

> Les indicateurs économiques suivis par FranceAgriMer

PANEL

ACHATS DES MENAGES D'OEUFS Panel Kantar Worldpanel

14/12/12

2012 - P12 4 semaines se terminant le 2 décembre 2012	Evol tonnage/ P-1 (%)	Evol tonnage/ A-1 (%)	Prix moyen (€/100 œufs)	Evol prix/ A-1 (%)	Structure volume (%)
TOTAL OEUFS DE POULE	3,2	-2,6	20,07	9,5	100,0
CAGE	-3,3	-10,2	15,50	9,7	56,1
AU SOL	42,6	35,1	16,14	1,4	5,0
PLEIN AIR	7,1	6,3	27,07	4,2	21,4
<i>dt LABEL ROUGE</i>	6,9	7,6	30,49	0,3	5,9
<i>dt AUTRES PLEIN AIR</i>	6,7	5,6	25,86	5,8	14,6
BIOLOGIQUE	14,8	25,4	33,72	-0,2	7,4
SANS PRECISION	12,2	-3,3	22,60	9,0	10,2
PETIT	19,8	-16,5	13,99	30,4	3,1
MOYEN	0,7	-2,7	18,82	11,3	60,8
GROS	4,1	0,1	22,56	4,3	24,7
TRES GROS	19,2	-3,5	26,57	1,6	1,5
SANS PRECISION	10,4	-3,7	22,56	9,5	9,8
MARQUES	7,7	-4,1	22,34	7,9	39,3
MDD CLASSIQUES ET THEMATIQUES	6,8	13,7	22,59	1,2	33,5
<i>dt MDD CLASSIQUES</i>	5,8	14,3	21,32	1,3	29,1
<i>dt MDD THEMATIQUES</i>	14,6	9,3	30,95	1,7	4,4
MDD ECONOMIQUES	-7,6	-18,8	12,70	18,2	22,7
<i>HORS HD</i>	-15,6	-27,7	10,78	24,3	11,7
<i>HD</i>	3,2	-6,4	14,66	8,7	10,9
SANS MARQUE	-0,3	4,1	18,79	7,3	4,5
TOTAL OEUFS DE CAILLES	64,1	34,1	13,14	-15,9	100,0

FranceAgriMer, d'après Kantar Worldpanel

> Les indicateurs économiques suivis par FranceAgriMer

PANEL

ACHATS DES MENAGES D'OEUFS Panel Kantar Worldpanel

14/12/12

Cumul annuel du 26 décembre 2011 au 2 décembre 2012	Evol tonnage/ A-1 (%)	Prix moyen (€/100 œufs)	Evol prix/ A-1 (%)	Structure volume (%)
TOTAL ŒUFS DE POULE	0,2	19,24	5,1	100,0
CAGE	-2,5	14,69	4,2	60,4
AU SOL	-4,0	16,28	11,7	3,3
PLEIN AIR	9,1	26,55	2,9	19,1
<i>dt LABEL ROUGE</i>	4,8	30,50	0,4	5,3
<i>dt AUTRES PLEIN AIR</i>	11,2	25,18	4,2	12,9
BIOLOGIQUE	13,5	33,60	-0,3	5,9
SANS PRECISION	-5,9	21,90	4,0	11,4
PETIT	-3,1	12,45	15,1	3,8
MOYEN	3,1	17,82	5,0	59,3
GROS	-2,9	22,35	6,3	24,5
TRES GROS	-20,5	27,93	8,0	1,6
SANS PRECISION	-4,2	21,79	4,3	10,8
MARQUES	-0,4	21,85	3,9	38,0
MDD CLASSIQUES ET THEMATIQUES	4,9	22,42	3,2	31,0
<i>dt MDD CLASSIQUES</i>	5,4	21,15	3,8	26,8
<i>dt MDD THEMATIQUES</i>	1,6	30,82	1,3	4,2
MDD ECONOMIQUES	-3,6	11,43	9,3	25,9
<i>HORS HD</i>	-2,1	8,83	1,6	14,9
<i>HD</i>	-6,0	14,93	17,4	11,0
SANS MARQUE	-3,2	17,80	5,0	5,1
TOTAL ŒUFS DE CAILLES	-0,4	14,61	1,1	100,0

FranceAgriMer, d'après Kantar Worldpanel

> Les indicateurs économiques suivis par FranceAgriMer

PANEL

ACHATS DES MENAGES D'OEUFS Panel Kantar Worldpanel

14/12/12

Cumul annuel mobile 52 semaines se terminant le 2 décembre 2012	Evol tonnage/ A-1 (%)	Prix moyen (€/100 œufs)	Evol prix/ A-1 (%)	Structure volume (%)
TOTAL ŒUFS DE POULE	0,4	19,18	5,0	100,0
CAGE	-2,2	14,66	4,0	60,6
AU SOL	-4,9	16,20	11,8	3,3
PLEIN AIR	8,2	26,54	3,1	19,1
<i>dt LABEL ROUGE</i>	5,5	30,46	0,4	5,3
<i>dt AUTRES PLEIN AIR</i>	9,6	25,17	4,5	12,9
BIOLOGIQUE	13,3	33,61	-0,4	5,9
SANS PRECISION	-4,3	21,88	3,9	11,2
PETIT	-2,4	12,35	14,0	3,8
MOYEN	3,0	17,75	4,9	59,4
GROS	-3,0	22,31	6,2	24,5
TRES GROS	-19,7	27,75	7,1	1,7
SANS PRECISION	-2,7	21,77	4,2	10,6
MARQUES	-0,3	21,82	3,8	37,8
MDD CLASSIQUES ET THEMATIQUES	4,4	22,37	3,4	31,2
<i>dt MDD CLASSIQUES</i>	4,8	21,12	4,0	27,0
<i>dt MDD THEMATIQUES</i>	1,9	30,81	1,3	4,1
MDD ECONOMIQUES	-2,9	11,37	8,9	25,9
<i>HORS HD</i>	-1,5	8,80	0,9	14,9
<i>HD</i>	-5,1	14,82	17,0	11,0
SANS MARQUE	-3,1	17,70	4,6	5,1
TOTAL ŒUFS DE CAILLES	-4,5	14,49	1,7	100,0

FranceAgriMer, d'après Kantar Worldpanel

**ACHATS DES MENAGES
OEUFS
Panel Kantar Worldpanel**

2012 - P11 4 semaines se terminant le 4 novembre 2012	Evol tonnage/ P-1 (%)	Evol tonnage/ A-1 (%)	Prix moyen (€/100 œufs)	Evol prix/ A-1 (%)	Structure volume (%)
TOTAL ŒUFS DE POULE	-0,1	-2,2	19,41	6,1	100,0
CAGE	4,0	-4,7	15,05	5,9	59,8
AU SOL	40,8	22,0	15,69	5,8	3,6
PLEIN AIR	-9,0	3,9	26,74	3,0	20,6
<i>dt LABEL ROUGE</i>	9,0	5,1	29,96	0,0	5,7
<i>dt AUTRES PLEIN AIR</i>	-14,1	4,1	25,58	4,3	14,1
BIOLOGIQUE	-7,6	15,0	33,78	1,7	6,6
SANS PRECISION	-8,0	-14,4	22,47	6,9	9,4
PETIT	-20,9	-25,1	13,44	19,3	2,7
MOYEN	0,6	-0,7	18,04	7,1	62,3
GROS	3,1	3,0	22,01	1,2	24,5
TRES GROS	-9,2	-26,2	27,88	9,7	1,3
SANS PRECISION	-3,6	-11,3	22,38	9,1	9,2
MARQUES	3,3	-2,5	22,54	8,4	37,6
MDD CLASSIQUES ET THEMATIQUES	-4,1	1,8	22,21	1,7	32,4
<i>dt MDD CLASSIQUES</i>	-3,3	3,1	21,02	2,6	28,4
<i>dt MDD THEMATIQUES</i>	-9,6	-6,2	30,75	0,2	4,0
MDD ECONOMIQUES	-0,1	-6,8	11,24	4,2	25,4
<i>HORS HD</i>	0,6	-11,4	8,71	0,3	14,4
<i>HD</i>	-1,1	0,0	14,40	5,4	10,9
SANS MARQUE	3,7	-0,7	19,19	10,1	4,6
TOTAL OEUFS DE CAILLES	-2,3	-10,8	14,72	1,8	100,0

FranceAgriMer, d'après Kantar Worldpanel

**ACHATS DES MENAGES
OEUFs
Panel Kantar Worldpanel**

2012 - P10 4 semaines se terminant le 7 octobre 2012	Evol tonnage/ P-1 (%)	Evol tonnage/ A-1 (%)	Prix moyen (€/100 œufs)	Evol prix/ A-1 (%)	Structure volume (%)
TOTAL ŒUFS DE POULE	-2,7	-3,0	19,49	5,7	100,0
CAGE	-5,5	-6,8	14,64	4,4	57,5
AU SOL	-7,0	-22,8	15,06	1,4	2,6
PLEIN AIR	3,6	9,5	26,60	1,2	22,6
<i>dt LABEL ROUGE</i>	-9,9	-8,4	31,05	2,8	5,2
<i>dt AUTRES PLEIN AIR</i>	8,0	18,2	25,31	1,5	16,4
BIOLOGIQUE	3,4	22,4	33,57	-0,5	7,2
SANS PRECISION	-2,8	-12,0	22,25	4,6	10,2
PETIT	-15,6	-5,5	13,65	27,4	3,4
MOYEN	-2,7	2,0	18,06	7,0	61,9
GROS	-1,3	-10,5	22,35	4,0	23,7
TRES GROS	11,0	14,1	28,85	7,7	1,4
SANS PRECISION	-2,7	-13,3	22,29	4,6	9,5
MARQUES	-3,9	-1,4	22,32	3,9	36,4
MDD CLASSIQUES ET THEMATIQUES	-3,7	4,6	22,50	1,5	33,8
<i>dt MDD CLASSIQUES</i>	-4,5	3,9	21,29	1,7	29,4
<i>dt MDD THEMATIQUES</i>	2,2	9,7	30,61	-0,8	4,4
MDD ECONOMIQUES	1,7	-10,7	11,34	8,4	25,4
<i>HORS HD</i>	-2,8	-15,6	8,78	4,2	14,3
<i>HD</i>	7,4	-3,9	14,48	9,0	11,0
SANS MARQUE	-8,6	-17,9	19,86	14,8	4,5
TOTAL OEUFs DE CAILLES	68,4	15,2	14,79	7,7	100,0

FranceAgriMer, d'après Kantar Worldpanel

**ACHATS DES MENAGES
OEUFS
Panel Kantar Worldpanel**

2012 - P9 4 semaines se terminant le 9 septembre 2012	Evol tonnage/ P-1 (%)	Evol tonnage/ A-1 (%)	Prix moyen (€/100 œufs)	Evol prix/ A-1 (%)	Structure volume (%)
TOTAL ŒUFS DE POULE	-0,9	-3,6	19,39	6,6	100,0
STANDARD	0,2	-6,2	14,79	5,3	59,2
AU SOL	-14,5	-13,2	15,86	7,9	2,7
PLEIN AIR	-2,5	7,0	26,52	2,4	21,3
<i>dt LABEL ROUGE</i>	-5,5	5,8	30,09	0,1	5,7
<i>dt AUTRES PLEIN AIR</i>	0,0	10,2	25,27	3,4	14,8
BIOLOGIQUE	3,7	17,0	33,72	1,6	6,7
SANS PRECISION	-2,7	-15,3	22,67	8,5	10,2
PETIT	1,6	-2,5	13,36	23,8	3,9
MOYEN	0,0	-0,8	17,89	6,7	61,9
GROS	-2,1	-2,6	22,53	5,1	23,4
TRES GROS	-2,7	-16,5	28,88	8,7	1,3
SANS PRECISION	-4,4	-19,1	22,61	10,0	9,5
MARQUES	-0,8	-4,5	22,30	7,8	36,8
MDD CLASSIQUES ET THEMATIQUES	6,0	4,8	22,10	0,9	34,1
<i>dt MDD CLASSIQUES</i>	7,8	5,1	20,92	1,5	29,9
<i>dt MDD THEMATIQUES</i>	-5,3	3,0	30,53	-1,1	4,2
MDD ECONOMIQUES	-7,2	-11,2	11,36	8,9	24,3
<i>HORS HD</i>	-4,3	-8,9	8,95	4,7	14,3
<i>HD</i>	-9,9	-14,6	14,74	13,8	9,9
SANS MARQUE	-11,9	-9,9	18,25	6,2	4,8
TOTAL OEUFS DE CAILLES	-29,4	-28,4	15,71	7,5	100,0

FranceAgriMer, d'après Kantar Worldpanel

**ACHATS DES MENAGES
OEUFS
Panel Kantar Worldpanel**

2012 - P8 4 semaines se terminant le 5 août 2012	Evol tonnage/ P-1 (%)	Evol tonnage/ A-1 (%)	Prix moyen (€/100 œufs)	Evol prix/ A-1 (%)	Structure volume (%)
TOTAL ŒUFS DE POULE	4,6	3,0	19,20	5,6	100,0
STANDARD	5,8	-0,4	14,50	4,5	58,5
AU SOL	5,1	-2,1	14,99	9,1	3,1
PLEIN AIR	10,6	14,7	26,83	4,5	21,6
<i>dt LABEL ROUGE</i>	1,3	20,9	30,80	1,3	5,9
<i>dt AUTRES PLEIN AIR</i>	14,1	12,1	25,37	5,3	14,6
BIOLOGIQUE	-0,2	9,8	33,91	0,8	6,4
SANS PRECISION	-9,1	-1,1	21,91	2,1	10,4
PETIT	8,2	-6,2	12,33	13,4	3,9
MOYEN	6,4	5,7	17,76	5,8	61,3
GROS	5,4	1,2	22,56	7,3	23,7
TRES GROS	3,2	-20,3	27,01	6,1	1,3
SANS PRECISION	-7,9	-0,9	21,70	1,5	9,9
MARQUES	3,8	6,5	22,02	3,3	36,8
MDD CLASSIQUES ET THEMATIQUES	2,5	1,4	22,66	5,2	31,9
<i>dt MDD CLASSIQUES</i>	1,4	2,7	21,45	5,9	27,5
<i>dt MDD THEMATIQUES</i>	10,0	-5,6	30,24	4,6	4,4
MDD ECONOMIQUES	5,5	-0,3	11,26	9,8	25,9
<i>HORS HD</i>	4,1	-1,3	8,66	1,8	14,8
<i>HD</i>	7,0	0,4	14,47	16,7	10,9
SANS MARQUE	19,7	6,3	17,64	6,5	5,4
TOTAL OEUFS DE CAILLES	15,1	45,3	14,81	0,7	100,0

FranceAgriMer, d'après Kantar Worldpanel

**ACHATS DES MENAGES
OEUFS
Panel Kantar Worldpanel**

2012 - P7 4 semaines se terminant le 8 juillet 2012	Evol tonnage/ P-1 (%)	Evol tonnage/ A-1 (%)	Prix moyen (€/100 œufs)	Evol prix/ A-1 (%)	Structure volume (%)
TOTAL ŒUFS DE POULE	-2,3	0,7	19,15	4,1	100,0
STANDARD	-1,5	-1,9	14,38	2,5	57,8
AU SOL	-0,6	-8,3	15,98	17,1	3,1
PLEIN AIR	-5,4	6,7	26,55	1,9	20,4
<i>dt LABEL ROUGE</i>	3,7	13,6	29,94	-3,2	6,1
<i>dt AUTRES PLEIN AIR</i>	-8,7	4,3	25,14	3,7	13,4
BIOLOGIQUE	-5,4	7,9	33,58	0,4	6,7
SANS PRECISION	0,9	3,1	22,23	4,7	11,9
PETIT	-8,9	2,1	12,50	13,5	3,7
MOYEN	-1,0	1,5	17,57	2,9	60,3
GROS	-4,6	-2,3	22,33	6,1	23,5
TRES GROS	3,0	-19,3	28,72	10,6	1,3
SANS PRECISION	-2,3	5,8	22,04	4,3	11,2
MARQUES	-3,4	1,8	21,94	3,4	37,1
MDD CLASSIQUES ET THEMATIQUES	-1,4	2,2	22,43	3,2	32,6
<i>dt MDD CLASSIQUES</i>	-0,2	3,2	21,17	4,2	28,4
<i>dt MDD THEMATIQUES</i>	-9,1	-3,9	30,98	0,8	4,2
MDD ECONOMIQUES	-0,3	0,5	11,11	5,2	25,7
<i>HORS HD</i>	-5,3	2,1	8,56	-1,8	14,8
<i>HD</i>	6,8	-2,4	14,38	11,7	10,7
SANS MARQUE	-9,1	-14,2	18,26	9,4	4,7
TOTAL OEUFS DE CAILLES	-26,0	-14,1	14,44	2,1	100,0

FranceAgriMer, d'après Kantar Worldpanel

**ACHATS DES MENAGES
OEUFS
Panel Kantar Worldpanel**

2012 - P6 4 semaines se terminant le 10 juin 2012	Evol tonnage/ P-1 (%)	Evol tonnage/ A-1 (%)	Prix moyen (€/100 œufs)	Evol prix/ A-1 (%)	Structure volume (%)
TOTAL ŒUFS DE POULE	-5,4	-3,2	19,25	4,2	100,0
STANDARD	-8,2	-5,0	14,42	2,1	57,4
AU SOL	11,3	-11,0	15,46	6,0	3,0
PLEIN AIR	-1,2	6,5	26,42	1,4	21,1
<i>dt LABEL ROUGE</i>	3,0	3,7	30,61	-0,6	5,8
<i>dt AUTRES PLEIN AIR</i>	-4,5	6,8	24,87	2,2	14,3
BIOLOGIQUE	-1,4	8,9	33,74	0,8	7,0
SANS PRECISION	-4,5	-13,2	22,39	7,7	11,6
PETIT	8,5	1,9	11,80	6,1	3,9
MOYEN	-9,5	-3,0	17,64	2,6	57,7
GROS	-3,0	-8,6	22,56	7,7	23,8
TRES GROS	-11,9	-19,7	28,26	5,3	1,2
SANS PRECISION	-6,0	-9,6	22,41	8,3	11,2
MARQUES	-12,3	-10,0	22,25	3,7	35,3
MDD CLASSIQUES ET THEMATIQUES	-6,1	1,6	22,66	3,4	32,3
<i>dt MDD CLASSIQUES</i>	-6,4	2,5	21,33	3,9	27,8
<i>dt MDD THEMATIQUES</i>	-3,8	-3,6	30,90	2,7	4,5
MDD ECONOMIQUES	-1,5	-3,7	11,03	5,7	25,2
<i>HORS HD</i>	1,7	-0,5	8,71	-0,9	15,3
<i>HD</i>	-6,3	-7,9	14,50	15,5	9,8
SANS MARQUE	0,9	-17,6	18,14	13,6	5,0
TOTAL ŒUFS DE CAILLES	-25,1	37,8	15,10	-2,5	100,0

FranceAgriMer, d'après Kantar Worldpanel

**ACHATS DES MENAGES
OEUFs
Panel Kantar Worldpanel**

2012 - P5 4 semaines se terminant le 13 mai 2012	Evol tonnage/ P-1 (%)	Evol tonnage/ A-1 (%)	Prix moyen (€/100 œufs)	Evol prix/ A-1 (%)	Structure volume (%)
TOTAL ŒUFS DE POULE	2,0	2,7	19,17	6,1	100,0
STANDARD	2,2	-1,7	14,73	5,4	58,4
AU SOL	1,7	4,5	16,32	15,6	4,1
PLEIN AIR	1,9	19,9	26,17	2,7	20,3
<i>dt LABEL ROUGE</i>	-0,7	6,8	30,06	1,9	4,8
<i>dt AUTRES PLEIN AIR</i>	2,8	24,6	24,96	4,0	15,5
BIOLOGIQUE	6,9	10,7	33,77	-0,7	6,8
SANS PRECISION	-1,3	-5,0	22,07	3,4	10,4
PETIT	-5,9	-10,8	11,88	12,1	3,5
MOYEN	2,4	8,8	17,62	5,0	61,6
GROS	5,1	-5,1	22,59	10,9	23,8
TRES GROS	3,1	-25,1	27,76	9,4	1,3
SANS PRECISION	-4,2	-1,9	22,08	3,9	9,8
MARQUES	1,1	6,0	21,41	0,8	37,3
MDD CLASSIQUES ET THEMATIQUES	7,4	8,0	22,24	4,5	33,6
<i>dt MDD CLASSIQUES</i>	6,0	7,3	20,89	4,9	29,0
<i>dt MDD THEMATIQUES</i>	17,4	12,1	30,67	1,4	4,6
MDD ECONOMIQUES	-0,9	-4,7	11,86	16,8	24,5
<i>HORS HD</i>	-5,3	0,1	8,82	2,2	14,8
<i>HD</i>	7,2	-11,5	16,44	35,2	9,6
SANS MARQUE	-9,7	-14,0	17,57	6,1	4,6
TOTAL OEUFs DE CAILLES	-6,3	-11,8	14,75	1,5	100,0

FranceAgriMer, d'après Kantar Worldpanel

**ACHATS DES MENAGES
OEUFS
Panel Kantar Worldpanel**

2012 - P4 4 semaines se terminant le 15 avril 2012	Evol tonnage/ P-1 (%)	Evol tonnage/ A-1 (%)	Prix moyen (€/100 œufs)	Evol prix/ A-1 (%)	Structure volume (%)
TOTAL ŒUFS DE POULE	-2,1	3,9	19,25	5,8	100,0
STANDARD	-2,7	2,1	14,88	6,8	58,3
AU SOL	-12,9	-1,7	16,43	21,4	4,1
PLEIN AIR	0,0	15,1	26,30	4,1	20,3
<i>dt LABEL ROUGE</i>	1,0	-0,3	30,29	4,7	4,9
<i>dt AUTRES PLEIN AIR</i>	-0,3	21,1	25,01	4,9	15,4
BIOLOGIQUE	-4,8	-0,3	33,89	-1,7	6,5
SANS PRECISION	3,7	-0,5	21,89	3,3	10,8
PETIT	-2,4	5,7	11,21	4,2	3,8
MOYEN	-2,3	6,2	17,72	5,2	61,4
GROS	-4,0	-0,4	22,95	9,9	23,1
TRES GROS	6,9	-24,8	29,36	15,4	1,3
SANS PRECISION	2,8	4,6	21,70	2,4	10,4
MARQUES	-0,3	5,5	21,99	4,2	37,6
MDD CLASSIQUES ET THEMATIQUES	-5,0	2,9	22,35	3,9	32,0
<i>dt MDD CLASSIQUES</i>	-4,3	4,7	21,08	5,2	27,9
<i>dt MDD THEMATIQUES</i>	-9,6	-8,0	31,14	2,0	4,0
MDD ECONOMIQUES	-1,2	1,6	11,77	16,5	25,2
<i>HORS HD</i>	0,3	8,1	8,62	2,7	16,0
<i>HD</i>	-3,9	-8,7	17,07	35,8	9,1
SANS MARQUE	-0,5	9,7	16,61	-1,7	5,2
TOTAL OEUFS DE CAILLES	46,0	-1,5	14,42	8,7	100,0

FranceAgriMer, d'après Kantar Worldpanel

**ACHATS DES MENAGES
OEUFs
Panel Kantar Worldpanel**

2012 - P3 4 semaines se terminant le 18 mars 2012	Evol tonnage/ P-1 (%)	Evol tonnage/ A-1 (%)	Prix moyen (€/100 œufs)	Evol prix/ A-1 (%)	Structure volume (%)
TOTAL ŒUFS DE POULE	-7,6	-2,4	18,86	2,9	100,0
STANDARD	-10,0	-1,3	14,53	2,2	58,6
AU SOL	-15,4	-9,0	15,27	10,6	4,6
PLEIN AIR	-3,7	-2,0	26,01	5,4	19,9
<i>dt LABEL ROUGE</i>	-6,5	-10,6	30,11	2,1	4,8
<i>dt AUTRES PLEIN AIR</i>	-2,7	1,0	24,70	7,7	15,1
BIOLOGIQUE	-9,2	-1,2	34,00	-0,4	6,7
SANS PRECISION	6,4	-6,9	21,63	1,5	10,2
PETIT	-17,2	-8,6	11,08	3,4	3,8
MOYEN	-7,7	1,7	17,46	1,9	61,5
GROS	-12,6	-8,7	22,41	8,4	23,5
TRES GROS	-5,8	-36,3	27,11	5,1	1,2
SANS PRECISION	13,8	-1,8	21,18	-0,4	9,9
MARQUES	-8,7	-8,9	21,39	3,2	37,0
MDD CLASSIQUES ET THEMATIQUES	-5,4	1,9	22,26	3,6	32,9
<i>dt MDD CLASSIQUES</i>	-5,7	2,4	20,91	4,3	28,6
<i>dt MDD THEMATIQUES</i>	-3,7	-1,6	31,11	1,8	4,4
MDD ECONOMIQUES	-8,6	1,2	11,17	6,2	25,0
<i>HORS HD</i>	-1,9	17,9	8,33	-5,7	15,6
<i>HD</i>	-18,5	-18,6	15,72	26,7	9,3
SANS MARQUE	-7,7	4,6	16,30	-4,1	5,1
TOTAL OEUFs DE CAILLES	-11,0	-13,4	14,52	1,8	100,0

FranceAgriMer, d'après Kantar Worldpanel

**ACHATS DES MENAGES
OEUFS
Panel Kantar Worldpanel**

2012 - P2 4 semaines se terminant le 19 février 2012	Evol tonnage/ P-1 (%)	Evol tonnage/ A-1 (%)	Prix moyen (€/100 œufs)	Evol prix/ A-1 (%)	Structure volume (%)
TOTAL ŒUFS DE POULE	13,0	4,1	18,66	2,9	100,0
STANDARD	15,0	5,8	14,47	1,1	60,2
AU SOL	41,7	-20,5	15,20	16,1	5,1
PLEIN AIR	8,5	9,1	25,97	2,9	19,1
<i>dt LABEL ROUGE</i>	18,0	1,3	29,87	-0,2	4,7
<i>dt AUTRES PLEIN AIR</i>	5,6	12,0	24,67	4,9	14,3
BIOLOGIQUE	9,7	13,8	33,97	-1,2	6,8
SANS PRECISION	0,3	-4,9	21,68	1,9	8,9
PETIT	28,9	19,5	11,40	6,9	4,3
MOYEN	12,3	6,9	17,41	2,6	61,6
GROS	19,3	1,4	21,60	5,6	24,9
TRES GROS	-1,6	-29,0	27,08	6,2	1,2
SANS PRECISION	-2,4	-6,6	21,69	3,3	8,0
MARQUES	17,7	1,2	20,81	-0,6	37,4
MDD CLASSIQUES ET THEMATIQUES	11,5	7,8	22,37	5,0	32,2
<i>dt MDD CLASSIQUES</i>	13,5	8,9	21,08	5,8	28,0
<i>dt MDD THEMATIQUES</i>	-0,5	1,0	31,00	3,7	4,2
MDD ECONOMIQUES	8,5	3,5	11,22	9,3	25,3
<i>HORS HD</i>	3,7	8,9	8,70	-2,7	14,7
<i>HD</i>	16,1	-3,4	14,66	23,1	10,6
SANS MARQUE	12,3	6,7	16,37	-3,3	5,1
TOTAL OEUFS DE CAILLES	-46,4	-8,0	14,40	-1,7	100,0

FranceAgriMer, d'après Kantar Worldpanel

**ACHATS DES MENAGES
OEUFS
Panel Kantar Worldpanel**

2012 - P1 4 semaines se terminant le 22 janvier 2012	Evol tonnage/ P-1 (%)	Evol tonnage/ A-1 (%)	Prix moyen (€/100 œufs)	Evol prix/ A-1 (%)	Structure volume (%)
TOTAL ŒUFS DE POULE	-4,8	-0,4	18,69	2,6	100,0
STANDARD	-8,1	-5,1	14,58	-0,4	59,1
AU SOL	-13,3	-20,8	13,99	7,4	4,0
PLEIN AIR	1,4	8,3	25,84	2,6	19,9
<i>dt LABEL ROUGE</i>	-19,1	-11,3	30,11	0,0	4,5
<i>dt AUTRES PLEIN AIR</i>	9,6	15,9	24,58	5,6	15,3
BIOLOGIQUE	14,0	18,3	33,36	-2,2	7,0
SANS PRECISION	-2,9	13,7	20,46	-4,3	10,0
PETIT	-18,1	-6,2	11,75	11,0	3,7
MOYEN	-4,3	2,0	17,58	2,4	62,0
GROS	-4,6	-7,7	21,68	6,4	23,6
TRES GROS	-15,4	-22,6	26,59	2,1	1,4
SANS PRECISION	0,2	11,6	20,11	-4,8	9,3
MARQUES	-3,0	-6,9	21,28	1,9	35,9
MDD CLASSIQUES ET THEMATIQUES	-5,6	1,4	22,44	6,0	32,6
<i>dt MDD CLASSIQUES</i>	-8,5	-0,4	21,12	6,7	27,9
<i>dt MDD THEMATIQUES</i>	16,5	12,9	30,23	-0,4	4,8
MDD ECONOMIQUES	-7,3	6,2	10,80	4,0	26,3
<i>HORS HD</i>	-3,7	15,9	8,52	-3,3	16,0
<i>HD</i>	-11,8	-6,4	14,29	15,5	10,3
SANS MARQUE	2,2	5,0	17,03	-1,0	5,1
TOTAL OEUFS DE CAILLES	-33,3	-8,1	15,14	5,2	100,0

FranceAgriMer, d'après Kantar Worldpanel