

Le Credoc réalise depuis 2004 une enquête nationale sur les comportements et les consommations alimentaires des français. VINIFLHOR et le CNIPT, ont acheté en 2004 l'extraction de l'étude traitant des pommes de terre. Pour la version 2007-2008, afin d'optimiser l'intérêt et l'exploitation de l'étude, le CNIPT, INTERFEL, UNILET et VINIFLHOR se sont groupés pour acheter la partie relative aux fruits, légumes et pommes de terre en souscription. Cette étude, dont la réalisation, qui s'étale sur près d'un an et demi, comporte deux volets : le 1<sup>er</sup> relatif aux comportements généraux à l'égard de l'alimentation et le 2<sup>e</sup> portant sur le détail par produit, dont les pommes de terre.

## I- CONTEXTE GENERAL ET EVOLUTION DU MODELE ALIMENTAIRE

### 1- LES ELEMENTS DE CONTEXTE

Le contexte économique est peu favorable aux dépenses alimentaires. Les consommateurs se focalisent sur les prix. Le passage à l'euro a engendré un écart entre la réalité des prix et la perception qu'ont les consommateurs des prix. Ce décalage est entretenu par une médiatique continue sur quelques augmentations de prix. Parallèlement à cette perception, on constate une baisse du pouvoir d'achat s'accompagnant d'un désir d'achat de produit de nouvelles technologies et du poids grandissant du poste logement dans les revenus des ménages. Ce qui les conduit à un arbitrage défavorable pour l'alimentation. Le poids budgétaire de l'alimentation à domicile et hors domicile décroissent fortement depuis 2002.

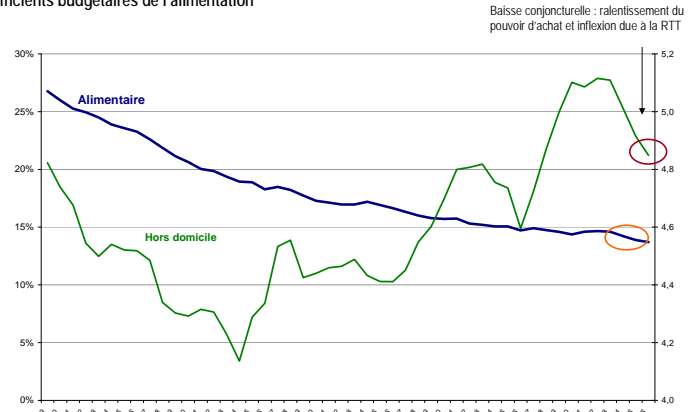
Autre point important, le prix des produits alimentaires est celui que l'on regarde en premier et notamment pour ce qui concerne les fruits et légumes. Pourtant les produits pour lesquels les prix augmentent le plus sont ceux des services et ceux liés au logement.

L'argument de la cherté des prix est le plus souvent mis en avant par ceux qui consomment peu de fruits et légumes ou poissons frais.

Parallèlement, les messages santé, équilibre alimentaire se sont intensifiés. Ceux du PNNS ont été les plus entendus, renforcés par l'obligation des labels apposés sur la publicité de l'industrie agro-alimentaire.

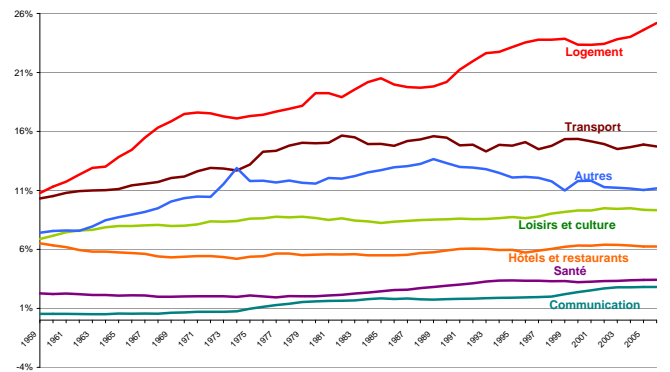
Le dernier facteur contextuel ce sont les effets générationnels sur l'évolution du modèle alimentaire.

Coefficients budgétaires de l'alimentation

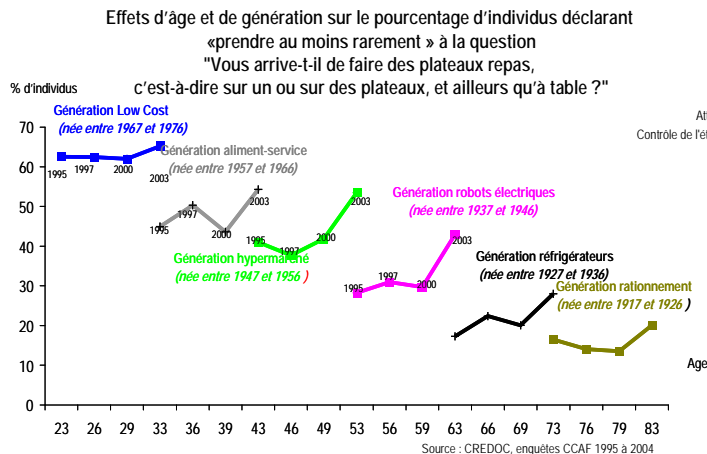


Evolution des coefficients budgétaires par ménage, en valeur

Source : Comptabilité nationale, INSEE



Source : Insee, comptabilité nationale



Source : CREDOC, enquêtes CCAF 1995 à 2004



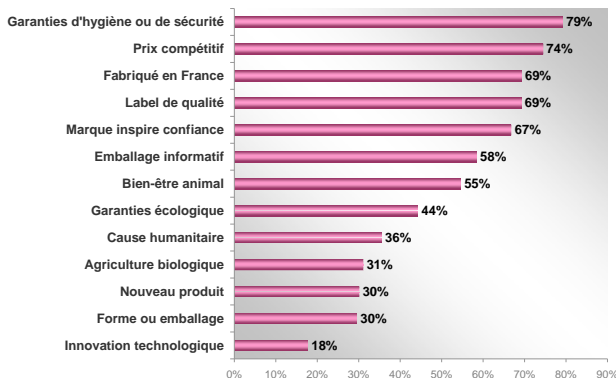
Source : Baromètre alimentation 2007, Ministère de l'agriculture et de la pêche, CREDOC

## 2- L'ACHAT ET LA DECISION D'ACHAT

Si le prix reste un critère d'achat important, il n'est pas le seul. En effet, les garanties d'hygiène et de sécurité et les prix compétitifs restent les deux premiers critères d'achat. L'intérêt pour les marques reste constant et les signes officiels de qualité sont importants pour les produits considérés comme à risque (viandes et volailles particulièrement) : les AOC sont achetés par 62 % des ménages. La qualité perçue des aliments affiche une baisse entre 2003 et 2007 et la notion de qualité se déplace vers l'apparence des produits. Le bio, bien qu'encore marginal, continue sa percée. Le commerce équitable quant à lui, stagne.

En termes de lieux d'achat, les hypermarchés et supermarchés sont les circuits privilégiés d'approvisionnement (hebdomadaire ou plus). Toutefois, le nombre de circuits visités et le temps passé à faire les courses diminuent. Effet générationnel, les hommes font de plus en plus les courses. L'exotisme a toujours le vent en poupe, notamment la cuisine asiatique toujours plébiscitée loin devant les gastronomies nord africaine et mexicaine.

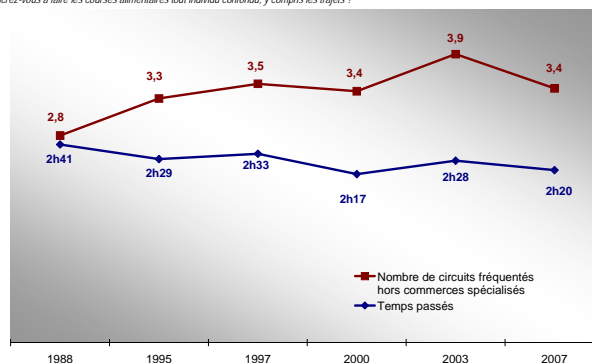
Voici plusieurs raisons d'acheter des produits alimentaires. Pour chacune d'entre-elles, dites-moi si elle vous incite à acheter un produit alimentaire ?



Source : CRÉDOC, Enquêtes CAF 1997, 2000, 2004 et 2007

## Évolution du nombre moyen de commerces alimentaires fréquentés et temps passé

Base : Ménages (N=1203) - réponses aux questions : "Quels sont les circuits de distributions que vous avez fréquentés au moins une fois dans l'année" et "Combien de temps par semaine consacrez-vous à faire les courses alimentaires tout individu confondu, y compris les trajets ?"



Source : CRÉDOC, Enquêtes CAF 1997, 2000, 2004 et 2007

## 3- LES REPRESENTATIONS DE L'ALIMENTATION

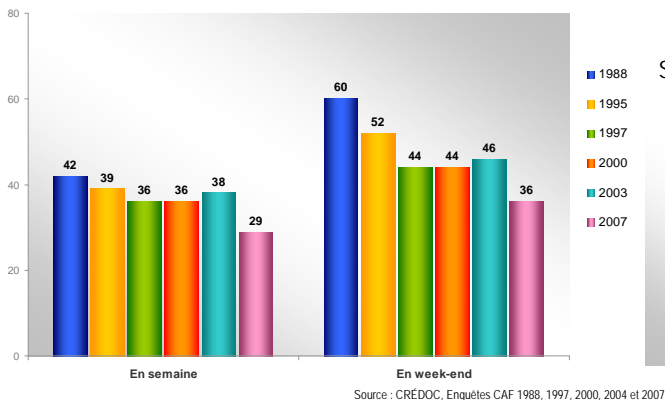
Après l'éloignement des crises ESB, les risques alimentaires perçus par les consommateurs sont en baisse. La mise en place de la traçabilité a rassuré et la grippe aviaire a eu un impact limité dans le temps. Le risque perçu sur les volailles a fortement chuté.

La prise de conscience du principe d'incorporation datant de ces crises se traduit par une préoccupation santé en très forte progression. En effet, les Français prennent conscience que la santé passe par l'alimentation. Le plaisir et le goût passent après la santé dans la représentation du bien manger. Ce qui constitue une inversion de tendance par rapport à 2003. Les nutriments les plus évités et en forte progression sont les matières grasses, l'alcool et le sucre. La consommation des aliments santé affiche une hausse. Les OGM sont de plus en plus acceptés.

## 4- L'ÉVOLUTION DU MODELE ALIMENTAIRE

On constate une forte diminution du temps passé à cuisiner et une dichotomie entre cuisine-corrée / cuisine-plaisir. La cuisine n'est plus le seul apanage des femmes, mais on note une plus forte participation des hommes.

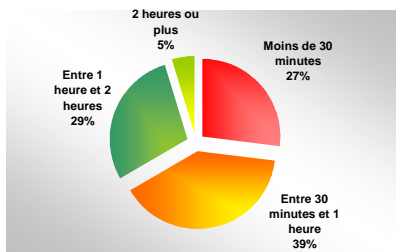
Chez vous, combien de temps dure la préparation d'un dîner en général ? En minutes



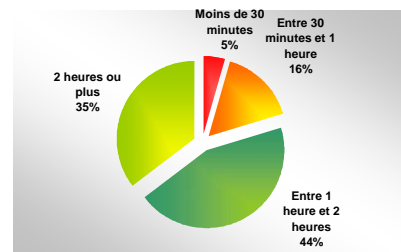
Source : CRÉDOC, Enquêtes CAF 1988, 1997, 2000, 2004 et 2007

Temps de la préparation du repas du midi le dimanche ... ?

### SANS INVITE



### AVEC INVITE(S)



Source : CRÉDOC, Enquêtes CAF 1988, 1997, 2000, 2004 et 2007

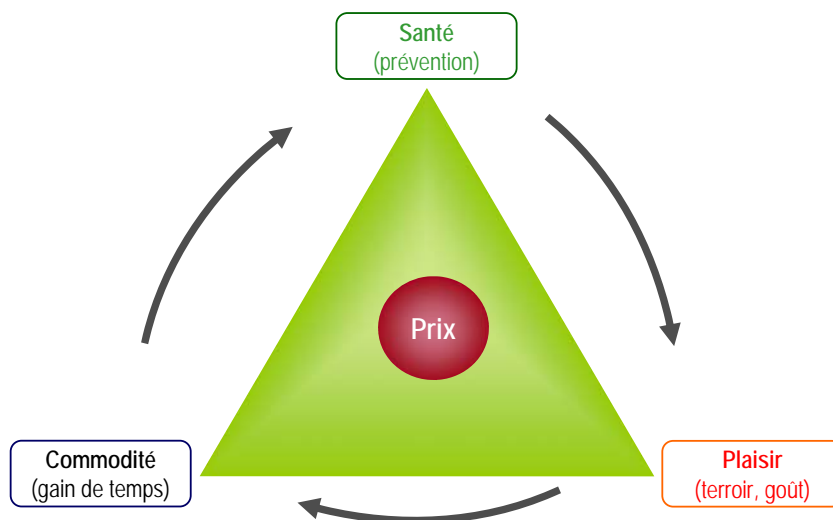
Le gain de temps dans la préparation des repas se traduit notamment par une utilisation renforcée des produits alimentaires « prêts à l'emploi » sans toutefois détrôner le frais. La durée des repas diminue au déjeuner et au dîner. Des déjeuners et des dîners qui sont de moins en moins pris à domicile. Chez les enfants, on relève une diversification des lieux de déjeuner en semaine. Et chez les adultes, il y a une baisse de la restauration classique ou rapide, au bénéfice des repas pris sur le lieu de travail ou à la cantine/restaurant d'entreprise. Les restaurants (classiques ou rapides) connaissent une baisse de la fréquentation au dîner. Toutefois, la convivialité reste de mise au dîner :

9 personnes sur 10 reçoivent des gens à déjeuner ou à dîner - 3 personnes sur 10 organisent des apéritifs dinatoires.

Si on constate une stabilisation de la composition des repas, parallèlement il y a une augmentation des plateaux-repas et des sauts de repas (surtout le petit déjeuner). Le goûter retrouverait-il ses lettres de noblesse avec une progression tant chez les adultes que chez les enfants. Il y a moins de prises alimentaires hors repas aux autres moments de la journée. Le modèle alimentaire est conditionné par l'ensemble des règles sociales et culturelles qui régissent l'acte alimentaire : structure du repas, horaires précis, manière de manger. Les modèles alimentaires varient donc d'un espace culturel à l'autre et, au sein d'une même société, et évoluent avec le temps.

### UNE PHRASE DE CONCLUSION

Le triptyque de la consommation alimentaire en 2007 est une alliance entre santé, commodité, plaisir avec le prix comme élément central.



### COCLUSION « Les éléments-clés permettent de mieux comprendre la situation alimentaire en France en 2007 » :

- ▶ l'existence d'effets structurels : il existe de forts effets générationnels sur l'évolution du modèle alimentaire en France ; au sujet des fruits et légumes, par exemple, chaque génération en consomme moins que la précédente
- ▶ l'existence d'effets conjoncturels : l'alimentation devient une variable d'ajustement (dans un contexte de ralentissement du pouvoir d'achat) : les ménages français arbitrent en défaveur de l'alimentation. De plus, les consommateurs sont focalisés sur les prix des produits alimentaires depuis le passage à l'euro en 2002 et leur désir d'achat de produits issus des nouvelles technologies de l'information ne faiblit pas
- ▶ les messages du Programme National Nutrition Santé (PNNS) sont de plus en plus nombreux avec l'obligation de les mettre sur les publicités de l'Industrie agro-alimentaire (IAA)
- ▶ l'alimentation-santé est au cœur des représentations de l'alimentation et devance la dimension plaisir qui était au cœur du modèle alimentaire français

## II- COMPORTEMENTS DES CONSOMMATEURS ET CONSOMMATION DE POMMES DE TERRE

### 1-DONNEES GENERALE SUR LA CONSOMMATION DE POMMES DE TERRE

Les Français consomment peu de pommes de terre comparativement aux autres européens.

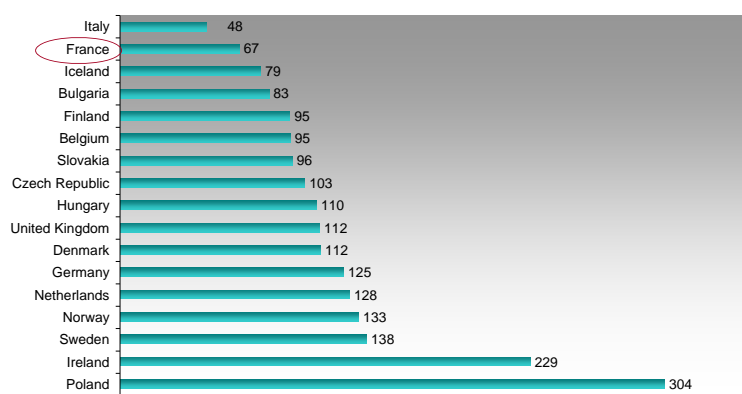
Chez les enfants et les adolescents, la part de la consommation de pommes de terre transformées progresse face aux produits frais – ce n'est pas le cas chez les adultes.

Ainsi, dans le cadre de l'étude :

- 96,9% des enfants et adolescents ont consommé au moins une fois des pommes de terre : 60 % en frais et 91 % en transformé. La part des pommes de terre fraîche consommées est ainsi passée de 45% en 2003 à 39% en 2007, alors que la part de consommation des pommes de terre transformées a progressé, passant de 55% en 2003 à 61% en 2007.

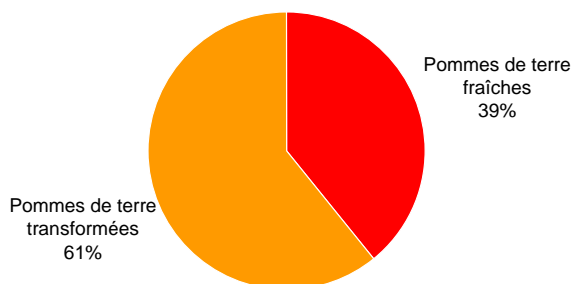
- 93,8% des adultes ont consommé au moins une fois des pommes de terre, qu'elles soient fraîches ou transformées. La part des pommes de terre fraîche consommées est stable : 43% en 2003 et 44% en 2007, il en est de même pour la part de consommation de pommes de terre transformées : 57% en 2003 et 56% en 2007.

Consommation de tubercules et pommes de terre en g/j chez les adultes (sauf Danemark, Pays Bas et Pologne, y.c. enfants)

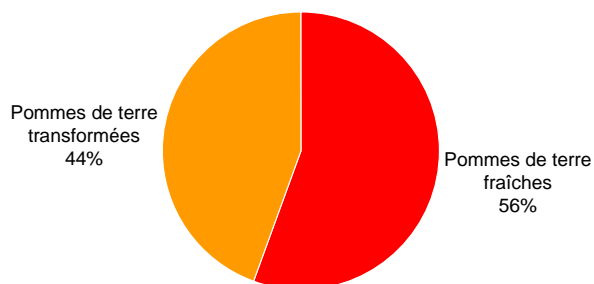


Source : EFSA, 1998-2004 selon les pays, INCA pour la France

Quantités moyennes de pommes de terre consommées quotidiennement (en % grammes / jour) chez les enfants et adolescents (3-17 ans) en 2007



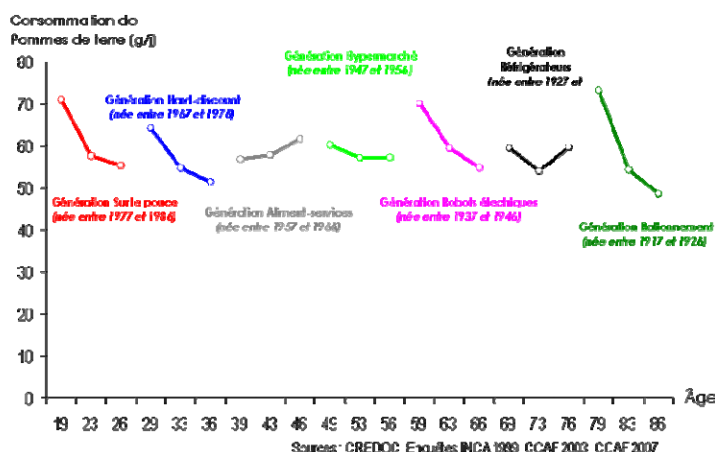
Quantités moyennes de pommes de terre consommées quotidiennement (en % grammes / jour) chez les adultes (18 ans et plus) en 2007



### 2- PROFILS SOCIODEMOGRAPHIQUES ET HABITUDES DES CONSOMMATEURS DE POMMES DE TERRE

La consommation de Pommes de terre n'est pas touchée par un effet d'âge ou de génération, bien que cet effet semble exister séparément tant pour l'une et l'autre catégorie : les jeunes générations boudant les produits frais contre les transformés, alors que c'est l'inverse auprès des générations plus anciennes – au final, la consommation s'équilibre.

Évolution de la consommation de Pommes de terre selon les générations – Années 1999, 2003 et 2007



## Chez les enfants et adolescents...

On observe globalement dans la consommation globale de pommes de terre (transformées et fraîches) chez les enfants/adolescents un effet sexe – à savoir que les garçons consomment davantage de pommes de terre que les filles et un

### ■ Zoom sur la consommation de Pommes de terre fraîches chez les enfants/adolescents :

- ▶ Effet sexe : les garçons consomment davantage de Pommes de terre fraîches que les filles.
- ▶ Effet âge : il existe un effet de l'âge sur la consommation de Pommes de terre fraîches.
- ▶ Effet région : des écarts importants de consommation de pommes de terre fraîches existent entre les différentes régions, notamment Nord vs. le reste
- ▶ Effet type d'habitat : plus la taille d'agglomération se rapproche de la grande ville, moins ils consomment de pommes de terre fraîches

effet d'âge.

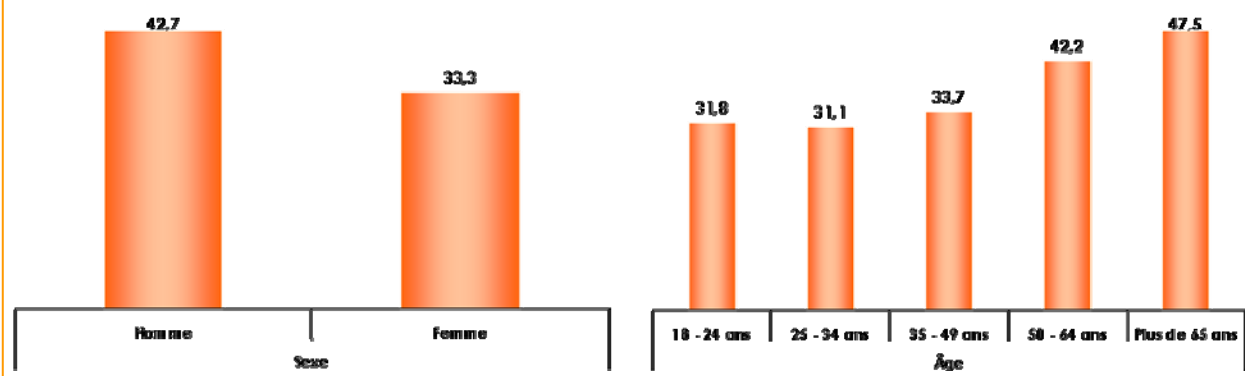
## Chez les adultes...

On observe globalement dans la consommation globale de pommes de terre (transformées et fraîches) chez les adultes, que les femmes consomment moins de pommes de terre que les hommes. Il y a un effet catégorie socioprofessionnel net : d'un côté les ouvriers et employés qui consomment beaucoup plus de pommes de terre; de l'autre, les autres CSP (agriculteurs, artisans commerçants, chefs d'entreprise, professions intermédiaires et supérieures) qui en consomment moins. Les adultes qui se considèrent d'origine étrangère consomment davantage de Pommes de terre. On relève également un « effet Hédonisme alimentaire » : Les adultes attirés par l'alimentation consomment moins de Pommes de terre.

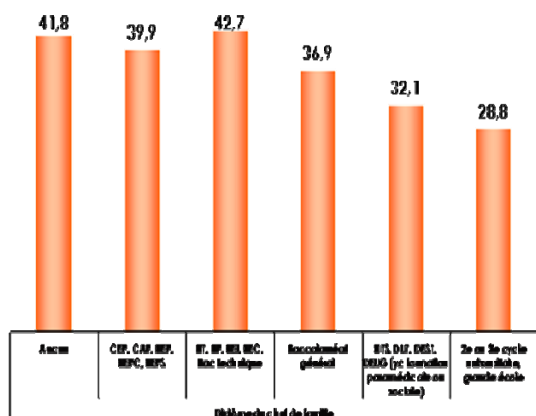
### ■ Zoom sur la consommation de Pommes de terre fraîches chez les adultes :

- ▶ Effet sexe : les hommes en consomment plus que les femmes.
- ▶ Effet âge : plus on avance en âge, plus on en consomme.
- ▶ Effet type d'habitat : plus la taille d'agglomération est petite, moins on en consomme (excepté dans les communes rurales).
- ▶ Effet diplôme : les consommateurs moins diplômés en consomment davantage que les plus diplômés
- ▶ Effet nombre d'actifs dans le ménage : surconsommation dans les ménages où il n'y a qu'un actif.
- ▶ Effet budget alimentaire : plus on possède un budget alimentaire conséquent, plus on consomme de pommes de terre fraîches.

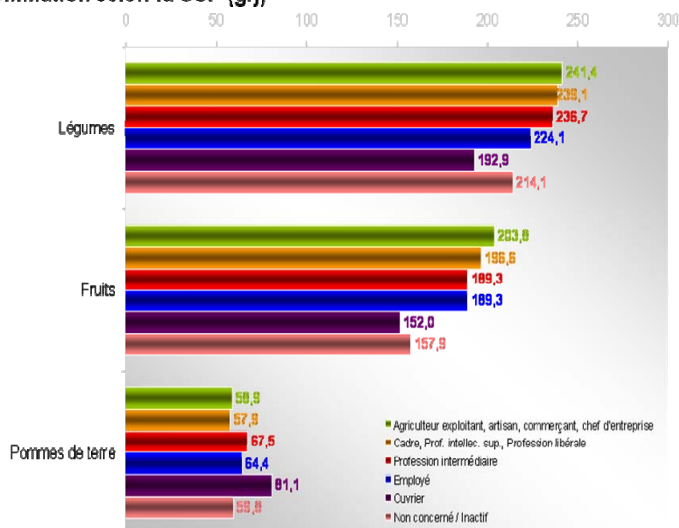
### Consommation selon le sexe et l'âge (g/j)



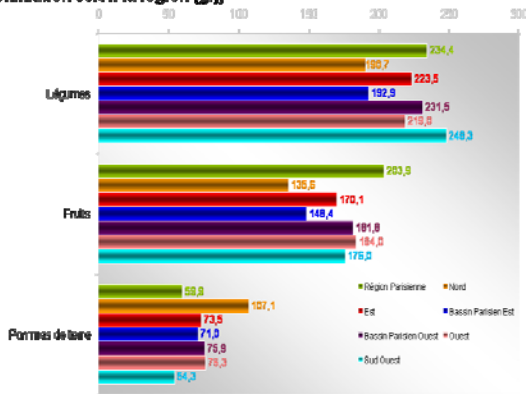
## Consommation le diplôme du chef de famille (g/j)



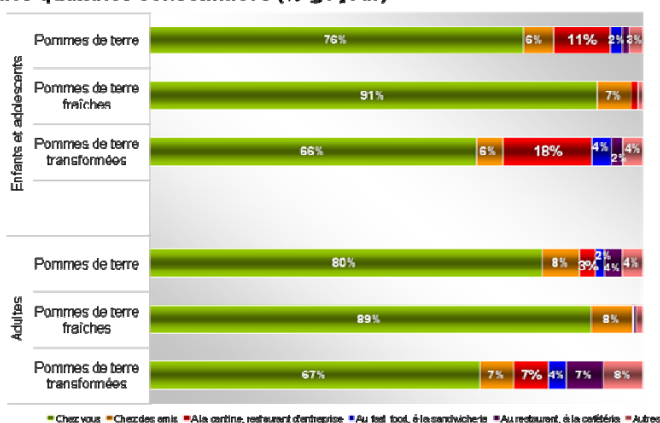
## Consommation selon la CSP (g/j)



## Consommation selon la région (g/j)



## Pommes de terre fraîches : Parts des quantités consommées (% g / jour)



### 3- CONSOMMATION DE LEGUMES, FRUITS ET POMMES DE TERRE PAR OCCASION, LIEU ET CONTEXTE DE CONSOMMATION

#### a) Consommation par occasion de consommation

La consommation de pommes de terre reste majoritaire au déjeuner.

Chez les enfants et adolescents, au global 57% des quantités de pommes de terre sont consommées au déjeuner et le reste au dîner. Les pommes de terre fraîches sont légèrement moins consommées au déjeuner (50%) alors que les pommes de terre transformées le sont un peu plus (62%).

Chez les adultes, la consommation de pommes de terre : 59% des quantités sont consommées au déjeuner et le reste au dîner.

#### b) Consommation par lieu de consommation

Les Pommes de terre sont principalement consommées à la maison, 90 % en ce qui concerne les pommes de terre fraîche.

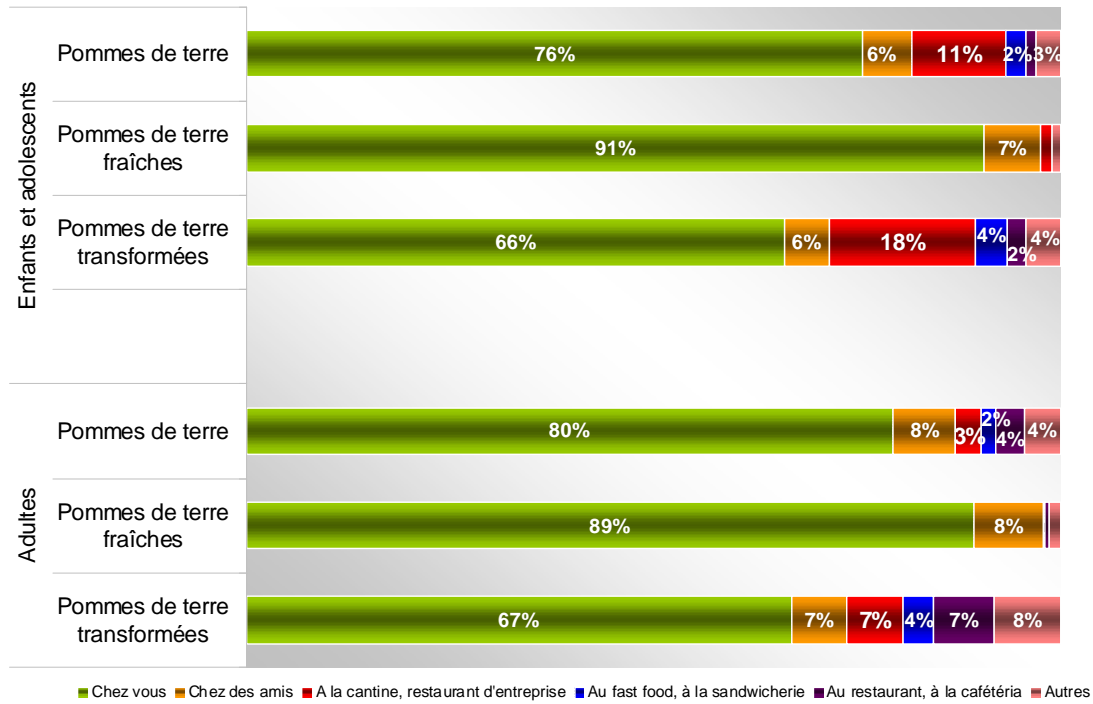
Chez les enfants et les adolescents, il est intéressant de relever que les légumes, les fruits et les pommes de terre sont consommés majoritairement à la maison (environ 80% des quantités consommées). Notons que 13% des légumes, 11% des pommes de terre et seulement 5% des fruits sont consommés à la cantine. Les Pommes de terre fraîches sont à 91% consommées à la maison.

Chez les adultes, les légumes, les fruits et les pommes de terre sont également consommés majoritairement à la maison : respectivement 88%, 86% et 80% des quantités consommées.



## Pommes de terre fraîches : Parts des quantités consommées (% g / jour)

Base: 1149 enfants et adolescents  
Base: 1256 adultes normoévaluants



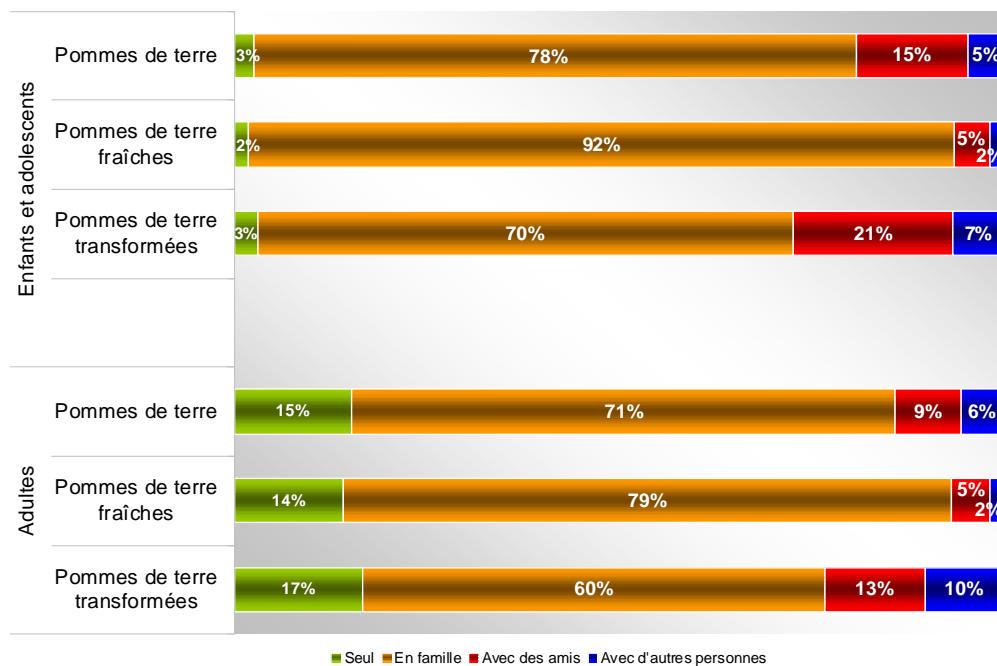
### c) Consommation par contexte de consommation

Les pommes de terre fraîches sont indéniablement consommées en famille, bien plus que les pommes de terre transformées. Chez les enfants et les adolescents, les légumes et les pommes de terre suivent à peu près le même contexte de consommation, à savoir qu'ils sont consommés majoritairement en famille ou avec des amis : respectivement 92% et 93% des quantités consommées. Les fruits sont consommés également principalement en famille ou avec des amis, mais la part de la consommation en famille est plus réduite (64%) que pour les légumes (81%) et pommes de terre (78%).

Chez les adultes, les légumes, les fruits et les pommes de terre sont majoritairement consommés en famille. Néanmoins, une part non négligeable des quantités consommées apparaît dans un contexte de consommation où l'individu mange seul : 20% des quantités consommées en légumes, 36% en fruits et 15% en pommes de terre.

## Pommes de terre fraîches : Parts des quantités consommées (% g / jour)

Base: 1149 enfants et adolescents  
Base: 1256 adultes normoévaluants



## 4- PROFIL ALIMENTAIRE ET NUTRITIONNELS DES CONSOMMATEURS

Chez adultes, les gros consommateurs de fruits et légumes consomment une part plus importante de pommes de terre fraîches. Les Pommes de terre représentent environ un dixième de l'apport journalier en glucides complexes, loin derrière le pain.

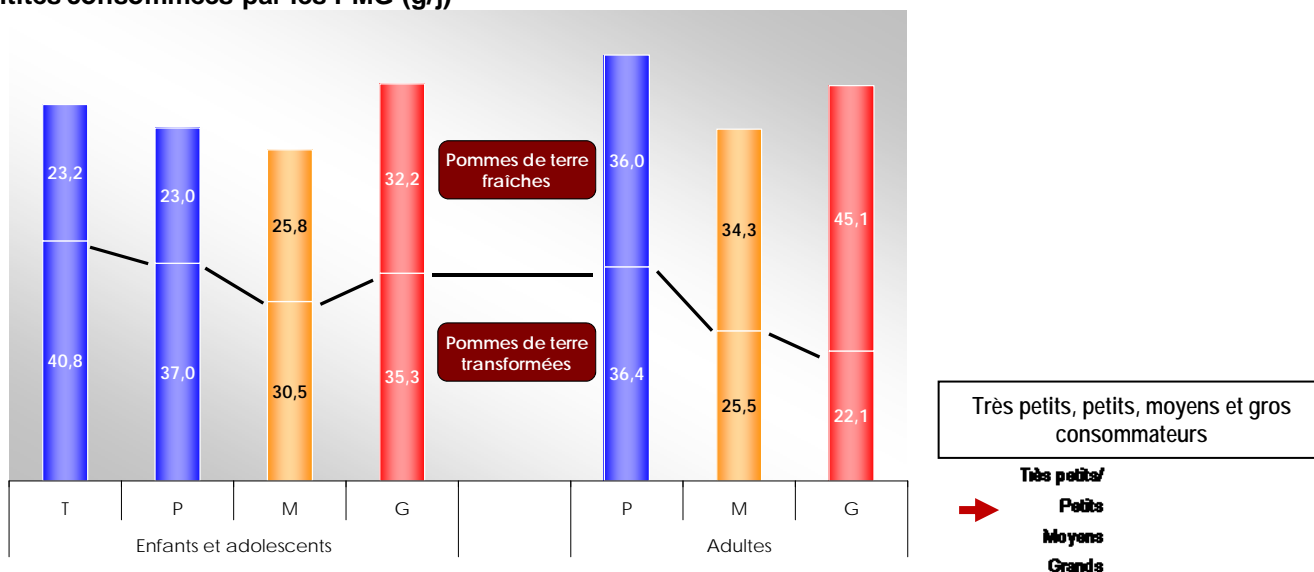
Adultes			
	Quantités consommées (g/j)	Contributions (% g/j)	Rang
Pain, biscuits	49,0	46,1%	1
Pain composés	9,5	7,1%	2
Pâtisserie	7,0	5,2%	3
Pâtes	4,7	4,9%	4
<b>Pommes de terre fraîches</b>	<b>4,5</b>	<b>4,4%</b>	<b>5</b>
Riz semoule et blé	6,1	4,5%	6
<b>Pommes de terre transformées</b>	<b>5,9</b>	<b>4,2%</b>	<b>7</b>
Pizzas, quiches	5,6	4,1%	8
Wiennoiseries	5,6	4,1%	9
Sandwiches, casse croûte	5,1	3,6%	10
Soupes	3,2	2,5%	11
Écroulis	2,8	2,1%	12
Céréales pour petit déjeuner	2,2	1,5%	13
Bouillons chauds	1,2	0,9%	14
Légumes secs	1,2	0,9%	15

### Pommes de terre :

Bases : 1149 enfants et adolescents + 1256 adultes normoévaluants

Source: CREDOC, Enquête CCAF 2007

### Quantités consommées par les PMG (g/j)



### En conclusion

- La consommation de Pommes de terre n'est pas touchée par un effet d'âge ou de génération, bien que cet effet semble exister séparément tant pour l'une et l'autre catégorie : les jeunes générations boudant les produits frais contre les transformés, alors que c'est l'inverse auprès des générations plus anciennes – au final, la consommation s'équilibre
- La pomme de terre (fraîche et transformée) est auprès des adultes le 2ème contributeur à l'apport en glucides complexes après le pain (et panification sèche)
- La pomme de terre fraîche se situe au 5ème rang des contributeurs à l'apport en glucides complexes si l'on scinde les pommes de terre en deux types (fraîches / transformées)
- La pomme de terre fraîche est un aliment convivial (consommée à plusieurs) mais surtout en famille à la maison
- La pomme de terre fraîche est autant consommée au déjeuner qu'au dîner chez les enfants alors que chez les adultes elle est légèrement plus consommée au déjeuner (59% g/j au déjeuner vs 41% g/j au dîner)