

# ÉTUDES Fruits et Légumes



## Usages et attitudes des consommateurs à l'égard de la pomme de terre de conservation et de la pomme de terre de primeur 2024

Étude cofinancée par FranceAgriMer et le CNIPT et réalisée par le cabinet OpinionWay

Deux études sur les « Usages et Attitudes des Français » ont été réalisées en 2024 : l'une vis-à-vis de la pomme de terre de conservation et l'autre vis-à-vis de la pomme de terre de primeur. Ces études ont été menées par OpinionWay et cofinancées par le CNIPT et FranceAgriMer.

**L'étude « Usages et attitudes des Français vis-à-vis de la pomme de terre de conservation 2024 »** a pour but de faire un état des lieux, 8 ans après la première vague de mesure (2016), des perceptions, des pratiques, des usages et habitudes, ainsi que des stratégies d'achat vis-à-vis de la pomme de terre de consommation. Les résultats seront également comparés directement à ceux de la dernière vague d'enquête réalisées en 2021. Cette étude a été réalisée auprès d'un échantillon de 1 054 personnes responsables ou co-responsables des achats alimentaires du foyer, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus en termes de sexe, d'âge, de catégorie socio-professionnelle, de taille d'agglomération et de région de résidence. L'échantillon a été interrogé par questionnaire auto-administré en ligne du 13 au 21 novembre 2024.

**De même, l'étude « Usages et attitudes des Français vis-à-vis de la pomme de terre de primeur 2024 »** a aussi pour but de faire un état des lieux, 10 ans après la première vague de mesure (2014). Les résultats de cette étude seront également comparés à ceux de 2021. Cette étude a été réalisée auprès d'un échantillon de 1 029 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus en termes de sexe, d'âge, de catégorie socio-professionnelle, de taille d'agglomération et de région de résidence. L'échantillon a été interrogé par questionnaire auto-administré en ligne du 27 juin au 8 juillet 2024.

### 1. Usages et Attitudes vis-à-vis de la pomme de terre de conservation 2024.

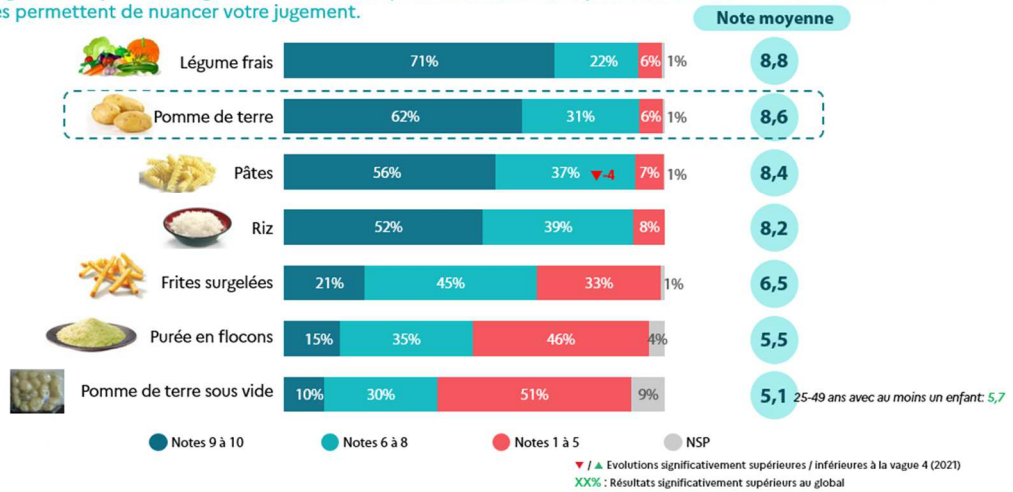
#### La pomme de terre est toujours l'aliment préféré des Français

La pomme de terre reste l'aliment préféré des Français, ainsi 61% des Français interrogés déclarent la pomme de terre comme leur aliment préféré, ils étaient 56% en 2021.

Avec une note moyenne de 8,6/10, la pomme de terre a une très bonne image auprès des Français, image qui progresse continuellement depuis 2016. La pomme de terre se positionne devant les pâtes et le riz.

Opinion vs les produits du même univers

A1. Quelle note de 1 à 10 donneriez-vous aux produits suivants... 10 signifiant que vous avez une opinion très favorable à l'égard de ce produit, 1 signifiant au contraire que vous en avez une opinion très défavorable. Les notes intermédiaires permettent de nuancer votre jugement.



Source : baromètre « usages et attitudes alimentaires des consommateurs à l'égard de la pomme de terre de conservation et de la pomme de terre de primeur- OpinionWay pour FranceAgriMer et le CNIPT

La pomme de terre conserve une image forte de convivialité. Ainsi les français interrogés l'apprécient car c'est un aliment qui « plait à toute la famille », c'est un produit polyvalent, c'est « un vrai plaisir à consommer » et parce que l'on peut la servir à des invités ou à des repas de fêtes. Elle est également de plus en plus associée à des recettes originales et exotiques (46 % en 2024 vs 38 % en 2016).

Image vs les principaux produits du même univers

A2 : Voici une série d'affirmations. Pour chacune, merci de de nous dire à quel(s) produit(s) vous l'associez le plus entre ces 3 produits : la Pomme de terre, le légume frais, les pâtes/le riz. Pour chacune des affirmations vous pouvez choisir un seul produit, plusieurs produits ou aucun si selon vous aucun produit ne correspond à cette affirmation.



	Pomme de terre classique	Légume frais	Pâtes / Riz
De très bonne qualité	60%	82%	55%
Qui est un vrai plaisir à consommer	73%	76%	70%
Qu'on peut servir à des invités ou à des repas de fêtes	72%	79% ▼-5	51%
Qui permet de réaliser des recettes originales et exotiques	46%	72%	61%
Avec de bonnes qualités nutritionnelles	53%	86%	54%
Qui permet de réaliser de nombreuses recettes différentes	77%	77%	72%
Synonyme de convivialité	68%	50%	64%
Léger (en termes de calories)	19%	86%	22%
Qui est facile à cuisiner	69%	59%	87%
Qui plait à toute la famille	78%	49%	84%
Qui s'accommode avec tout, ce qui permet d'improviser des recettes au dernier moment	68%	56%	79%
Qui a un bon rapport qualité / prix	65% ▼-7	34%	76%
Qui est rapide à cuisiner	42% ▼-7	44%	86%
Qui se conserve bien	50%	18%	88%

▼ / ▲ Evolutions significativement supérieures / inférieures à la vague 4 (2021)

Source : baromètre « usages et attitudes alimentaires des consommateurs à l'égard de la pomme de terre de conservation et de la pomme de terre de primeur- OpinionWay pour FranceAgriMer et le CNIPT

La pomme de terre en tant que produit brut dispose d'une image également plus saine, elle est perçue comme moins calorique (62 % des Français interrogés l'estiment calorique en 2024, ils étaient 69 % en 2021). Néanmoins, elle reste encore pénalisée par une connaissance limitée de sa composition et de ses qualités nutritionnelles.

## **Un achat de pommes de terre qui progresse en tendance d'année en année (82 % des Français en 2024 vs 77 % en 2016)**

Dans le questionnaire, les Français interrogés consommant de la pomme de terre devaient recenser leurs achats de pomme de terre sur les quatre semaines qui précédaient leur participation à cette étude.

Ainsi les consommateurs achètent majoritairement leurs pommes de terre de conservation en hyper/supermarché (69 % des acheteurs de pomme de terre en 2024, + 5 pts vs 2021). Pour l'achat de pomme de terre bio, l'achat en hyper/supermarché reste également le canal privilégié (49 % des acheteurs de pomme de terre biologiques) même si le magasin spécialisé Bio, le marché et la vente directe producteur sont assez plébiscités pour ce type d'achat. Toujours concernant le marché du bio, l'achat est à la baisse (41 % d'acheteurs vs 46 % en 2021) notamment à cause du prix, qui freine les achats.

## **Près de 9 Français sur 10 ont confiance dans les pommes de terre qu'ils achètent**

De manière générale, les acheteurs sont toujours satisfaits de l'offre de pommes de terre en rayon et 88 % des Français ayant répondu à l'enquête ont confiance dans les pommes de terre qu'ils achètent.

Le produit est principalement acheté pour son goût qui lui est propre (pour 60 % des répondants, + 5 pts vs 2021), et parce que c'est un aliment facile à cuisiner (pour 51 % des répondants).

## **Malgré la hausse des prix, la pomme de terre reste attractive et bon marché**

Le contexte inflationniste actuel impacte les comportements et habitudes alimentaires des Français en général. Certains Français sont contraints de diminuer leur consommation alimentaire, d'autres préparent davantage de plats faits maisons ou favorisent de nouvelles pratiques budgétaires comme comparer les prix ou acheter en promotions ou en lots.

La pomme de terre de conservation voit la satisfaction vis-à-vis de son prix en net recul. 72 % des Français se disent satisfaits du prix des pommes de terre en 2024, ils étaient 85 % en 2021.

La perception du rapport qualité prix est également impactée (65 % en 2024 vs 72 % en 2021). Près de 7 Français interrogés sur 10 estiment que le prix des pommes de terre a augmenté en 2024. Néanmoins, la pomme de terre est considérée peu cher pour 69 % des Français.

Le principal critère d'achat reste d'ailleurs le prix (pour 63 % des répondants), suivi de l'indication d'usage (à 39 %) et de l'aspect du produit (à 37 %). Pour 73 % des Français interrogés, des prix plus attractifs les inciteraient à en acheter de manière plus régulière.

## **63% des Français se considèrent bien informés sur la pomme de terre en général**

Les Français se sentent de plus en plus informés sur les pommes de terre au fil des années. En effet, 63 % des Français interrogés se considèrent comme bien informé contre 53 % en 2016. En revanche ceux qui se sentent mal informés plébiscitent toujours plus d'informations sur :

- L'origine : un intérêt est porté principalement sur l'origine des pommes de terre plutôt que sur la variété en elle-même. Les Français sont de plus en plus soucieux du pays d'origine au fil des ans (69 % en 2024 vs 59 % en 2021) voire de la région d'origine des pommes de terre (63 % en 2024 vs 57 % en 2021).
- La segmentation culinaire : 96 % des Français savent qu'il existe différentes sortes de variétés de pomme de terre en fonction des recettes. Malgré tout, des recommandations

d'usages sont toujours bienvenues puisque 61 % des acheteurs les utilisent pour choisir leurs pommes de terre en magasin.

- La conservation : un temps de conservation qui tend à se raccourcir avec une consommation de pommes de terre qui suit de plus en plus rapidement l'achat.

### **Les achats de sachet micro-ondables**

L'achat de sachets micro-ondables reste stable (26 % des Français en ont acheté en 2024). Pour 59 % des répondants, l'achat est motivé par la rapidité de cuisson des pommes de terre et pour 43 % des répondants pour sa praticité. 8 acheteurs interrogés sur 10 les cuisent directement dans le sachet micro-ondables.

### **Une nécessité d'informer sur les engagements environnementaux de la filière de pommes de terre de conservation**

Plus de la moitié des personnes interrogées se sent mal informées sur les engagements environnementaux de la filière. De plus amples informations sur la filière pourraient favoriser l'envie de consommer des pommes de terre plus souvent et justifieraient mieux le prix.

Par ailleurs 75 % des Français se disent prêts à acheter des pommes de terre moins belles mais plus vertueuses.

## **2. Usages et Attitudes vis-à-vis des pommes de terre de primeur 2024.**

### **Une bonne notoriété de la primeur en tant que telle, mais une méconnaissance de ses spécificités qui s'accroît**

94 % des Français interrogés connaissent la pomme de terre de primeur (connaissance stable depuis 2016). Néanmoins, les consommateurs connaissent de moins en moins ses caractéristiques (peau lisse et fine, petite taille, texture fondante...) ainsi que la période à laquelle elle est présente sur les étals.

### **Un achat de pommes de terre de primeur en tendance à la hausse au fil des ans**

Les achats (au cours des 4 dernières semaines précédant leur réponse au questionnaire) sont à la hausse au fil des années (46 % en 2024 vs 41 % en 2014). Les pommes de terre de primeur sont, comme les pommes de terre de conservation, majoritairement achetées en hyper/supermarché (53 %), cependant on observe plus de mixité dans les lieux d'achat pour les pommes de terre de primeur avec 41 % des achats réalisés au marché/chez le primeur et 27 % en magasin spécialisé en fruits et légumes (+ 6 pts vs 2021).

### **Les principaux critères de choix**

Le prix des pommes de terre de primeur est le premier critère de choix (66 % en 2024 vs 57 % en 2021), suivi de l'origine du produit, ce critère étant en recul par rapport à 2021. Quand l'origine est un critère d'achat, c'est le l'origine française qui prime pour les acheteurs interrogés. Ils semblent moins regardant de la provenance régionale.

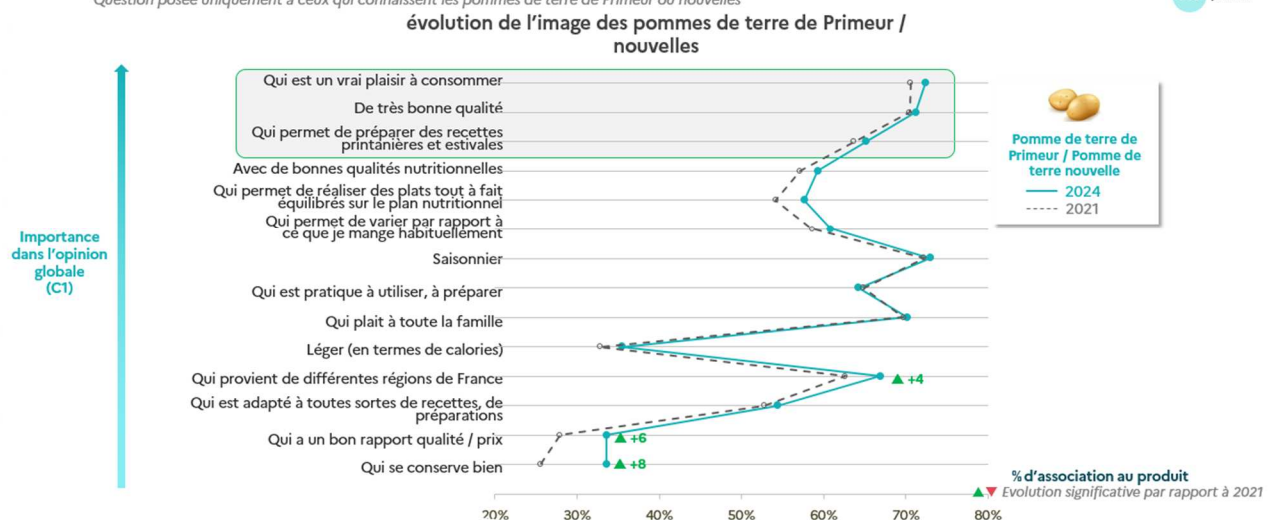
Par ailleurs, les pommes de terre de primeur étrangères gagnent du terrain en termes de notoriété, de perception de prix et de qualité même si elles restent loin derrière les françaises. L'achat des pommes de terre de primeur est motivé avant tout par le goût (pour 64 % des Français interrogés), mais également parce que c'est un produit saisonnier (pour 45 %), et enfin parce que cela permet de varier des pommes de terre habituellement en rayon (39 % en 2024 vs 34 % en 2021).

## Une image stable de la primeur mais qui doit être renforcée sur l'aspect nutritionnel

La pomme de terre de primeur conserve une bonne image (stable vs 2021 avec une note à 8,1/10). La pomme de terre de primeur est appréciée pour le plaisir qu'elle procure lorsqu'on la consomme pour 72 % des Français interrogés, pour sa qualité pour 71 %, et pour les recettes printanières/estivales qui lui sont associées pour 65 %.

Pour le consommateur la perception du rapport qualité/prix de la pomme de terre de primeur s'améliore par rapport à 2021 (34 % en 2024 vs 28 % en 2021) et de son délai de conservation (34 % en 2024 vs 26 % en 2021) s'améliorent également. En revanche sur le plan nutritionnel, l'image du produit est plus mitigée, et peut encore être améliorée, de même que sur son image de légèreté.

C2 : Voici une série d'affirmations. Pour chacune, merci de nous dire à quel(s) produit(s) vous l'associez le plus entre ces 3 produits : la pomme de terre de Primeur / pomme de terre nouvelle; la pomme de terre classique, le légume frais. Pour chacune des affirmations vous pouvez choisir un seul produit, plusieurs produits ou aucun si selon vous aucun produit ne correspond à cette affirmation.  
Question posée uniquement à ceux qui connaissent les pommes de terre de Primeur ou nouvelles



Source : baromètre « usages et attitudes alimentaires des consommateurs à l'égard de la pomme de terre de conservation et de la pomme de terre de primeur- OpinionWay pour FranceAgriMer et le CNIPT

## Les raisons de non achat de pommes de terre de primeur

34 % des non-acheteurs interrogés estiment ne pas en avoir besoin et 27 % n'y pensent pas lors de leurs achats. Enfin, 25 % n'en achètent pas car ils les trouvent trop chères.

Par conséquent, un prix plus accessible (pour 72 % des non-acheteurs interrogés), une conservation plus facile (59 %) et un accès simplifié au produit en magasin (59 %) pourrait favoriser l'acte d'achat.

Comme pour les pommes de terre de conservation, les Français interrogés sont demandeurs d'informations sur les engagements environnementaux de la filière des pommes de terre de primeur.

*Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante : « Sondage OpinionWay pour le CNIPT/FranceAgriMer » et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.*

OpinionWay rappelle par ailleurs que les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : 2 à 3 points au plus pour un échantillon de 1 000 répondants.

Directeur de la publication : Martin Gutton / Rédaction : direction Marchés, études et prospective

12 rue Henri Rol-Tanguy - TSA 20002 / 93555 MONTREUIL Cedex  
Tél. : 01 73 30 30 00 — [www.franceagrimer.fr](http://www.franceagrimer.fr)

 FranceAgriMer