

ÉTUDES Vin et Cidre



- Janvier 2025

Comportements des consommateurs à l'égard du cidre et freins et leviers à la consommation

Cette étude lancée en novembre 2023 a pour but de disposer d'informations sur le comportement des consommateurs à l'égard du cidre, sur les freins et les leviers à la consommation de cidre ainsi que les attentes des distributeurs par rapport au produit cidre et par rapport à leurs fournisseurs.

Cette étude a été commandée et cofinancée par l'UNICID et FranceAgriMer et a été menée par le cabinet l'ObSoCo. Elle vise à comprendre la perception, les habitudes et les attentes des Français vis-à-vis du cidre. Elle a pour but de fournir une vision claire du marché actuel, d'identifier les cibles de consommateurs potentiels et d'explorer les leviers de croissance à activer pour dynamiser le secteur. Les résultats de cette enquête visent à fournir une base solide pour orienter les actions futures des acteurs de la filière cidricole.

Méthodologie

L'étude comporte deux approches : une enquête quantitative auprès d'un échantillon représentatif de la population française et une enquête qualitative auprès d'une dizaine de professionnels.

Les données quantitatives sont issues de l'enquête réalisée en ligne du 11 mars au 10 avril 2024 par le cabinet auprès d'un panel de **3 020 personnes** représentatif de la population de France métropolitaine âgées de 18 à 75 ans et d'un sur-échantillonnage de **1 020 personnes** consommatrices de cidre.

- Base totale : 4 025 Français ont été interrogés au total. Cette base se répartit ainsi : échantillon représentatif de la population française de 3 005 personnes et un sur-échantillonnage auprès de 1 020 consommateurs de cidre (à partir de quelques fois dans l'année).
- Base consommateurs de cidre : 3 134 personnes, dont 653 qui en consomment régulièrement (au moins une fois par mois).
- Base consommateurs d'alcool : 3 673 personnes.

Une enquête qualitative s'est déroulée à la suite de l'enquête quantitative et visait à interroger une diversité de professionnels distributeurs de différents secteurs. Le terrain d'enquête s'est déroulé du 12 juin au 16 juillet 2024. **46 acteurs** ont été contactés par mail et/ou par téléphone. Seuls 11 entretiens individuels ont abouti (3 cavistes, 3 propriétaires de bar, 1 propriétaire de restaurant, 2 GMS, 1 grossiste et 1 producteur de cidre). Cette partie de l'étude ne sera pas étudiée dans cette synthèse.

Résultats de l'étude

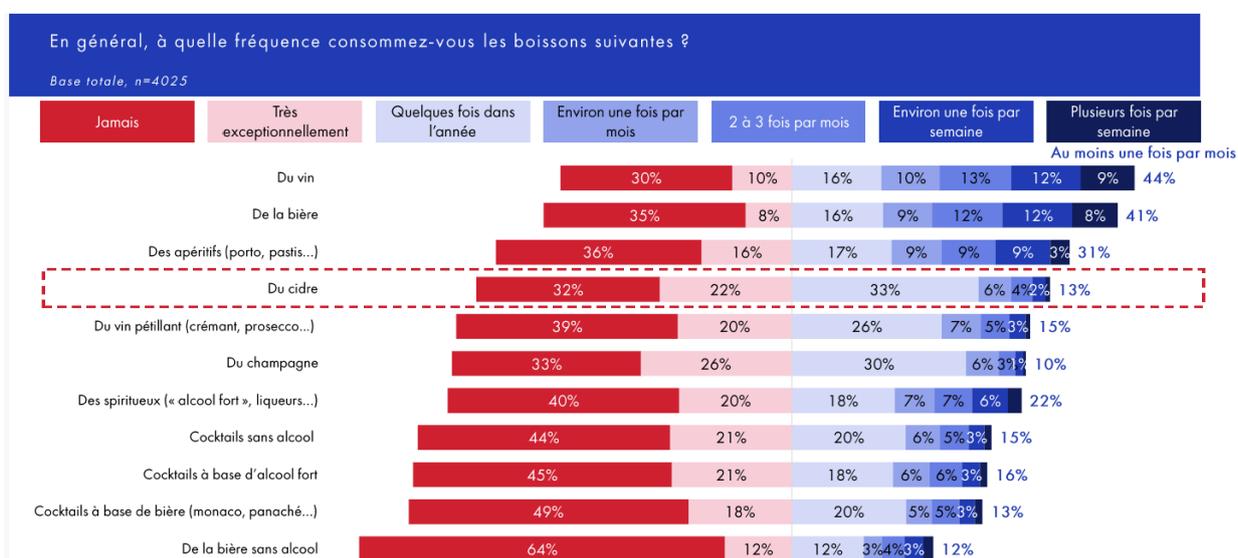
La consommation d'alcool et de cidre

Les résultats de l'étude soulignent que la consommation d'alcool est largement répandue en France. Ainsi, 64 % des Français consomment régulièrement de l'alcool, c'est-à-dire au moins une fois par mois. Le vin et la bière sont les boissons alcoolisées les plus fréquemment consommées. 23 % de la population française est soit abstinente soit consomme de l'alcool de manière très occasionnelle et 13 % des Français ne consomment jamais d'alcool.

Fréquence et types d'alcool consommés

Les français consomment en majorité du vin et de la bière. Ainsi 44 % des français consomment du vin au moins une fois par mois et 41 % des français déclarent consommer de la bière au moins une fois par mois.

S'agissant de la consommation de cidre, 32 % des français déclarent ne jamais en consommer, 22 % déclarent en consommer très occasionnellement, 33 % déclarent en consommer quelques fois dans l'année et 13 % déclarent en consommer au moins une fois par mois.



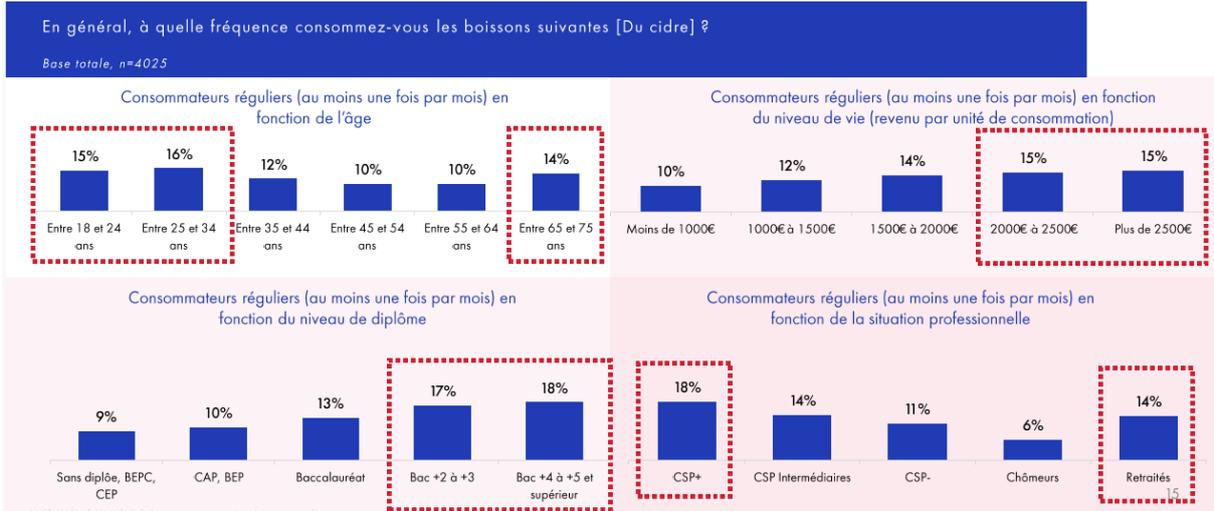
Profil des consommateurs réguliers de cidre (au moins une fois par mois)

Il n'y a pas de profil type de consommateur de cidre. Ainsi, les français consommateurs réguliers de cidre (au moins une fois par mois) sont plutôt jeunes avec 16 % des consommateurs ayant de 25 à 35 ans et 15 % des consommateurs âgés de 18 à 24 ans. 14 % des consommateurs réguliers de cidre ont un profil plus âgé (entre 65 et 75 ans).

Les consommateurs réguliers de cidre possèdent des diplômes. Ainsi 17 % de consommateurs réguliers ont un bac +2 ou un bac +3, 18 % ont un bac + 4 ou un bac +5 et supérieur.

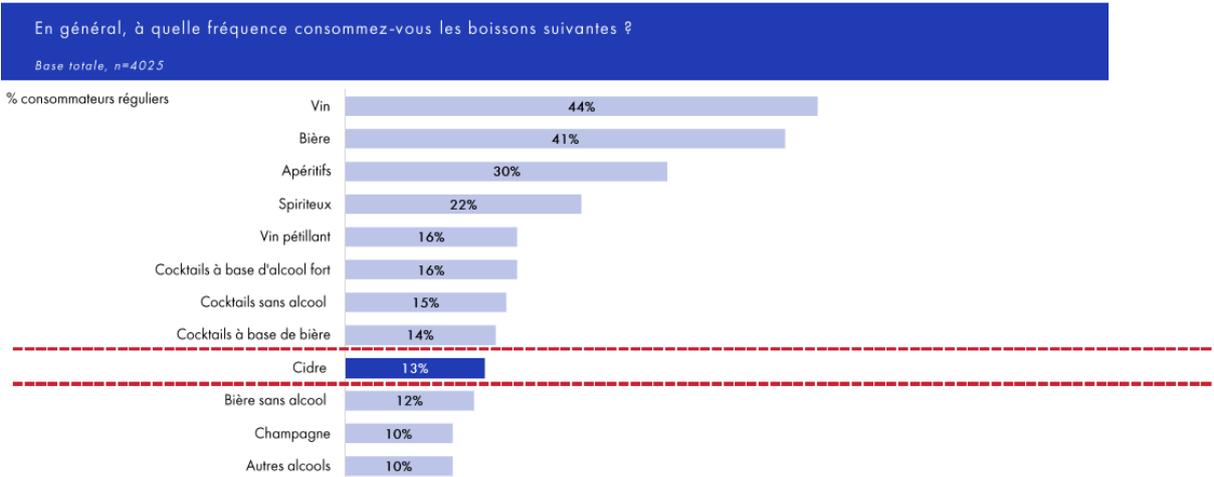
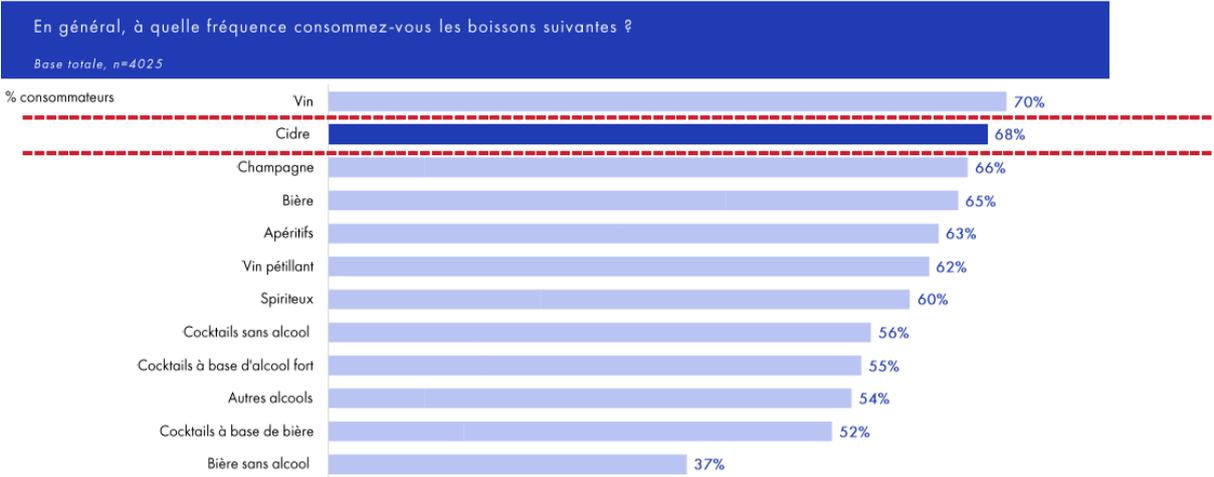
Les consommateurs réguliers de cidre sont à 18 % issu des CSP+, à 14 % de CSP intermédiaire et à 18 % retraités.

Les consommateurs réguliers de cidre gagnent à 15 % entre 2 000 € et 2 500 € et à 15 % plus de 2 500 €.



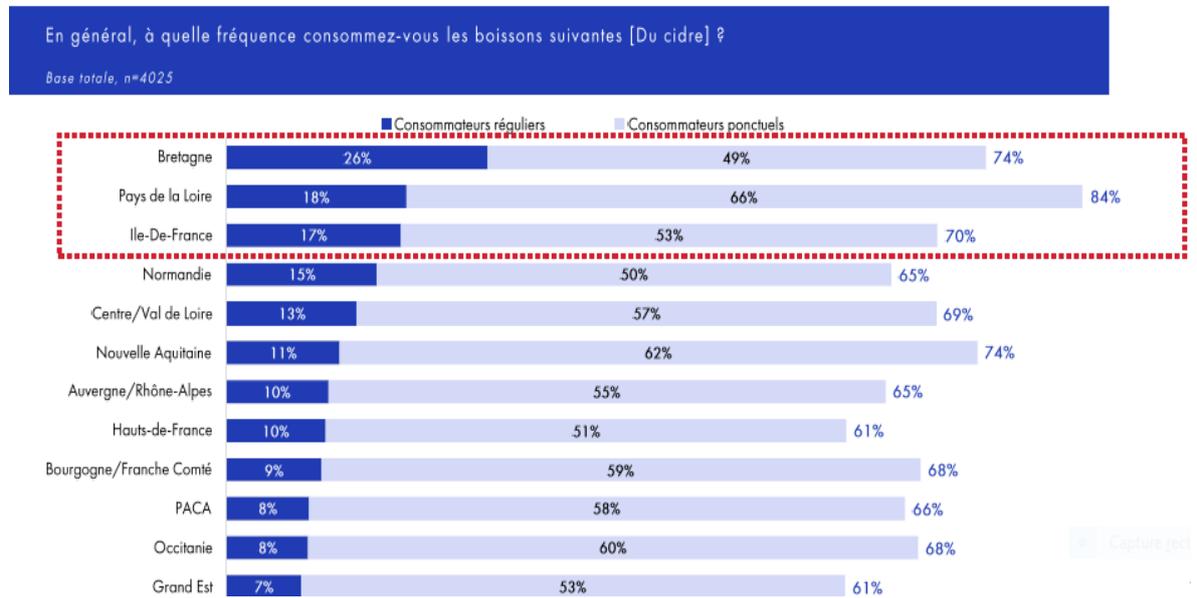
Fréquence de consommation

68 % des français déclarent consommer du cidre dont 13 % sont des consommateurs réguliers.



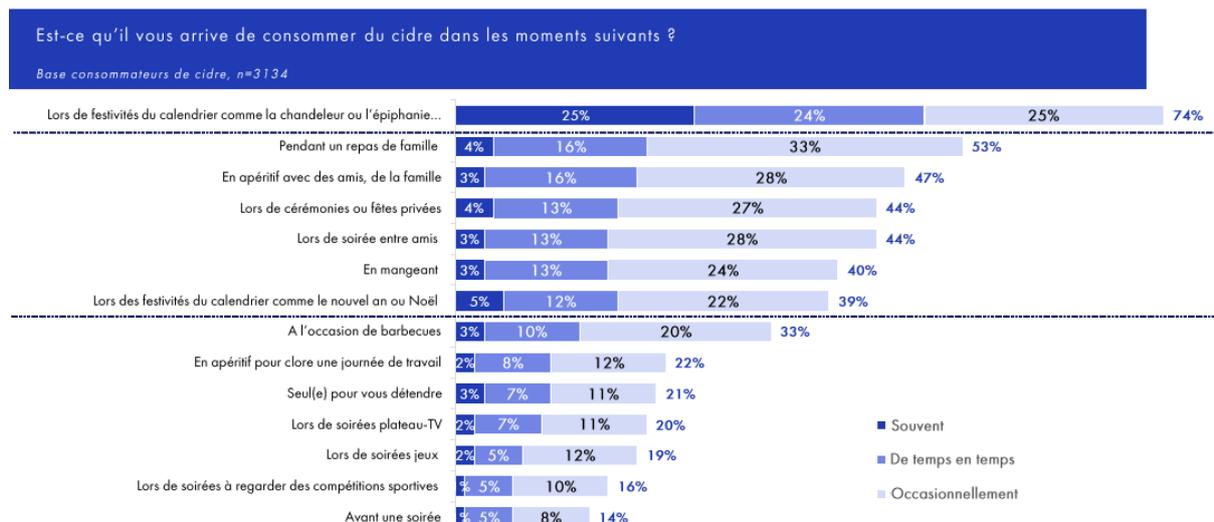
La consommation de cidre en fonction des régions

L'étude met en lumière une forte variation de la consommation de cidre en fonction des régions, l'Ouest de la France étant le plus gros consommateur, en raison d'une forte tradition cidricole dans ces zones.



Des moments de consommation d'alcool et de cidre différents en fonction des profils de consommateurs

Parmi les Français consommateurs de cidre, 74 % consomment du cidre lors de festivité du calendrier (chandeleur ou épiphanie, etc). Parmi ces 74 %, 25 % déclarent en consommer souvent, 24 % déclarent en consommer de temps en temps et 25 % déclarent en consommer occasionnellement.

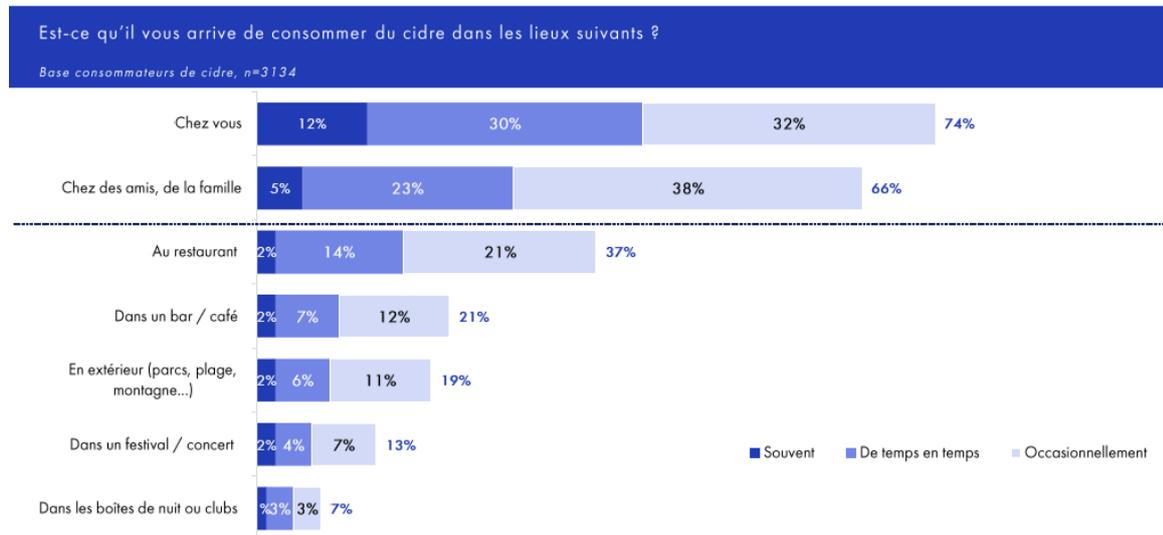


Les lieux de consommation du cidre

Le cidre est une boisson qui est consommée majoritairement à domicile ou chez des amis/de la famille.

Ainsi, les consommateurs de cidre sont 74 % à déclarer consommer du cidre chez eux, 66 % déclarent en consommer chez des amis ou de la famille. Seuls 7 % des consommateurs de cidre déclarent en consommer dans les boîtes de nuit ou clubs.

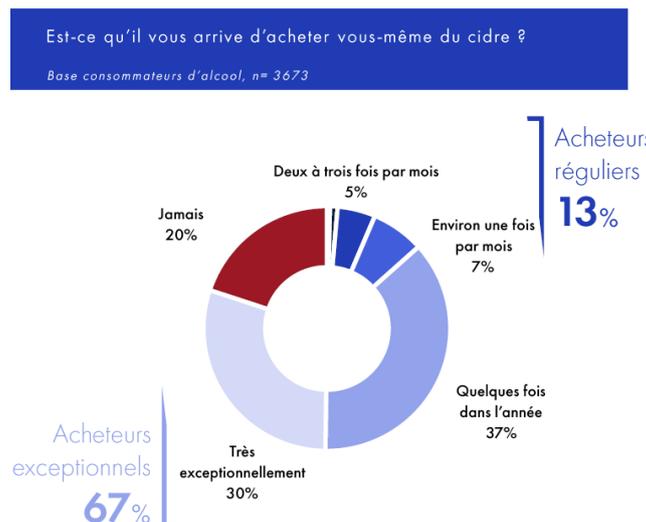
Parmi les consommateurs de cidre qui en consomment à domicile, 12 % déclarent en consommer souvent chez eux, 30 % de temps en temps et 32 % occasionnellement.



Les achats de cidre

Les consommateurs d'alcool sont 67 % à déclarer acheter du cidre exceptionnellement. Seulement 13 % des consommateurs d'alcool achètent régulièrement du cidre.

Des achats de cidre très occasionnels



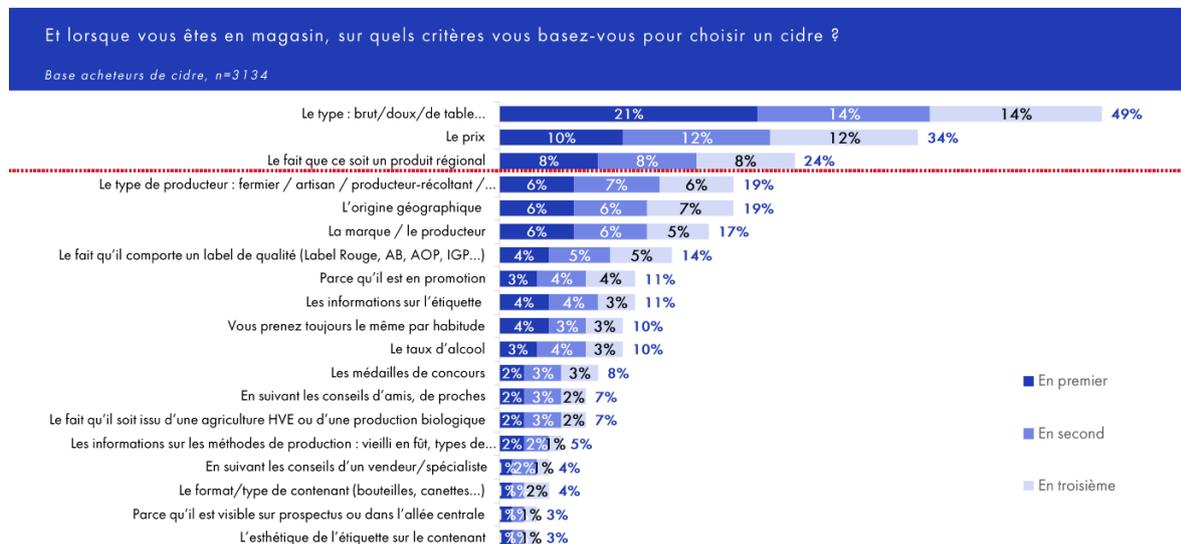
Les achats de cidre se font principalement en hyper et en supermarché. Ainsi, 86 % des acheteurs de cidre ont déclaré acheter du cidre en hyper ou en supermarché.



Les critères d'achat

Pour les acheteurs de cidre, le type de cidre (brut, doux, de table, etc) et le prix sont les principaux critères d'achat.

Lorsqu'ils sont en magasin, 49 % des acheteurs de cidre privilégient le type de cidre dans leurs critères d'achat, suivi du prix pour 34 % des acheteurs de cidre.

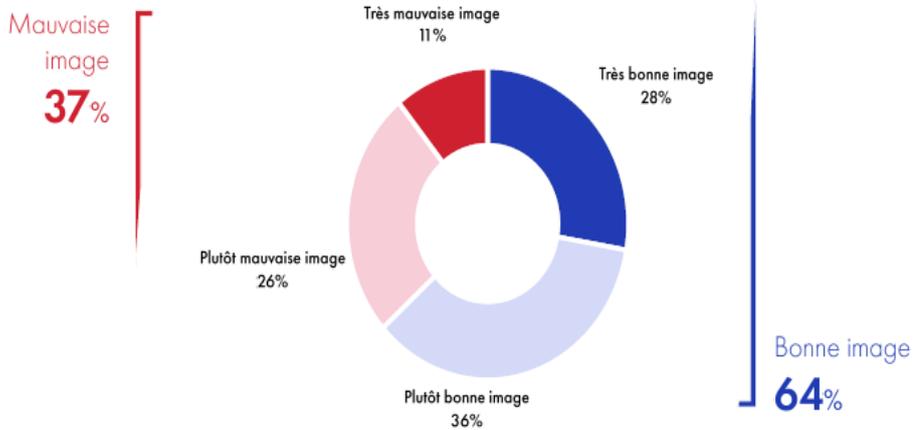


L'image du cidre en France

Le cidre bénéficie d'une image assez positive auprès des consommateurs d'alcool. En effet, 64 % d'entre eux indiquent avoir une bonne image du cidre et même une très bonne image pour 28 % d'entre eux. À l'inverse, un consommateur d'alcool sur dix indique avoir une très mauvaise image du cidre.

Avez-vous plutôt une bonne ou mauvaise image du cidre ?

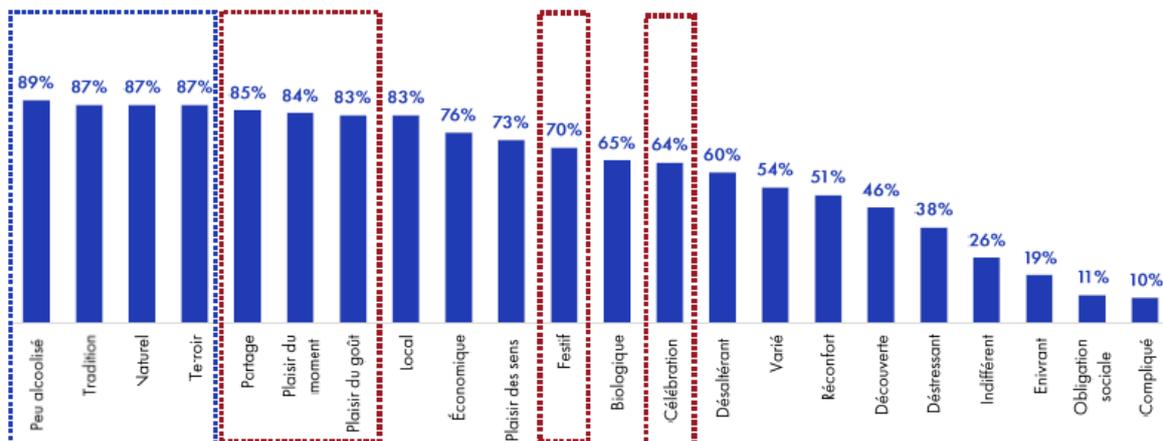
Base consommateurs d'alcool, n= 3673



Le cidre : un positionnement en marge des autres boissons alcoolisées pour les consommateurs
Pour 89 % des consommateurs d'alcool, le cidre est perçu comme une boisson peu alcoolisée et naturel. Pour 87 % des consommateurs d'alcool, le cidre est perçu comme naturel. La conception sociale et festive de l'alcool est moins intensément associée au cidre.

Pour chacun des mots ci-dessous pouvez-vous dire si, selon vous, il peut s'appliquer au cidre ?

Base consommateurs d'alcool, n=3673

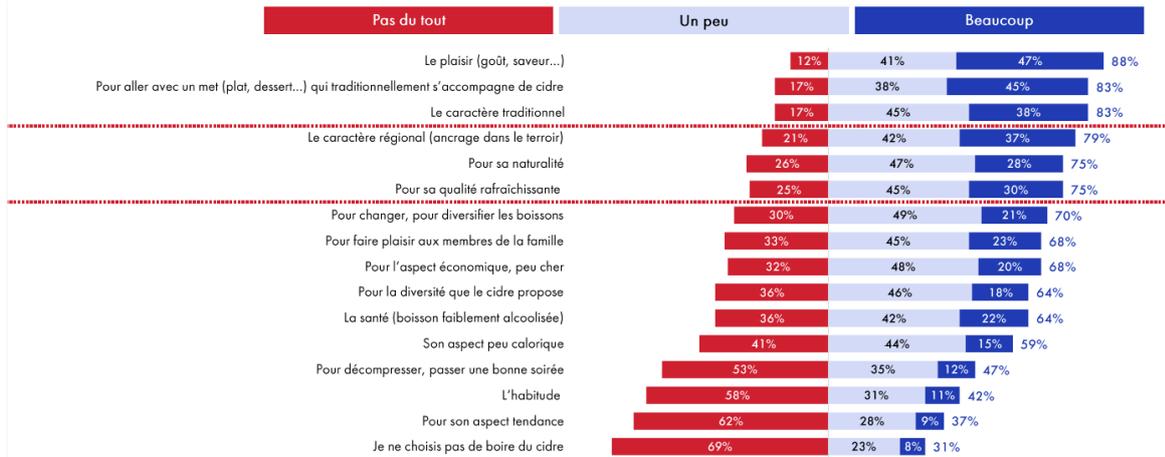


Le plaisir : moteur de la consommation de cidre :

Parmi les consommateurs de cidre, le plaisir est un moteur de la consommation de cidre, en effet, pour 88 % des consommateurs de cidre, le plaisir contribue à leur envie de consommer du cidre. L'alliance met/cidre est un des éléments donnant envie aux consommateurs de cidre d'en consommer, ainsi ils sont 83 % à estimer que cela leur donne envie de consommer du cidre. Le caractère traditionnel du cidre arrive en 3^{ème} position des éléments donnant envie de consommer du cidre.

Dans quelle mesure les éléments suivants contribuent-ils à votre envie de consommer du cidre ?

Base consommateurs de cidre, n=2900

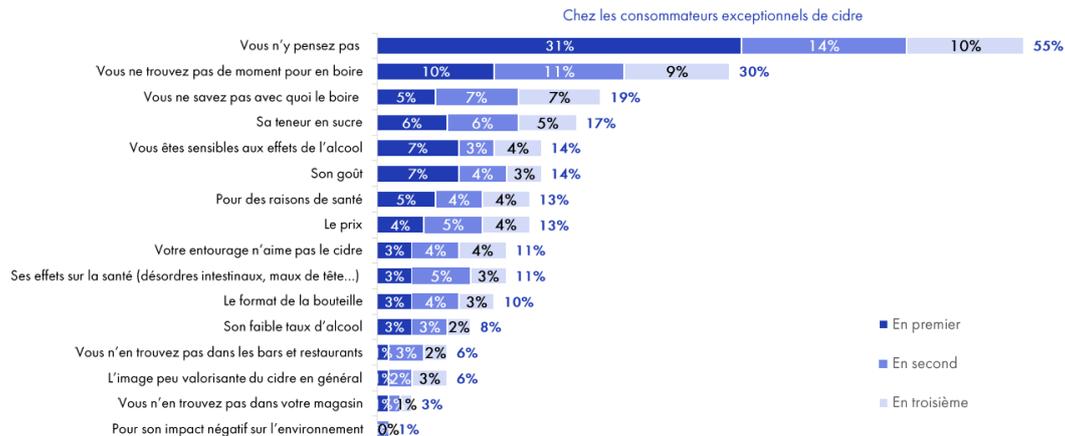


Un manque de présence à l'esprit chez les consommateurs exceptionnels de cidre

Chez les consommateurs exceptionnels de cidre, les raisons invoquées de non consommation de cidre sont le manque de présence à l'esprit pour 55 % d'entre eux.

Vous avez déclaré consommer du cidre occasionnellement. Parmi les éléments suivants, pour quelles raisons ne consommez-vous pas plus souvent du cidre ?

Base consommateurs exceptionnels, n=2481



Le cidre bénéficie d'atouts mais son positionnement manque de clarté

Malgré ses traits d'image positifs, l'étude révèle que l'image du cidre reste souvent floue.

L'étude met en évidence certaines limites. Pour les consommateurs d'alcool, le cidre est perçu comme une boisson désuète et réservée à des occasions spécifiques. Cette image tend à enfermer le cidre dans des occasions de consommation et ne laisse pas la place chez ces individus à une image renouvelée du cidre.

La majorité des consommateurs d'alcool semblent incapables de se positionner et de donner un avis sur de nombreuses caractéristiques telles que l'aspect calorique ou encore sur la teneur en sucre du cidre. Ainsi, pour 18 % des consommateurs d'alcool et 28 % des consommateurs réguliers de cidre perçoivent le cidre comme faible en calories.

Le positionnement incertain d'une part importante d'enquêtés sur les aspects organoleptiques du cidre tend à illustrer le manque d'incarnation du cidre dans les esprits des consommateurs.

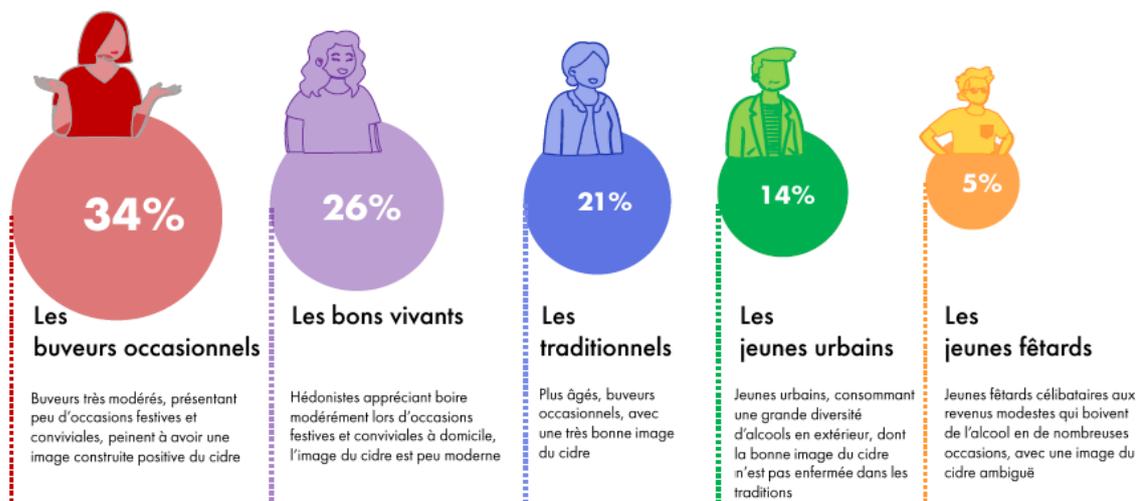
Malgré une image un peu floue et peu incarnée, le cidre ne pâtit pas de freins majeurs. Pour une grande partie des consommateurs d'alcool et des consommateurs réguliers de cidre, le produit est perçu comme une boisson qui peut se boire toute seule, se consommer en toutes occasions et s'associer avec tout type de plats ou de mets. En revanche, la majorité des consommateurs d'alcool ne savent pas que le cidre dispose d'une offre variée de produits.

Les portraits des consommateurs de cidre

La typologie a été réalisée sur la base d'un échantillon de 3134 consommateurs de cidre avec une consommation allant de très exceptionnelle à plusieurs fois par semaine. Pour rappel, les consommateurs de cidre représentent 68% de l'échantillon totale.

L'étude a permis de mettre en évidence 5 portraits de français de consommateurs de cidre.

- **Les buveurs occasionnels** sont des buveurs modérés présentant peu d'occasions festives et conviviales, ce sont des consommateurs qui n'ont une image positive du cidre.
- **Les bons vivants**, ce sont des consommateurs modérés d'alcool.
- **Les traditionnels** ont un profil plus âgés, ce sont des consommateurs occasionnels d'alcool ayant une très bonne image du cidre.
- **Les jeunes urbains** sont de grands consommateurs d'alcools en extérieur ayant une bonne image du cidre
- **Les jeunes fêtards** sont célibataires avec des revenus modestes qui boivent de l'alcool en de nombreuses occasions avec une image du cidre ambiguë.



Directrice de la publication : Christine Avelin / Rédaction : direction Marchés, études et prospective

12 rue Henri Rol-Tanguy - TSA 20002 / 93555 MONTREUIL Cedex
Tél. : 01 73 30 30 00 ■ www.franceagrimer.fr

FranceAgriMer
@FranceAgriMerFR