

> Les indicateurs économiques suivis par FranceAgriMer

**PANEL**

## ACHATS DES MENAGES D'OEUFS Panel Kantar Worldpanel

16/01/13

Cumul annuel du 26 décembre 2011 au 30 décembre 2012	Evol tonnage/ A-1 (%)	Prix moyen (€/100 œufs)	Evol prix/ A-1 (%)	Structure volume (%)
<b>TOTAL ŒUFS DE POULE</b>	<b>0,1</b>	<b>19,78</b>	<b>5,2</b>	<b>100,0</b>
<b>CAGE</b>	<b>-3,4</b>	<b>15,39</b>	<b>4,4</b>	<b>59,5</b>
<b>AU SOL</b>	<b>-1,7</b>	<b>16,26</b>	<b>11,2</b>	<b>3,3</b>
<b>PLEIN AIR</b>	<b>10,1</b>	<b>26,49</b>	<b>2,5</b>	<b>19,6</b>
<i>dt LABEL ROUGE</i>	4,0	30,52	0,6	5,5
<i>dt AUTRES PLEIN AIR</i>	13,1	25,11	3,6	13,2
<b>BIOLOGIQUE</b>	<b>14,8</b>	<b>33,51</b>	<b>-0,6</b>	<b>6,1</b>
<b>SANS PRECISION</b>	<b>-6,3</b>	<b>21,95</b>	<b>4,1</b>	<b>11,6</b>
<b>PETIT</b>	<b>-5,1</b>	<b>12,60</b>	<b>15,9</b>	<b>3,9</b>
<b>MOYEN</b>	<b>3,2</b>	<b>18,64</b>	<b>5,1</b>	<b>58,3</b>
<b>GROS</b>	<b>-3,0</b>	<b>22,35</b>	<b>6,0</b>	<b>25,1</b>
<b>TRES GROS</b>	<b>-19,1</b>	<b>27,85</b>	<b>7,7</b>	<b>1,7</b>
<b>SANS PRECISION</b>	<b>-4,7</b>	<b>21,87</b>	<b>4,4</b>	<b>11,0</b>
<b>MARQUES</b>	<b>-0,4</b>	<b>21,88</b>	<b>3,8</b>	<b>38,8</b>
<b>MDD CLASSIQUES ET THEMATIQUES</b>	<b>5,0</b>	<b>22,42</b>	<b>3,1</b>	<b>31,9</b>
<i>dt MDD CLASSIQUES</i>	5,3	21,15	3,7	27,7
<i>dt MDD THEMATIQUES</i>	3,3	30,79	1,1	4,3
<b>MDD ECONOMIQUES</b>	<b>-4,8</b>	<b>12,80</b>	<b>10,1</b>	<b>24,0</b>
<i>HORS HD</i>	-3,3	10,85	3,7	12,7
<i>HD</i>	-6,8	14,91	16,5	11,3
<b>SANS MARQUE</b>	<b>-4,0</b>	<b>17,79</b>	<b>5,1</b>	<b>5,2</b>
<b>TOTAL OEUFS DE CAILLES</b>	<b>4,2</b>	<b>14,41</b>	<b>0,4</b>	<b>100,0</b>

FranceAgriMer, d'après Kantar Worldpanel

> Les indicateurs économiques suivis par FranceAgriMer

**PANEL**

## ACHATS DES MENAGES D'OEUFS Panel Kantar Worldpanel

16/01/13

2012 - P13 4 semaines se terminant le 30 décembre 2012	Evol tonnage/ P-1 (%)	Evol tonnage/ A-1 (%)	Prix moyen (€/100 œufs)	Evol prix/ A-1 (%)	Structure volume (%)
<b>TOTAL OEUFS DE POULE</b>	<b>-0,8</b>	<b>-1,0</b>	<b>19,79</b>	<b>4,0</b>	<b>100,0</b>
<b>CAGE</b>	<b>-0,8</b>	<b>-8,9</b>	<b>15,24</b>	<b>1,7</b>	<b>56,1</b>
<b>AU SOL</b>	<b>-25,6</b>	<b>22,1</b>	<b>15,85</b>	<b>3,9</b>	<b>3,7</b>
<b>PLEIN AIR</b>	<b>10,0</b>	<b>19,7</b>	<b>26,05</b>	<b>-1,4</b>	<b>23,7</b>
dt LABEL ROUGE	-4,1	-4,7	30,85	2,7	5,7
dt AUTRES PLEIN AIR	15,6	32,3	24,54	-2,1	17,0
<b>BIOLOGIQUE</b>	<b>-4,5</b>	<b>22,0</b>	<b>32,93</b>	<b>-2,8</b>	<b>7,1</b>
<b>SANS PRECISION</b>	<b>-9,1</b>	<b>-12,7</b>	<b>22,82</b>	<b>5,8</b>	<b>9,3</b>
<b>PETIT</b>	<b>-5,5</b>	<b>-32,0</b>	<b>13,32</b>	<b>16,9</b>	<b>3,0</b>
<b>MOYEN</b>	<b>3,8</b>	<b>5,3</b>	<b>18,51</b>	<b>3,6</b>	<b>63,6</b>
<b>GROS</b>	<b>-8,9</b>	<b>-6,7</b>	<b>22,47</b>	<b>3,1</b>	<b>22,7</b>
<b>TRES GROS</b>	<b>1,1</b>	<b>-1,4</b>	<b>27,18</b>	<b>4,8</b>	<b>1,5</b>
<b>SANS PRECISION</b>	<b>-7,8</b>	<b>-11,3</b>	<b>22,91</b>	<b>6,6</b>	<b>9,1</b>
<b>MARQUES</b>	<b>-7,8</b>	<b>-2,3</b>	<b>22,11</b>	<b>3,0</b>	<b>36,5</b>
<b>MDD CLASSIQUES ET THEMATIQUES</b>	<b>5,0</b>	<b>6,0</b>	<b>22,40</b>	<b>2,6</b>	<b>35,5</b>
dt MDD CLASSIQUES	5,3	4,5	21,15	2,2	30,9
dt MDD THEMATIQUES	2,8	17,9	30,92	0,8	4,6
<b>MDD ECONOMIQUES</b>	<b>3,2</b>	<b>-5,6</b>	<b>12,58</b>	<b>3,9</b>	<b>23,6</b>
HORS HD	15,2	4,7	10,99	4,7	13,6
HD	-9,5	-16,3	14,67	7,4	9,9
<b>SANS MARQUE</b>	<b>-4,0</b>	<b>-15,5</b>	<b>18,16</b>	<b>9,6</b>	<b>4,3</b>
<b>TOTAL OEUFS DE CAILLES</b>	<b>135,8</b>	<b>24,9</b>	<b>13,68</b>	<b>-1,9</b>	<b>100,0</b>

FranceAgriMer, d'après Kantar Worldpanel

> 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 (%)
<b>TOTAL OEUFS DE POULE</b>	<b>3,2</b>	<b>-2,6</b>	<b>20,07</b>	<b>9,5</b>	<b>100,0</b>
<b>CAGE</b>	<b>-3,3</b>	<b>-10,2</b>	<b>15,50</b>	<b>9,7</b>	<b>56,1</b>
<b>AU SOL</b>	<b>42,6</b>	<b>35,1</b>	<b>16,14</b>	<b>1,4</b>	<b>5,0</b>
<b>PLEIN AIR</b>	<b>7,1</b>	<b>6,3</b>	<b>27,07</b>	<b>4,2</b>	<b>21,4</b>
<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
<b>BIOLOGIQUE</b>	<b>14,8</b>	<b>25,4</b>	<b>33,72</b>	<b>-0,2</b>	<b>7,4</b>
<b>SANS PRECISION</b>	<b>12,2</b>	<b>-3,3</b>	<b>22,60</b>	<b>9,0</b>	<b>10,2</b>
<b>PETIT</b>	<b>19,8</b>	<b>-16,5</b>	<b>13,99</b>	<b>30,4</b>	<b>3,1</b>
<b>MOYEN</b>	<b>0,7</b>	<b>-2,7</b>	<b>18,82</b>	<b>11,3</b>	<b>60,8</b>
<b>GROS</b>	<b>4,1</b>	<b>0,1</b>	<b>22,56</b>	<b>4,3</b>	<b>24,7</b>
<b>TRES GROS</b>	<b>19,2</b>	<b>-3,5</b>	<b>26,57</b>	<b>1,6</b>	<b>1,5</b>
<b>SANS PRECISION</b>	<b>10,4</b>	<b>-3,7</b>	<b>22,56</b>	<b>9,5</b>	<b>9,8</b>
<b>MARQUES</b>	<b>7,7</b>	<b>-4,1</b>	<b>22,34</b>	<b>7,9</b>	<b>39,3</b>
<b>MDD CLASSIQUES ET THEMATIQUES</b>	<b>6,8</b>	<b>13,7</b>	<b>22,59</b>	<b>1,2</b>	<b>33,5</b>
<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
<b>MDD ECONOMIQUES</b>	<b>-7,6</b>	<b>-18,8</b>	<b>12,70</b>	<b>18,2</b>	<b>22,7</b>
<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
<b>SANS MARQUE</b>	<b>-0,3</b>	<b>4,1</b>	<b>18,79</b>	<b>7,3</b>	<b>4,5</b>
<b>TOTAL OEUFS DE CAILLES</b>	<b>64,1</b>	<b>34,1</b>	<b>13,14</b>	<b>-15,9</b>	<b>100,0</b>

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 (%)
<b>TOTAL ŒUFS DE POULE</b>	-0,1	-2,2	19,41	6,1	100,0
<b>CAGE</b>	4,0	-4,7	15,05	5,9	59,8
<b>AU SOL</b>	40,8	22,0	15,69	5,8	3,6
<b>PLEIN AIR</b>	-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
<b>BIOLOGIQUE</b>	-7,6	15,0	33,78	1,7	6,6
<b>SANS PRECISION</b>	-8,0	-14,4	22,47	6,9	9,4
<b>PETIT</b>	-20,9	-25,1	13,44	19,3	2,7
<b>MOYEN</b>	0,6	-0,7	18,04	7,1	62,3
<b>GROS</b>	3,1	3,0	22,01	1,2	24,5
<b>TRES GROS</b>	-9,2	-26,2	27,88	9,7	1,3
<b>SANS PRECISION</b>	-3,6	-11,3	22,38	9,1	9,2
<b>MARQUES</b>	3,3	-2,5	22,54	8,4	37,6
<b>MDD CLASSIQUES ET THEMATIQUES</b>	-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
<b>MDD ECONOMIQUES</b>	-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
<b>SANS MARQUE</b>	3,7	-0,7	19,19	10,1	4,6
<b>TOTAL OEUFS DE CAILLES</b>	-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 (%)
<b>TOTAL ŒUFS DE POULE</b>	-2,7	-3,0	19,49	5,7	100,0
<b>CAGE</b>	-5,5	-6,8	14,64	4,4	57,5
<b>AU SOL</b>	-7,0	-22,8	15,06	1,4	2,6
<b>PLEIN AIR</b>	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
<b>BIOLOGIQUE</b>	3,4	22,4	33,57	-0,5	7,2
<b>SANS PRECISION</b>	-2,8	-12,0	22,25	4,6	10,2
<b>PETIT</b>	-15,6	-5,5	13,65	27,4	3,4
<b>MOYEN</b>	-2,7	2,0	18,06	7,0	61,9
<b>GROS</b>	-1,3	-10,5	22,35	4,0	23,7
<b>TRES GROS</b>	11,0	14,1	28,85	7,7	1,4
<b>SANS PRECISION</b>	-2,7	-13,3	22,29	4,6	9,5
<b>MARQUES</b>	-3,9	-1,4	22,32	3,9	36,4
<b>MDD CLASSIQUES ET THEMATIQUES</b>	-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
<b>MDD ECONOMIQUES</b>	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
<b>SANS MARQUE</b>	-8,6	-17,9	19,86	14,8	4,5
<b>TOTAL OEUFS DE CAILLES</b>	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 (%)
<b>TOTAL ŒUFS DE POULE</b>	-0,9	-3,6	19,39	6,6	100,0
<b>STANDARD</b>	0,2	-6,2	14,79	5,3	59,2
<b>AU SOL</b>	-14,5	-13,2	15,86	7,9	2,7
<b>PLEIN AIR</b>	-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
<b>BIOLOGIQUE</b>	3,7	17,0	33,72	1,6	6,7
<b>SANS PRECISION</b>	-2,7	-15,3	22,67	8,5	10,2
<b>PETIT</b>	1,6	-2,5	13,36	23,8	3,9
<b>MOYEN</b>	0,0	-0,8	17,89	6,7	61,9
<b>GROS</b>	-2,1	-2,6	22,53	5,1	23,4
<b>TRES GROS</b>	-2,7	-16,5	28,88	8,7	1,3
<b>SANS PRECISION</b>	-4,4	-19,1	22,61	10,0	9,5
<b>MARQUES</b>	-0,8	-4,5	22,30	7,8	36,8
<b>MDD CLASSIQUES ET THEMATIQUES</b>	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
<b>MDD ECONOMIQUES</b>	-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
<b>SANS MARQUE</b>	-11,9	-9,9	18,25	6,2	4,8
<b>TOTAL ŒUFS DE CAILLES</b>	-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 (%)
<b>TOTAL ŒUFS DE POULE</b>	4,6	3,0	19,20	5,6	100,0
<b>STANDARD</b>	5,8	-0,4	14,50	4,5	58,5
<b>AU SOL</b>	5,1	-2,1	14,99	9,1	3,1
<b>PLEIN AIR</b>	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
<b>BIOLOGIQUE</b>	-0,2	9,8	33,91	0,8	6,4
<b>SANS PRECISION</b>	-9,1	-1,1	21,91	2,1	10,4
<b>PETIT</b>	8,2	-6,2	12,33	13,4	3,9
<b>MOYEN</b>	6,4	5,7	17,76	5,8	61,3
<b>GROS</b>	5,4	1,2	22,56	7,3	23,7
<b>TRES GROS</b>	3,2	-20,3	27,01	6,1	1,3
<b>SANS PRECISION</b>	-7,9	-0,9	21,70	1,5	9,9
<b>MARQUES</b>	3,8	6,5	22,02	3,3	36,8
<b>MDD CLASSIQUES ET THEMATIQUES</b>	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
<b>MDD ECONOMIQUES</b>	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
<b>SANS MARQUE</b>	19,7	6,3	17,64	6,5	5,4
<b>TOTAL OEUFS DE CAILLES</b>	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 (%)
<b>TOTAL ŒUFS DE POULE</b>	-2,3	0,7	19,15	4,1	100,0
<b>STANDARD</b>	-1,5	-1,9	14,38	2,5	57,8
<b>AU SOL</b>	-0,6	-8,3	15,98	17,1	3,1
<b>PLEIN AIR</b>	-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
<b>BIOLOGIQUE</b>	-5,4	7,9	33,58	0,4	6,7
<b>SANS PRECISION</b>	0,9	3,1	22,23	4,7	11,9
<b>PETIT</b>	-8,9	2,1	12,50	13,5	3,7
<b>MOYEN</b>	-1,0	1,5	17,57	2,9	60,3
<b>GROS</b>	-4,6	-2,3	22,33	6,1	23,5
<b>TRES GROS</b>	3,0	-19,3	28,72	10,6	1,3
<b>SANS PRECISION</b>	-2,3	5,8	22,04	4,3	11,2
<b>MARQUES</b>	-3,4	1,8	21,94	3,4	37,1
<b>MDD CLASSIQUES ET THEMATIQUES</b>	-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
<b>MDD ECONOMIQUES</b>	-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
<b>SANS MARQUE</b>	-9,1	-14,2	18,26	9,4	4,7
<b>TOTAL OEUFS DE CAILLES</b>	-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 (%)
<b>TOTAL ŒUFS DE POULE</b>	-5,4	-3,2	19,25	4,2	100,0
<b>STANDARD</b>	-8,2	-5,0	14,42	2,1	57,4
<b>AU SOL</b>	11,3	-11,0	15,46	6,0	3,0
<b>PLEIN AIR</b>	-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
<b>BIOLOGIQUE</b>	-1,4	8,9	33,74	0,8	7,0
<b>SANS PRECISION</b>	-4,5	-13,2	22,39	7,7	11,6
<b>PETIT</b>	8,5	1,9	11,80	6,1	3,9
<b>MOYEN</b>	-9,5	-3,0	17,64	2,6	57,7
<b>GROS</b>	-3,0	-8,6	22,56	7,7	23,8
<b>TRES GROS</b>	-11,9	-19,7	28,26	5,3	1,2
<b>SANS PRECISION</b>	-6,0	-9,6	22,41	8,3	11,2
<b>MARQUES</b>	-12,3	-10,0	22,25	3,7	35,3
<b>MDD CLASSIQUES ET THEMATIQUES</b>	-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
<b>MDD ECONOMIQUES</b>	-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
<b>SANS MARQUE</b>	0,9	-17,6	18,14	13,6	5,0
<b>TOTAL ŒUFS DE CAILLES</b>	-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 (%)
<b>TOTAL ŒUFS DE POULE</b>	2,0	2,7	19,17	6,1	100,0
<b>STANDARD</b>	2,2	-1,7	14,73	5,4	58,4
<b>AU SOL</b>	1,7	4,5	16,32	15,6	4,1
<b>PLEIN AIR</b>	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
<b>BIOLOGIQUE</b>	6,9	10,7	33,77	-0,7	6,8
<b>SANS PRECISION</b>	-1,3	-5,0	22,07	3,4	10,4
<b>PETIT</b>	-5,9	-10,8	11,88	12,1	3,5
<b>MOYEN</b>	2,4	8,8	17,62	5,0	61,6
<b>GROS</b>	5,1	-5,1	22,59	10,9	23,8
<b>TRES GROS</b>	3,1	-25,1	27,76	9,4	1,3
<b>SANS PRECISION</b>	-4,2	-1,9	22,08	3,9	9,8
<b>MARQUES</b>	1,1	6,0	21,41	0,8	37,3
<b>MDD CLASSIQUES ET THEMATIQUES</b>	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
<b>MDD ECONOMIQUES</b>	-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
<b>SANS MARQUE</b>	-9,7	-14,0	17,57	6,1	4,6
<b>TOTAL OEUFs DE CAILLES</b>	-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 (%)
<b>TOTAL ŒUFS DE POULE</b>	-2,1	3,9	19,25	5,8	100,0
<b>STANDARD</b>	-2,7	2,1	14,88	6,8	58,3
<b>AU SOL</b>	-12,9	-1,7	16,43	21,4	4,1
<b>PLEIN AIR</b>	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
<b>BIOLOGIQUE</b>	-4,8	-0,3	33,89	-1,7	6,5
<b>SANS PRECISION</b>	3,7	-0,5	21,89	3,3	10,8
<b>PETIT</b>	-2,4	5,7	11,21	4,2	3,8
<b>MOYEN</b>	-2,3	6,2	17,72	5,2	61,4
<b>GROS</b>	-4,0	-0,4	22,95	9,9	23,1
<b>TRES GROS</b>	6,9	-24,8	29,36	15,4	1,3
<b>SANS PRECISION</b>	2,8	4,6	21,70	2,4	10,4
<b>MARQUES</b>	-0,3	5,5	21,99	4,2	37,6
<b>MDD CLASSIQUES ET THEMATIQUES</b>	-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
<b>MDD ECONOMIQUES</b>	-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
<b>SANS MARQUE</b>	-0,5	9,7	16,61	-1,7	5,2
<b>TOTAL OEUFs DE CAILLES</b>	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 (%)
<b>TOTAL ŒUFS DE POULE</b>	-7,6	-2,4	18,86	2,9	100,0
<b>STANDARD</b>	-10,0	-1,3	14,53	2,2	58,6
<b>AU SOL</b>	-15,4	-9,0	15,27	10,6	4,6
<b>PLEIN AIR</b>	-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
<b>BIOLOGIQUE</b>	-9,2	-1,2	34,00	-0,4	6,7
<b>SANS PRECISION</b>	6,4	-6,9	21,63	1,5	10,2
<b>PETIT</b>	-17,2	-8,6	11,08	3,4	3,8
<b>MOYEN</b>	-7,7	1,7	17,46	1,9	61,5
<b>GROS</b>	-12,6	-8,7	22,41	8,4	23,5
<b>TRES GROS</b>	-5,8	-36,3	27,11	5,1	1,2
<b>SANS PRECISION</b>	13,8	-1,8	21,18	-0,4	9,9
<b>MARQUES</b>	-8,7	-8,9	21,39	3,2	37,0
<b>MDD CLASSIQUES ET THEMATIQUES</b>	-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
<b>MDD ECONOMIQUES</b>	-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
<b>SANS MARQUE</b>	-7,7	4,6	16,30	-4,1	5,1
<b>TOTAL OEUFs DE CAILLES</b>	-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 (%)
<b>TOTAL ŒUFS DE POULE</b>	13,0	4,1	18,66	2,9	100,0
<b>STANDARD</b>	15,0	5,8	14,47	1,1	60,2
<b>AU SOL</b>	41,7	-20,5	15,20	16,1	5,1
<b>PLEIN AIR</b>	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
<b>BIOLOGIQUE</b>	9,7	13,8	33,97	-1,2	6,8
<b>SANS PRECISION</b>	0,3	-4,9	21,68	1,9	8,9
<b>PETIT</b>	28,9	19,5	11,40	6,9	4,3
<b>MOYEN</b>	12,3	6,9	17,41	2,6	61,6
<b>GROS</b>	19,3	1,4	21,60	5,6	24,9
<b>TRES GROS</b>	-1,6	-29,0	27,08	6,2	1,2
<b>SANS PRECISION</b>	-2,4	-6,6	21,69	3,3	8,0
<b>MARQUES</b>	17,7	1,2	20,81	-0,6	37,4
<b>MDD CLASSIQUES ET THEMATIQUES</b>	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
<b>MDD ECONOMIQUES</b>	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
<b>SANS MARQUE</b>	12,3	6,7	16,37	-3,3	5,1
<b>TOTAL OEUFS DE CAILLES</b>	-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 (%)
<b>TOTAL ŒUFS DE POULE</b>	-4,8	-0,4	18,69	2,6	100,0
<b>STANDARD</b>	-8,1	-5,1	14,58	-0,4	59,1
<b>AU SOL</b>	-13,3	-20,8	13,99	7,4	4,0
<b>PLEIN AIR</b>	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
<b>BIOLOGIQUE</b>	14,0	18,3	33,36	-2,2	7,0
<b>SANS PRECISION</b>	-2,9	13,7	20,46	-4,3	10,0
<b>PETIT</b>	-18,1	-6,2	11,75	11,0	3,7
<b>MOYEN</b>	-4,3	2,0	17,58	2,4	62,0
<b>GROS</b>	-4,6	-7,7	21,68	6,4	23,6
<b>TRES GROS</b>	-15,4	-22,6	26,59	2,1	1,4
<b>SANS PRECISION</b>	0,2	11,6	20,11	-4,8	9,3
<b>MARQUES</b>	-3,0	-6,9	21,28	1,9	35,9
<b>MDD CLASSIQUES ET THEMATIQUES</b>	-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
<b>MDD ECONOMIQUES</b>	-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
<b>SANS MARQUE</b>	2,2	5,0	17,03	-1,0	5,1
<b>TOTAL OEUFS DE CAILLES</b>	-33,3	-8,1	15,14	5,2	100,0

FranceAgriMer, d'après Kantar Worldpanel