

SYNDICAT FRANÇAIS des liqueurs

L'appétit grandissant des Français pour les liqueurs françaises

Issues de savoir-faire séculaires, les liqueurs ont su s'adapter aux tendances et aux habitudes de consommation. Le baromètre SOWINE/DYNATA 2021 confirme l'engouement des Français pour les liqueurs françaises. Une tendance confirmée par le sondage Viavoice sur les liens qui unissent les Français aux liqueurs, mené pour le Syndicat Français des Liqueurs.

LES LIQUEURS FRANÇAISES PLÉBISCITÉES PARMIS LES « SPIRITUEUX PRÉFÉRÉS » DES FRANÇAIS

Le baromètre SOWINE/DYNATA 2021 montre une progression significative de la préférence des Français pour les liqueurs : à la question de savoir quels spiritueux les Français consomment le plus souvent, 71% des réponses sont en faveur des liqueurs, qui arrivent ainsi en troisième position des spiritueux les plus plébiscités en France derrière le rhum (82%) et le whisky (75%) et devant la vodka (66%) et le cognac (63%). Cet engouement pour les produits français, et les liqueurs en particulier, est à mettre en perspective de l'année 2020 et des nouvelles pratiques depuis le premier confinement : les Français ont ainsi privilégié une consommation de produits régionaux, affirmant leur volonté de retrouver le goût de produits patrimoniaux, leur fort sentiment d'appartenance régionale et leur solidarité avec les artisans et producteurs locaux. Idéalement réparties sur l'ensemble du territoire français, les liqueurs répondent parfaitement aux attentes des consommateurs et à cette recherche d'achats de proximité.

LES LIQUEURS, PARTIE INTÉGRANTE DU PATRIMOINE RÉGIONAL FRANÇAIS

Dans l'esprit des Français, le monde des liqueurs fait avant tout résonance à l'artisanat (42% des réponses, à la question « De manière générale, que vous inspire l'univers des liqueurs, des liquoristes ? »), suivi de près par la notion de savoir-faire (39%), le rapport aux traditions (37%) et l'idée d'attachement régional (36%). Plus que des produits de consommation, les liqueurs sont majoritairement associées à une production experte, dotée d'un savoir-faire propre à chacun des territoires dont elles sont issues. Les liqueurs semblent ainsi bénéficier de l'engouement des Français pour le terroir et les traditions, un intérêt en constante croissance depuis ces dernières années.

LES LIQUEURS FÊTENT LE PRINTEMPS, RENDEZ-VOUS EN MAI

33 Maisons de liqueurs de France métropolitaine et d'Outre-mer participent à la 9^{ème} édition du Printemps des Liqueurs, vendredi 28, samedi 29 et dimanche 30 mai prochains, dans le strict respect des normes sanitaires en vigueur. Cet événement, qui a lieu tous les deux ans, a été créé en 2005 à l'initiative du Syndicat Français des Liqueurs pour faire découvrir cette catégorie de spiritueux au grand public, qu'il soit amateur ou néophyte.

À PROPOS DU SYNDICAT FRANÇAIS DES LIQUEURS

Le Syndicat Français des Liqueurs a été créé en 1945. Il a pour mission, au sein de la Fédération Française des Spiritueux, de défendre les spécialités de la profession de liquoriste. Il représente les maisons de liqueurs (dont 80% de PME) réparties en France métropolitaine ainsi que sur les territoires d'Outre-mer, et valorise leur savoir-faire : il est le porte-parole d'une filière d'exception qui fait pleinement partie du patrimoine français.

MÉTHODOLOGIE DE L'ÉTUDE VIAVOICE POUR LE SYNDICAT FRANÇAIS DES LIQUEURS

Interviews effectuées en ligne du 20 au 25 février 2020 sur un échantillon de 1000 personnes représentatif de la population résidant en France métropolitaine, âgée de 18 ans et plus. Représentativité assurée par la méthode des quotas appliquée aux critères du sexe, de l'âge, de la profession de l'interviewé, de sa région et de la catégorie d'agglomération.

Contact Presse : SOWINE

Christopher Renvoisé – christopher@sowine.com – 06 64 11 87 56

Déborah Sanchez – deborah@sowine.com – 06 18 51 79 44