et 2009.

Les coopératives, avec 8,6 % de parts de marché, sont les seules à progresser (+6,9 %), à 4,13 millions de bouteilles, soit 270 000 bouteilles de plus qu'en 2010. Très présentes sur la tranche de prix de 18 à 20 euros sur lesquelles elles se renforcent, elles investissent également le segment de 20 à 24 euros. Ainsi, leur prix moyen progresse de 7 % à 19,24 euros. Le chiffre d'affaires, de 79,5 millions d'euros, est en hausse de 14,4 %.

### Progression des rosés et millésimés

Les marques de maisons, qui représentent 70 % des ventes, sont en baisse de 4 % à 33,9 millions de bouteilles, soit 1,4 million de bouteilles vendues en moins. Leur prix moyen augmente de 5,2 % à 19,94 euros et leur chiffre d'affaires progresse de 0,9 % à 675,78 millions d'euros.

Les marques de distributeurs, qui représentent 18,5 % des volumes avec 8,9 millions de bouteilles, sont en baisse de 4,9 % (-460 000 bouteilles) et leur prix moyen est en progression de 3,7 % à 14,92 euros.

Les vignerons, très peu présents, avec 2,6 % de parts de marché, poursuivent leur baisse en volume (-10,2 %) à 1,3 million de bouteilles. Leur chiffre d'affaires de 19,7 millions d'euros est en recul de 7,6 %.

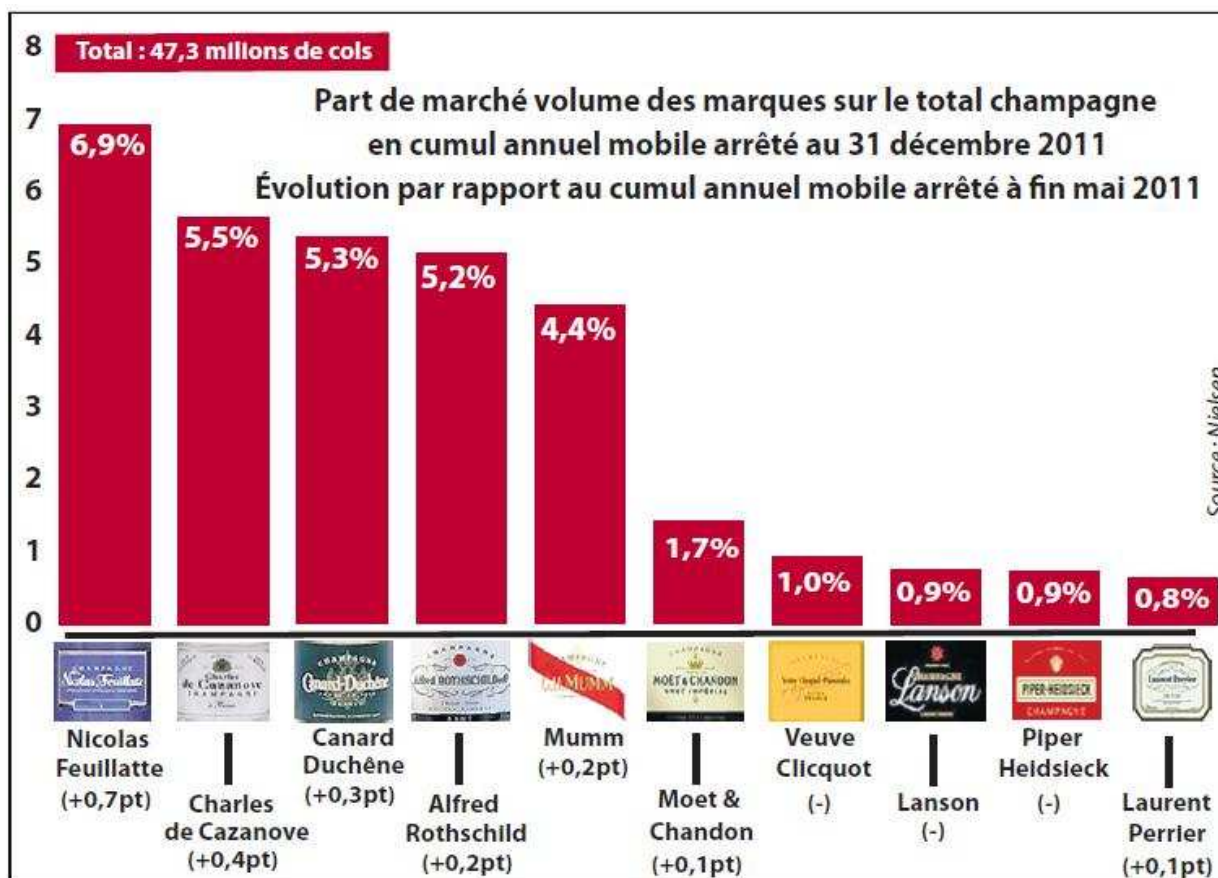
En termes de catégories, les bruts sans année, plus présents sur les segments de prix en baissent, reculent de 5,3 % à 38 millions de bouteilles. Leur prix moyen augmente de 5,5 % à 18,28 euros. Le chiffre d'affaires est en léger repli (-0,1 %). En revanche, les rosés et millésimés continuent leur progression respectivement de +3,5 % et +19,2 % et la part de marché des millésimés (5,8 %) dépasse celles des rosés (5,5 %).

Leur prix moyen évolue également de 2,9 % à 22,51 euros pour les rosés et de 3 % à 22,76 euros pour les millésimés. Ainsi on peut constater que ce sont les produits les mieux valorisés qui sont en hausse.

La ventilation par région montre que Paris et sa banlieue restent le principal client avec 9,65 millions de bouteilles, suivie de la région Nord avec 7,63 millions de bouteilles achetées. Le Centre-Ouest se classe en dernier avec 2,62 millions de bouteilles.

On peut également noter que les volumes vendus en dessous de 10 euros s'établissent à 877 000 bouteilles et sont en net recul (-56,6 %), tout comme ceux commercialisés jusqu'à 11 euros (-36,8 %).

s.C.-P. (avec le CIVC)



URL source: <http://www.lunion.presse.fr/article/marne/les-ventes-dans-les-grandes-surfaces-selon-les-familles-champenoises>