

> Les indicateurs économiques suivis par FranceAgriMer

PANEL

ACHATS DES MENAGES D'OEUFS Panel Kantar Worldpanel

09/03/15

2015 - P2 4 semaines se terminant le 22 février 2015	Evol tonnage/ P-1 (%)	Evol tonnage/ A-1 (%)	Prix moyen (€/100 œufs)	Evol prix/ A-1 (%)	Structure volume (%)
TOTAL OEUFS DE POULE	12,5	-2,0	19,5	-0,9	100,0
CAGE	11,6	-6,8	14,8	-1,5	53,0
AU SOL	43,0	32,2	16,2	5,2	3,4
PLEIN AIR	15,5	7,5	24,0	-4,8	25,8
<i>dt LABEL ROUGE</i>	25,5	21,0	30,4	-1,2	7,1
<i>dt AUTRES PLEIN AIR</i>	12,4	3,2	21,6	-7,8	18,7
BIOLOGIQUE	12,5	-0,6	31,8	-3,5	7,8
SANS PRECISION	2,3	-6,8	23,8	4,1	10,0
PETIT	-7,0	11,0	13,2	-7,6	3,0
MOYEN	12,7	-2,6	18,3	0,2	62,0
GROS	13,4	-4,1	21,4	-3,7	21,8
TRES GROS	7,1	1,5	24,6	-8,2	1,7
SANS PRECISION	16,8	1,8	23,1	1,9	11,5
MARQUES	10,3	-2,3	23,4	3,4	37,2
MDD CLASSIQUES ET THEMATIQUES	9,9	-4,4	21,3	-3,2	35,0
MDD ECONOMIQUES	16,4	-4,7	11,0	-0,5	20,3
SANS MARQUE	14,2	11,7	16,0	-9,0	5,5

FranceAgriMer, d'après Kantar Worldpanel

> Les indicateurs économiques suivis par FranceAgriMer

PANEL

ACHATS DES MENAGES D'OEUFs Panel Kantar Worldpanel

09/03/15

Cumul annuel du 29 décembre 2014 au 22 février 2015	Evol tonnage/ A-1 (%)	Prix moyen (€/100 œufs)	Evol prix/ A-1 (%)	Structure volume (%)
TOTAL ŒUFS DE POULE	-3,1	19,5	-1,3	100,0
CAGE	-7,2	14,8	-1,2	53,2
AU SOL	8,8	15,8	1,6	3,0
PLEIN AIR	3,1	24,3	-5,1	25,5
<i>dt LABEL ROUGE</i>	9,3	30,8	-1,8	6,7
<i>dt AUTRES PLEIN AIR</i>	1,0	21,9	-7,4	18,7
BIOLOGIQUE	-0,7	31,9	-3,1	7,8
SANS PRECISION	-0,4	23,4	1,2	10,4
PETIT	18,4	13,5	-0,1	3,3
MOYEN	-2,5	18,2	-0,4	61,9
GROS	-11,1	21,8	-2,1	21,7
TRES GROS	1,6	24,6	-9,4	1,7
SANS PRECISION	5,2	22,9	-0,2	11,3
MARQUES	-2,9	23,2	2,9	37,5
MDD CLASSIQUES ET THEMATIQUES	-5,1	21,3	-4,3	35,4
MDD ECONOMIQUES	-6,2	11,0	-0,4	20,0
SANS MARQUE	15,2	15,8	-9,1	5,5

FranceAgriMer, d'après Kantar Worldpanel

> Les indicateurs économiques suivis par FranceAgriMer

PANEL

ACHATS DES MENAGES D'OEUFs Panel Kantar Worldpanel

09/03/15

Cumul annuel mobile 52 semaines se terminant le 22 février 2015	Evol tonnage/ A-1 (%)	Prix moyen (€/100 œufs)	Evol prix/ A-1 (%)	Structure volume (%)
TOTAL ŒUFS DE POULE	-1,2	19,5	-1,7	100,0
CAGE	-6,0	14,8	-1,7	53,3
AU SOL	-1,6	15,7	-1,6	2,8
PLEIN AIR	7,3	24,5	-6,2	25,0
<i>dt LABEL ROUGE</i>	3,3	31,1	-1,1	6,3
<i>dt AUTRES PLEIN AIR</i>	8,6	22,4	-8,1	18,7
BIOLOGIQUE	-0,9	32,4	-2,1	7,7
SANS PRECISION	5,5	23,0	-0,7	11,1
PETIT	1,0	13,2	-2,3	3,2
MOYEN	-1,6	18,2	-1,4	61,1
GROS	-5,7	21,9	-2,2	22,8
TRES GROS	3,0	26,3	-5,9	1,7
SANS PRECISION	9,9	22,7	-1,5	11,2
MARQUES	-5,4	22,9	1,6	36,7
MDD CLASSIQUES ET THEMATIQUES	1,1	21,6	-3,8	36,4
MDD ECONOMIQUES	-4,7	11,1	-1,2	19,9
SANS MARQUE	11,7	16,4	-9,6	5,4

FranceAgriMer, d'après Kantar Worldpanel

> Les indicateurs économiques suivis par FranceAgriMer

PANEL

ACHATS DES MENAGES D'OEUFS Panel Kantar Worldpanel

09/02/15

2015 - P1 4 semaines se terminant le 25 janvier 2015	Evol tonnage/ P-1 (%)	Evol tonnage/ A-1 (%)	Prix moyen (€/100 œufs)	Evol prix/ A-1 (%)	Structure volume (%)
TOTAL ŒUFS DE POULE	-0,2	-4,8	19,5	-1,7	100,0
CAGE	1,5	-7,5	14,9	-0,8	53,8
AU SOL	-0,3	-13,2	15,2	-3,0	2,7
PLEIN AIR	-6,0	-3,3	24,5	-5,2	24,8
<i>dt LABEL ROUGE</i>	-8,8	-5,8	31,5	-1,7	6,2
<i>dt AUTRES PLEIN AIR</i>	-4,9	-2,6	22,2	-6,6	18,6
BIOLOGIQUE	1,6	-1,6	32,0	-2,6	7,8
SANS PRECISION	4,6	7,2	22,9	-1,9	11,0
PETIT	6,5	26,3	13,8	8,6	3,6
MOYEN	-0,9	-3,0	18,2	-1,3	61,8
GROS	0,1	-17,8	22,2	0,0	21,7
TRES GROS	-9,5	1,7	24,5	-10,7	1,8
SANS PRECISION	3,1	8,8	22,7	-2,9	11,0
MARQUES	8,2	-3,6	23,0	2,3	38,1
MDD CLASSIQUES ET THEMATIQUES	-5,6	-7,0	21,3	-5,6	35,6
MDD ECONOMIQUES	-4,5	-7,8	11,0	-0,4	19,7
SANS MARQUE	-0,9	19,6	15,5	-9,0	5,5

FranceAgriMer, d'après Kantar Worldpanel