

TENDANCES MONDIALES DU MARCHÉ DU CIDRE ET PORTRAIT DES VENTES AU QUÉBEC

À l'échelle mondiale, la consommation de cidre est portée par l'engouement pour les alcools artisans. Les jeunes adultes en particulier recherchent des produits uniques, naturels et locaux. Ils demandent également des boissons peu alcoolisées dans un contexte où la consommation d'alcool est en baisse. Ces tendances s'inscrivent aussi au Québec et au Canada, où les ventes d'alcool reculent, alors que les boissons sans alcool (moins de 0,5 %) affichent une croissance soutenue. De plus, des données canadiennes révèlent une hausse de la demande pour les boissons prêtes-à-boire, un segment en plein développement. Ainsi, ces tendances mettent en lumière des défis à relever, mais aussi de nouvelles occasions de croissance pour les producteurs de cidre du Québec, notamment en matière de diversification et de positionnement sur les marchés.

SUR LE MARCHÉ MONDIAL, LES CIDRES ARTISANS ET NATURELS REPRÉSENTENT LA TENDANCE

Selon une analyse récente portant sur le marché mondial du cidre et du poiré, menée par [Data Bridge Market Research](#), de nombreux consommateurs, en particulier ceux de la génération Z (de jeunes adultes essentiellement dans la vingtaine), préfèrent les cidres artisans, naturels, biologiques et locaux. Ils recherchent une expérience et des boissons uniques produites à petite échelle.

Par ailleurs, les consommateurs développent un goût pour des cidres aromatisés (ajout d'extraits de fruits ou de plantes), moins sucrés et moins alcoolisés.

Ces tendances s'inscrivent également au Québec, qui produit une belle diversité de cidres artisans et naturels. Cependant, les producteurs font face à certains défis dont la diminution de la consommation d'alcool et la popularité des boissons sans alcool ou prêtes-à-boire à base de spiritueux.

LES VENTES D'ALCOOL PAR HABITANT DIMINUENT

Selon des données de Statistique Canada, les consommateurs canadiens âgés de 15 ans et plus ont acheté moins de boissons alcoolisées en 2023-2024¹ par rapport à 2018-2019. Au cours de cette période, le volume des ventes annuelles d'alcool s'est abaissé de 11 % au Canada et de 12 % au Québec.

Les volumes ont diminué dans toutes les catégories d'alcool à l'exception des spiritueux (dans le cas du Québec) et du regroupement des cidres, des coolers (panachés) et des autres boissons rafraîchissantes, constitué majoritairement de boissons prêtes-à-boire (PAB²).

Les données de Statistique Canada proviennent des ventes déclarées par les régies des alcools et leurs agences, y compris les ventes des établissements vinicoles, des brasseries et des autres points de vente possédant un permis délivré par des autorités compétentes. Par conséquent, elles ne représentent pas l'ensemble des ventes de boissons alcoolisées.

Tableau 1. Ventes* annuelles d'alcool, par catégories, en litres par personne, Canada et Québec, en 2018-2019 et en 2023-2024

Catégories d'alcool	2018-2019	2023-2024	Variation
Canada	99,6	88,2	-11,4 %
Bière	71,1	57,5	-19,1 %
Vin	16,3	14,1	-13,5 %
Spiritueux	5,6	5,5	-1,8 %
Prêt-à-boire (PAB)	6,6	11,1	68,2 %
Cidre	1,7	1,3	-23,8 %
Québec	108,9	95,8	-12,0 %
Bière	79,8	66,2	-17,0 %
Vin	24,0	22,3	-7,1 %
Spiritueux	3,6	4,2	16,7 %
Prêt-à-boire (PAB)	1,5	3,1	106,7 %
Cidre	0,11	0,09	-18,3 %

* Ventes des régies des alcools et d'autres points de vente au détail.
Source : Statistique Canada, tableau 10-10-0010-01; compilation du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation (MAPAQ).

LES VENTES DE BOISSONS SANS ALCOOL PROGRESSENT

La baisse de consommation d'alcool exerce une pression sur les ventes d'alcool en général. Ce mouvement, motivé principalement par des considérations de santé, est surtout mené par de jeunes adultes qui recherchent des options de boissons sans alcool. Au Québec, la progression des ventes de boissons prêtes-à-boire sans alcool chez les grands détaillants confirme cette tendance.

Selon des données de NielsenIQ, le volume des ventes de ces boissons (titrant moins de 0,5 % d'alcool) a affiché une croissance de 37 % entre les périodes 2019-2021 et 2022-2024. La catégorie qui a le plus progressé est celle des boissons pétillantes aromatisées de style « cocktail » (ex. : gin tonique, spritz) avec une augmentation de 62 %. Les bières déalcoolisées (qui accaparent 80 % du segment) et les moûts de pommes ont aussi connu de belles croissances au cours de la même période, respectivement de 33 % et de 27 %.

¹ Les années correspondent aux exercices financiers se terminant le 31 mars (ex. : du 1^{er} avril 2018 au 31 mars 2019).

² Le sigle anglophone *RTD* pour *ready-to-drink* est aussi utilisé fréquemment.

Tableau 2. Volume des ventes de boissons sans alcool chez les grands détaillants* au Québec, moyennes de 2019-2021 et de 2022-2024 (en kilogrammes) et croissance (en pourcentage)

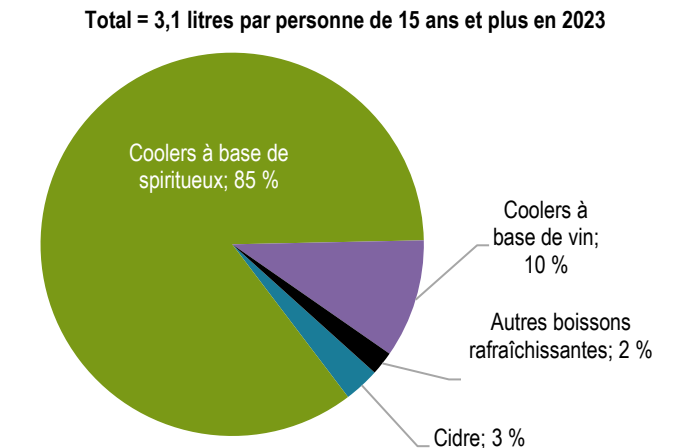
Produits	Moyenne 2019-2021	Moyenne 2022-2024	Variation
Moût de pommes	86 984	110 738	27 %
Bière désalcoolisée	8 759 313	11 627 626	33 %
Boisson pétillante aromatisée	1 745 610	2 824 904	62 %
Total	10 591 907	14 563 268	37 %

* Ex. : supermarchés, Walmart. Sont exclus les dépanneurs, les détaillants spécialisés et la Société des alcools du Québec.
Source : NielsenIQ; compilation du MAPAQ.

LA POPULARITÉ DES PRÊTS-À-BOIRE À BASE DE SPIRITUEUX EST EN HAUSSE

En matière d'alcool, les goûts des consommateurs ont évolué vers les spiritueux et surtout vers les boissons prêtes-à-boire à base de spiritueux. Les données de Statistique Canada montrent qu'au Québec, ces boissons accaparent 85 % des parts des ventes de PAB en volume. La proportion est similaire au Canada (84 %).

Figure 1. Part des coolers à base de spiritueux dans les ventes de la catégorie des PAB (selon les volumes) au Québec, en 2023-2024



Source : Statistique Canada, tableau 10-10-0011-01; compilation du MAPAQ.

UN AUTRE CONSTAT : LE QUÉBEC MONTRE LA PLUS FAIBLE CONSOMMATION DE CIDRE AU CANADA

Au Québec, le cidre représente 3 % des ventes de la catégorie des boissons prêtes-à-boire, soit la plus faible proportion au pays. À l'échelle canadienne, la part du cidre atteint 12 %. En matière de ventes annuelles par personne de 15 ans et plus, le Québec affiche également le niveau le plus bas de l'ensemble des provinces et des territoires avec 0,09 litre, comparativement à 1,30 litre pour l'ensemble du Canada (tableau 3). Les plus grands consommateurs de cidre se trouvent au Yukon (5,13 litres par personne), en Colombie-Britannique (3,14 litres) et dans les Territoires du Nord-Ouest (2,69 litres).

Cette différence marquée entre le Québec et le reste du Canada pourrait, entre autres, s'expliquer par la préférence des Québécois pour le vin. En effet, la consommation de vin au Québec atteint 22,3 litres par personne, ce qui est bien au-dessus de la moyenne canadienne, qui est de 14,1 litres.

Tableau 3. Ventes annuelles de cidre en litres par personne de 15 ans et plus, Canada et provinces, en 2023-2024

Rang	Province ou territoire	PAB	Cidre	Part du cidre dans les PAB
1	Yukon	26,2	5,13	20 %
2	Colombie-Britannique	17,6	3,14	18 %
3	Territoires du Nord-Ouest	16,3	2,69	17 %
4	Nouvelle-Écosse	14,2	1,97	14 %
5	Alberta	15,1	1,50	10 %
6	Ontario	11,1	1,28	12 %
7	Nouveau-Brunswick	13,0	1,16	9 %
8	Île-du-Prince-Édouard	17,5	1,09	6 %
9	Manitoba	15,1	1,05	7 %
10	Saskatchewan	15,1	0,94	6 %
11	Terre-Neuve-et-Labrador	9,1	0,81	9 %
12	Nunavut	13,3	0,46	3 %
13	Québec	3,1	0,09	3 %
	Canada	11,1	1,30	12 %

Source : Statistique Canada, tableau 10-10-0011-01; compilation du MAPAQ.

DES DÉFIS À RELEVER SONT CONSTATÉS POUR LE SECTEUR DU CIDRE QUÉBÉCOIS, MAIS ÉGALEMENT DES OCCASIONS DE CROISSANCE

L'ensemble de ces données sur la consommation de cidre mettent en évidence certains défis à relever pour les producteurs du Québec :

- La baisse des achats d'alcool;
- La compétition des PAB à base de spiritueux (avec ou sans alcool) et des bières sans alcool;
- Une certaine méconnaissance des cidres chez les Québécois.

Ce portrait révèle aussi quelques occasions de croissance :

- Augmenter l'offre de moûts de pommes;
- Promouvoir la faible teneur en alcool du cidre;
- Poursuivre l'innovation en matière de produits (ex. : production de cidres aromatisés, développement de pommes à cidre);
- Promouvoir les propriétés gustatives du cidre ainsi que ses atouts en tant que boisson gastronomique.

Soulignons que le secteur met en œuvre diverses actions pour soutenir la filière. Par exemple, l'association des [Producteurs de cidre du Québec](#) organise, entre autres activités, des événements annuels tels que la Semaine du cidre du Québec et La Grande Presse. Elle assure également une présence sur les réseaux sociaux.