

- 1- Suivi de marché
- 2- Production européenne et française
- 3- Déroulement de campagne
- 4- Commerce extérieur
- 5- Consommation

## 1- Suivi de marché 2009

Dates	22/07	29/07	05/08	12/08	18/08	25/08	01/09	08/09	15/09	22/09	29/09	06/10	13/10	20/10	03/11
AOP	2	1	2	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2
FNPF	1	1	1	1	1	1	1	1	-	1	-	1		-	-
ANEEFEL	-	1	2	1	4	1	1	1	2	2	2	3	1	1	1
UNCGFL	-	1	1	-	-	1	1	1	-	1	1	1	1	1	1
UNFD	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
FCD	-	-	2	3	1	-		2	1	1	-	-	-	-	1
SNM	1	1	-	1	1	-	1	-	-	-	-	1	-	-	1
INTERFEL	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Nb de participants	6	7	9	10	11	7	7	8	7	8	6	9	5	6	7

↳ **SOIT 113 PARTICIPATIONS** SUR 16 SEMAINES, AVEC UNE MOYENNE DE 7 PARTICIPANTS PAR REUNION

Ces 15 réunions téléphoniques, ponctuant la campagne entre le 22 juillet et le 3 novembre 2009 ont permis de suivre le marché à chaque stade de la filière, pendant la saison française. Toutes ces réunions ont fait l'objet d'un compte-rendu détaillé sur l'offre et l'activité du marché.

Dans le cadre des réunions de suivi de marché, le GT peut décider d'attirer l'intention de la filière : informations sur le début de campagne, informations sur le marché, annonces d'actions média, demandes de mobilisation... Ces messages « INFO FILIERES » sont diffusés aux professionnels (familles d'Interfel, centrales d'achat GMS, comités de pilotage des MIN, chefs de rayon GMS, détaillants...) via un faxing/ mailing d'environ **1100 contacts**.

⇒ **Info filière à l'occasion de l'entrée précoce en cœur de campagne (sem.34)**



**EMETTEUR**  
GT PRODUIT RAISIN

**DESTINATAIRES**

- Familles d'Interfel
- Centrales d'achat GMS
- Comités de pilotage des MIN
- Chefs de rayon GMS
- Détaillants

**OBJET :**  
DEVELOPPEMENT DES VOLUMES & COMMUNICATION RADIO

**INTERFEL**  
INFO FILIERES FRUITS ET LEGUMES

**Entrée précoce en cœur de campagne :  
Les raisins de nos régions sont là !**

La campagne française est **en avance** et monte en puissance, avec des produits de **belle qualité**.

La gamme variétale est déjà large :  
**Muscat, Lavallée, Chasselas, Danias...**

C'est le moment de **mettre en avant le raisin français !**

A l'occasion du **PIC DE PRODUCTION**,  
**Un SPOT RADIO est prévu en fin de semaine 36 :**  
**vendredi 4 et samedi 5 septembre 2009**  
au moment de la rentrée Fraich' Attitude

Contact : ACPH Raisin de table  
Alexandra Lacoste Tél. 04 99 27 12 04 - [info@interfel.com](mailto:info@interfel.com)

**finird'**

## 2- Production européenne et française

### Production européenne : production italienne en repli (source Eurostat)

Production récoltée de raisins de table (utilisation table), en milliers de tonnes (source : EUROSTAT)

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	evol. 09/moy.3 ans	evol.09/08
Turquie					1785	1900	1900	2000	2060	1913	1971	2202	↑	11% ↑
Italie	1496	1504	1524	1570	1299	1327	1418	1661	1506	1354	1368	1401	↓	-7% →
Grèce	212	190	209	210	165	140	142	150	140	123	81			
Roumanie	73	108	118	93	93	65	56	25	39	71	73	76		
France	89	94	89	89	61	58	63	57	62	60	49			
Portugal	40	56	53	53	58	52	56	49	53	43	41			
Espagne	345	368	350	302	309	321	302	312	340	26	293	315		
Bulgarie				32	18	36	27	21	28	14	18			
Hongrie	39	45	32	48	23	16	22	12	12	12	16			

- 1<sup>er</sup> producteur du bloc européen, la **Turquie (2,2 millions de tonnes** en 2009) n'intervient pas dans les échanges commerciaux européens. En revanche, **l'Italie, 2<sup>ème</sup> producteur avec 1,4 millions de tonnes**, a une activité export importante, avec *Vittoria, Italia, Red Globe*... Quant à l'Espagne, elle arrive en 3<sup>ème</sup> position, avec 315.000t et des variétés comme *Italia, Aledo, Napoléon*...

- Concernant les évolutions des deux producteurs les plus importants, la production turque augmenterait de plus de +10% par rapport aux années passées alors que la production italienne se replie (+2%/2008 mais -7%/2005-07).

### Baisse continue de la production française (source SAA 2002 à 2008, AOPN Raisin de table 2009)

Avis au lecteur : depuis 2007, Agreste (service du Ministère de l'Agriculture) ne publie plus de note pour le raisin.

Récolte en tonnes	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	
<b>France</b>	<b>74 044</b>	<b>64 455</b>	<b>69 875</b>	<b>65 960</b>	<b>62 435</b>	<b>60 369</b>	<b>48 690</b>	
PACA	35 294	37 069	35 687	37 253	37 611	40 394	31 723	65%
Midi-Pyr.	23 446	15 805	22 842	18 860	15 404	10 840	8 620	18%
Lang.-Rous.	12 239	8 799	8 182	7 155	6 728	6 659	5 965	12%
Aquitaine	2 062	1 790	2 127	1 677	1 677	1 477	1 380	3%
Rhône-Alpes	600	580	620	580	580	580	580	1%

Source : Agreste statistique agricole annuelle

- La production française est concentrée sur 2 bassins : **le Sud-Est représente plus de trois quarts des volumes en 2008** (source SAA) alors que le reste est commercialisé au départ du Sud-Ouest.

- Si une large palette variétale permet de couvrir un calendrier de production de 4 mois, 3 variétés représentent la majorité des volumes. Il s'agit du *Muscat* (env. 40% des volumes, cultivé essentiellement dans le Sud-Est), du *Lavallée* (env. 20% des volumes nationaux, cultivé essentiellement dans le Sud-Est) et du *Chasselas* (env. 20% des volumes, cultivé essentiellement dans le Sud-Ouest). Pour plus de précisions sur les variétés et leur calendrier : cf. doc « **Raisin et Variétés** » réactualisé en 2008 et disponible sur le site internet d'Interfel :

<http://www.interfel.com/medias/eco-regle/pdf/accords/raisin-et-variete.pdf>

- En France, la production de raisin de table diminue depuis plusieurs années. Pour la saison 2009, d'après l'AOPN Raisin de Table, la production serait d'environ **55.000t** contre 49.000t en 2008 et 60.000t en 2007. Ce chiffre représente une baisse de -14%/moy.7ans

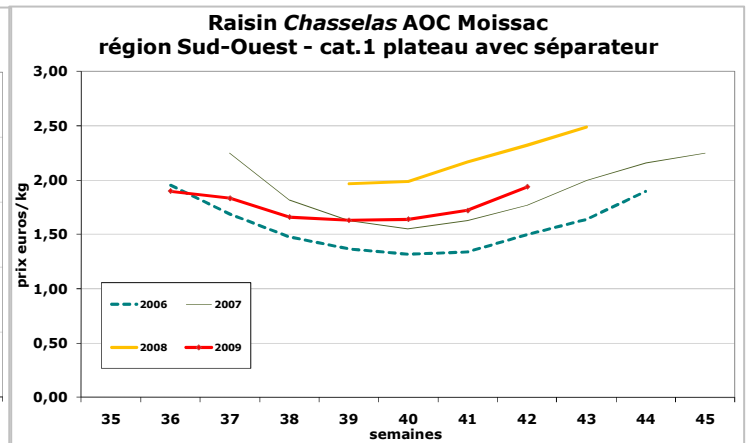
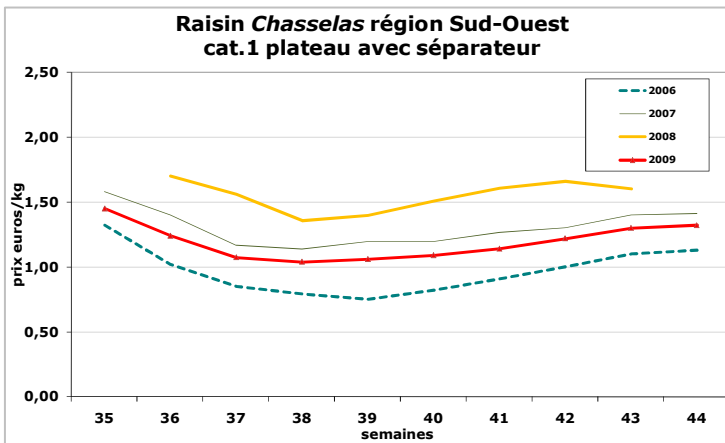
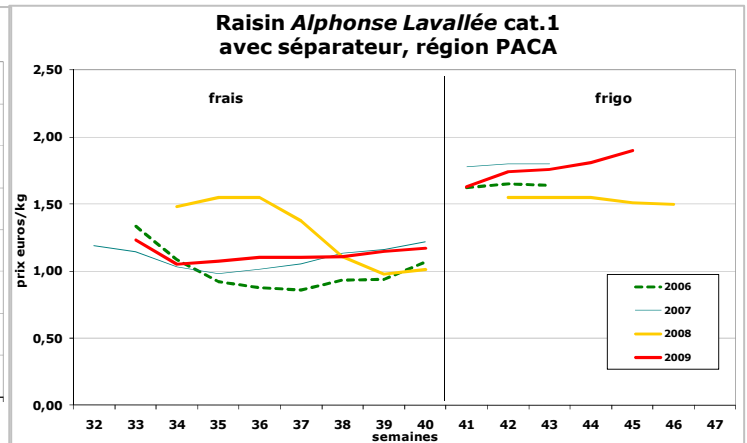
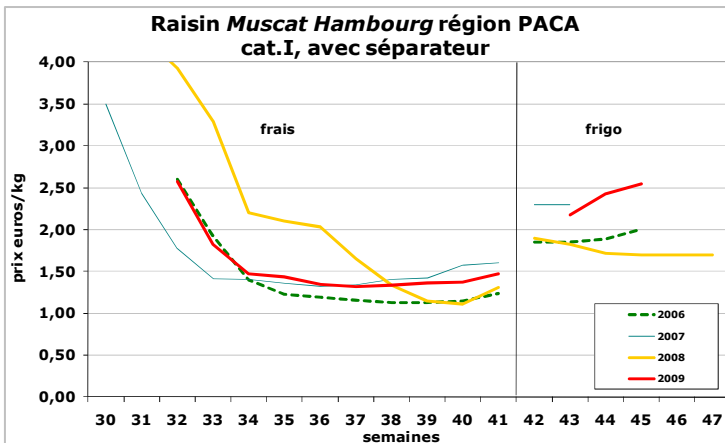
- En 2009, le **calendrier de production était en avance** d'une dizaine de jours dans le Sud-Est par rapport à la campagne 2008, se rapprochant du calendrier 2007. Malgré quelques hétérogénéités ponctuelles, la **qualité de produit a été globalement satisfaisante**, spécialement en deuxième partie de campagne, de bonnes conditions climatiques ayant permis de récolter et de conserver les produits dans des conditions favorables.

### 3- Déroulement de campagne 2009

**Marché difficile en début de campagne, stabilisation des cours en septembre puis réajustement à la hausse avec le passage aux lots « longue conservation », dans un contexte de faiblesse de l'Italia.**

#### RESUME

En juillet, les variétés précoces (Cardinal, Ora, Prima) se sont mises en place dans le Sud-Est, dans un contexte de marché délicat. Les cours ont été en baisse, conduisant les producteurs à « freiner » leurs récoltes. En août, les variétés « cœur de saison » se sont mises en place (en noir : Muscat, Lival, puis Lavallée / en blanc : Chasselas, puis Danlas). Malgré une demande légèrement plus active, les cours se sont effrités pour ces variétés, la demande étant encore centrée sur les précoces. En dernière semaine d'août, la production et le commerce se sont développés de façon concomitante. Les engagements se sont multipliés mais des concessions de cours ont été nécessaires. En septembre, un pallier d'offre a été atteint dans le Sud-Est et la mise en longue conservation a permis d'assurer l'équilibre entre l'offre et la demande. Malgré le cœur de campagne, les marchés ont manqué de dynamisme, avec des difficultés particulières concernant les ventes en AOC. Côté import, en raison de fortes précipitations en Italie, la tenue de l'Italia a été sujette à des litiges. En octobre, la fin des apports en frais et les premiers départs frigo ont permis la revalorisation du produit. La diminution des disponibilités et la persistance de problèmes qualitatifs sur l'Italia ont permis au marché de prendre une bonne orientation. Le déstockage du produit s'est poursuivi début novembre alors que la demande restait présente. Dans le Sud-Est, la commercialisation de Muscat est arrivée précocement à son terme. En ce qui concerne le Sud-Ouest, les flux de ventes se sont poursuivis en Muscat et Chasselas, l'offre devenant là aussi plus limitée. Les cours ont conservé une tendance ferme.



### **Juillet : mise en place des variétés précoces dans un contexte de marché délicat**

- A la suite des premiers arrivages de *Cardinal* sous serre (en provenance de Séville) à Saint-Charles **fin juin**, la campagne française a débuté en **juillet** dans le Sud-Est avec les premières récoltes sous serre des variétés précoces : *Prima*, *Cardinal* et *Ora*. Dans un premier temps, les ventes ont essentiellement eu lieu sur le marché local. Mi-juillet, les premiers *Prima* de plein champ ont été récoltés.

- **A la fin du mois**, la campagne s'est déployée avec les volumes de plein champ (*Prima* majoritaire mais avec quelques problèmes qualitatifs, *Cardinal* et *Ora*) et les premiers volumes de *Muscat* sous abris. En parallèle, la demande est restée réservée et la mise en place du produit dans les points de vente s'est faite lentement (taux de présence de 46% en raisin noir France en sem.30 et de 71% en sem.31, d'après l'enquête détail du SNM en GMS). En effet, le référencement était dominé par l'Italie (*Mathilde* et *Vittoria*). Les cours ont été en baisse dans l'ensemble, conduisant certains producteurs à « freiner » leurs récoltes dans ce contexte assez difficile.

### **Août : transition entre les variétés précoces et les variétés « cœur de saison » ; effritement des cours**

- En **première quinzaine d'août**, les volumes ont continué de se déployer dans le Sud-Est avec une précocité comparable à celle observée en 2007 (environ 400t/j d'après le relevé du SNM PACA), un large panel variétal étant alors disponible (en noir : *Muscat* de plein champ, *Lival*, puis *Lavallée* / en blanc : progression de *Chasselas*, puis entrée en production de *Danlas*). Malgré une demande légèrement plus active, les cours se sont globalement effrités pour ces variétés, notamment en *Muscat*, la demande étant encore plus centrée sur les derniers précoces (produits « entrée de gamme »). Ainsi, seuls le *Lival* et le *Cardinal* ont bénéficié d'une certaine revalorisation.

- A partir de **mi-août**, les variétés précoces (*Prima*, *Cardinal*, *Ora*, mais aussi *Lival*) ont été réellement relayées par *Muscat*, *Lavallée*, *Danlas* et *Chasselas* dans le Sud-Est. En parallèle, les premiers lots ont été commercialisés dans le Sud-Ouest, de façon assez précoce également. Les flux de ventes sont restés corrects en « entrée de gamme » (*Lival* remplacé par *Lavallée*). Cependant, un manque de dynamisme s'est confirmé en *Muscat* dont les cours se sont effrités, comme en *Danlas*. Le réajustement des cours à la baisse a été plus prononcé en *Chasselas*. Si l'Italie est restée très présente au détail (relai de *Vittoria* par *Italia*), les taux de référencement des produits français se sont également développés (54% de présence par exemple pour le *Muscat* Hambourg France sans label).

- En **dernière semaine d'août**, la production et le commerce se sont développés de façon concomitante. Les récoltes de raisin se sont intensifiées dans le Sud-Est, principalement en *Muscat* et *Lavallée* (déclin progressif du *Danlas*) avec 670t/j en sem.35 contre 400t/j en sem.34. Dans le Sud-Ouest, les récoltes se sont mises en place de façon plus significative en *Chasselas* (« qualité standard » dans un premier temps). Quelques volumes ont commencé à être stockés en longue conservation avec une avance d'une dizaine de jours. En regard, les engagements se sont multipliés et la consommation s'est enclenchée (développement des mises en avant) mais des concessions de cours ont de nouveau été nécessaires (pression persistante sur les cours).

### **Septembre : pic d'offre, demande plus attentiste en AOC**

- **Début septembre**, conformément aux prévisions, un palier d'offre a été atteint dans le Sud-Est tandis que les récoltes de raisin (*Chasselas* et *Danlas*, tout premiers volumes de *Muscat*) se développaient progressivement dans le Sud-Ouest. La commercialisation a été lancée en AOC *Chasselas* de Moissac. En regard, si l'écoulement a été correct, les engagements ont été un peu moins nombreux. De façon générale, les cours ont été stables en *Lavallée* et en *Muscat* (non AOC), fermes en *Danlas* mais ils se sont effrités pour les deux AOC, confirmant une tendance observée dès le mois d'août. En deuxième semaine de septembre, l'éventail variétal (*Chasselas*, *Danlas* et *Muscat*) s'est élargi dans le Sud-Ouest avec la mise en place de *Lavallée*. Les conditions météorologiques favorisant une bonne qualité (notamment un bon taux de sucre) ont permis la mise en longue conservation (pour une commercialisation après la mi-octobre) et ainsi l'équilibre entre l'offre et la demande. En effet, malgré le cœur de campagne, les marchés ont manqué de dynamisme, avec des difficultés particulières concernant les ventes en AOC. Les flux en *Lavallée* ont en revanche été assez importants vers l'export (Suisse, Allemagne, Hollande). Les cours ont été stables, avec toutefois une baisse plus significative en *Chasselas* (notamment AOC) dans le Sud-Ouest. Côté import, en raison de fortes précipitations en Italie, la tenue de *Italia* a été sujette à des litiges.

- A partir de **mi-septembre**, les volumes commercialisés ont été légèrement en baisse (500t/j dans le Sud-Est, quelques perturbations en raison des pluies). Le marché est resté assez lent, plus fluide en *Chasselas* « grand Sud-Ouest » et en *Danlas*. Les cours, stables à un niveau faible, ont pu toutefois être réajustés à la hausse à partir du milieu de semaine 38, sauf en AOC *Muscat*. Au détail, le *Muscat* était bien présent mais les mises en avant ont décliné (taux de promotion de 15% en sem.38 contre 28% en sem.37 d'après l'enquête détail du SNM en GMS). Celles du *Chasselas* ont été en hausse (9% en sem.38 contre 6% en sem.37). Enfin, le référencement de *l'Italia* (principalement d'origine italienne) s'est fortement développé au détail pour atteindre un palier (91% de présence en *Idéal* ou *Italia* hors Fr. vrac contre 83% en sem.37).
- Dès la **fin du mois de septembre**, la baisse des apports en frais a permis quelques revalorisations de cours, notamment dans le Sud-Est, pour les produits de belle qualité (extra, AOC). Les derniers apports de *Lavallée* ont été remplacés par le *Ribol* et les premiers départs frigo ont eu lieu.

### **Octobre : revalorisation des produits et amélioration progressive du marché**

- Cette tendance positive du marché s'est confirmée en **première quinzaine d'octobre**, avec la fin des apports significatifs en frais et des départs frigo de belle qualité (la mise en longue conservation avait été faite dans de bonnes conditions climatiques), signes de revalorisation du produit. La diminution des disponibilités (300t/j en semaine 41) et les problèmes qualitatifs récurrents concernant *l'Italia* ont, de plus, permis au marché de prendre une bonne orientation. Quelques bémols ont toutefois été observés concernant l'AOC *Chasselas*, en raison d'une qualité plus mitigée. De façon générale, les cours ont été réajustés à la hausse pour les produits de bonne qualité. Le référencement en magasin des variétés françaises est resté important : environ 90% des GMS référençaient du *Muscat* France Vrac comme du *Chasselas* France vrac (enquête du SNM).
- En **deuxième moitié d'octobre**, le marché a conservé la bonne orientation qu'il avait prise en début de mois. Les flux de ventes ont été en régression avec la diminution des apports dans le Sud-Est (toujours en *Muscat*, *Lavallée*), alors que la transition entre frais et frigo (*Chasselas*, *Muscat*, *Ribol*) se réalisait dans le Sud-Ouest. A demande constante, les cours ont été fermes. **A la fin du mois**, le marché est resté demandeur mais un léger ralentissement a été ressenti (récents réajustements de prix à la hausse induisant un attentisme chez certains opérateurs de l'aval, effet « fin de mois », vacances scolaires...). Alors que l'offre « longue conservation » approvisionnait alors la totalité du marché (*Muscat* et *Chasselas*) à hauteur de 90t/j dans le Sud-Est, le référencement des produits a quant à lui commencé à décliner.

### **Novembre : poursuite du raffermissement des cours et fin de campagne précoce dans le Sud-Est**

- Le déstockage du produit s'est poursuivi en **première quinzaine de novembre** alors que la demande conservait un bon intérêt pour le produit. Dans le Sud-Est, la commercialisation de *Muscat* est arrivée précocement à son terme. En ce qui concerne le Sud-Ouest, les flux de ventes se sont poursuivis en *Muscat* et *Chasselas*, l'offre devenant là aussi plus limitée. L'export a été porteur pour le *Muscat* (Italie, Allemagne), destinations qui se ferment habituellement avec la fin des apports de *Lavallée* et qui sont restées demandeuses dans un contexte de faiblesse quantitative et qualitative de *l'Italia*. Les cours ont donc conservé une tendance ferme. Les dernières cotations ont été faites dans le Sud-Est en semaine 45, avec des niveaux de cours supérieurs aux années passées. Toutefois dans le Sud-Ouest, la qualité parfois hétérogène du *Chasselas*, notamment AOC, a freiné la demande et les revalorisations du produit n'ont pu se poursuivre (large fourchette de cours). Face à la baisse des apports français et italiens, les arrivages espagnols (*Aledo* et *Napoléon*) se sont de nouveau développés (250t d'après le SNM à Saint Charles en semaine 46). Toutefois, si le référencement du *Muscat* et du *Chasselas* a poursuivi son déclin, *l'Italia*, malgré des problèmes qualitatifs signalés, a continué de bénéficier d'une assez bonne visibilité dans les points de ventes.

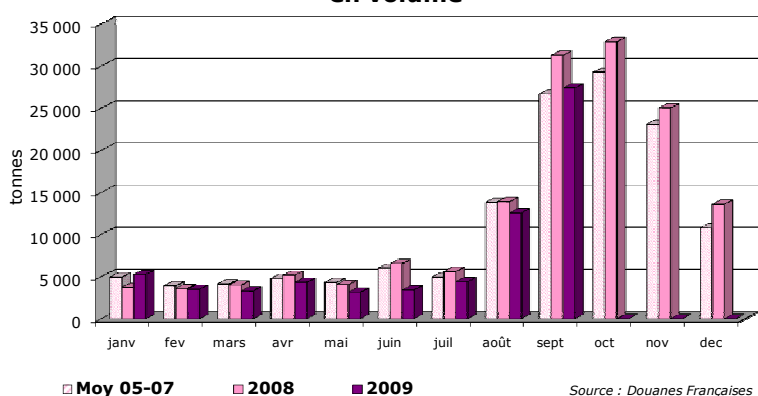
#### 4- Données commerce extérieur 2009 (Source : Douanes Françaises)

A l'heure où nous écrivons ce bilan, les données douanières ne sont disponibles que jusqu'en septembre, et ne permettent donc qu'un commentaire partiel.

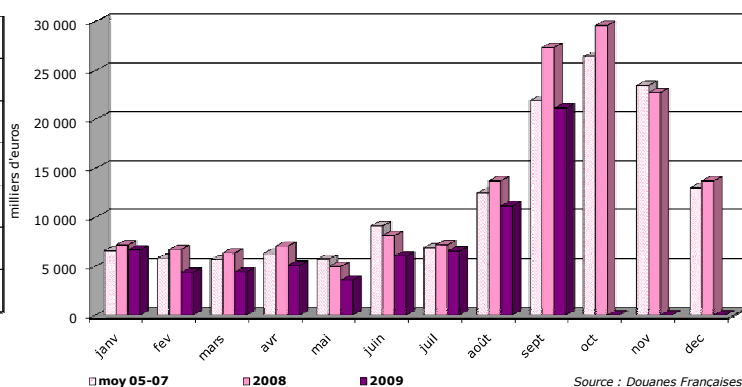
##### Baisse des importations

- Entre janvier et septembre 2009, **67.300t** de raisin ont été importées, volumes en recul de -11%/2008 mais aussi de -8%/moy.05-07. Ces importations ont représenté un chiffre d'affaires d'environ **69 millions d'euros**, soit -22%/2008 et -14%/moy.05-07. La période de contre-saison (janvier à juin) a de nouveau été caractérisée par un recul des importations en volume (23.000 tonnes soit -15%/2008 et -18%/moy.2005-07).
- Malgré des problèmes qualitatifs à l'automne, **l'Italie est restée le fournisseur majoritaire** (65% des volumes entre janvier et septembre), devant l'Espagne (6%) et les origines d'hémisphère Sud (Afrique du Sud, Chili...)

**Importations mensuelles de raisin en volume**



**Importations mensuelles de raisin en valeur**

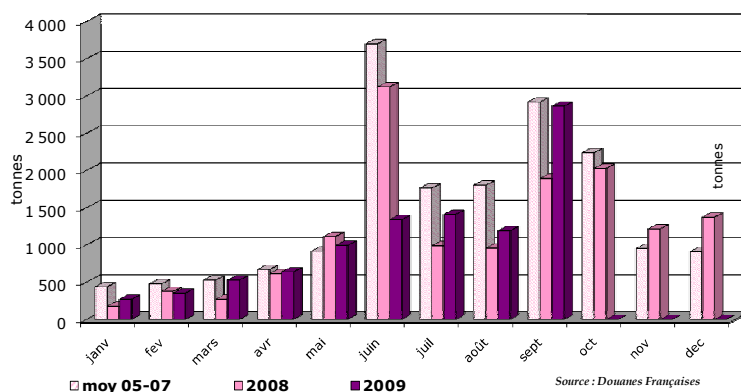


##### Poursuite de la baisse des activités de (ré)exportation

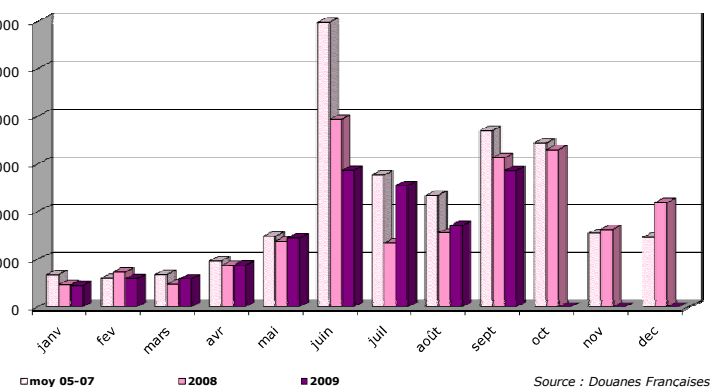
Les Douanes comptabilisent ensemble les exportations de produits français et les réexportations de produits importés (majoritaires jusqu'en juillet).

- Entre janvier et septembre 2009, **9.500t** de raisin ont été (ré)exportées depuis la France, volumes similaires à 2008 mais en nette baisse par rapport a la moyenne 2005-07 (-28%). Le chiffre d'affaires à l'export a diminué de la même façon : **14 millions d'€** ont été générés, montant identique à l'année dernière mais en baisse de -26%/moy.2005-07. Ces activités d'exportation ont été particulièrement en baisse au mois de juin, mais aussi en juillet et août.
- Les destinations sont restées diverses, essentiellement les proches voisins européens (Allemagne, Italie, Suisse, Pays-Bas).

**Exportations mensuelles de raisin en volume**



**Exportations mensuelles de raisin en valeur**



## 5- Données consommation 2009 (sources : SNM et TNS Worldpanel)

### Résultats de consommation mitigés pour la première partie de campagne puis meilleure orientation en octobre

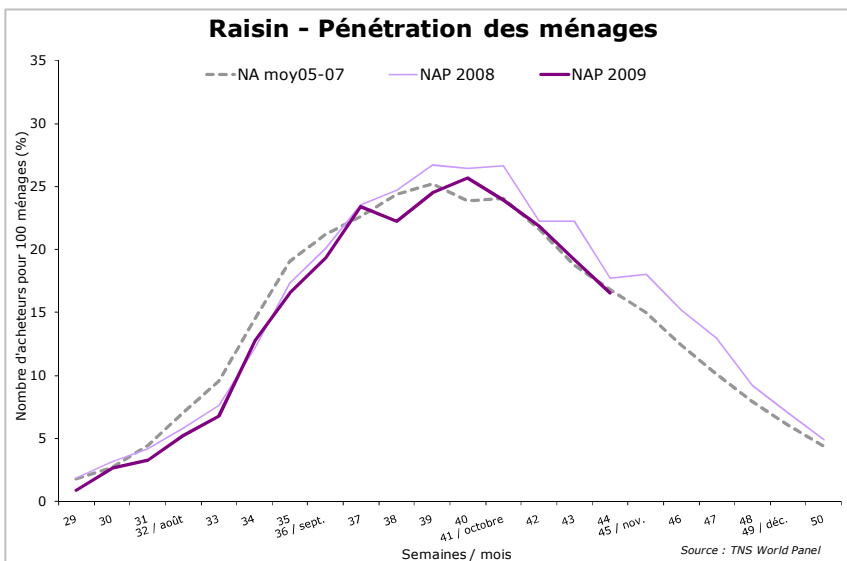
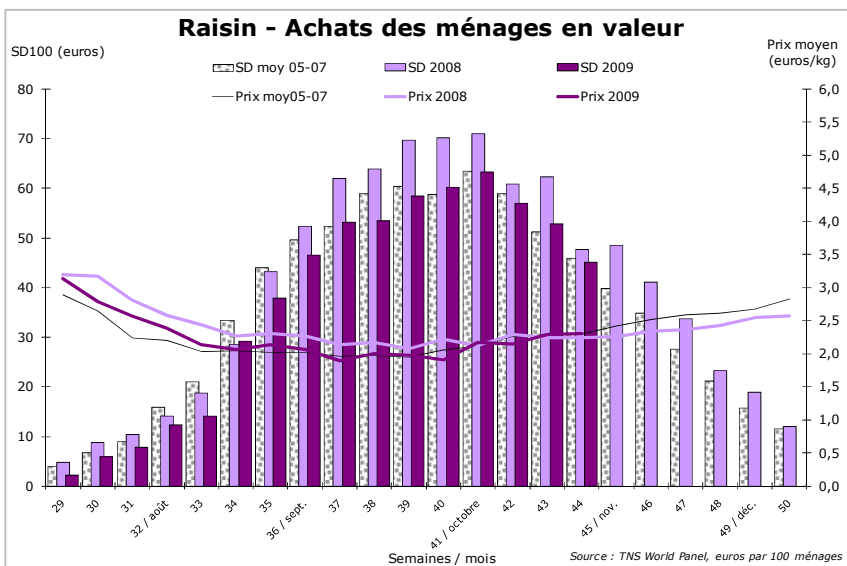
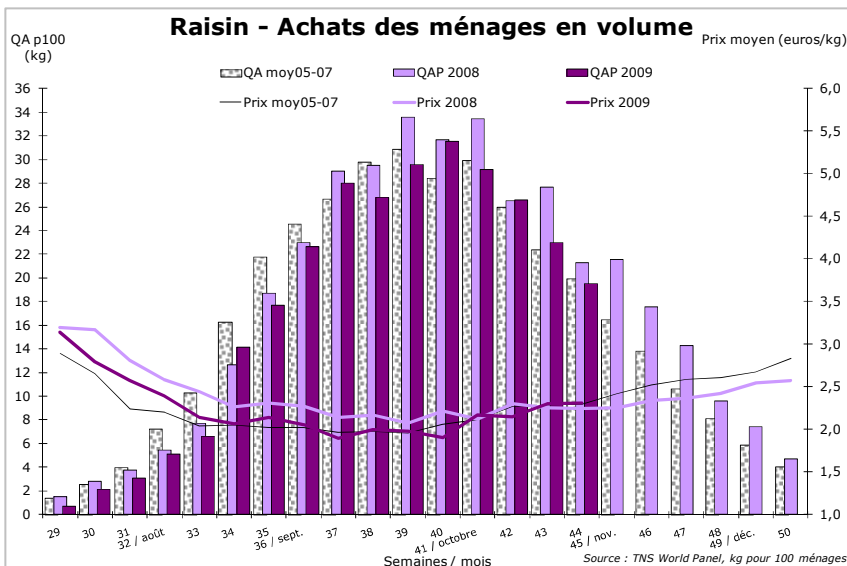
\*données statistiques significatives à partir de la sem. 32 en hebdo (taille de clientèle > 4%).

- La période de consommation du raisin s'étale de début août à fin décembre, soit 20 semaines. L'entrée en consommation a été très progressive, comme les autres années, jusqu'au 15 août. A partir de mi-août, avec le réajustement des prix détail à la baisse, un développement très net des volumes achetés a été observé, volumes toutefois inférieurs aux résultats des années passées.

- La consommation s'est activée pendant les mois de septembre et octobre, cette période représentant en effet près de 60% des volumes achetés dans l'année pour la moyenne 2005-07.

- En **septembre**, si les résultats en volume et valeur ont été légèrement en baisse, le taux de pénétration a progressé et le palier de consommation a été classiquement atteint à la fin de ce mois. Cette semaine 40, située pourtant une quinzaine de jours après le pic d'offre française, a ainsi correspondu à la fois aux meilleures ventes en volume et en valeur, aux prix les plus bas et au maximum du taux de pénétration (près de 26% de ménages acheteurs).

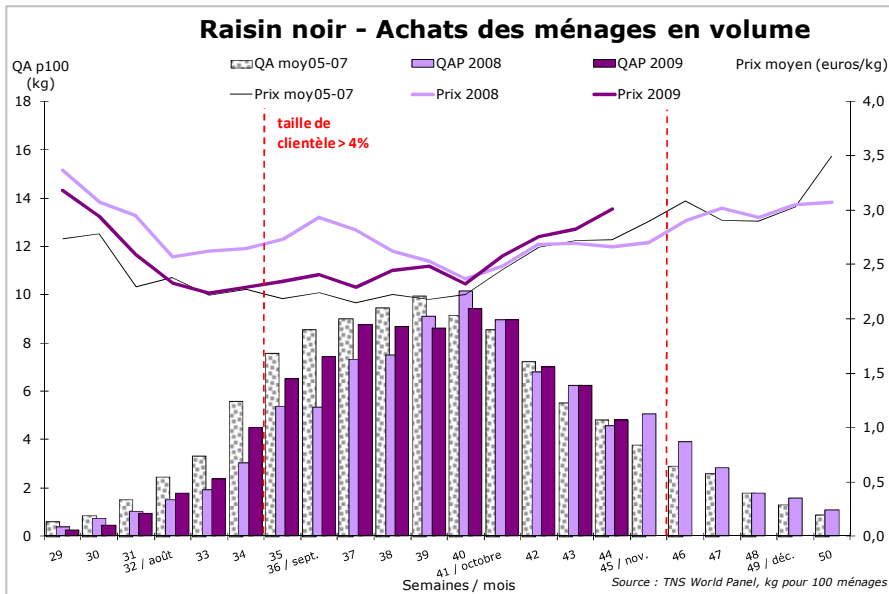
- En **octobre**, avec le déclin saisonnier de la consommation, les résultats ont été inférieurs à 2008 mais légèrement au dessus de la moyenne triennale (en volume et en valeur) à niveau de prix constant. Cette baisse des achats (et des apports) chaque semaine s'est accompagnée d'une revalorisation progressive du produit au détail.



### RAISIN - Achats mensuels des ménages

	Evol. Quantités achetées		Evol. Sommes dépensées		Evol. Prix moyen		Evol. Taille de clientèle	
	2009/08	2009/moy.05-07	2009/08	2009/moy.05-07	2009/08	2009/moy.05-07	2009/08	2009/moy.05-07
<b>août</b>	-1%	-7%	-10%	-4%	-9%	3%	-1%	-4%
<b>septembre</b>	-4%	-1%	-12%	-2%	-9%	-1%	-1%	2%
<b>octobre</b>	-10%	1%	-11%	1%	-2%	0%	-5%	3%

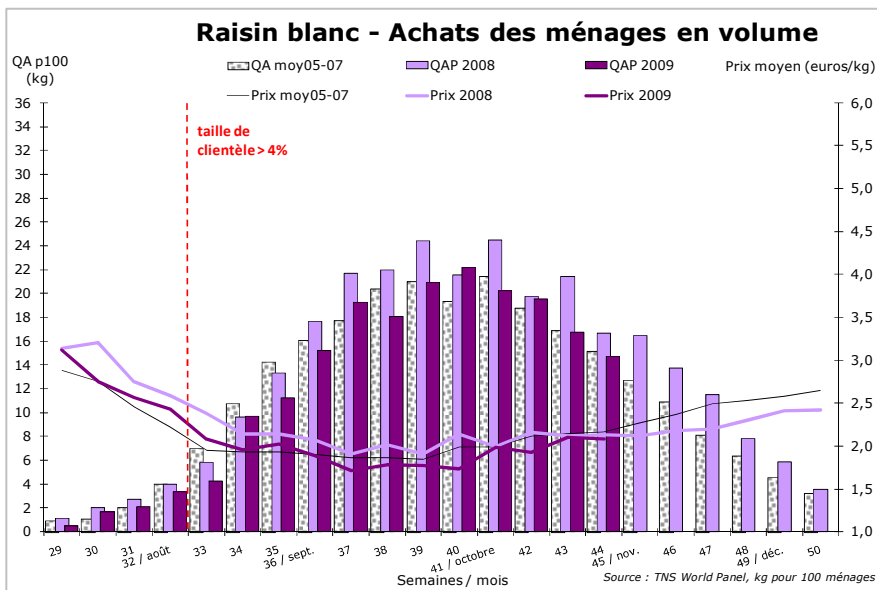
## ZOOM Raisin noir : palier de consommation en septembre et pic en dernière semaine du mois



\*NB : Selon TNS, sont comprises dans l'ensemble « raisin noir » les variétés « Muscat, Lavallée et Autres ».

- Entre janvier et octobre 2009, le **raisin noir** a représenté 31% des achats en volume et 38% en valeur (contre respectivement 30% et 34% en 2008).
- Au sein de cet ensemble « raisin noir », la variété **Muscat** représente 23% des volumes consommés (contre 26% en 2008) entre janvier et octobre.

## ZOOM Raisin blanc : palier de consommation fin septembre – début octobre



\*NB : Selon TNS, sont comprises dans l'ensemble « raisin blanc » les variétés « Italia, Chasselas et Autres ».

- Entre janvier et octobre 2009, le **raisin blanc** représente 69% des achats en volume et 62% en valeur (contre respectivement 70% et 66% en 2008).
- Au sein de cet ensemble « raisin blanc », la variété **Italia** représente environ 67% des volumes consommés sur la période de janvier à octobre. La baisse de la consommation de ce type de raisin est principalement due à l'*Italia* (cf : tableau en bas de page).

## 5- Comportement d'achat des ménages français en 2009 (panel TNS Worldpanel)

Les données ci-dessous ont été calculées pour l'ensemble de la campagne 2009 : de juillet à octobre

### Des résultats « moyens », en repli par rapport à 2008

<b>RAISIN</b>	<b>2009</b>	<b>évolution 09/08</b>	<b>évolution 09/moy</b>
Nbre Acheteurs / 100 Menages	65,7	-1%	1%
Niveau Moyen d'Achat	4,3	-5%	-3%
Nbre Acte Par Acheteur	4,3	-6%	-3%
Qtees Achetees / Acte	1,0	0%	1%
Budget Moyen d'Achat	9,1	-11%	-2%
Prix Moyen	2,1	-6%	0%
Qtes Achetees/100 menages	283,8	-7%	-1%
Sommes Depensees / 100 Menages	595,6	-12%	-1%

La campagne 2009 s'est caractérisée par une légère diminution des quantités achetées par rapport à la moyenne 2005-07, diminution plus marquée par rapport à 2008. Dans un contexte de prix en retrait par rapport à 2008, le chiffre d'affaires à la consommation s'est amoindri (-12%/2008). La baisse des quantités achetées est liée à une diminution de la fréquence d'achat, particulièrement marquée par rapport à 2008, les quantités achetées par acte et la taille de clientèle étant assez stables par ailleurs.

### Raisin noir : chiffre d'affaires en hausse

<b>RAISIN NOIR</b>	<b>2009</b>	<b>évolution 09/08</b>	<b>évolution 09/moy</b>
Nbre Acheteurs / 100 Menages	36,4	0%	-4%
Niveau Moyen d'Achat	2,4	10%	-2%
Nbre Acte Par Acheteur	2,8	7%	-3%
Qtees Achetees / Acte	0,9	2%	1%
Budget Moyen d'Achat	5,9	4%	5%
Prix Moyen	2,5	-5%	7%
Qtes Achetees/100 menages	86,4	9%	-5%
Sommes Depensees / 100 Menages	215,5	3%	2%

Les quantités achetées ont progressé par rapport à 2008, de même que les sommes dépensées, malgré la baisse des prix. L'augmentation en volume est liée à une fréquence d'achat en progression. Comparativement à la moyenne triennale, les résultats en volume sont légèrement moins bons mais compensés par des niveaux de prix plus élevés. La baisse des volumes est à mettre en relation avec une taille de clientèle et une fréquence d'achat plus restreintes.

### Raisin blanc : achats moyens en volume, en léger repli en valeur

<b>RAISIN BLANC</b>	<b>2009</b>	<b>évolution 09/08</b>	<b>évolution 09/moy</b>
Nbre Acheteurs / 100 Menages	57,6	-4%	1%
Niveau Moyen d'Achat	3,4	-9%	0%
Nbre Acte Par Acheteur	3,4	-9%	-2%
Qtees Achetees / Acte	1,0	1%	2%
Budget Moyen d'Achat	6,6	-16%	-3%
Prix Moyen	1,9	-8%	-3%
Qtes Achetees/100 menages	197,5	-12%	0%
Sommes Depensees / 100 Menages	380,1	-19%	-3%

Les ménages ont acheté moins de raisin blanc qu'en 2008, mais autant qu'en moyenne triennale. Les sommes dépensées ont diminué en raison d'un prix en retrait par rapport à 2008 et la moyenne. Par rapport à 2008, les ménages sont venus moins nombreux acheter du raisin blanc. Ils y ont également consacré un budget d'achat inférieur à celui de l'an passé (prix et quantités achetées en baisse). Seules les quantités achetées par acte se sont maintenues (+1%). Comparativement à une moyenne triennale, le raisin blanc a néanmoins recruté une taille de clientèle légèrement plus large, compensant une fréquence d'achat en retrait. Mais la baisse des prix n'a pas permis au chiffre d'affaires à la consommation de se maintenir, les quantités achetées étant restées stables par ailleurs.