



***La reproduction totale ou partielle d'un ou plusieurs articles  
VINIFLHOR-INFOS est autorisée, sous réserve des mentions  
suivantes : "extrait VINIFLHOR-INFOS, le numéro et le mois  
concernés"***

***De plus, dans le cas d'une étude, il est demandé de préciser le titre  
de celle-ci et les sources des tableaux***

***La reproduction du logo VINIFLHOR devra, par ailleurs figurer sur les  
documents intégrant pour une part majoritaire des éléments  
fournis par VINIFLHOR***



Division Etudes et Marchés  
Isabelle LE MOING

***Les ventes de cidres  
en grande distribution  
Bilan de l'année 2006***

# Introduction

---

Nous présentons ici un bilan des ventes de cidre, et plus spécifiquement de cidre nature, en grande distribution durant l'année 2006. Les résultats sont suivis par le panel INFOSCAN de la société IRI, à partir de l'enregistrement des sorties de caisse d'un échantillon national représentatif de l'ensemble des hypermarchés (magasins de plus de 2 500 m<sup>2</sup>), des supermarchés (magasins de + de 490 m<sup>2</sup>) **et depuis 2006 des hard discount français avec un historique de 1 an. Ainsi les résultats 2006 prennent en compte les ventes de ce circuit.**

De plus, l'année 2006 est marquée par un changement méthodologique au niveau de l'échantillon : passage d'un panel distributeurs « classique » vers un panel distributeurs « Census ». Cette évolution permet une plus grande précision sur les ventes, parts de marché, etc ...Ainsi, les données sont désormais plus fiables mais ne sont plus comparables à celles qui ont été traitées ultérieurement.

Cet échantillon comprenait, au 1er janvier 2006, 490 points de vente (hypermarchés et supermarchés) et 133 magasins de hard discount français pour un univers total avoisinant 7 062 magasins.

Les chiffres présentés dans cette note sont une estimation des ventes de cidres en grande distribution, et ne sauraient avoir un caractère d'exactitude au litre ou au centime d'euro près. Les informations sont recueillies par période de 4 semaines. Chaque période commence un lundi et se termine un dimanche. Une "année panel" (52 semaines) est composée de 13 périodes notées P1, P2, ...P13. On précisera que l'année 2006 correspond aux 52 semaines comprises entre le lundi 2 janvier 2006 (P01/2006) et le dimanche 31 décembre 2006 (P13/2006), et que l'année 2005 correspondait aux 52 semaines comprises entre le lundi 3 janvier 2005 (P01/2005) et le dimanche 1 janvier 2006 (P13/2005).

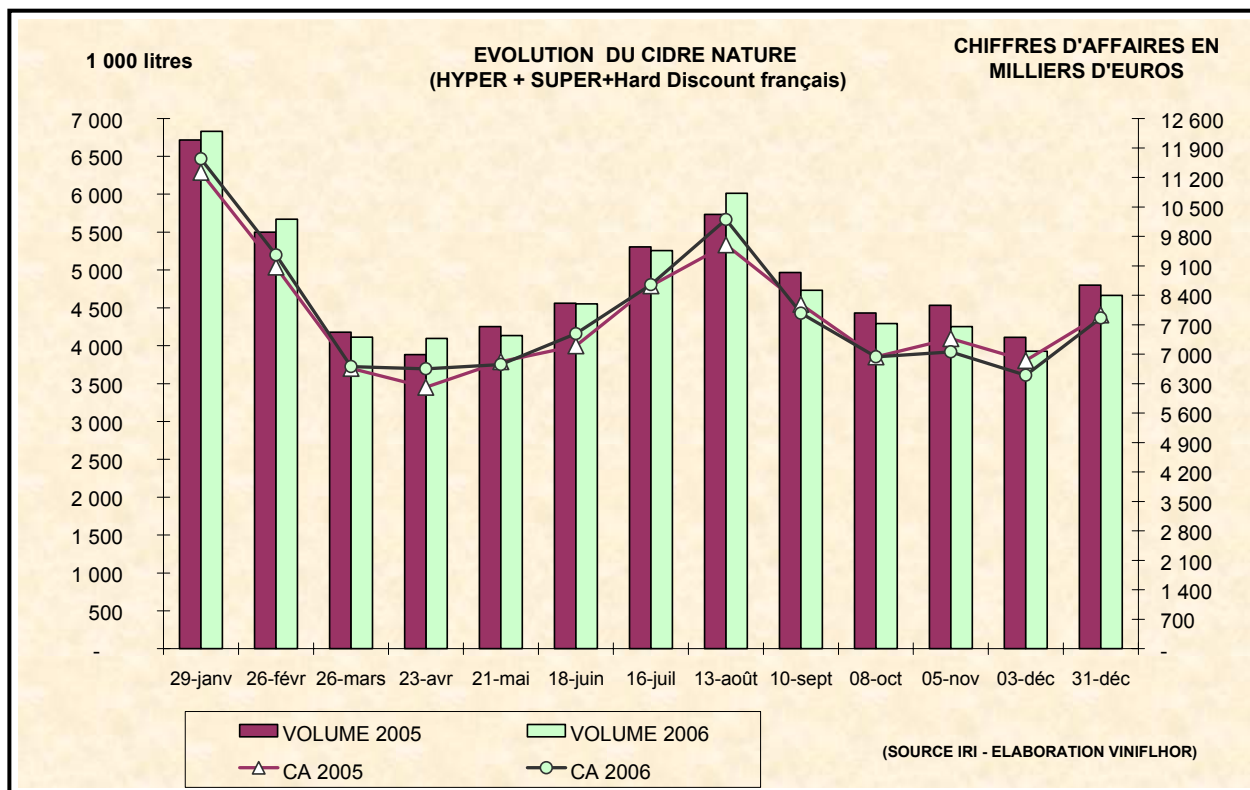
Nous parlerons essentiellement, dans cette note, du marché du cidre nature. En effet, ce dernier représente 99,4 % des volumes et 99,1 % du chiffre d'affaires. Les 0,6% sont partagés entre le poiré (0,5%), le cidre aromatisé (0,1%) et le cider (0,01%). En valeur, le pourcentage restant soit 0,9 % se répartit entre le poiré (0,8%), le cidre aromatisé (0,1%) et le cider pour 0,01%. Ces trois segments sont orientés à la baisse en volume et en valeur.

Toutefois, nous pouvons dresser un bref panorama sur le poiré. En 2006, ce produit qui est diffusé, selon les données IRI, uniquement dans les hypermarchés et supermarchés a reculé de 5,4% en volume et de 8,1% en valeur et représente 364 188 litres (383 789 en 2005) pour une dépense de 887 809 euros (965 817 euros en 2005). Quant aux deux autres segments « aromatisé » et « cider », ils sont en net déclin. Et la faible diffusion du cider (à peine 2% de magasins porteurs du produit) ne permet pas d'interpréter les données chiffrées sur ce marché.

# Le cidre nature

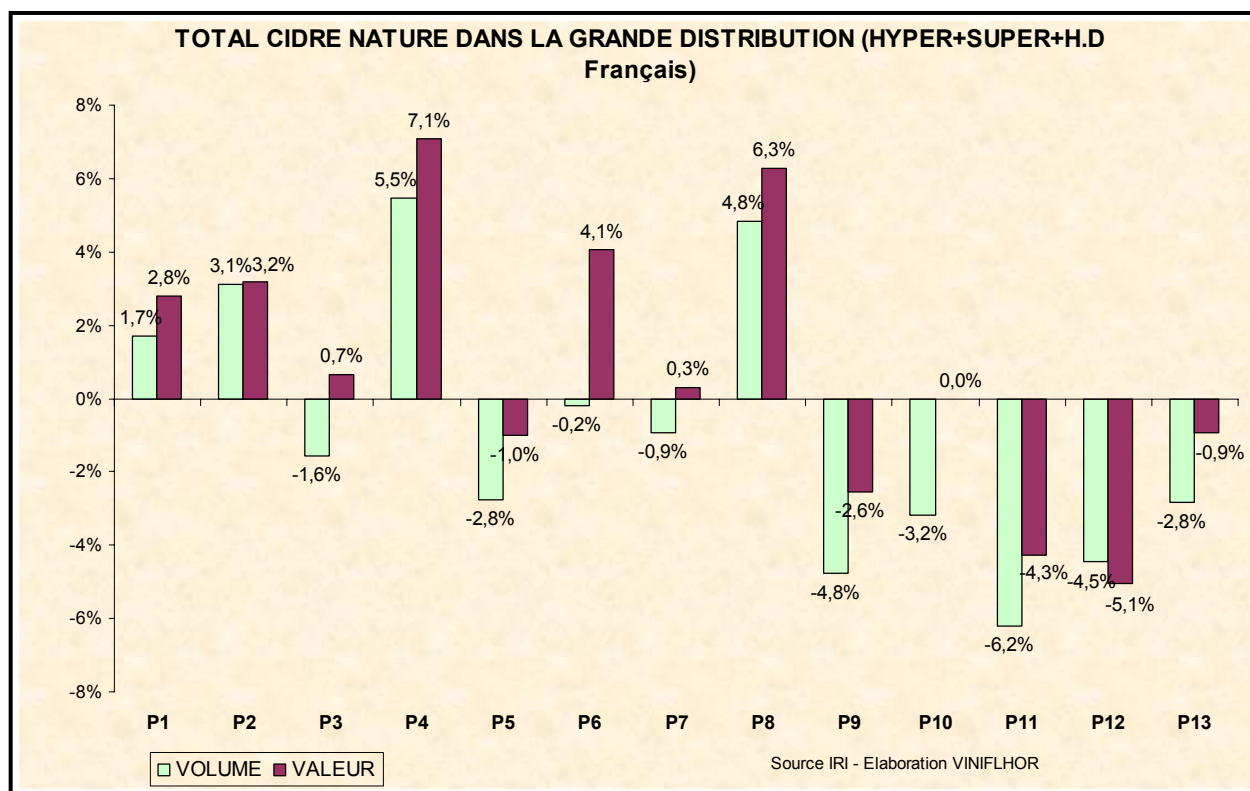
## Progression du chiffre d'affaires grâce aux prix

En 2006, la grande distribution (hypermarchés, supermarchés et hard discount français) a vendu 62,530 millions de litres de cidre nature pour un chiffre d'affaires de 103,771 millions d'euros. Ainsi, en comparaison à 2005, les volumes accusent un léger repli (-0,7%), toutefois, grâce à l'augmentation du prix (+1,69%), le chiffre d'affaires ne s'est pas érodé (+1%).



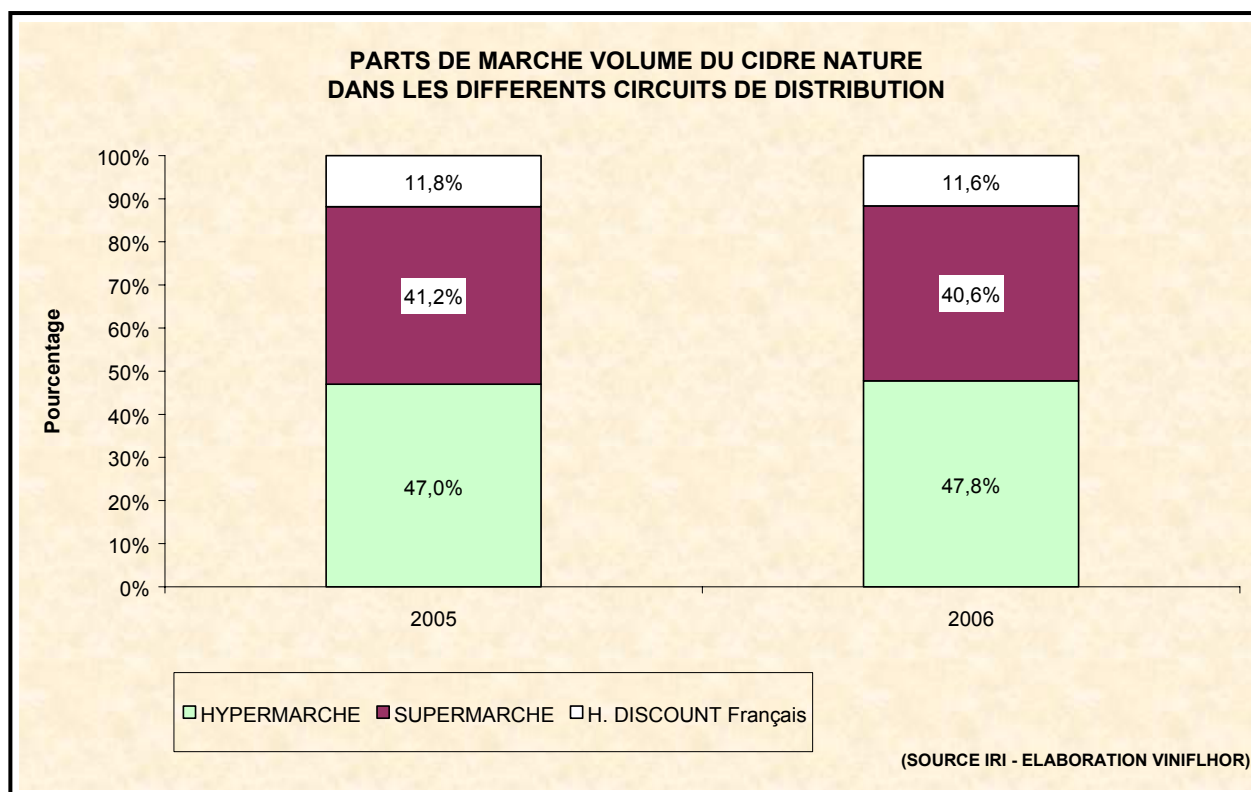
Ainsi que le démontre le graphique ci-dessous et comme c'est souvent le cas, l'année 2006 est scindée en deux : tandis que le premier semestre (de janvier à mi-juillet) enregistre des ventes supérieures en volume (+0,7%) et en valeur (+2,4%) la seconde partie de l'année (mi-juillet à fin décembre) affiche une diminution des volumes (-2,5%) et du chiffre d'affaires (-0,7%). Ainsi, les ventes de cidre nature restent étroitement liées aux événements festifs tels que la galette des rois en janvier,

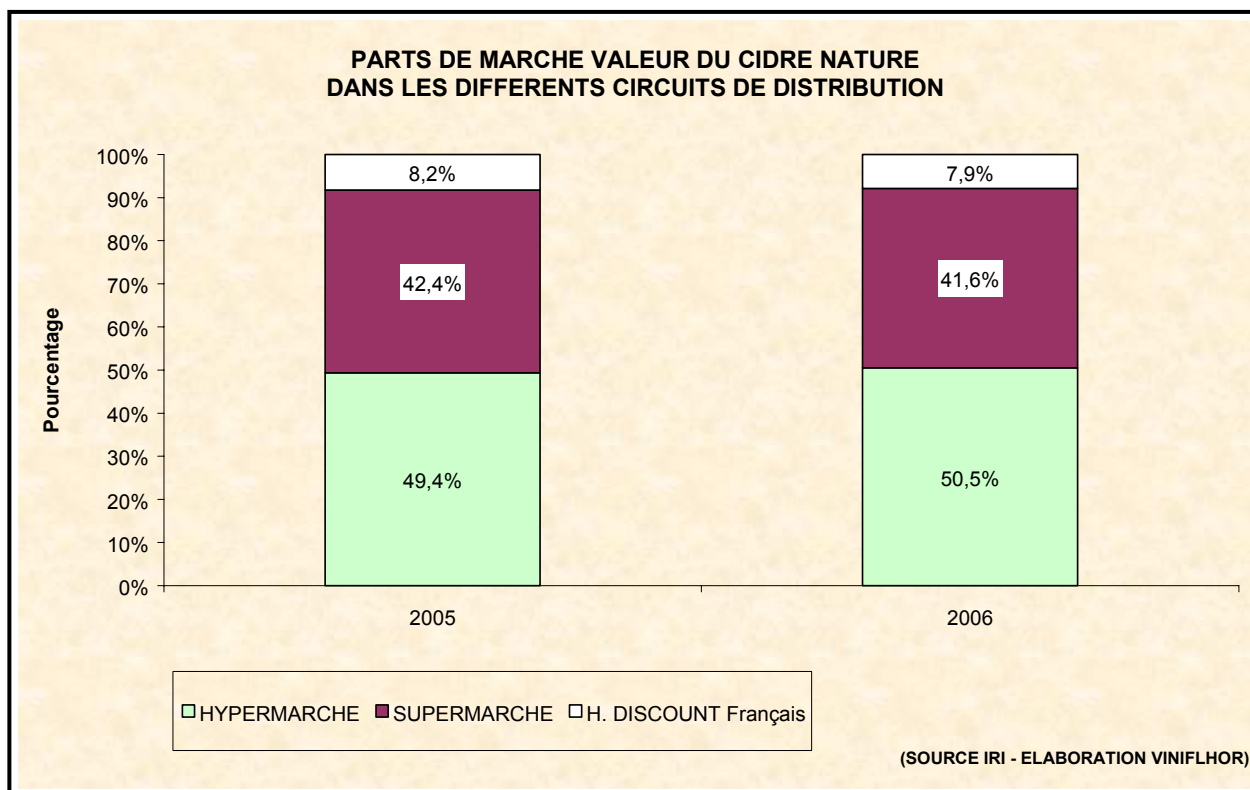
la chandeleur en février et les vacances d'été (mi-juillet – mi août). Et cette diminution de cidre est éventuellement à mettre en regard avec le mauvais temps observé sur l'arrière saison.



## Le cidre nature dans les circuits de distribution

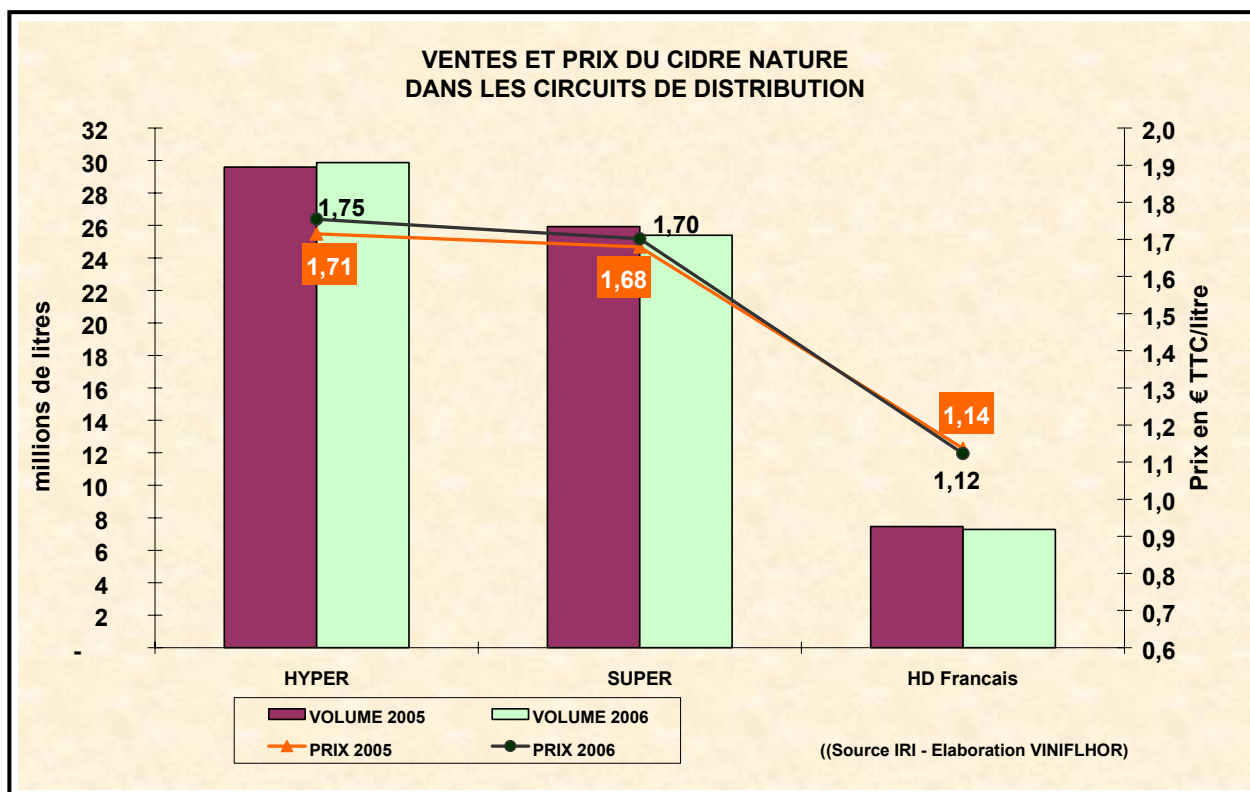
Pour la première année, IRI nous a livré les données du hard discount français, et comme le démontre les deux graphiques ci-dessous, ce circuit pèse peu dans le cidre nature par rapport aux supermarchés et surtout aux hypermarchés. De plus, le circuit hard discount français a tendance à diminuer aussi bien en volume qu'en valeur.





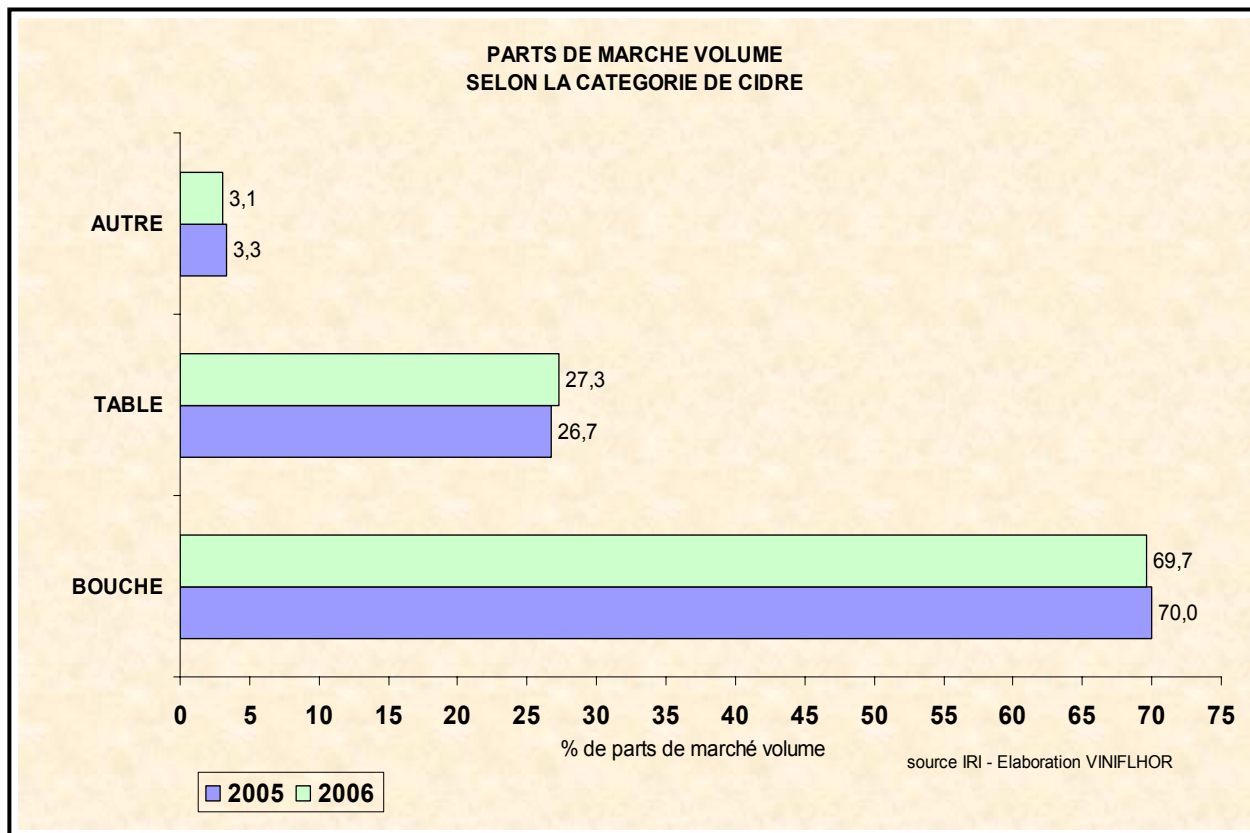
### **Dynamisme des hypermarchés**

Les hypermarchés continuent d'être dynamiques en cumulant la hausse des volumes (+0,9%), des prix (+ 2,3%) et donc du chiffre d'affaires (+3,2%).



En revanche, le repli des ventes de cidre naturel touche surtout les hard discounts français (-2,4% en volume) et la baisse en valeur de 3,4% est d'autant plus importante que ce circuit a également réduit ses prix de 1,2%. Mais les hard discounts français ne pèsent que 11,6% des ventes de cidre en volume. De même, les supermarchés reculent de 2,1% en volume cependant l'augmentation du prix de 1,3% a permis de modérer la baisse du chiffre d'affaires (-0,8%).

## Le marché du cidre nature est tiré par le cidre de table en 2006



Dans le détail des cidres, le bouché, bien qu'en recul en 2006, caracole largement en tête des ventes avec près de 70% des parts de marché en volume et 76% de parts de marché en valeur, arrive ensuite le cidre de table avec 27,3% de ventes en volume et 20% en valeur puis en dernier le cidre « autre » qui ne représente que 3,3% des volumes et presque autant en valeur (4%).

## Evolution du cidre nature en volume

<b>CIDRE BOUCHE litres</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>EVOLUTION N-1</b>
<b>HYPERMARCHE</b>	<b>20 998 874</b>	<b>21 160 292</b>	<b>1%</b>
<b>SUPERMARCHE</b>	<b>16 524 861</b>	<b>16 079 379</b>	<b>-3%</b>
<b>HD Français</b>	<b>6 549 016</b>	<b>6 329 454</b>	<b>-3%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>44 074 756</b>	<b>43 571 131</b>	<b>-1%</b>
<b>CIDRE DE TABLE litres</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>EVOLUTION N-1</b>
<b>HYPERMARCHE</b>	<b>7 582 842</b>	<b>7 714 380</b>	<b>2%</b>
<b>SUPERMARCHE</b>	<b>8 394 284</b>	<b>8 397 683</b>	<b>0%</b>
<b>HD Français</b>	<b>855 126</b>	<b>945 406</b>	<b>11%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>16 834 257</b>	<b>17 059 475</b>	<b>1%</b>
<b>AUTRES CIDRES litres</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>EVOLUTION N-1</b>
<b>HYPERMARCHE</b>	<b>1 013 532</b>	<b>1 001 370</b>	<b>-1%</b>
<b>SUPERMARCHE</b>	<b>1 008 386</b>	<b>911 692</b>	<b>-10%</b>
<b>HD Français</b>	<b>55 129</b>	<b>1 940</b>	<b>-96%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>2 079 052</b>	<b>1 917 008</b>	<b>-8%</b>

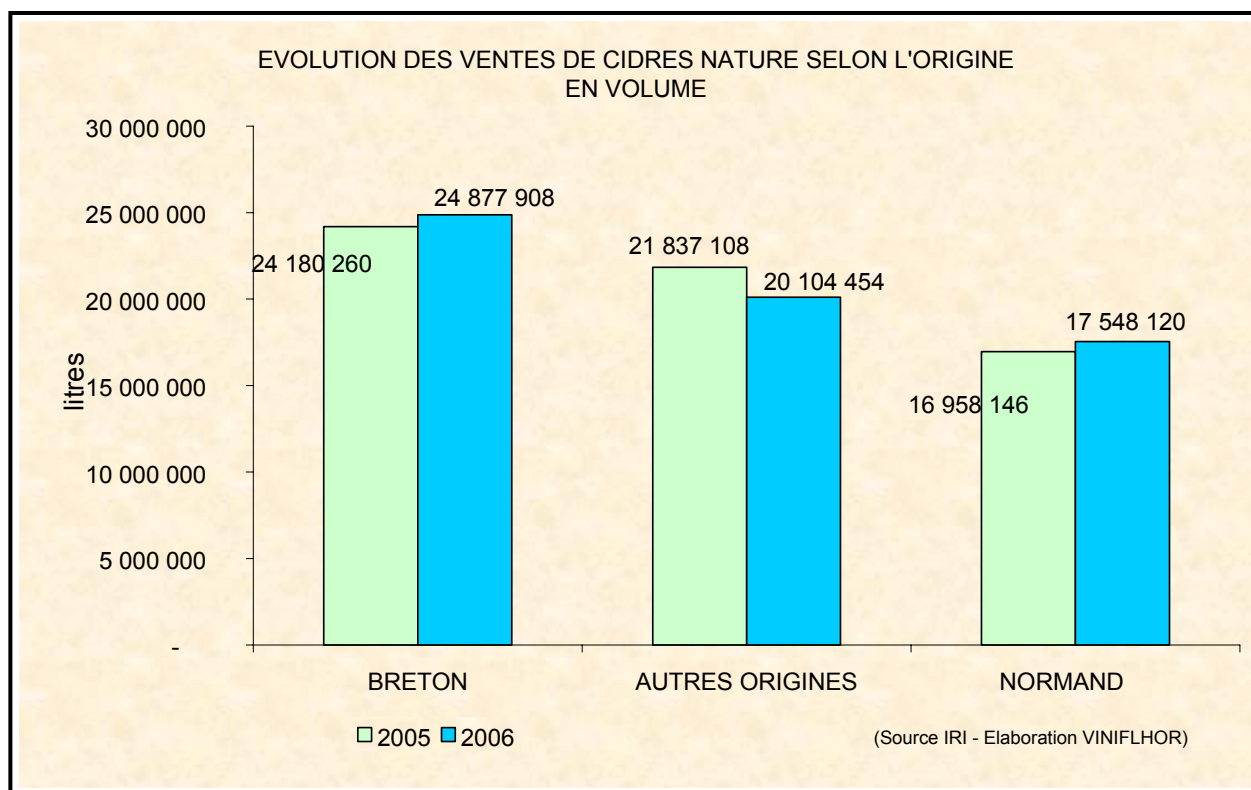
## Evolution du cidre nature en valeur

CIDRE BOUCHE en euros	2005	2006	EVOLUTION N-1
HYPERMARCHE	39 319 276	40 663 516	3%
SUPERMARCHE	31 337 966	31 054 634	-1%
HD Français	7 501 488	7 159 754	-5%
<b>TOTAL</b>	<b>78 160 735</b>	<b>78 879 910</b>	<b>0,9%</b>
CIDRE DE TABLE en euros	2005	2006	EVOLUTION N-1
HYPERMARCHE	9 285 610	9 547 505	3%
SUPERMARCHE	10 377 992	10 413 185	0%
HD Français	898 757	1 009 664	12%
<b>TOTAL</b>	<b>20 562 359</b>	<b>20 970 354</b>	<b>2,0%</b>
AUTRES CIDRES en euros	2005	2006	EVOLUTION N-1
HYPERMARCHE	2 148 320	2 209 426	3%
SUPERMARCHE	1 837 534	1 729 099	-6%
HD Français	78 095	3 771	-95%
<b>TOTAL</b>	<b>4 063 949</b>	<b>3 942 296</b>	<b>-3,0%</b>

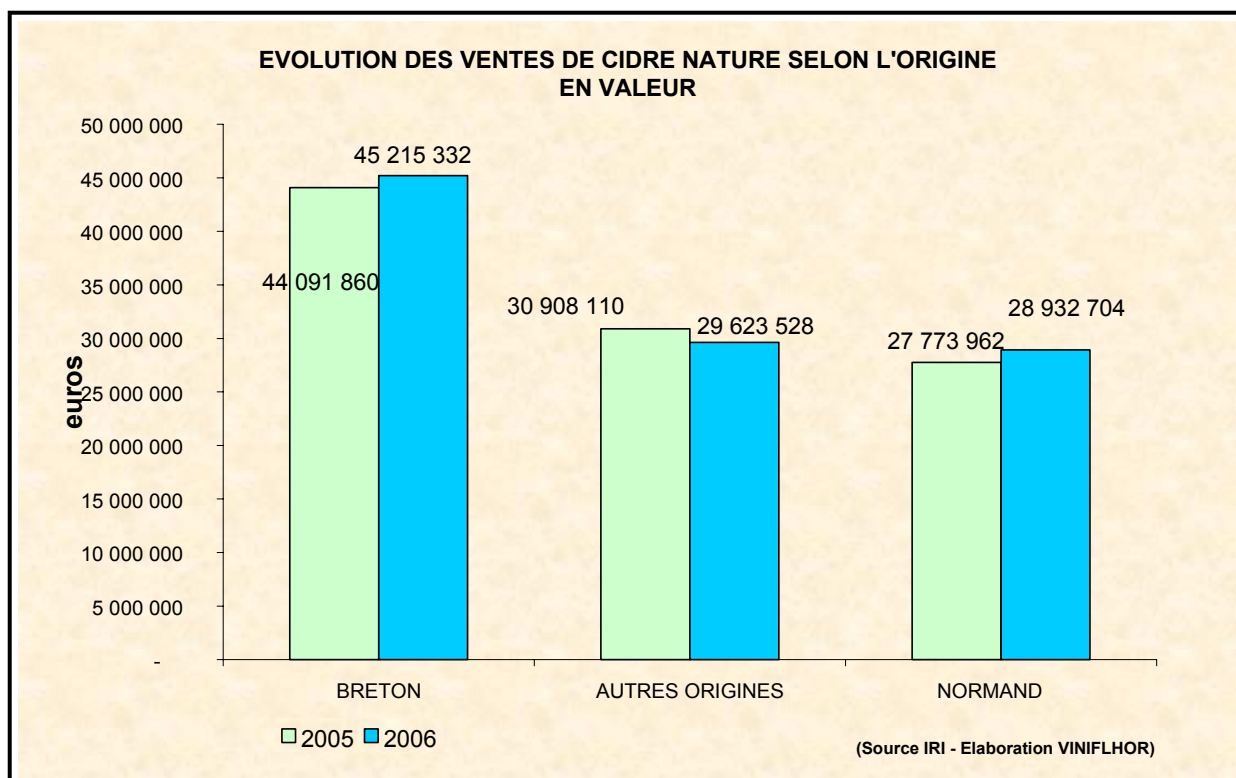
Et dans la catégorie des cidres bouchés, seuls les hypermarchés présentent des évolutions positives en volume et en valeur. Pour le cidre de table, les ventes sont dynamiques en volume et en valeur dans les hypermarchés et les hard discounts français et se maintiennent dans les supermarchés. Les ventes des cidres « autres » diminuent dans les trois circuits ; hypermarchés, supermarchés mais surtout hard discounts français.

## Le cidre breton et normand ont le vent en poupe

Quant aux cidres selon l'origine, « le breton » et le « normand » ont été dynamiques, en 2006, avec une évolution respective de +2,9% +3,5%. En revanche, le cidre « autres origines » recule fortement (-7,9%).



De même, le cidre « breton » et « normand » voit leur chiffre d'affaires augmenter respectivement de 2,5% et de 4,2%. Pour le premier les volumes ont été suffisants pour compenser la légère baisse du prix de 0,3%, à contrario, le second a bénéficié, en plus de la hausse des volumes, de celle du prix (+0,7%). Les cidres « autres origines » ont cumulé baisse des volumes et du chiffre d'affaires (-4,2%) et cela malgré la hausse des prix (+4,1%).



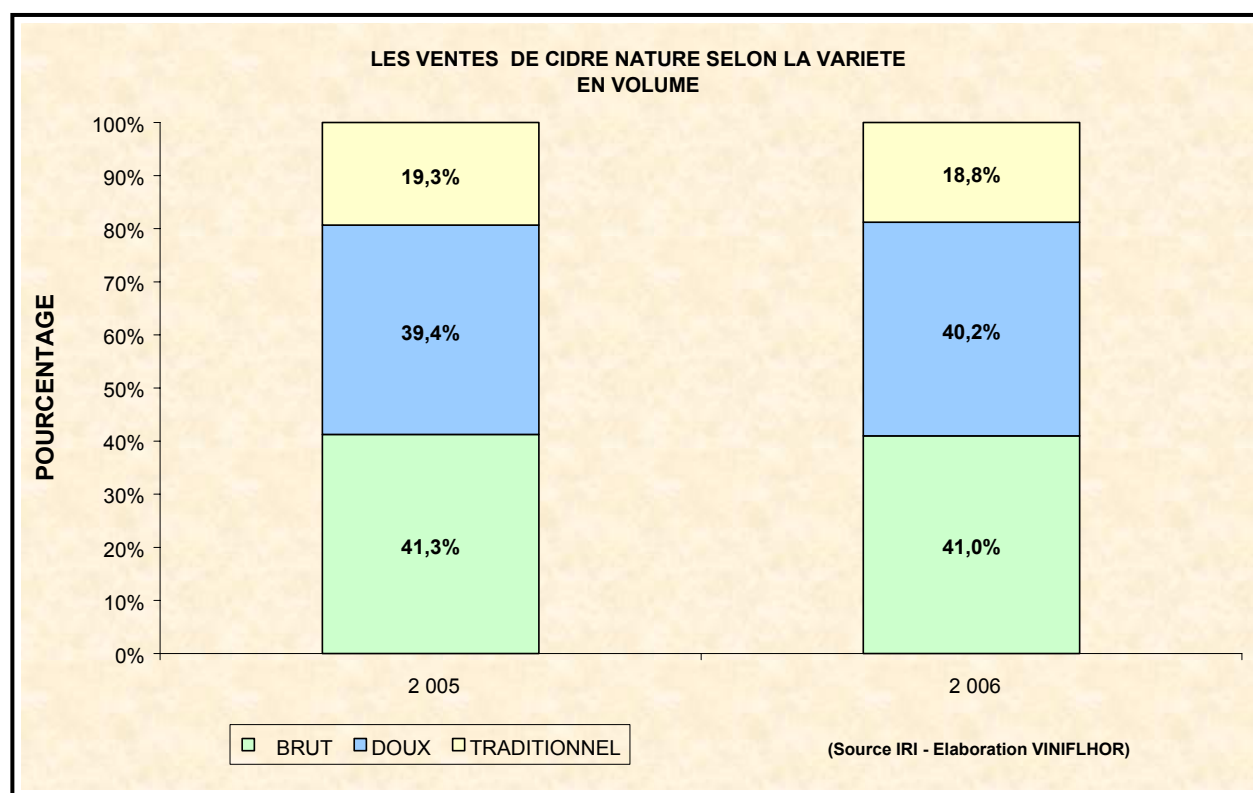
Les hypermarchés sont sur représentés en volume et en valeur dans les deux types de cidre ; « breton » et « normand ». Pour le cidre « autres origines » les supermarchés arrivent en tête et devancent les hypermarchés en volume et en valeur.

Les données fournies par IRI sur le hard discount français permettent de constater que le **cidre normand**, même en baisse cette année dans ce type de magasin, représente tout de même plus de 32% de parts de marché volume. Le chiffre d'affaires avec un prix moins élevé dans les hard discount (1,14€/litre) contre 1,89/litre pour les hypermarchés et les supermarchés ne pèse que 22,4%. Selon les données IRI le cidre breton n'est pratiquement pas distribué dans le hard discount ce qui pourrait expliquer l'évolution atypique que l'on observe dans ce circuit en 2006.

LE CIDRE NATURE EN VOLUME				
LITRES	2005	2006	EVOLUTION N-1	PART DE MARCHE 2006
<b>TOTAL BRETON</b>	<b>24 180 879</b>	<b>24 881 877</b>	2,9%	100%
HYPER	14 286 818	14 799 103	3,6%	59,5%
SUPER	9 877 355	9 933 582	0,6%	39,9%
H.D Français	16 706	149 192	793,0%	0,6%
<b>TOTAL AUTRES ORIGINES</b>	<b>21 841 600</b>	<b>20 109 795</b>	-7,9%	100%
HYPER	9 243 209	8 564 470	-7,3%	42,6%
SUPER	10 994 937	10 102 401	-8,1%	50,2%
H.D Français	1 603 454	1 442 924	-10,0%	7,2%
<b>TOTAL NORMAND</b>	<b>16 959 574</b>	<b>17 549 926</b>	3,5%	100%
HYPER	6 065 222	6 512 470	7,4%	37,1%
SUPER	5 055 240	5 352 771	5,9%	30,5%
H.D Français	5 839 112	5 684 685	-2,6%	32,4%

LE CIDRE NATURE EN VALEUR				
EUROS	2005	2006	EVOLUTION N-1	PART DE MARCHE 2006
<b>TOTAL BRETON</b>	<b>44 094 107</b>	<b>45 223 566</b>	2,6%	100%
HYPER	25 567 486	26 620 660	4,1%	58,9%
SUPER	18 502 132	18 432 284	-0,4%	40,8%
H.D Français	24 489	170 622	596,7%	0,4%
<b>TOTAL AUTRES ORIGINES</b>	<b>30 914 765</b>	<b>29 630 983</b>	-4,2%	100%
HYPER	13 714 875	13 473 465	-1,8%	45,5%
SUPER	15 442 754	14 640 548	-5,2%	49,4%
H.D Français	1 757 136	1 516 970	-13,7%	5,1%
<b>TOTAL NORMAND</b>	<b>27 776 164</b>	<b>28 936 002</b>	4,2%	100%
HYPER	11 470 843	12 326 319	7,5%	42,6%
SUPER	9 608 605	10 124 088	5,4%	35,0%
H.D Français	6 696 716	6 485 595	-3,2%	22,4%

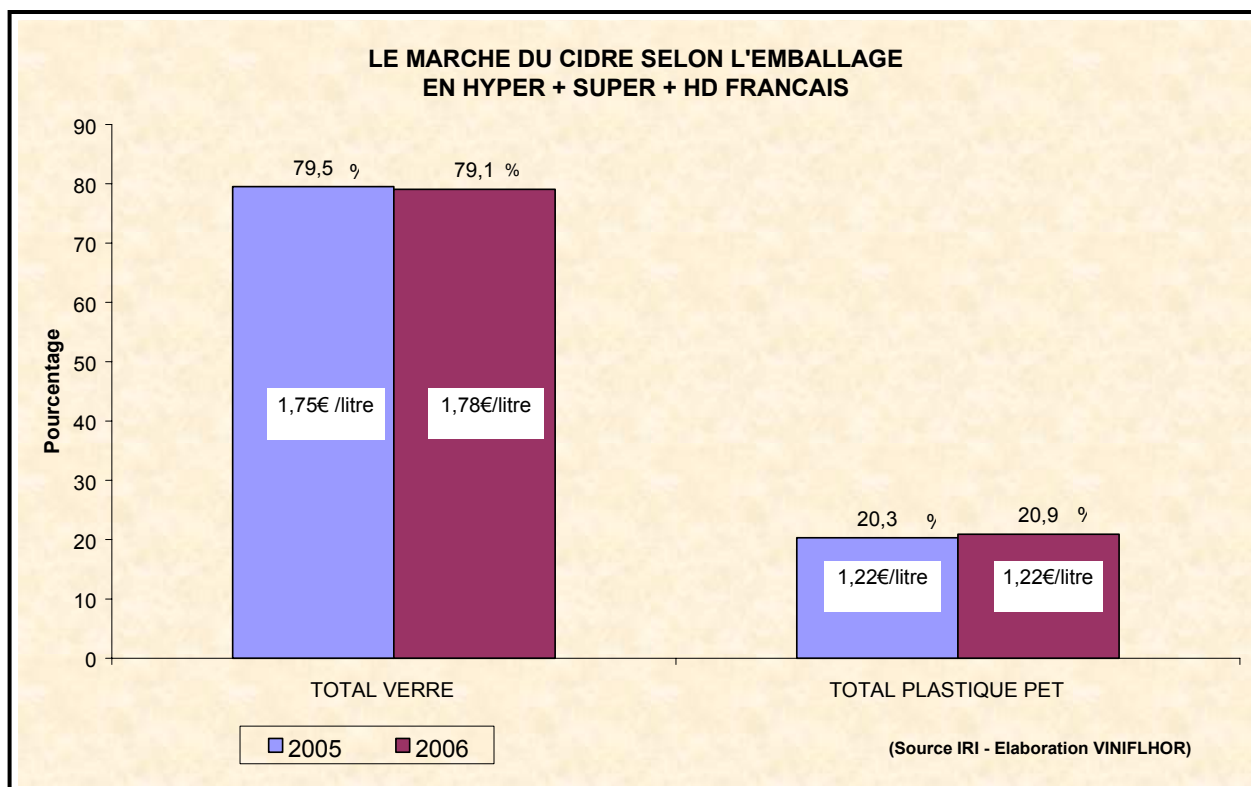
## Le cidre nature doux continue de séduire



Les cidres brut (-1,4%) et traditionnel (-3,5%) sont en perte de vitesse tandis que le cidre doux continue d'accroître ses ventes (+1,3%). En revanche, grâce à l'augmentation des prix pour le brut le chiffre d'affaires est en progression de +3,5%. Le chiffre d'affaires du cidre doux, qui affiche une évolution de 3,3%, est tiré par les volumes et par le prix (+2,2%). A l'inverse, le chiffre d'affaires diminue de 4,6% pour le cidre traditionnel, ce dernier ayant été pénalisé par la baisse des volumes et du prix. Seul, le circuit hard discount français a vu augmenter ses ventes en volume et en valeur pour le cidre traditionnel, les deux autres circuits sont en recul sur ce segment.

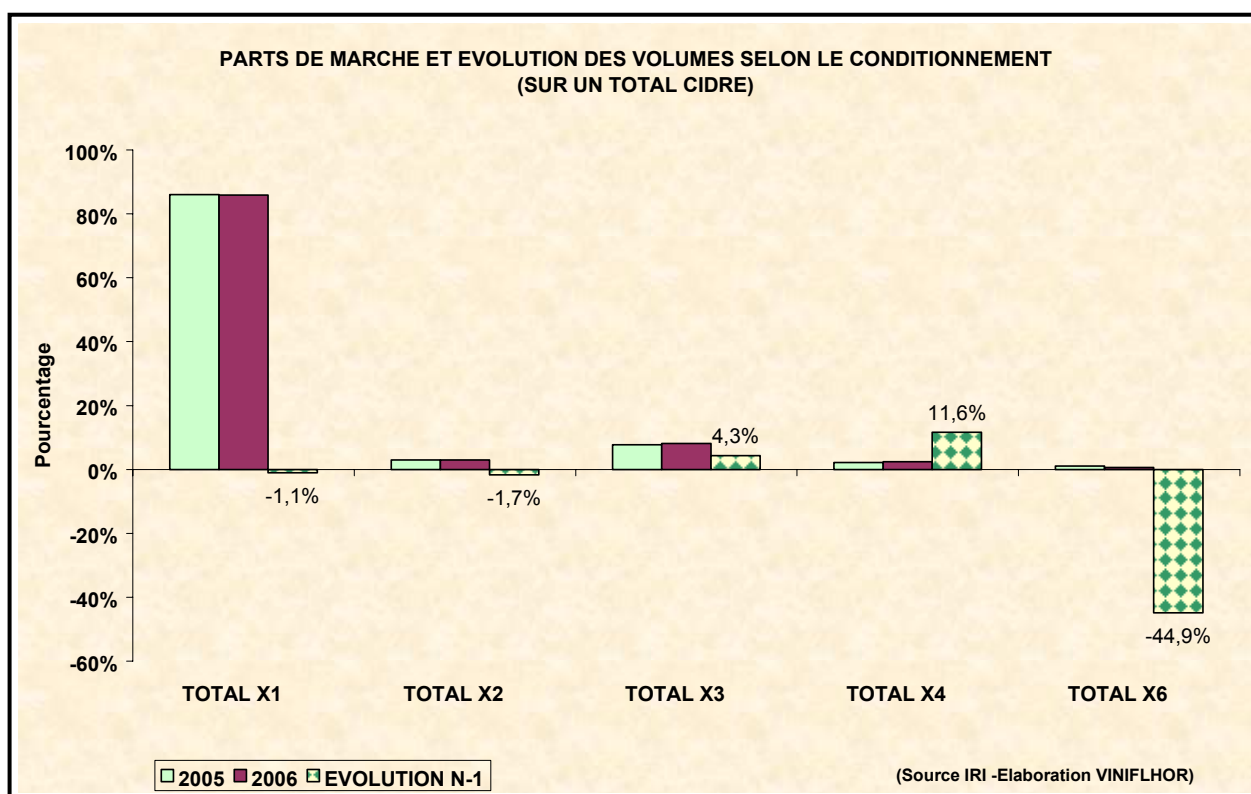
## Le conditionnement

Les conditionnements dont 79,1 % de parts de marché concernent le verre sont en diminution de 1,5% en 2006 et cette baisse est à imputer aux verres perdus 25 cl et 75,5 cl. A l'inverse, les ventes pour les bouteilles en plastique avec 20,9% de parts de marché volume affichent une augmentation de 1,9% grâce à la bouteille plastique 1 litre.

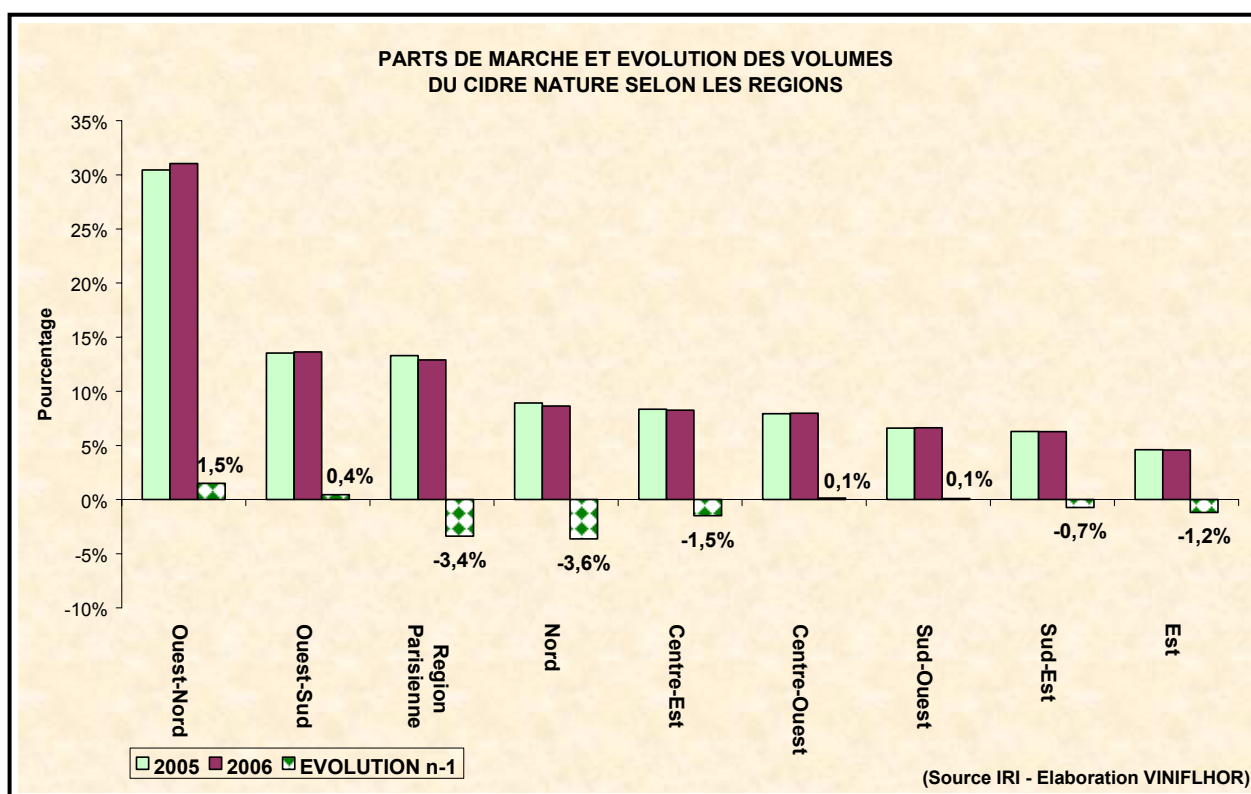


Et dans le détail du conditionnement, ce sont les cidres en bouteille verre perdu 75 cl qui couvrent le marché avec près de 72 % des volumes, arrivent ensuite la bouteille plastique 1 litre avec 20,8 % des ventes, puis le verre perdu 1 litre (3,2%) et enfin le verre perdu 25 cl qui ne pèse que 2,9 %. Les autres conditionnements affichent des parts de marché trop peu représentatives pour que les chiffres puissent être analysés.

Les ventes à l'unité qui étaient redevenues positives en 2005 sont de nouveau orientées à la baisse en 2006 (-1,1 %), les ventes par lots de 2 et 6 sont en repli (respectivement -1,7% et -44,9%) excepté le pack de 3 (+4,3%) et 4 (+11,9%) mais ces deux formats représentent à eux 2 un peu plus de 3% de parts de marché volume.



Les données relevées par le panel IRI concernant les régions ne prennent pas en compte le circuit hard discount français alors que la vente de cidre de table dans ce circuit semble importante. Les chiffres diffusés ci-dessous correspondent à un total hypermarché et supermarché hors H.D français. Comme en 2005, les évolutions suivant les régions sont plus ou moins contrastées. La région Ouest Nord enregistre comme toujours les plus fortes ventes avec 31 % du marché et cette année elle progresse de 1,5 %. Seules, les régions Est, Centre Est, Sud Est et surtout la région parisienne et la région Nord ont vu leur vente diminuer cette année (respectivement - 1,2% ; - 1,5%, -0,7%, -3,4%, -3,6%), les autres régions Ouest Sud, Centre Ouest, et Sud Ouest, se sont maintenues (entre + 0,1 % et +0,4 %).



## Le marché du cidre bouché selon l'origine

Jusqu'à présent le cidre bouché d'origine Bretagne était le premier segment mais depuis que IRI relève les données du Hard discount français les tendances se sont inversées. Dans un premier temps on notera que 35 % du cidre bouché normand est vendu dans le hard discount français et que le cidre bouché breton n'est pas diffusé dans ce type de circuit selon le panel IRI. L'ensemble de ces aléas bouscule, en tant soit peu, tout ce que nous avons pu observer jusqu'à présent.

CIDRE BOUCHE	VOLUME (MILLIONS DE LITRE)			PRIX MOYEN EN EUROS/LITRE		
	NORMAND	BRETON	AUTRES	NORMAND	BRETON	AUTRES
HD Français	5 685	-	645	1,14	-	1,05
HYPER	5 704	9 462	5 994	1,95	2,06	1,68
SUPER	4 714	5 569	5 797	1,94	2,20	1,66
<b>TOTAL</b>	<b>16 103</b>	<b>15 031</b>	<b>12 436</b>			

Cependant, nous parlerons ici du cidre bouché sur un total hypermarché, supermarché et hard discount français excepté pour les zones géographiques où les données du hard discount n'ont pas été prises en compte par le panel IRI. Ainsi, grâce aux hard discounts français les cidres normands arrivent en tête des ventes en volume avec 37% de parts de marché mais en second en valeur (33,9 %) derrière les cidres bouché bretons ces derniers étant mieux valorisés.

Le cidre normand affiche une hausse non négligeable de 4,3%, soit un gain de 667 659 litres. Le brut et le doux enregistrent la même croissance : + 4,4 % et 4,3% soit un gain de 343 389 litres pour le premier et de 326 566 litres pour le second. En revanche, le traditionnel normand qui ne représente que 0,1% des ventes est en perte de vitesse avec -2 296 litres. Ces évolutions se sont accompagnées d'une quasi stabilité des prix moyens de vente pour le brut (+0,1%) et pour le doux de l'ordre de 0,6 % et d'une hausse très marquée pour le traditionnel (+8,9 %). A noter que les trois circuits affichent la même stabilité de prix pour les cidres normands.

Le cidre bouché d'origine bretonne même un peu moins bien orienté reste dynamique (second segment avec 34,5% de parts de marché volume) avec une évolution de 0,7% des ventes soit un gain de 98 700 litres. Le doux et le brut enregistrent une évolution de 1,7% et de 1,9% soit un gain de 93 139 litres pour le doux et 169 295 litres pour le brut. A noter que le cidre brut breton reste le premier cidre bouché vendu. Comme les années passées, le traditionnel breton est toujours en perte de vitesse avec – 163 643 litres mais il ne représente que 0,4% des ventes de cidres bouché breton. Ces évolutions se sont accompagnées d'une très légère hausse de prix pour le cidre doux (+0,4%) et le brut (+0,1%). Comme pour le cidre normand le prix du cidre breton traditionnel s'accompagne d'une forte hausse (+9%). En valeur le cidre bouché breton devance largement les autres cidres bouchés avec 40,3 % de parts de marché.

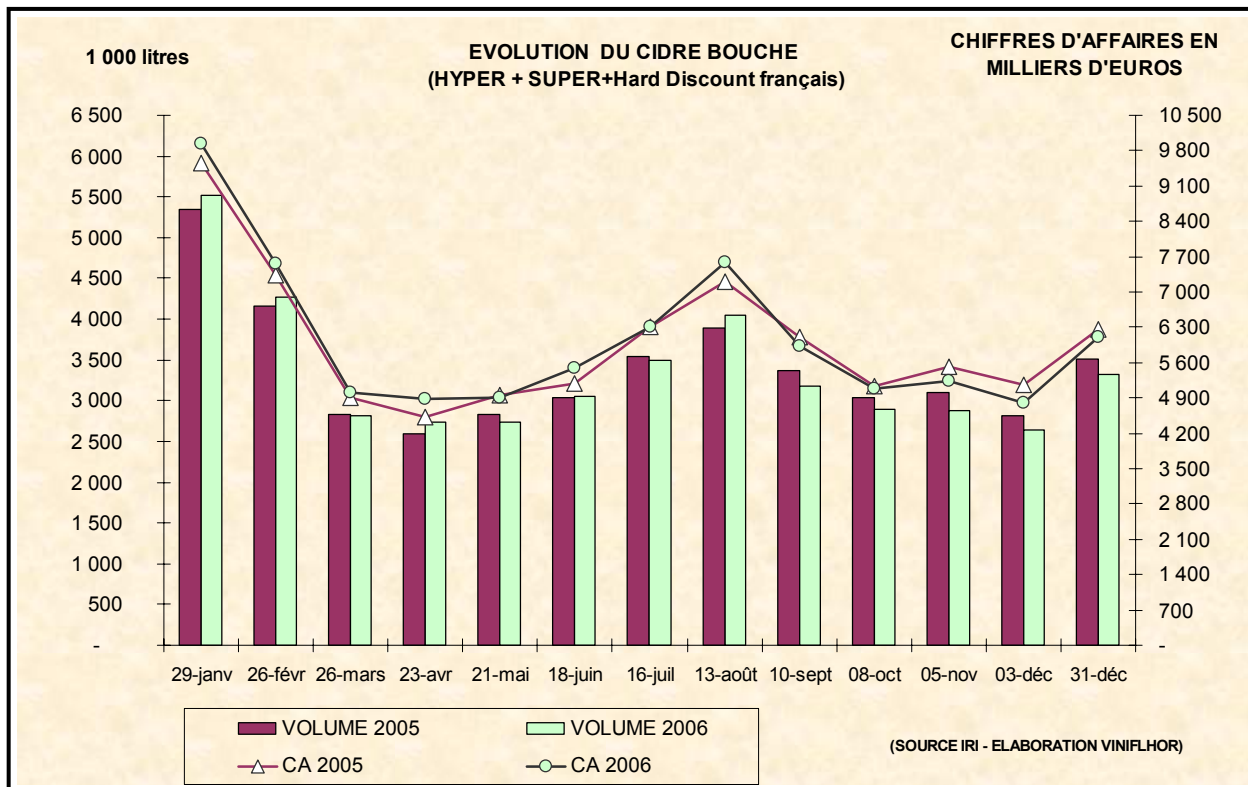
Après la forte baisse de l'an dernier, les ventes de cidres d'autres origines (3<sup>ème</sup> segment avec 28,5 parts de marché volume) ne se sont toujours pas redressées (- 9,3%) et perdent au total 1 284 444 litres (doux et brut). Et ce recul de 593 093 litres touche aussi bien le cidre doux (-8,2 %) que le brut qui a perdu 691 351 litres (soit - 10,8 %). A l'inverse du bouché « normand » et « breton » le traditionnel « autres origines » progresse de 9,1% soit +9740 litres mais il ne pèse que 0,3% des cidres « autres origines ». Les prix en forte hausse pourraient expliquer le repli des volumes : en effet, le brut, le doux et le traditionnel affichent des augmentations respectives 7,7 % pour le premier, de 5,7 % pour le second et de 2,4 % pour le dernier.

## Le marché du cidre bouché. Principaux segments

	Ventes en 1000 litres	Evolution des ventes	Prix moyen en euro/litre	Evolution du prix moyen
<b>TOTAL CIDRE BOUCHE</b>	43 560	-1,2%	1,81	2,1%
<b>TOTAL NORMANDIE</b>	16 101	4,3%	1,66	0,3%
dont Brut	8 161	4,4%	1,75	0,1%
dont Doux	7 902	4,3%	1,56	0,6%
dont traditionnel	38	-5,8%	2,91	9,0%
<b>TOTAL BRETAGNE</b>	15 029	0,7%	2,11	0,0%
dont Brut	9 294	1,9%	2,21	0,1%
dont Doux	5 564	1,7%	1,93	0,4%
dont traditionnel	171	-48,9%	2,96	9,1%
<b>AUTRES ORIGINES</b>	12 431	-9,3%	1,64	6,7%
dont Brut	5 703	-10,8%	1,70	7,7%
dont Doux	6 611	-8,2%	1,57	5,7%
dont traditionnel	117	9,1%	2,34	2,4%

Source : IRI France Infoscan Elaboration VINIFLHOR

Au total avec 43,56 millions de litres commercialisés, les ventes de cidre bouché ont diminué de 1,2% sur l'ensemble de l'année soit une perte de 508 256 litres. En terme de valeur avec un prix moyen en légère augmentation 2,09% le bouché a réussi à maintenir son chiffre d'affaires à hauteur de 78 862 euros (+0,9%).



Le cidre bouché s'est bien comporté pendant le 1er semestre (galette des rois, chandeleur et de mi-juillet à mi-août) et affiche des évolutions positives en volume (+1,2%) et en valeur (+3,1%), en revanche, le second semestre est nettement moins bien orienté (-4 % en volume et -1,8 % en valeur).

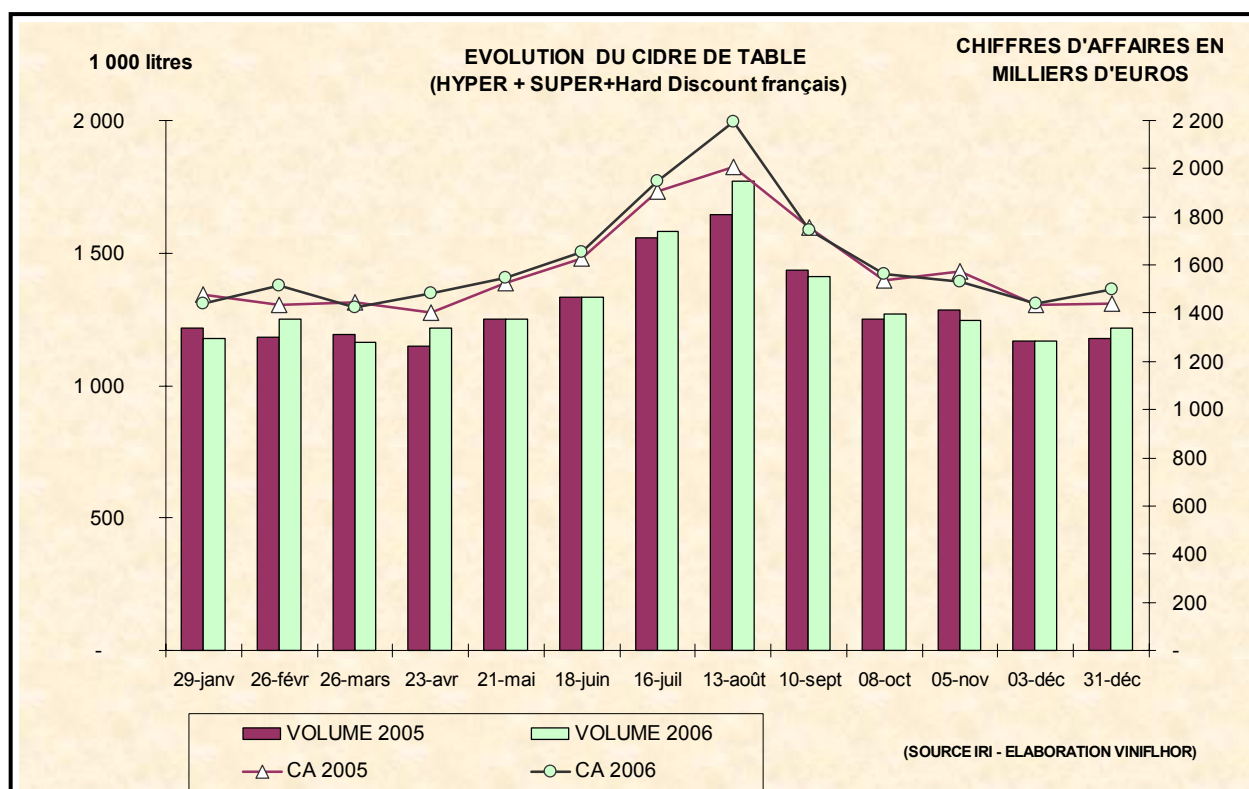
On trouvera, en annexe, un tableau récapitulant les ventes de cidre bouché (total hyper + super) et leurs évolutions annuelles pour chacune des 9 régions de consommation suivies par le panel INFOSCAN. Toutefois, la région Ouest Nord (Basse-Normandie, Haute-Normandie et Bretagne) représente, à elle seule, près des 25,6 % des ventes nationales de cidre bouché et a enregistré en 2006 la plus forte progression avec 2 %. La région Ouest Sud a également été dynamique avec + 0,9%. Toutes les autres régions enregistrent des pertes dont la plus importante concerne la région Nord (-4,4%).

# Le marché du cidre de table selon l'origine

## Le cidre de table breton tire le marché

Le cidre de table représente 27,1 % des ventes totales de cidres nature contre 26,7 % en 2005.

Avec 17,055 millions de litres commercialisés en 2006, les ventes de cidre de table progressent sur l'année de 1,3% grâce au cidre **de table breton** soit une augmentation de 225 550 de litres par rapport à 2005. En terme de valeur avec l'augmentation des volumes et des prix (+0,6%), le cidre de table enregistre une hausse de 2 % de son chiffre d'affaires et représente 20,96 millions d'euros.



On ne retrouve pas d'évolution similaire, en cidre de table qu'en cidre bouché. En effet, le premier semestre et le second semestre ont été bien orientés, la demande en cidre de table a été davantage en progression sur l'ensemble de toutes les périodes

exceptées sur la P1 (galette des rois) où le cidre bouché est davantage présent et obtient la primeur des ventes.

Les cidres de table d'origine Bretagne (55,2 % des ventes de cidre de table) enregistrent une augmentation de 4,9 % de leurs commercialisations (+440 950 litres). Cette progression a touché aussi bien le brut (+ 17 % ; +134 284 litres) que le doux (+28% ; + 444 459 litres). En revanche le cidre de table breton traditionnel avec 68,6 % des ventes de cidres de table breton est en régression de 2,1 % soit une perte de 139 093 litres. Pour ces 3 variétés, on notera que les prix moyens de vente se stabilisent pour le doux, augmentent légèrement pour le brut (+0,3%), et reculent pour le traditionnel (-1,1%).

Dans un contexte de hausse de prix (+0,8%) le cidre de table autres origines avec 37,1 % de parts de marché des cidres de table est moins bien orienté avec une perte de 184 008 litres (soit - 2,8%). Et ce repli est dû principalement au cidre de table traditionnel (60% des ventes autres origines) qui enregistre une perte 131 503 litres et au cidre brut (-12%), le doux autres origines se porte plutôt bien avec un gain de 21 596 litres.

La plus forte baisse concerne le cidre de table de Normandie (7,7 % des parts de marché volume de table) avec -2,3 % (soit -146 337 litres) et tous les segments brut, doux et traditionnel sont en retrait. Le prix en forte hausse (+3,4%) pourrait expliquer ce recul des ventes.

## Le marché du cidre de table. Principaux segments

	Ventes en 1000 litres	Evolution des ventes	Prix moyen en euro/litre	Evolution du prix moyen
<b>TOTAL CIDRE DE TABLE</b>	17 055	1,3%	1,23	0,6%
<b>TOTAL BRETAGNE</b>	9 405	4,9%	1,33	-0,5%
dont Brut	914	17,2%	1,41	0,3%
dont Doux	2 037	28,0%	1,38	0,0%
dont traditionnel	6 454	-2,1%	1,30	-1,1%
<b>AUTRES ORIGINES</b>	6 333	-2,8%	1,03	0,8%
dont Brut	537	-12,1%	1,14	5,0%
dont Doux	2 025	1,1%	1,02	1,2%
dont traditionnel	3 771	-3,4%	1,03	0,1%
<b>TOTAL NORMANDIE</b>	1 318	-2,3%	1,46	3,4%
dont Brut	67	-23,1%	1,52	5,4%
dont Doux	10	-45,7%	1,39	1,3%
dont traditionnel	1 241	-0,3%	1,46	3,3%

Source : IRI France Infoscan Elaboration VINIFLHOR

On soulignera (cf. tableau annexé) le poids déterminant de la région Ouest Nord qui représente, à elle seule, près de la moitié des ventes nationales de cidre de table. Toutes les régions ont augmenté leurs ventes de cidres de table exceptée la région parisienne (-4,3%).

## Annexe

	REGIONALISATION DES VENTES DE CIDRES EN 2006 (TOTAL HYPER + SUPER)								
	CIDRE BOUCHE			CIDRE DE TABLE			CIDRES AUTRES		
	en milliers de litre	Poids géographique en %	Evolution sur 1 an	en milliers de litre	Poids géographique en %	Evolution sur 1 an	en milliers de litre	Poids géographique en %	Evolution sur 1 an en %
FRANCE ENTIERE	37 240	100,0%	-0,8	16 112	100,0%	0,8%	1915	100,0%	-5,4%
Ouest Nord	<b>9 545</b>	<b>25,63</b>	<b>1,98</b>	<b>7 281</b>	<b>45,2</b>	<b>1,1</b>	<b>337</b>	<b>45,2</b>	<b>1,1</b>
Ouest Sud	5 206	13,98	0,90	2 032	12,6	-0,5	309	12,6	-0,5
REGION PARISIENNE	5 073	13,62	-2,64	1 833	11,4	-4,3	229	11,4	-4,3
NORD	3 353	9,00	-4,44	1 100	6,8	1,0	326	6,8	1,0
CENTRE EST	3 572	9,59	-2,19	844	5,2	2,9	154	5,2	2,9
CENTRE OUEST	2 978	8,00	-0,27	1 272	7,9	1,4	158	7,9	1,4
SUD OUEST	2 814	7,56	-1,33	706	4,4	6,4	148	4,4	6,4
SUD EST	2 759	7,41	-2,38	570	3,5	8,1	136	3,5	8,1
EST	1 941	5,21	-1,47	474	2,9	2,4	116	2,9	2,4

