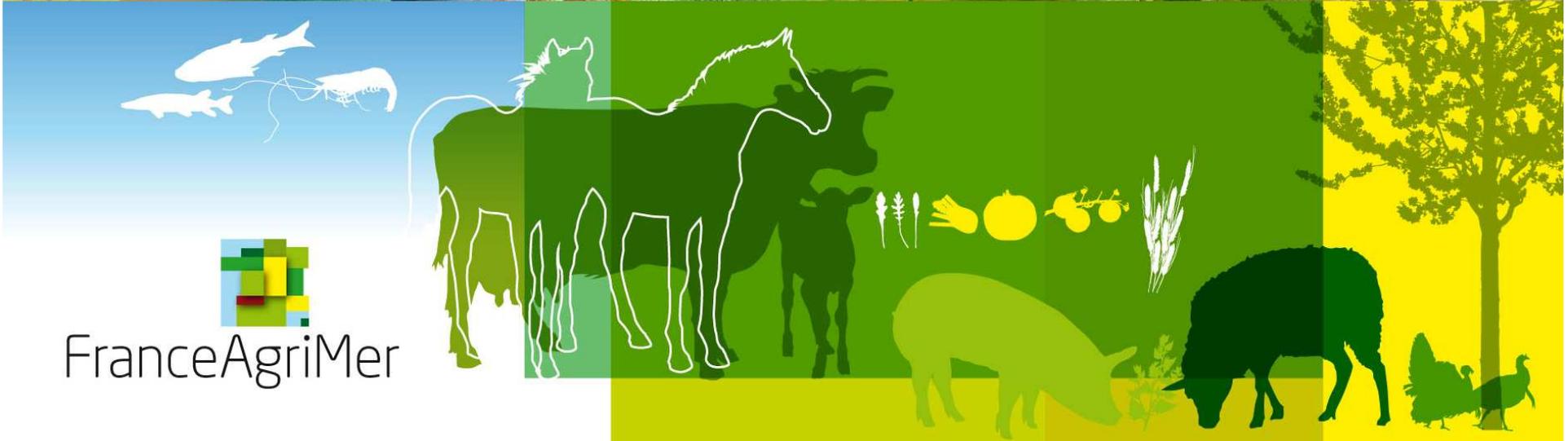


CÉRÉALES /
FRUITS ET LÉGUMES /
HORTICULTURE /
LAIT /
OLÉO-PROTÉAGINEUX /
PÊCHE ET AQUACULTURE /
PLANTES À PARFUM, AROMATIQUES ET MÉDICINALES /
SUCRE /
VIANDES BLANCHES /
VIANDES ROUGES /
VINS /

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

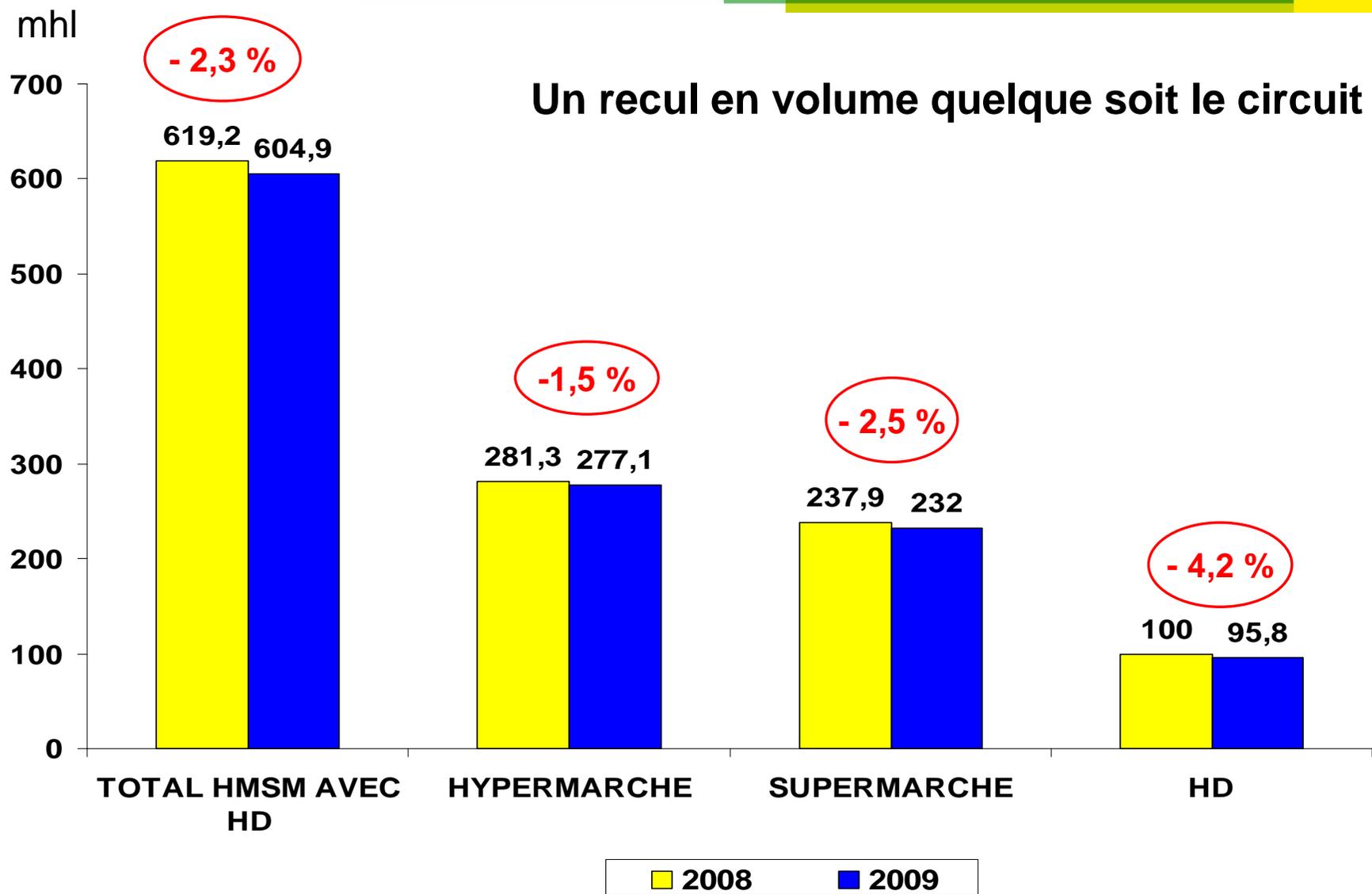


Une progression en valeur de **+ 2,8 %** à 114,6 M€

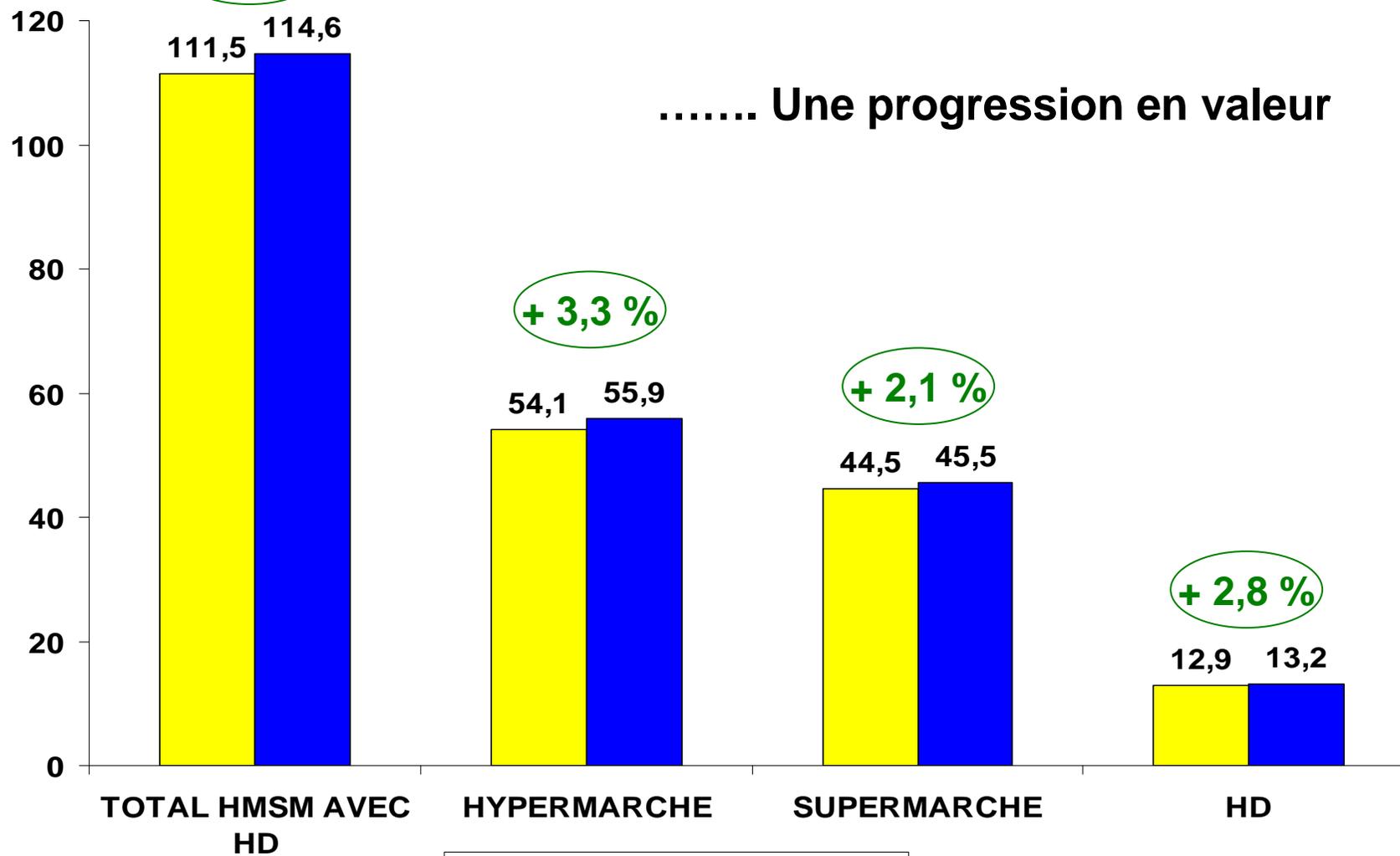
La baisse des volumes est compensée par l'augmentation du prix moyen, qui poursuit sa progression (+ 5,2 % en 2009)

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€

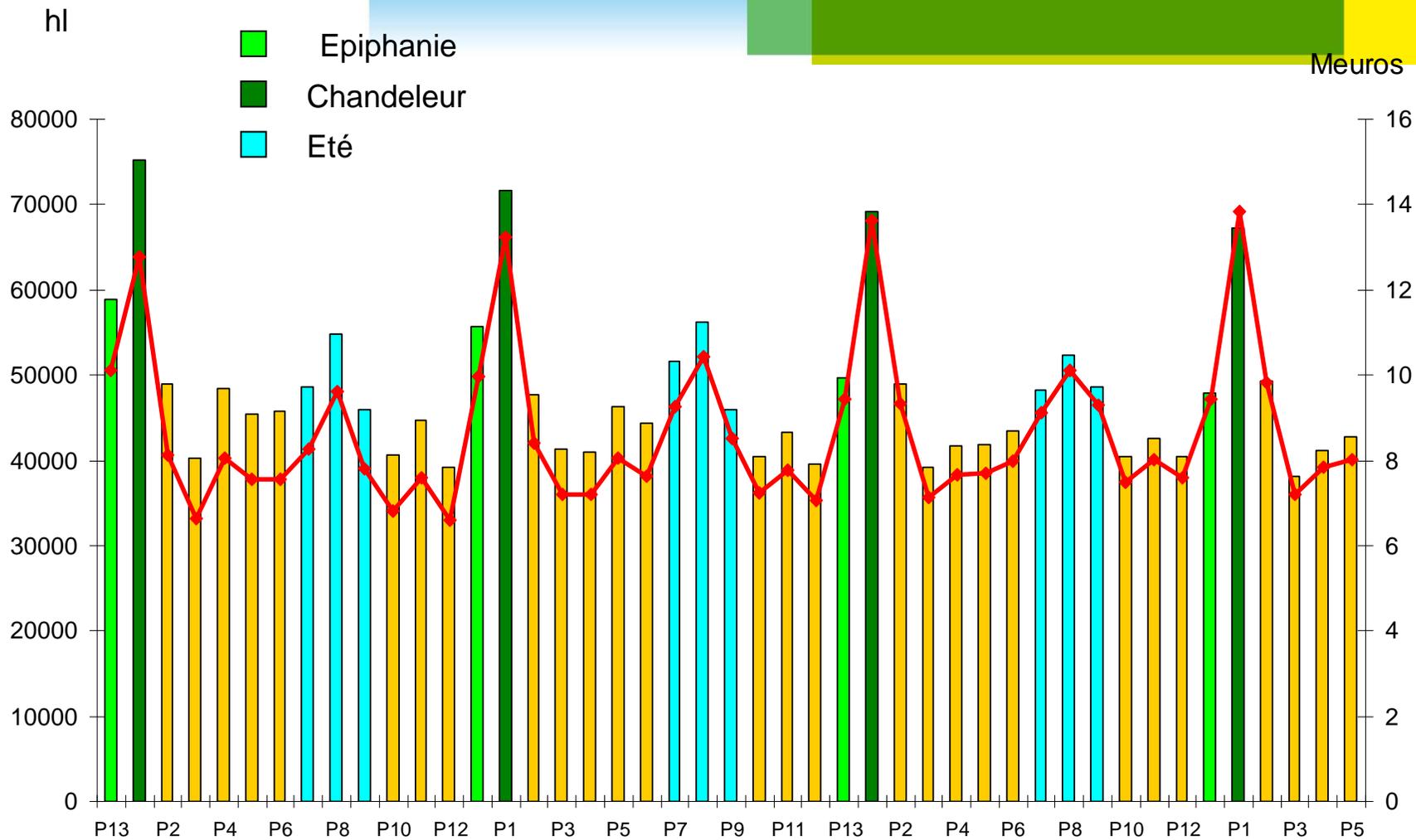


..... Une progression en valeur



Saisonnalité

- Epiphanie
- Chandeleur
- Eté



Ventes de cidres par périodes 4S_ HM+SM+HD depuis 2007

Volume — Valeur

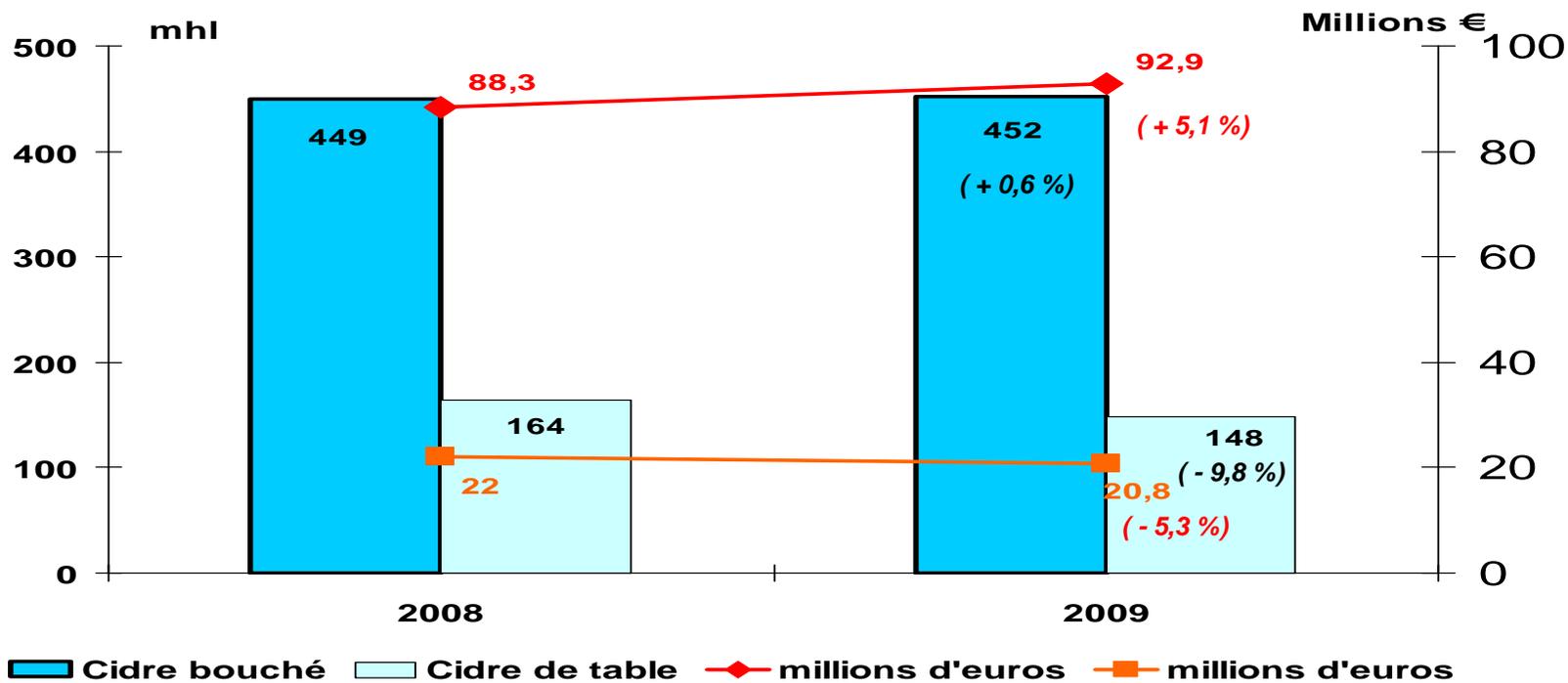
2007 2008 2009 2010



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 (%) |
| Hypermarchés | 0,6 | 5,1 | -6,3 | -2,3 |
| Supermarchés | 3,5 | 5,9 | -13,3 | -8,1 |
| Hard Discount | -3,1 | 3,3 | -5 | -5,6 |

Prix moyen en 2009

bouché : 2,05 € (+ 4,5 % / 2008)

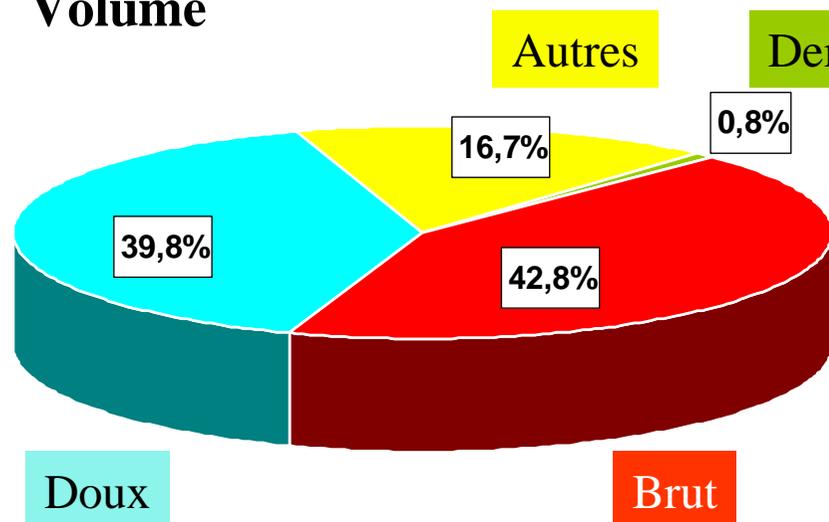
(HM : 2,22 ; SM : 2,20 ; HD : 1,40)

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

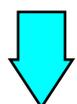


Doux

Brut



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



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

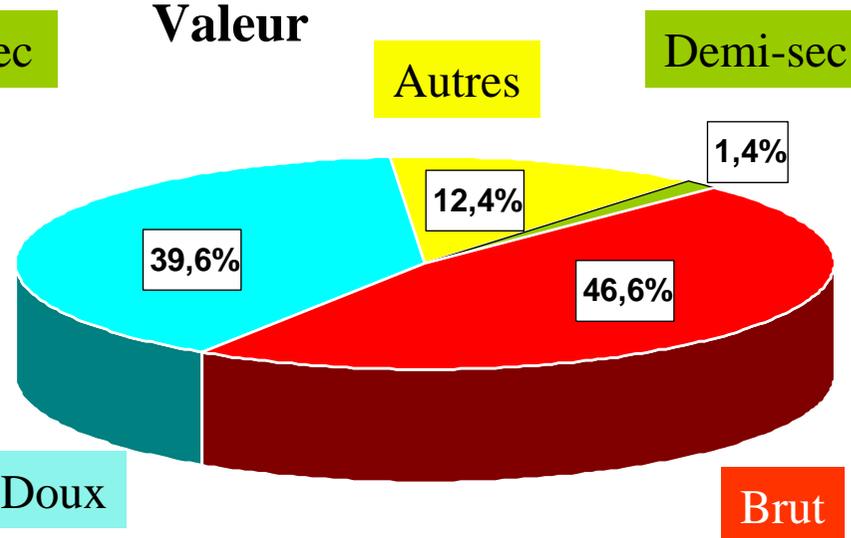


Autres 100 mhl (+ 3 %)



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 (%) |
| Hypermarchés | -3,3 | 2,8 | -1,7 | 4 |
| Supermarchés | -3,3 | 1,5 | -2,4 | 2,8 |
| Hard Discount | -6,5 | 0,6 | -6,5 | -0,3 |

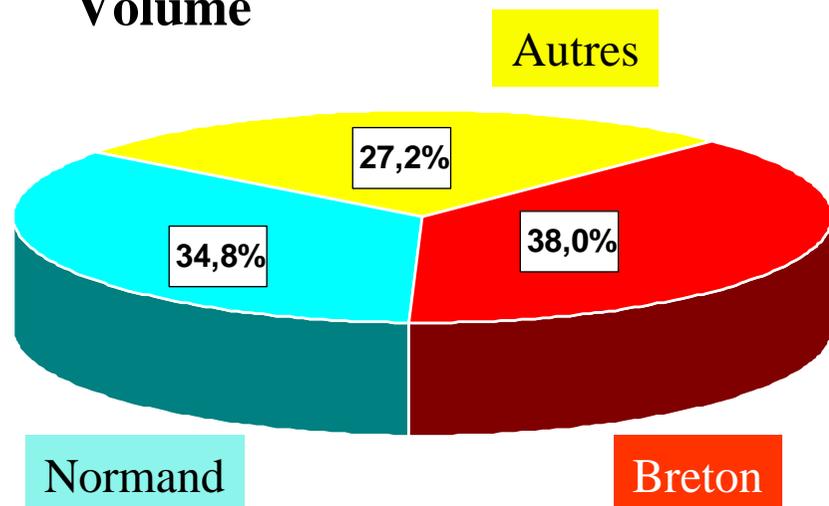
Prix moyen en 2009

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)

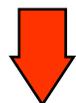
LES VENTES DE CIDRE NATURE SELON L'ORIGINE TOUS CIRCUITS CONFONDUS

Volume



Normand

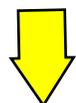
Breton



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

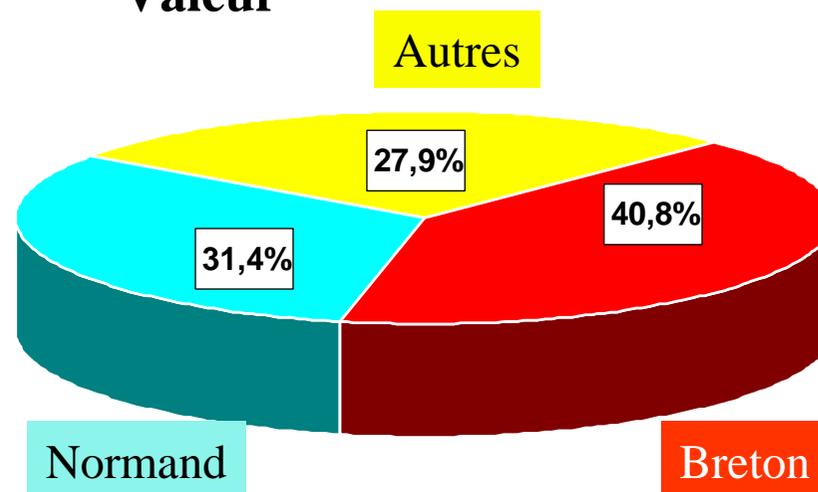


Normand 208,9 mhl (+ 5,3%)



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

Valeur



Normand

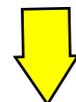
Breton



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 (%) |
| Hypermarchés | -4,7 | 0,6 | 7,5 | 12,4 |
| Supermarchés | -2,8 | 2,6 | 5,3 | 4,7 |
| Hard Discount | 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 :

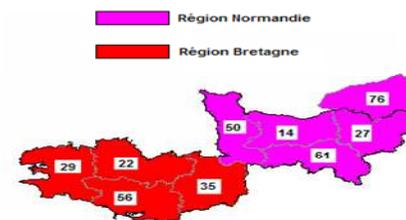
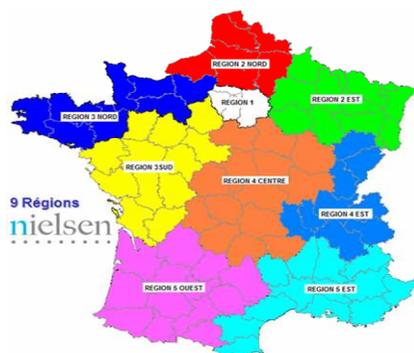
les régions Bretagne et Normandie représentent :

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



FranceAgriMer

| En volume | poids de la région (en %) | 2009 VS 2008 (en %) | En valeur | 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

