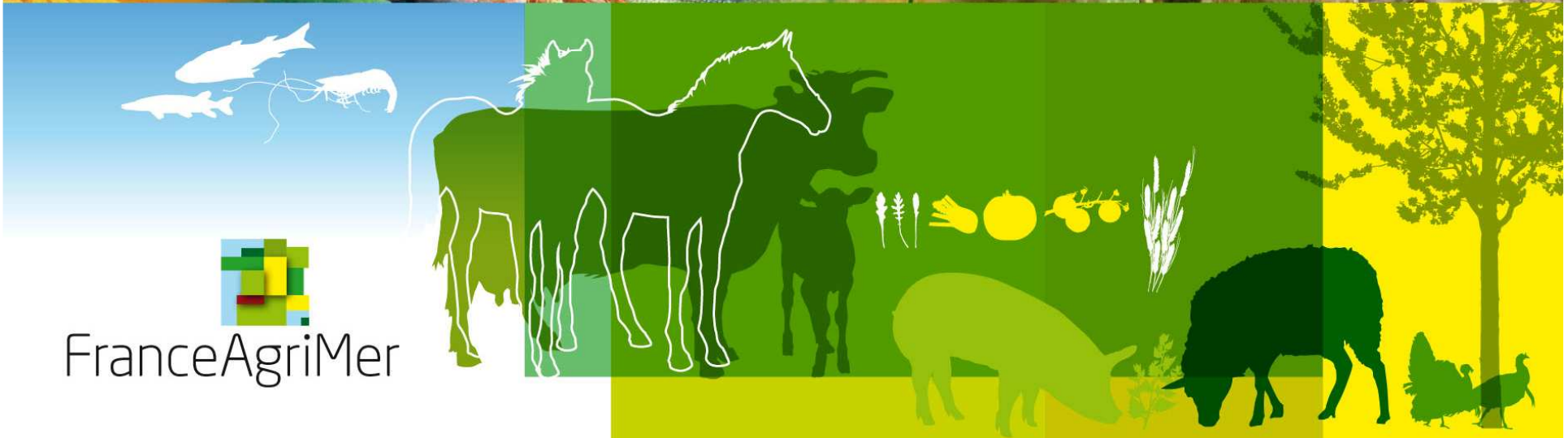


CÉRÉALES /  
FRUITS ET LÉGUMES /  
HORTICULTURE /  
LAIT /  
OLÉO-PROTÉAGINEUX /  
PÊCHE ET AQUACULTURE /  
PLANTES À PARFUM, AROMATIQUES ET MÉDICINALES /  
SUCRE /  
VIANDES BLANCHES /  
VIANDES ROUGES /  
VINS /

# FranceAgriMer



FranceAgriMer

# Comité Cidre

22 Juin 2010

FranceAgriMer





---

## Le marché du cidre en Grande Distribution

---

En 2009, poursuite des tendances observées en 2007 et 2008 :



Un recul en volume de **- 2,3%** avec 605 000 hl

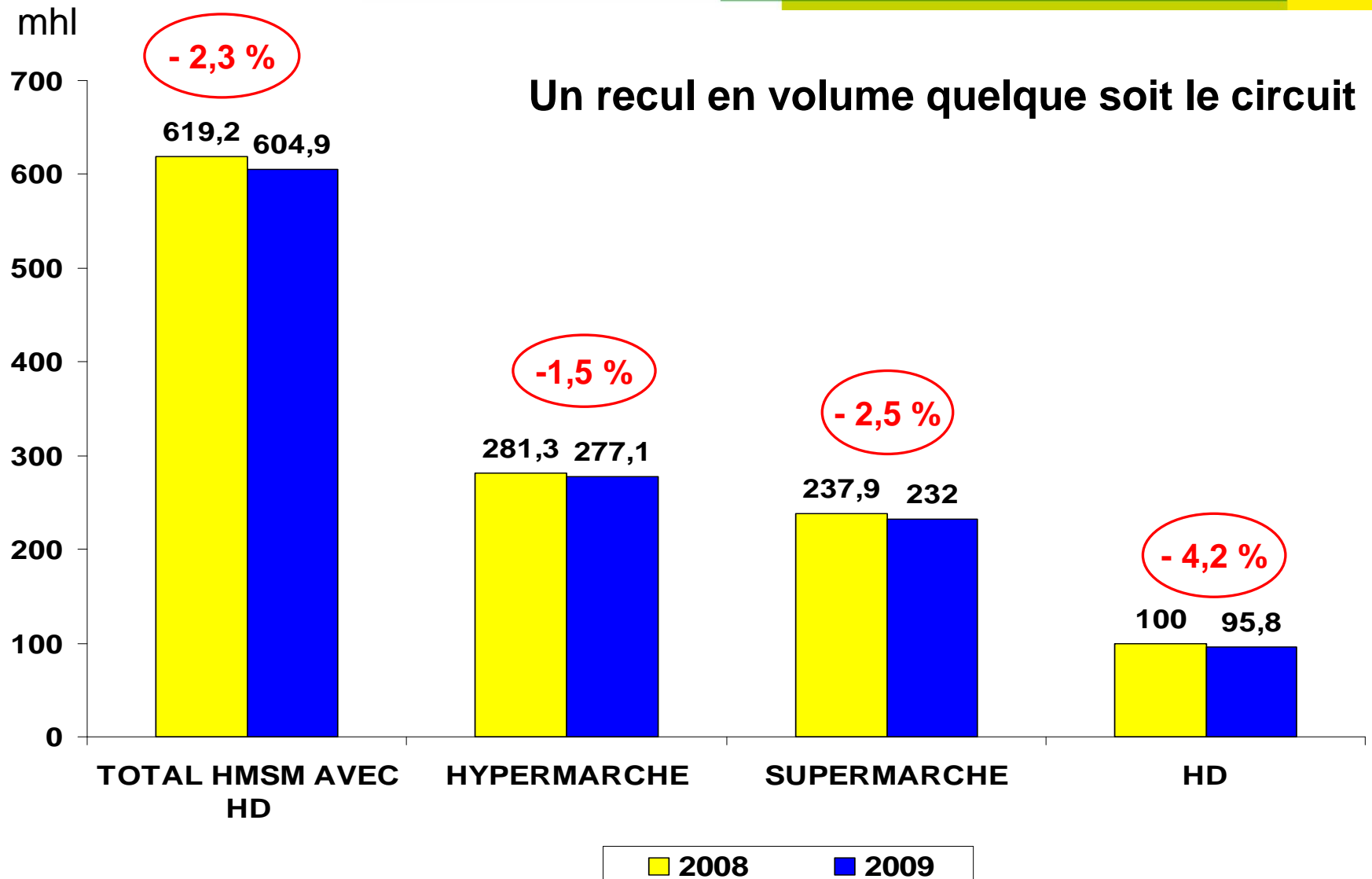


Une progression en valeur de **+ 2,8 %** à 114,6 M€

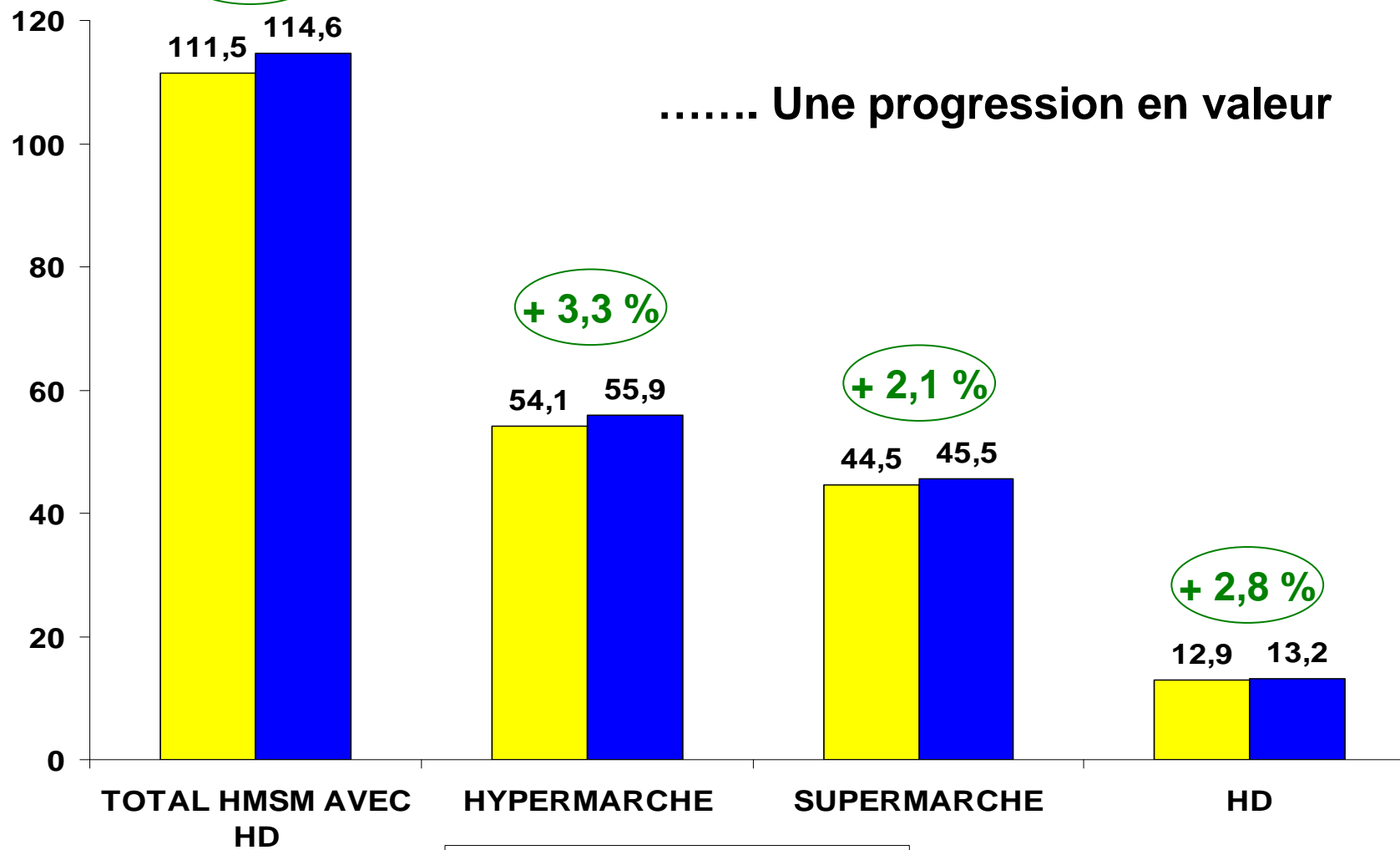
**La baisse des volumes est compensée par l'augmentation du prix moyen, qui poursuit sa progression ( + 5,2 % en 2009)**

Achats suivis par la société **NIELSEN** à travers le panel distributeurs Scantrack E-Censiel. Ce panel dispose de 96 % du chiffre d'affaires de la distribution française (hors hard discount) soit 5 500 points de ventes. Le relevé du hard discount s'effectue sur un échantillon de 144 points de vente représentatifs et extrapolé à l'ensemble des hard discounts.

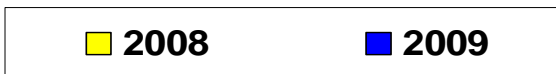
Par type de circuits



M€

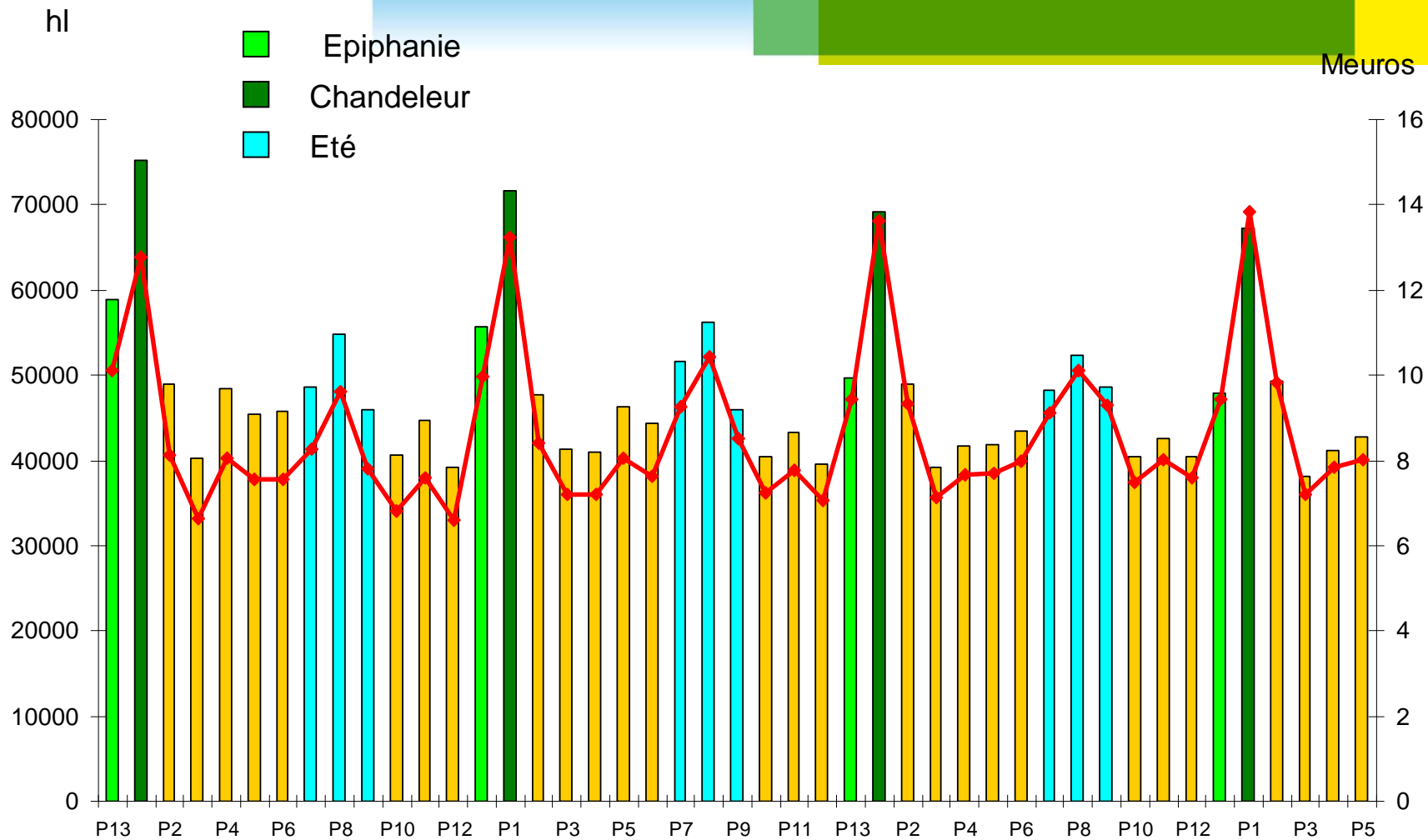


..... Une progression en valeur



# Saisonnalité

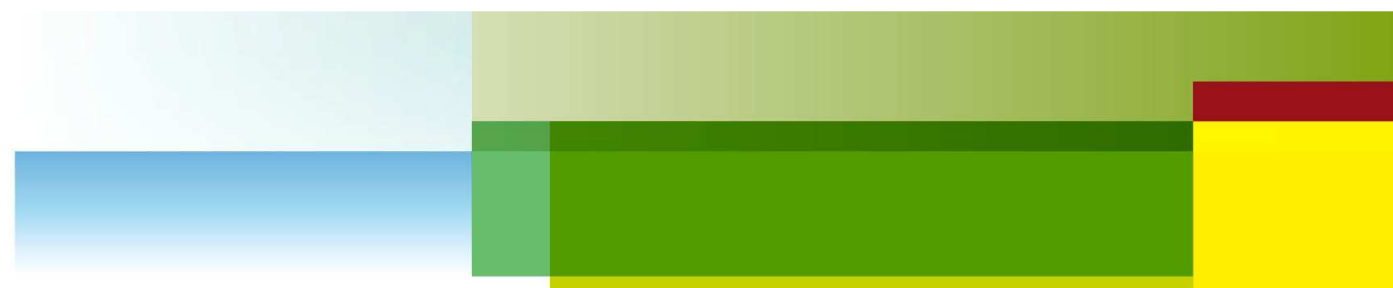
- Epiphanie
- Chandeleur
- Eté



Ventes de cidres par périodes 4S\_ HM+SM+HD depuis 2007

Volume (yellow bar)    Valeur (red line with diamond)

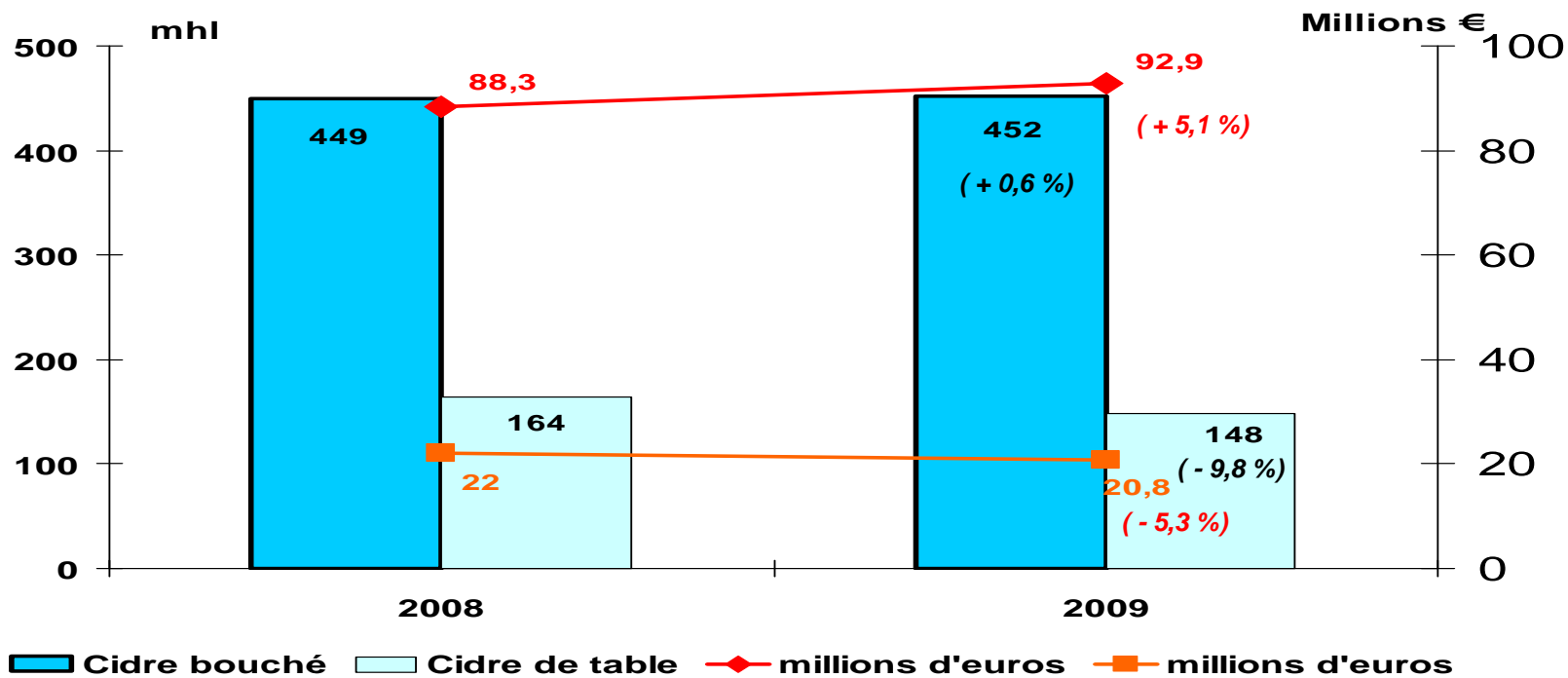
2007                      2008                      2009                      2010



## Cidre bouché / cidre de table

(75 %des volumes)

(25 %des volumes)





## Evolution 2009 VS 2008 par type de circuit

	Bouché		De Table	
	évolution en volume (%)	évolution en valeur (%)	évolution en volume (%)	évolution en valeur (%)
<b>Hypermarchés</b>	0,6	5,1	-6,3	-2,3
<b>Supermarchés</b>	3,5	5,9	-13,3	-8,1
<b>Hard Discount</b>	-3,1	3,3	-5	-5,6

### Prix moyen en 2009

**bouché** : 2,05 € ( + 4,5 % / 2008)

( HM : 2,22 ; SM : 2,20 ; HD : 1,40)

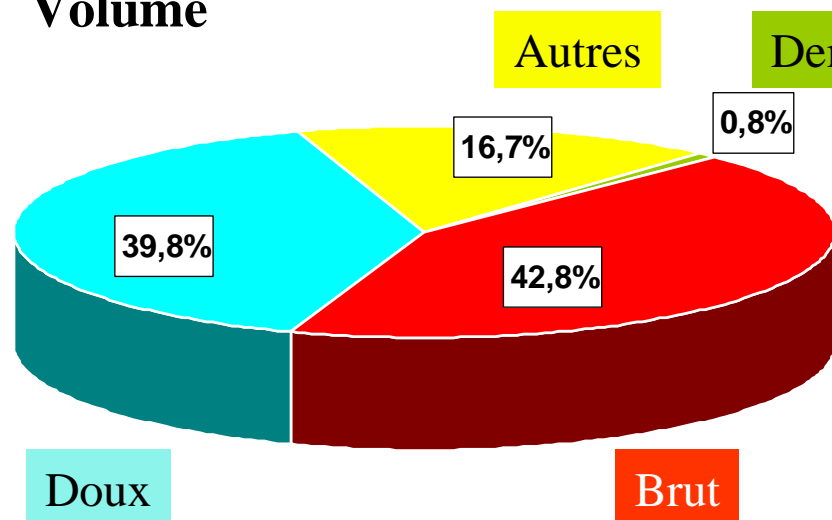
**de table** : 1,41 € ( + 5,1 % /2008)

( HM : 1,42 ; SM : 1,42 ; HD : 1,12)



# LES VENTES DE CIDRE NATURE SELON LE QUALIFICATIF TOUS CIRCUITS CONFONDUS

## Volume

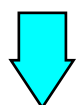


Doux

Brut



Brut 256,3 mhl (- 3,8 %)



Doux 238,3 mhl (- 2,9%)

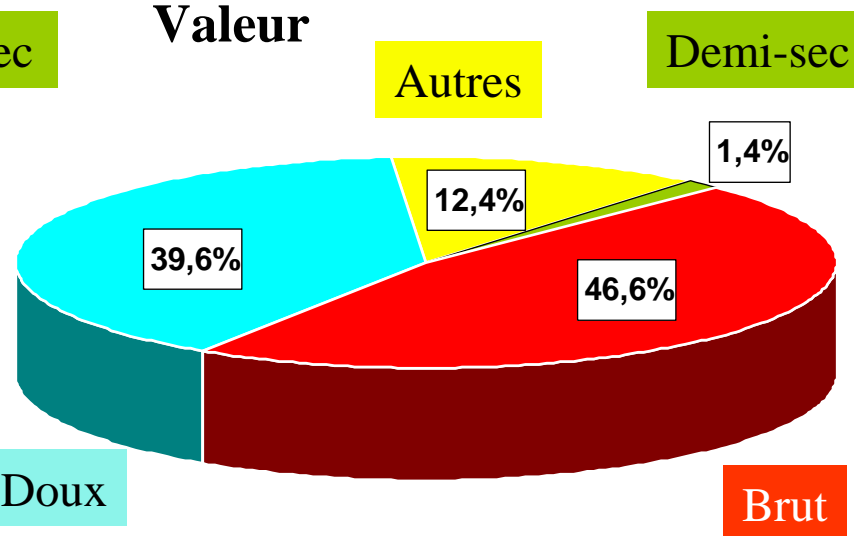


Autres 100 mhl (+ 3 %)



Demi-sec 4,7 mhl (+ 11,4 %)

## Valeur



Doux

Brut



Brut 52,7 M euros (+ 2 %)



Doux 44,7 M euros (+ 2,9%)



Autres 14 M euros (+ 5 %)



Demi-sec 1,6 M euros (+ 14,1 %)



## Evolution 2009 VS 2008 par type de circuit

	Brut		Doux	
	évolution en volume (%)	évolution en valeur (%)	évolution en volume (%)	évolution en valeur (%)
<b>Hypermarchés</b>	-3,3	2,8	-1,7	4
<b>Supermarchés</b>	-3,3	1,5	-2,4	2,8
<b>Hard Discount</b>	-6,5	0,6	-6,5	-0,3

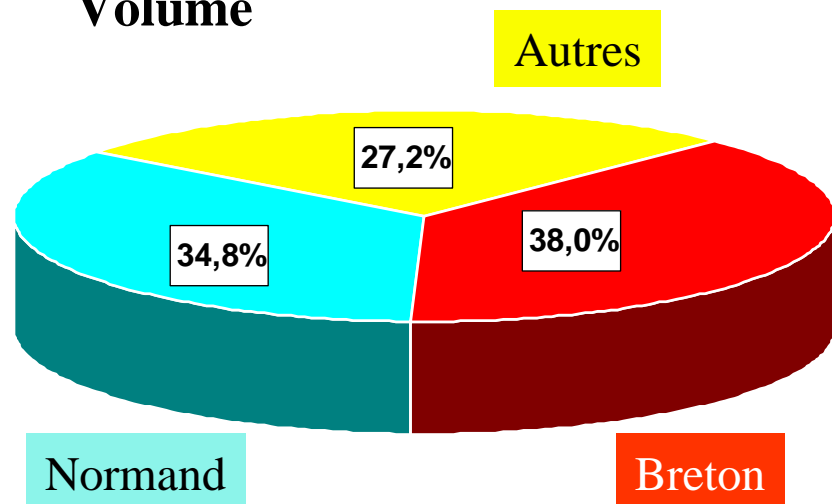
## Prix moyen en 2009

**brut** : 2,06 € ( + 6,1 % / 2008)  
 ( HM : 2,22 ; SM : 2,16 ; HD : 1,39)

**doux** : 1,88 € ( + 6,1 % / 2008)  
 ( HM : 2,02 ; SM : 1,98 ; HD : 1,37)

# LES VENTES DE CIDRE NATURE SELON L'ORIGINE TOUS CIRCUITS CONFONDUS

**Volume**



Normand

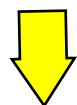
Breton



Breton 227,6 mhl (- 3,6 %)

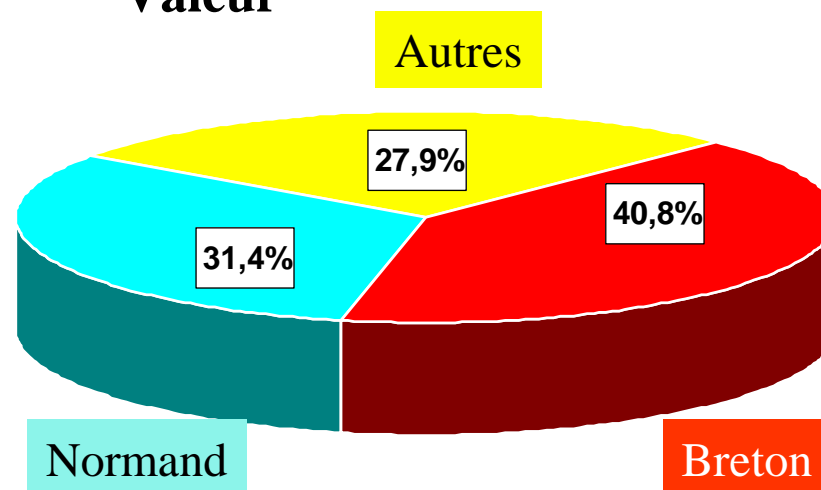


Normand 208,9 mhl (+ 5,3%)



Autres 179,2 mhl (- 8,9 %)

**Valeur**



Normand

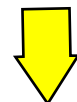
Breton



Breton 46,5 M euros (+ 1,7 %)



Normand 35,5 M euros (+ 8,7%)



Autres 31,5 M euros (- 1,3 %)

## Evolution 2009 VS 2008 par type de circuit

	Breton		Normand	
	évolution en volume (%)	évolution en valeur (%)	évolution en volume (%)	évolution en valeur (%)
<b>Hypermarchés</b>	-4,7	0,6	7,5	12,4
<b>Supermarchés</b>	-2,8	2,6	5,3	4,7
<b>Hard Discount</b>	NS	NS	NS	NS

### Prix moyen en 2009

**breton** : 2,02 € ( + 5,5 % / 2008)  
 ( HM : 2,0 ; SM : 2,08 ; HD : 1,27)

**normand** : 1,70 € ( + 3,2 % / 2008)  
 ( HM : 1,84 ; SM : 1,79 ; HD : 1,41)



---

## Régionalisation des ventes (GMS hors HD)

---

**La consommation de cidre continue à être fortement régionalisée :**

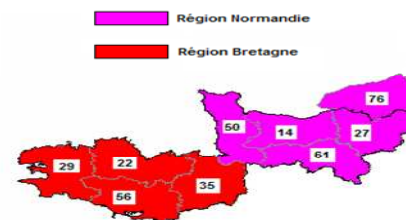
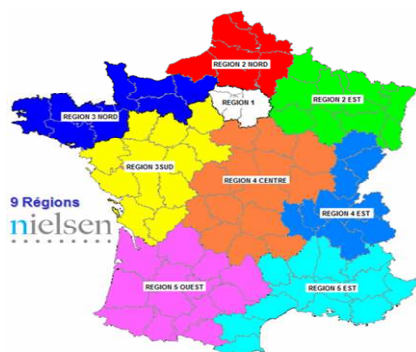
**les régions Bretagne et Normandie représentent :**

- **31,5 % des ventes volumes**
- **31,1 % du chiffre d'affaires annuel**



FranceAgriMer

<b>En volume</b>	poids de la région (en %)	2009 VS 2008 (en %)	<b>En valeur</b>	poids de la région (en %)	2009 VS 2008 (en %)
3 NORD	26,4	-3,5	3 NORD	26,5	0,8
3 SUD	16,8	-0,3	3 SUD	16	3,8
2 NORD	13,2	-2,9	1 REGION PARIS	13,9	4,6
1 REGION PARIS	12,7	-0,9	2 NORD	12,5	1,6
5 EST	7,3	2,7	5 EST	7,7	8,3
4 CENTRE	6,9	-0,2	5 OUEST	6,7	3,2
5 OUEST	6,7	-1,7	4 CENTRE	6,6	4,8
4 EST	5,6	-0,3	4 EST	5,8	5,6
2 EST	4,5	-2,3	2 EST	4,5	3
REGION BRETAGNE	17,9	-1,3	REGION BRETAGNE	18,6	4,9
REGION NORMANDIE	13,6	-2,2	REGION NORMANDIE	12,5	3,3
REGION RESTE FRANCE	68,5	-4,4	REGION RESTE FRANCE	68,9	2,4



## 2010 : situation à P5 ( fin le 23/05/2010)

- Moindre diminution en volume : - 1 % 2010 VS 2009 contre -2,7 % 2009 VS 2008  
( Epiphanie : - 4,2 % ; Chandeleur : - 3 %)
- Progression de + 2,8 % en valeur  
( Epiphanie : - 0,2 % ; Chandeleur : + 1,6 %)
- Le cidre bouché progresse de 1,4 % en volume  
Le cidre de table continue à régresser ( - 6,8 %)
- Le cidre breton continue à régresser ( - 2,7 %)  
Le cidre normand continue à progresser ( + 5,7%)

## Les achats des ménages pour leur consommation à domicile

Après 3 années de décroissance, le nombre de foyers acheteurs a légèrement progressé (+ 0,8 %).

En 2009, **34,6 %** des ménages français ont acheté du cidre pour leur consommation à domicile.

Le **niveau moyen d'achat** des ménages acheteurs est de **4,4 litres par an**.

Le **nombre d'occasions d'achat annuel** est de **2,9**.

La **quantité moyenne achetée** par acte d'achat est de **1,5 litre**.

Le **budget moyen annuel** consacré par les ménages acheteurs s'est établi en 2009 à **8,4 €** (7,6 € en hypermarché ; 7 € en supermarché ; 4,3 € en hard discount).

Les achats des ménages pour leur consommation à domicile sont mesurés par le panel Homescan de la société **Nielsen**. Le recueil de l'information s'effectue à l'aide d'une Scannette identifiant les codes barres. Ce panel est élaboré à partir d'un échantillon de 14 000 ménages représentatifs de la population des ménages français.





**2010 : situation à P3 ( fin le 28/03/2010)**

Le nombre d'acheteurs a diminué de - 0,9 % / même période en 2009

Les volumes achetés pour la consommation à domicile ont diminué de - 3,8 %

Merci de  
votre attention

