

Le cidre, boisson reine des apéros, fête les beaux jours sur les ondes avec deux nouveaux spots radio toujours très enlevés !

Pour la seconde année consécutive, l'UNICID redonne le micro à Arthur, Guenièvre et leurs amis pour rappeler aux Français la belle diversité des Cidres de France. Dès le 8 mai et jusqu'au 28 juin prochain, deux nouveaux volets de la saga des « Légendes du cidre » seront ainsi diffusés en alternance sur les principales stations radio de France autour d'un slogan réinventé : « Le cidre à l'apéro, quelle fraîche idée ! ». Une campagne renforcée cette année avec pas moins de 2 000 spots programmés durant cette période, avant une grande vague de diffusion prévue cet été. De quoi donner aux Français l'envie de faire pétiller leurs apéros avec la boisson la plus tendance du moment !

Inscrire le cidre dans son époque, sans renier ses origines

En choisissant ces héros celtiques légendaires comme ambassadeurs et en les projetant au XXI^e siècle, l'UNICID parvient à faire passer son message en 30 secondes. Elle rappelle ainsi que **le cidre repose sur un savoir-faire ancestral, tout en l'inscrivant dans une très grande modernité**. Ces deux nouveaux spots radio, très enlevés, soulignent notamment sa capacité à surprendre et à se renouveler, en évoquant pour la première fois le cidre à la poire, ainsi que les petits formats. Et, pour accompagner son discours, elle signe sa communication d'un slogan explicite : « **Le cidre à l'apéro, quelle fraîche idée !** ».

Dans le premier volet de la nouvelle saga, on frôle la catastrophe ! Le roi Arthur a invité par e-mail ses chevaliers à un apéro cidre, mais il a oublié les verres, ce qui plonge Guenièvre dans une grande perplexité ! Heureusement, ce sont de petites bouteilles, qui sont servies ce jour-là. « On a du bol », comme le dit si bien le roi !

Dans son deuxième volet, l'Interprofession des Cidres de France a décidé de s'amuser autour de « l'origine » de l'apéro. Elle narre ainsi l'histoire du Chevalier Péro, chargé des boissons à la cour du roi Arthur. Un été, pendant une barbecue party, ce dernier choisit de servir du cidre, ce qui fit s'exclamer son souverain « Ah Péro ! Du cidre, la bonne idée ». Depuis ce jour-là, on appelle ces moments de découverte « des apéros ».

Une saga pour accompagner les Français à l'heure de l'apéro

Les spots radiophoniques de la campagne des « Légendes du cidre » amusent et convainquent les auditeurs depuis deux ans déjà avec leur humour décalé et leur ton très réjouissant. Après la galette en janvier et les crêpes en février, **place donc à l'apéro au printemps**.

Et, avec près d'un Français sur deux qui déclare boire du cidre à cette occasion, le message devrait retenir l'attention¹ ! **Il faut dire que cette boisson a su se renouveler ces dernières années, en multipliant les goûts (rosé, à la poire...) et les formats (en bouteille de 25 ou 33 cl) pour s'adapter à tous les moments de consommation.**

Cidres de France

Une diffusion inégale depuis son lancement

Par rapport à 2014, cette vague de diffusion printanière sera renforcée pour totaliser **2 000 spots entre le 8 mai et le 28 juin 2015**. Une partie sera activée à des dates variables, en fonction des prévisions météo, pour renforcer encore l'efficacité du message.

Elle doit ainsi permettre de toucher 80% des 25/59 ans, le cœur de cible étant les moins de 35 ans. Ces derniers sont aujourd'hui les premiers consommateurs de cidre à l'apéritif : 54% déclarent en boire, dont 12% tout le temps ou souvent¹.

Ce printemps, **15 radios accueilleront donc les « Légendes du cidre »**, en attendant une nouvelle vague cet été, d'une plus grande envergure encore : Europe 1, RTL, RTL2, RMC, NRJ, les IndéRadios, Virgin Radio, Skyrock, RFM, Chérie FM, Nostalgie, Rire et Chansons, Fun Radio, Radio Nova et MFM.

¹ Chiffres tirés de *l'Observatoire des Moments de Convivialité*, initié par l'interprofession des Cidres de France, en partenariat avec OpinionWay - « Les Français et l'apéritif estival » - mars 2015

A propos des Cidres de France

L'Interprofession des Cidres de France compte environ 10 000 producteurs de fruits à cidre et 500 cidriers, qui élaborent plus de 100 millions de litres chaque année. Brut, doux, demi-sec, traditionnel, rosé, à la poire, aux agrumes... Avec plus de 1 000 variétés de fruits à cidre dans l'hexagone, la diversité des Cidres de France est à (re)découvrir chaque jour ! Les cidriers mettent en œuvre leur savoir-faire à chaque récolte, selon un mode d'élaboration spécifique, protégé par une réglementation stricte, qui garantit la typicité et les qualités gustatives de leurs cidres.

www.info-cidre.com - www.alorigineducidre.com

Annonceur : l'UNICID

Responsables annonceur : Jean-Louis Benassi, Pierre Magnan, Daniel Alcabas

Agence média : Climat Média Agency

Agence publicitaire : Dufresne Corrigan Scarlett

Responsables agence : Benjamin Chevrier, Julie Léger, Olivier Bouas-Laurent

Directeur de création : Hervé Poupon

Concepteur rédacteur : Jean-Philippe Dubois

Production : Au revoir Charlie



SERVICE PRESSE

Cécile Lenne / Solène Whiskin

c.lenne@kingcom.fr / s.whiskin@kingcom.fr

T : 01 40 40 50 16 / T : 01 40 40 50 02

Kingcom Agenceringcom2 @kingcom

