

● Avril 2019

Les français et la consommation de pommes de terre

Usages et attitudes à l'égard de la pomme de terre en 2018

Etude financée par FranceAgriMer et le CNIPT
Etude réalisée par le cabinet *Opinionway*

Contexte et objectif

Depuis 1997, une étude sur les usages et attitudes des consommateurs vis-à-vis de la pomme de terre fraîche est réalisée tous les 3 ou 4 ans. Afin d'améliorer les connaissances relatives aux usages et attitudes alimentaires des consommateurs à l'égard de ce produit, une nouvelle étude a été menée en 2018.

L'étude réalisée en novembre 2018 par le cabinet Opinionway pour le CNIPT et FranceAgriMer a pour objectif de **mieux connaître et d'appréhender le comportement des consommateurs vis-à-vis de la pomme de terre** afin d'identifier les grands axes de travail susceptibles de favoriser la consommation de ces produits (points de contacts, axes de communication, public à cibler, etc.). À cette fin, cette étude cherche à :

- dresser un état des lieux des usages de la pomme de terre (niveaux de connaissance et de consommation ; fréquence et critères d'achat ; recettes, préparation et contexte de consommation de la pomme de terre),
- évaluer l'image de la pomme de terre fraîche ainsi que ses forces et ses faiblesses par rapport aux légumes et aux pâtes/riz.

Méthodologie

Pour le terrain d'enquête 2018, la méthodologie de l'étude n'a pas évolué par rapport à la dernière étude de 2016, et permet donc de suivre les évolutions. De nouvelles questions ont été ajoutées en pommes de terre conventionnelles notamment sur l'image du produit et en pommes de terre bio.

L'étude 2018 a été réalisée en ligne, du 16 au 28 novembre 2018, auprès d'un échantillon de 1 039 français âgés de 18 ans et plus, responsables ou co-responsables des achats alimentaires.

L'échantillon est issu d'un échantillon initial représentatif des Français âgés de 18 ans et plus (selon la méthode des quotas sur les critères de sexe, d'âge, de CSP, de régions et de catégories de communes selon l'INSEE).

La pomme de terre, un aliment toujours plébiscité, associée à des moments de convivialité

L'aliment préféré des Français : la pomme de terre fait partie des 3 aliments préférés pour 57 % des Français, devant la tomate (55 %) et la salade (32 %). Cette préférence est particulièrement marquée auprès des 35-49 ans (fig.1). Comme lors des précédentes enquêtes, la pomme de terre est achetée avant tout pour son goût (55 %) et sa facilité de préparation (46 %) (fig.2).

Fig.1 : Aliments préférés
Parmi la liste suivante quels ont vos 3 aliments préférés ? En 1er ? En 2ème ? En 3ème ?

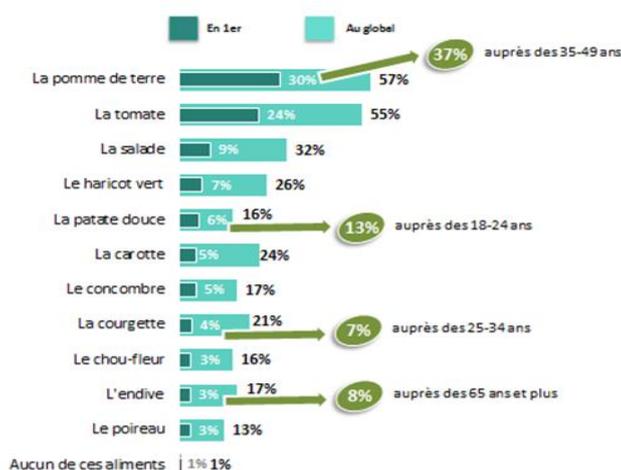
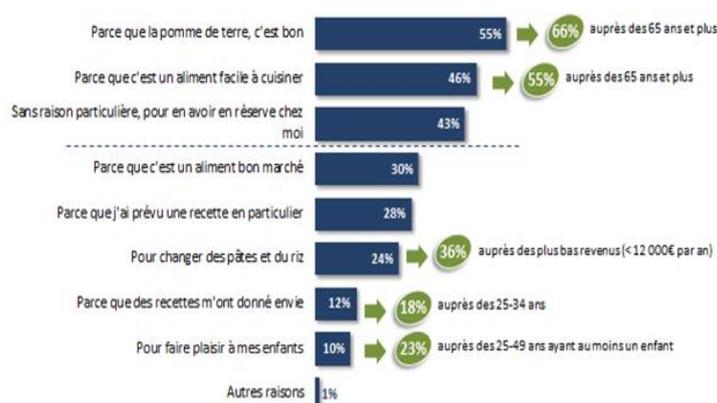


Fig.2 : Raisons d'achat des pommes de terre
Pour quelles raisons achetez-vous des pommes de terre en général ?



La pomme de terre garde une image très positive : 56 % donnent une note située entre 9 et 10 (contre 54 % en 2016), alors que celle des légumes frais se détériore légèrement (67 %, - 5 pts) (fig.3). Dans la matrice de la perception des différentes familles de produits (fig.4), les légumes frais continuent de monopoliser le territoire de la qualité nutritionnelle mais baissent sur d'autres critères, notamment le plaisir à consommer et la très bonne qualité.

Fig.3 : Opinion vs produits du même univers

Quelles notes de 1 à 10 donneriez-vous aux produits suivants ? 10 signifiant que vous avez une opinion très favorable de ce produit, 1 signifiant au contraire une opinion très défavorable

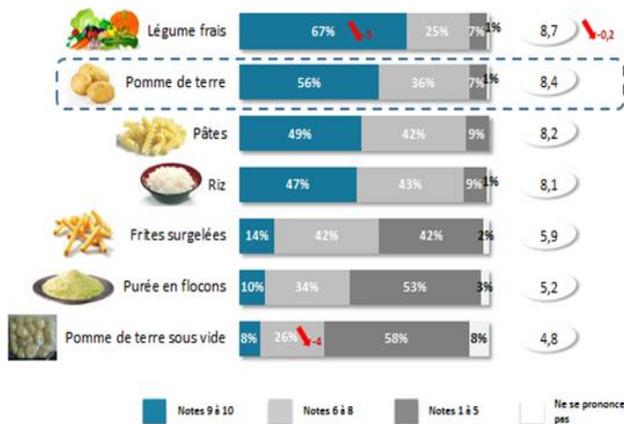
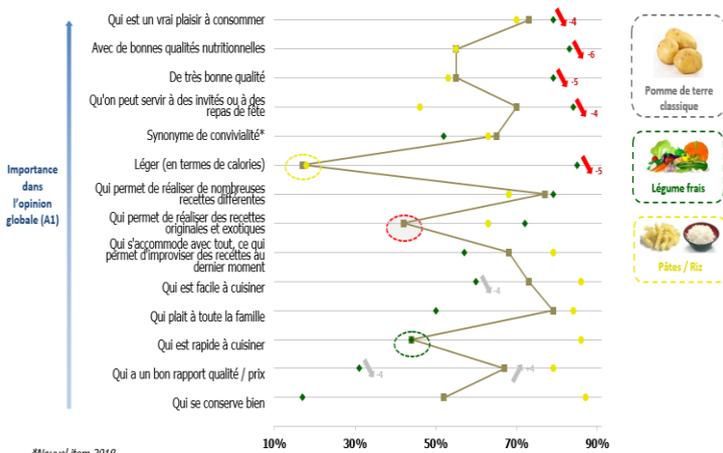


Fig.4 : Image vs principaux produits du même univers

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, le légume frais, les pâtes/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.



*Nouvel item 2018

Les pâtes/riz sont associés davantage à la praticité de leurs préparations. Les pommes de terre, de leur côté, conservent leur positionnement convivial : le produit évoque le partage, que cela soit au travers d'une soirée entre amis autour d'une raclette ou lors d'un déjeuner dominical en famille devant un poulet frites. (fig.5 et 6).

Fig.5 : Meilleurs moments autour de la pomme de terre
Quels sont vos 3 meilleurs moments partagés autour de la pomme de terre ? En 1^{er} ? En 2^{ème} ? En 3^{ème} ?

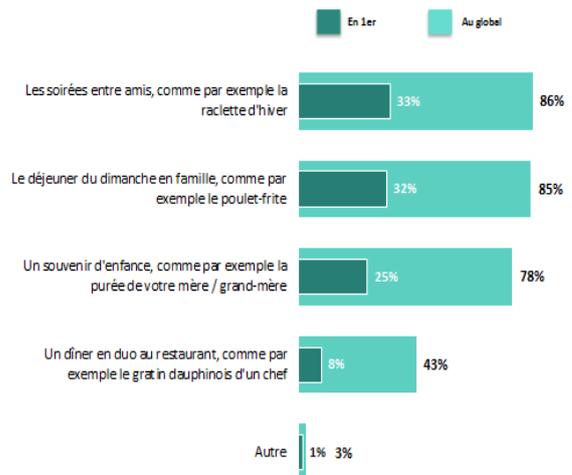
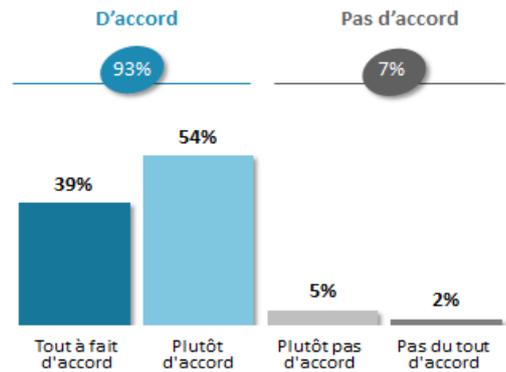


Fig.6 : Meilleurs moments autour de la pomme de terre
Affirmation autour de la phrase : « La pomme de terre permet de passer de bons moments en famille ou entre amis » - D'accord ? Pas d'accord ?



Un produit considéré comme « pas cher » : la pomme de terre dispose d'un bon rapport qualité/prix qui se maintient : 80 % des acheteurs considèrent en effet le produit comme « pas cher » (fig.7 et 9). Aussi, l'estimation du prix au kg est revue à la baisse : 25 % (+ 3 points) déclarent un prix entre 0,50 et 0,80 € le kg pour un filet de 2,5 kg (fig.8). Cette estimation d'un produit pas cher est particulièrement vraie chez les jeunes (parmi les acheteurs ayant déclaré un prix entre 0,50 et 0,80 €, 73 % sont des jeunes de 18 à 34 ans) (fig.10). À noter que cette estimation d'un prix plus bas (déclarée lors de la campagne 2018-2019), par rapport à la précédente étude (menée lors de la campagne 2016-2017), n'est aucunement liée à des effets de conjoncture. Ces 2 périodes sont en effet équivalentes en termes de niveaux de prix proposés aux consommateurs.

Fig.7 : Perception du prix des pommes de terre

Globalement, trouvez-vous que les pommes de terre sont des produits ...

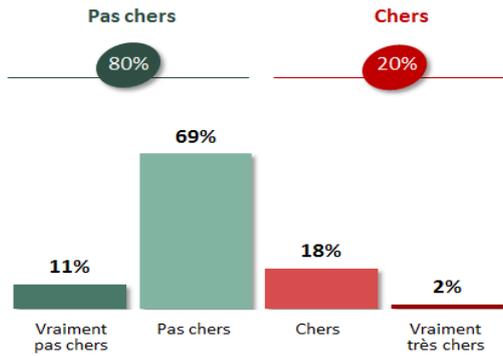
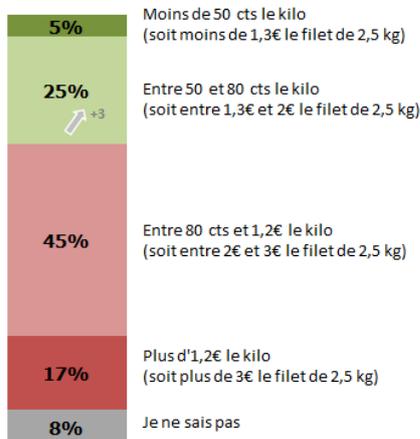


Fig.8 : Perception du prix des pommes de terre

Selon vous, combien coûte en moyenne 1 kilo de pommes de terre (en filet de 2,5 kg) ?



Prix observés : entre 0,50 et 1,70€ le kg

Fig.9 : Perception du prix des pommes de terre

Globalement trouvez-vous que les pommes de terre sont des produits ...

Pas chers

80 %

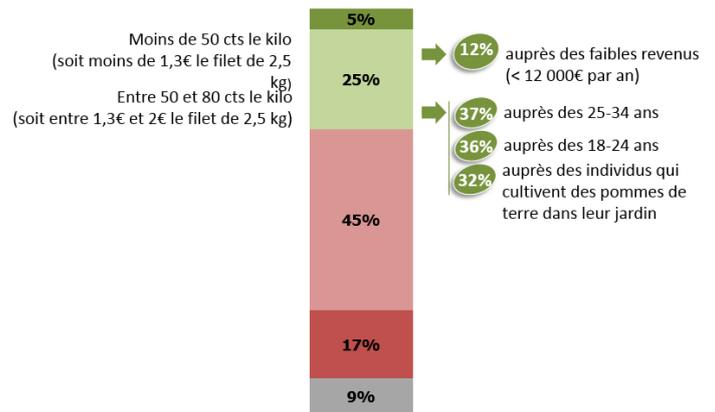


86%

auprès des plus hauts revenus (≥ 42 000€ par an)

Fig.10 : Perception du prix des pommes de terre

Selon vous, combien coûte en moyenne 1 kilo de pommes de terre (en filet de 2,5kg) ?



Des qualités nutritionnelles encore mal perçues :

une faible majorité des Français (55 %) reconnaît de bonnes qualités nutritionnelles à la pomme de terre – au même titre que les pâtes/le riz mais bien en deçà des légumes frais (83 %) et ce malgré une baisse d'image de ces dernières d'après l'étude (fig.11). Les bienfaits nutritionnels de la pomme de terre restent encore en partie méconnus par les consommateurs. Ainsi, bien qu'une majorité des interrogés savent que la pomme de terre contient des minéraux (72 %), des vitamines (68 %) et des fibres (57 %), une partie ignore encore qu'elle possède ces qualités (21 % disent ne pas savoir qu'elle contient minéraux ou vitamines) (fig.12).

Fig.11 : Perception des qualités nutritionnelles

Voici une affirmation. Pour chacune, merci de nous dire à quel(s) produit(s) vous l'associez le plus, entre ces 3 produits : la pomme de terre-les légumes frais-les pâtes/le riz. Plusieurs réponses possibles

Avec de bonnes qualités nutritionnelles

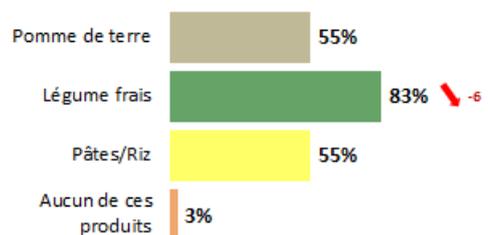


Fig.12 : Perception des qualités nutritionnelles
Selon vous, la pomme de terre contient-elle :

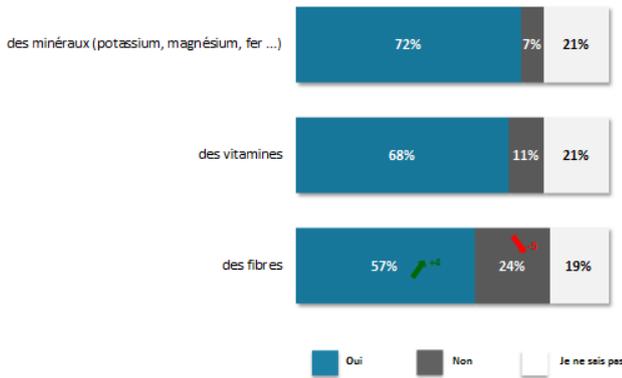
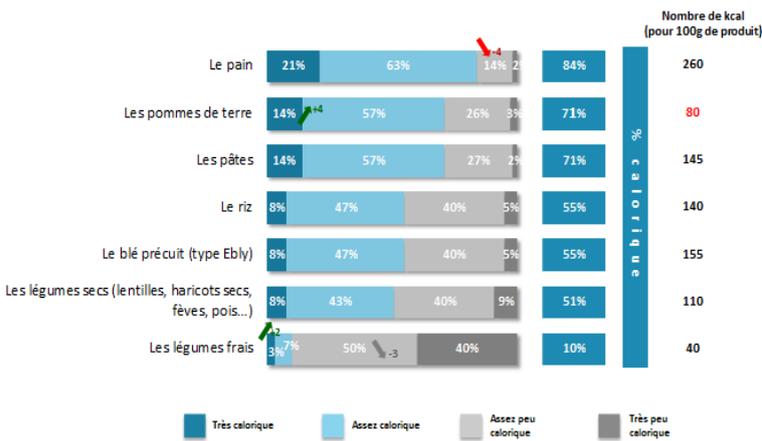


Fig.14 : Perception calorique des produits
Pour chacun des produits suivants, dites-nous si selon vous ils sont très caloriques, assez caloriques, assez peu caloriques ou très peu caloriques



La pomme de terre, pour une grande majorité des Français (94 %), est perçue comme un aliment sain mais dont l'apport calorique reste faussement surestimé. Même si une majorité des consommateurs (72 %) reconnaît que son impact sur la prise de poids est dépendant de la manière de la cuisiner, 14 % (+ 3 pts) estiment que la pomme de terre est un aliment faisant grossir. En comparaison avec les autres familles de produits, l'apport calorique de la pomme de terre est de nouveau surestimé : 71 % la perçoivent comme un produit calorique, alors qu'ils ne sont que 55 % et 51 % à le percevoir ainsi pour le riz et les légumes secs (ces 2 derniers produits contiennent respectivement 140 kcal et 110 kcal de calories pour 100 g, contre 80 kcal pour la pomme de terre).

Un produit du quotidien : la fréquence de consommation des pommes de terre est stable mais reste toujours en retrait par rapport aux légumes frais et aux pâtes : 62 % des Français en cuisinent au moins une fois par semaine, contre respectivement 82 % et 78 % (fig.15). Les pommes de terre sont consommées toute l'année, ce qui

prouve qu'elles sont adaptées à toutes les saisons (fig.16).

Fig.15 : Fréquence de cuisine des différents produits
À quelle fréquence cuisine-t-on dans votre foyer les différents produits suivis ?

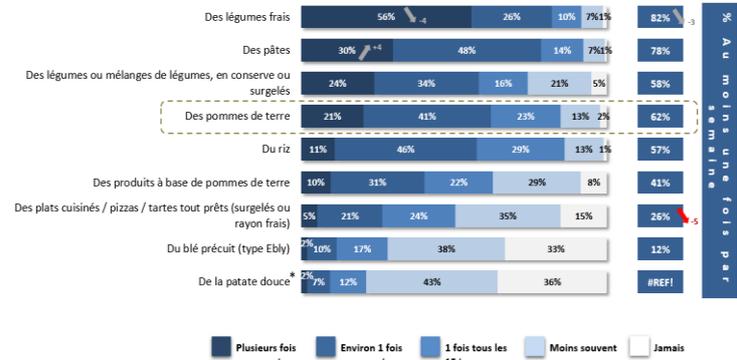


Fig.16 : Fréquence de cuisine des différents produits
À quelle(s) saison(s) consommez-vous des pommes de terre entières ?



Pour la préparation des pommes de terre « natures », la cuisson à l'eau est privilégiée, mais les Français utilisent de plus en plus la cuisson à la vapeur. La cuisson au four à micro-ondes est connue par 2/3 du panel (16 % d'entre eux l'utilisent au moins une fois par semaine et cette part est en hausse de + 3 points vs 2016). Près d'un quart des Français ne consomment jamais les pommes de terre avec la peau même lorsque la recette s'y prête, principalement pour éviter les pesticides qui, selon eux, pourraient être contenus dans la peau (fig.17 et 18).

Fig.17 : Consommation de la peau
Consommez-vous la pomme de terre avec la peau lorsque la recette s'y prête ?

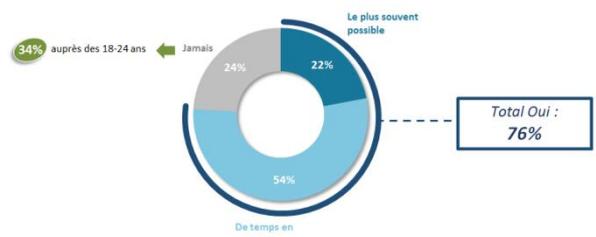
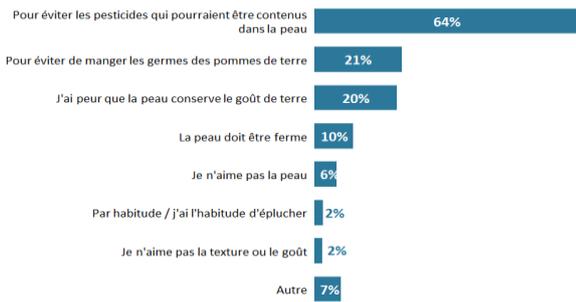


Fig.18 : Raison de non consommation de la peau
 Pour quelles raisons ne consommez-vous jamais de pommes de terre avec la peau ?



Une offre culinaire plus visible : les variétés les plus connues (en notoriété spontanée ou assistée) restent la Bintje et la Charlotte. Les autres variétés sont moins connues. L'enquête relève cependant une nette progression (+ 3 points), sur du spontané, de la variété Amandine dont le gain de notoriété est à lier aux opérations de communication sur la marque « Princesse Amandine » de ces dernières années (fig.19 et 20).

Fig.19 : Notoriété spontanée des variétés de pomme de terre
 Quelles sont toutes les variétés de pommes de terre que vous connaissez, ne serait-ce que de nom, même si vous ne les avez jamais achetées ?

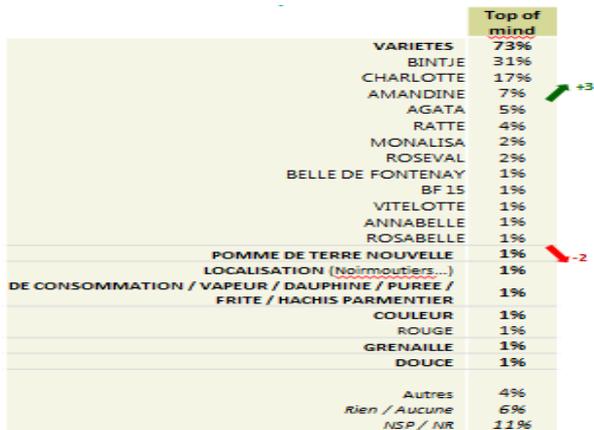
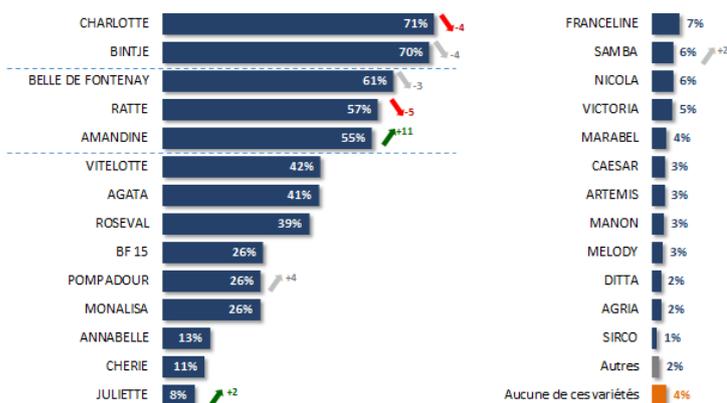


Fig.20 : Notoriété assistée des variétés de pomme de terre
 Et parmi la liste suivante, quelles sont toutes les variétés de pommes de terre que vous connaissez, ne serait-ce que de nom, même si vous ne les avez jamais achetées ?



Nombre moyen de variétés connues : 6,2

L'existence de pommes de terre adaptées selon le mode de cuisson est de plus en plus connue de la part des Français. Ils sont 74 % à choisir le plus souvent les pommes de terre en fonction de la recette envisagée (fig.21). Ainsi, pour faire des frites maisons, 71 % déclarent avoir acheté des pommes de terre adaptées à ce mode de cuisson (fig.22).

Fig.21 : Image de la segmentation culinaire
 Voici une série de phrases que l'on peut dire à propos des pommes de terre. Dites pour chacune d'elle si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord

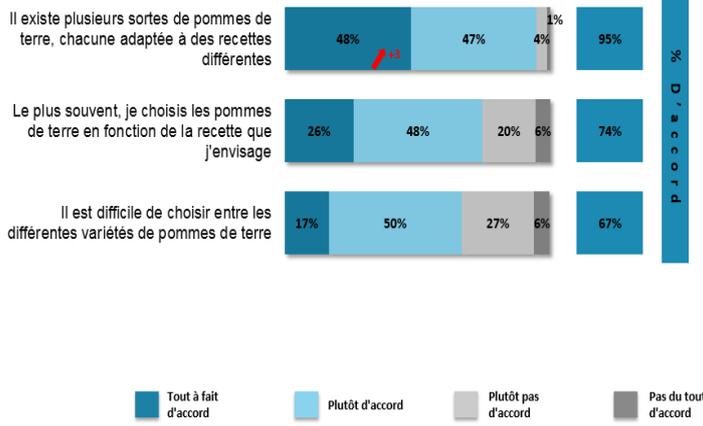
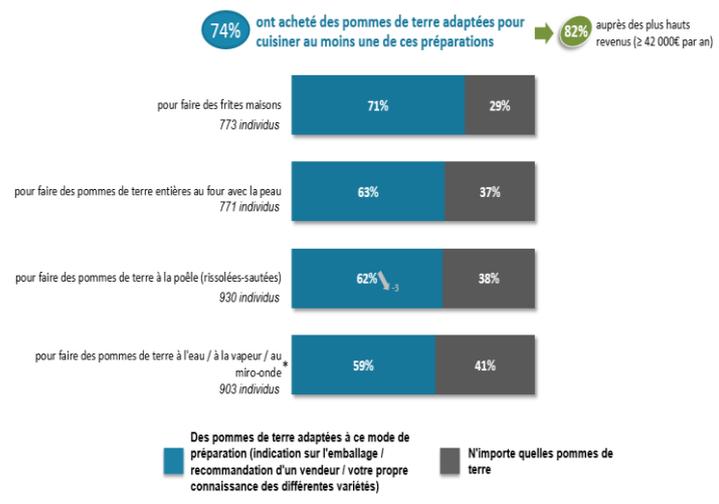


Fig.22 : Image de la segmentation culinaire
 Pour les différents modes de cuisson ou préparation des pommes de terre suivants, merci de nous indiquer si vous achetez des pommes de terre adaptées ou n'importe quelles pommes de terre.



Pour acheter davantage, différents leviers sont évoqués par les Français. 67 % d'entre eux souhaitent avant tout disposer d'informations plus claires afin de bien choisir les pommes de terre en fonction de la recette. 59 % aimeraient davantage d'informations sur le produit, les terroirs (tendance en hausse de 3 points). Les promotions sont

également évoquées (pour 62 % des Français) même si cette notion peut être corrélée à une meilleure mise en avant des produits (fig.23). Lors de l'acte d'achat (fig.24), les indications d'usage restent un des critères importants au moment d'acheter des pommes de terre (et ce malgré une légère baisse par rapport à 2016).

Fig.23 : Leviers d'achat

Qu'est-ce qui vous amènerait, par ordre d'importance, à acheter plus souvent des pommes de terre ?

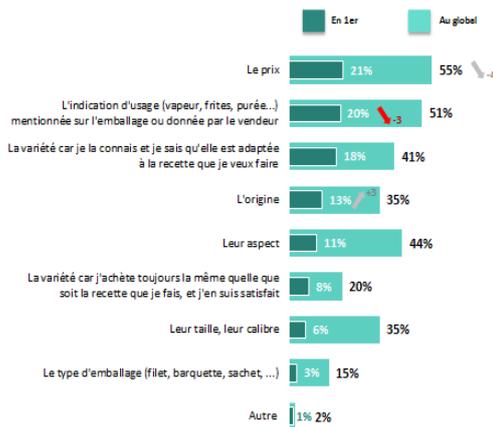
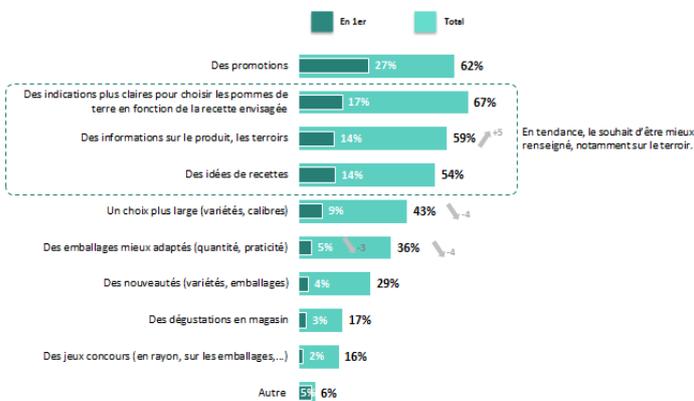


Fig.24 : Critères de choix lors de l'achat

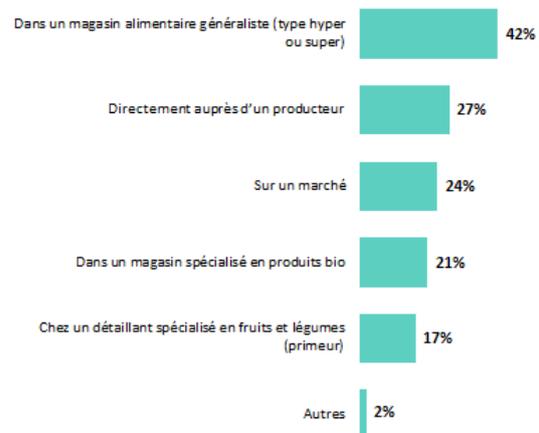
A quel critère accordez-vous le plus d'importance au moment d'acheter des pommes de terre (en 1^{er}, en 2^{ème}, en 3^{ème} ?)



Focus sur les pommes de terre bio

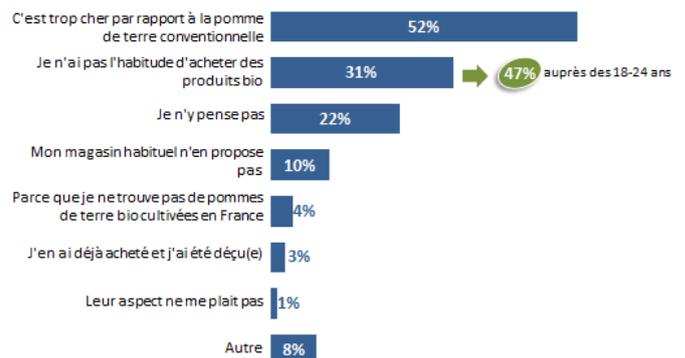
Plus de 2 Français sur 5 (soit 42 % des sondés) achètent des pommes de terre bio au moins de temps en temps, ce qui correspond à une croissance de + 10 points par rapport à 2016, et 13% en achètent régulièrement. Les Français achètent des pommes de terre bio principalement dans un magasin alimentaire généraliste (de type hyper ou super) (fig.25) et majoritairement cultivées en France (à 70 %).

Fig.25 : Lieu d'achat des pommes de terre bio
En général, où achetez-vous des pommes de terre bio ?



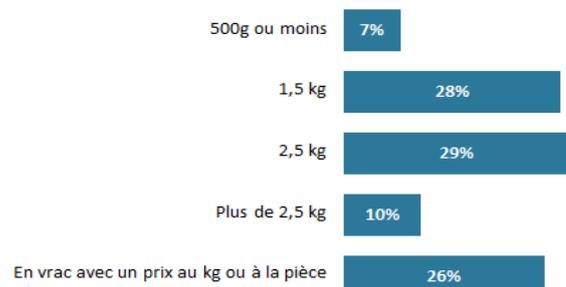
Parmi les raisons de non achat, les Français citent en premier (52 %) son niveau de prix élevé par rapport à la pomme de terre conventionnelle et le manque d'habitude (31 %) notamment parmi les jeunes de 18 à 24 ans (fig. 26)

Fig.26 : Raisons de non achat des pommes de terre bio
Pour quelles raisons n'achetez-vous pas de pommes de terre bio ?



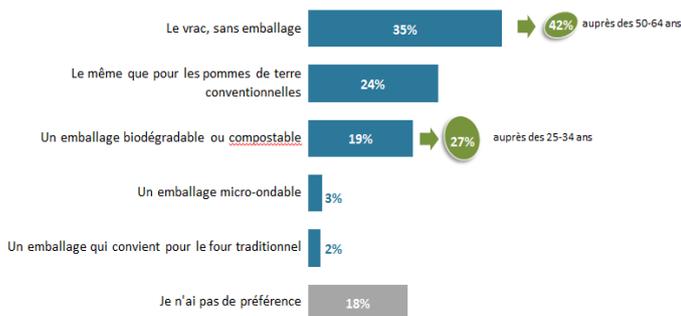
Une disponibilité plus importante des produits, que ce soit en point de vente ou tout au long de l'année, et/ou une production si ce n'est locale au moins française favoriseraient l'achat de pommes de terre bio. Dans une moindre mesure, les plus jeunes seraient davantage intéressés par des formats de conditionnement plus adaptés à leurs besoins (fig. 27).

Fig.27 : Format d'emballage des pommes de terre bio
Quel format d'emballage vous convient ou vous conviendrait le mieux pour les pommes de terre bio ?



Les petits conditionnements (1,5 kg ou 2,5 kg) ou le vrac sont les formats qui conviendrait le mieux aux pommes de terre bio pour une grande majorité des Français (fig. 28). Le vrac est notamment plébiscité par les plus âgés quand les plus jeunes générations envisagent un emballage biodégradable ou compostable.

Fig.28 : Type d'emballage des pommes de terre bio
Quel type d'emballage préférez-vous ou préféreriez-vous pour les pommes de terre bio ?



La pomme de terre – aliment préféré des Français – dispose d'atouts multiples et singuliers qui doivent continuer à être valorisés auprès des Français, notamment :

- la diversité de l'offre qui se décline en différents modes de cuisson et recettes, et ce quelles que soient les occasions de consommation et les moments de l'année.
- Ses qualités nutritionnelles et le caractère sain du produit.
- Son goût très apprécié, la place en tête des préférences alimentaires des Français, devant la tomate et la salade.

Aussi, la pomme de terre est associée à des valeurs fortes de partage, de convivialité, de créativité, et de simplicité.

Un besoin d'information de la part des consommateurs se fait toujours ressentir, notamment pour faciliter le choix des produits et dans un souci de transparence (origine, utilisation, mode de cuisson).

Cette étude met enfin en lumière le potentiel de développement du bio, notamment si l'offre (locale ou à minima française) est disponible toute l'année, et si elle est proposée dans des formats adaptés aux différents usages et aux différentes catégories de population (notamment des jeunes générations).



Rédaction : Ali Karacoban - akaracoban@cnipt.com

Ont contribué à ce numéro : unité filières spécialisées/service Analyse économique des filières et OFPM

Renseignements : tassadit.lefki@franceagrimer.fr

FranceAgriMer **SYNTHÈSES** / Une publication de FranceAgriMer. Directrice de la publication : Christine Avelin.
 Copyright : tous droits de reproduction réservés, sauf autorisation de FranceAgriMer. L'établissement national des produits de l'agriculture et de la mer s'efforce de diffuser des informations exactes et à jour et corrigera, dans la mesure du possible, les erreurs qui lui seront signalées. Toutefois, il ne peut en aucun cas être tenu responsable de l'utilisation et de l'interprétation de l'information contenue dans cette publication qui ne vise pas à délivrer de conseils personnalisés.

12 rue Henri Rol-Tanguy / TSA 20002 / 93555 Montreuil cedex
 Tél. : +33 1 73 30 30 00 / Fax : +33 1 73 30 30 30

www.franceagrimer.fr
www.agriculture.gouv.fr

