

Les consommateurs en attente de frites « classiques »

A la demande des professionnels, le CNIPT a chargé le bureau d'études OpinionWay de réaliser une étude spécifique sur le segment des pommes de terre vendues en filet « Spécial frites ». L'objectif est de mieux cerner les attentes des consommateurs lors de la réalisation de frites ménagères, ainsi que leur connaissance et satisfaction vis-à-vis des pommes de terre commercialisées sous la mention « Spécial frites ».

Ce qu'il faut retenir :

Les frites en France sont largement consommées et appréciées. 73 % des français en consomment au moins une fois par mois. 60 % consomment des frites « maison » au moins une fois dans l'année et 40 % en cuisinant au moins une fois par mois.

75 % des consommateurs savent que les frites maison ne se cuisinent pas avec n'importe quel type de pomme de terre. Et 85 % connaissent l'existence de sachets / filets portant la mention pommes de terre « spécial frites ».

65 % des individus qui font des frites maison utilisent principalement une friteuse classique pour les faire cuire. Les pommes de terre sont principalement achetées en GMS.

Les deux types de pommes de terre le plus souvent utilisés sont :

- Les pommes de terre vendues en vrac choisies par les consommateurs en fonction des variétés perçues comme adaptées pour faire des frites « maison » (36 %)
- Les sachets / filets de pommes de terre portant la mention « spécial frites » (35 %)

Au global, la satisfaction des frites cuisinées à la maison est élevée avec une note moyenne de 8,4/10. Dans le détail, le goût, la consistance, la taille et la tenue des frites cuisinées sont bien évaluées. Leur apparence est un peu en retrait.

La satisfaction vis-à-vis des frites « maison » réalisées par les consommateurs est homogène en fonction du type de pomme de terre utilisé (filet « spécial frites » ou en vrac) et en fonction du moyen de cuisson utilisé (friteuse, Actifry, ...)

Les principales caractéristiques attendues pour les frites « maison » sont des frites **croustillantes, sans la peau et au goût neutre**, à cuire à la friteuse. A l'inverse, la frite dont les consommateurs ne veulent pas est une frite grasse, molle et sucrée.

Ainsi, la frite « classique », croustillante, de couleur jaune clair et droite, est la frite qui fait l'unanimité. Elle correspond parfaitement aux attentes d'une très grande majorité des consommateurs (86 %).

Une alternative peut être une frite plus épaisse, courte et fondante. 64 % des consommateurs sont séduits par ce type de frites, un peu plus rustique.

Enfin, la frite de type « potatoe », à cuire au four, sucrée et avec la peau, intéresse principalement les plus jeunes consommateurs.

Les attentes des consommateurs sont :

- Une meilleure information sur les variétés. Elles sont de plus en plus mal connues. La Bintje est la seule qui soit citée significativement pour la réalisation de frites.
- Des conseils imprimés, sur les sachets, concernant la manière de réussir ses frites « maison ». Il s'agit d'une attente plus forte auprès des 18-34 ans.
- Une meilleure visibilité des sachets portant la mention « spéciales frites » en GMS.

L'offre en pommes de terre contenue dans les filets "spécial frites" en GMS doit permettre la réalisation d'une frite « classique » cuite à la friteuse, c'est à dire une frite croustillante, droite, au goût neutre et non molle, grasse ou trop sucrée. Les consommateurs souhaitent une belle frite qui se tienne bien (apparence et consistance sont les deux moteurs principaux de la satisfaction).

Méthodologie

Pour cette enquête, 1026 individus ont été interrogés via un questionnaire en ligne au cours du mois d'avril 2015. Seuls les responsables des achats alimentaires du foyer ayant acheté des pommes de terre au moins une fois au cours des 12 derniers mois ont été admis dans l'échantillon représentatif de la population française.

Les frites, grand succès populaire

Les premières questions ont permis de confirmer nombre d'informations présentées dans le cadre d'une étude plus complète ([Pour en savoir plus](#)). La consommation de frites est répandue et fréquente puisque sept français sur dix en consomment au moins une fois par mois. 87 % ont consommé des frites à la maison et 68 % en ont consommé à l'extérieur (restaurant, fast-food, travail, ...).

Les frites sont associées à un réel plaisir gustatif et à un moment de convivialité. Les plus jeunes (18-34 ans) sont significativement plus nombreux à penser que toutes les frites se valent (frites maisons, surgelées, restaurant) et à culpabiliser après consommation.

La frite « maison » est le type de frite le plus consommé par les Français. 60 % des personnes interrogées ont indiqué avoir réalisé des frites maisons au moins une fois au cours des 6 derniers mois. 40 % des Français en cuisinent au moins une fois par mois. Leur consommation est plus occasionnelle chez les plus jeunes.

Lorsque les frites « maison » ne sont pas cuisinées dans le foyer, c'est principalement en raison d'un équipement inadapté (Absence de friteuses). Au près des plus jeunes c'est aussi pour une question de manque de temps à consacrer pour la préparation. En termes de modes de cuisson, **la friteuse est largement utilisée par 65 % des consommateurs de frites maison.** Le four est plus utilisé chez les plus jeunes.

Les pommes de terre sont achetées en GMS par sept répondants sur dix. Les marchés, les primeuristes et les jardins sont également des sources d'approvisionnement en pommes de terre pour 20 à 30 % d'entre eux. **La variété de la pomme de terre et le prix sont les critères de choix principaux en GMS. La mention « spécial frites » sur le sachet est un critère pour 40 % des répondants.** Les plus âgés, achètent plus souvent sur les marchés et ont une meilleure connaissance des variétés de pommes de terre que les plus jeunes. Ils sont ainsi plus souvent aptes à réaliser leurs choix en fonction de ce critère.

Les filets vendus sous la mention « spécial frites » sont connus par 85 % des consommateurs. Cette notoriété est bien appuyée par la bonne connaissance des pommes de terre. 75 % des consommateurs sont conscients qu'on ne peut pas cuisiner les frites maison avec n'importe quel type de pommes de terre. **Les jeunes de 18-34 ans sont les moins bon connaisseurs** puisque 40 % d'entre eux pensent le contraire. Cette catégorie est également la moins capable de citer un nom de pommes de terre adaptée à la réalisation de frites, la bintje.

Ainsi, au moment du choix en magasin, l'achat de pommes de terre en vrac est très nettement dominant chez les plus âgés. (44 %). Pour la population globale, un peu plus d'un tiers choisit l'achat en vrac et un autre tiers l'achat de pommes de terre en filet « spécial frites ».

Il arrive très fréquemment que les pommes de terre en filet « spécial frites » soient utilisées pour cuisiner d'autres plats. Ils ont en moyenne plus de deux autres utilisations. 1 acheteur sur 2 les fait rissoler, 30 à 40 % les font également à l'eau, en purée ou encore pour réaliser des gratins.

A la recherche de la frite idéale

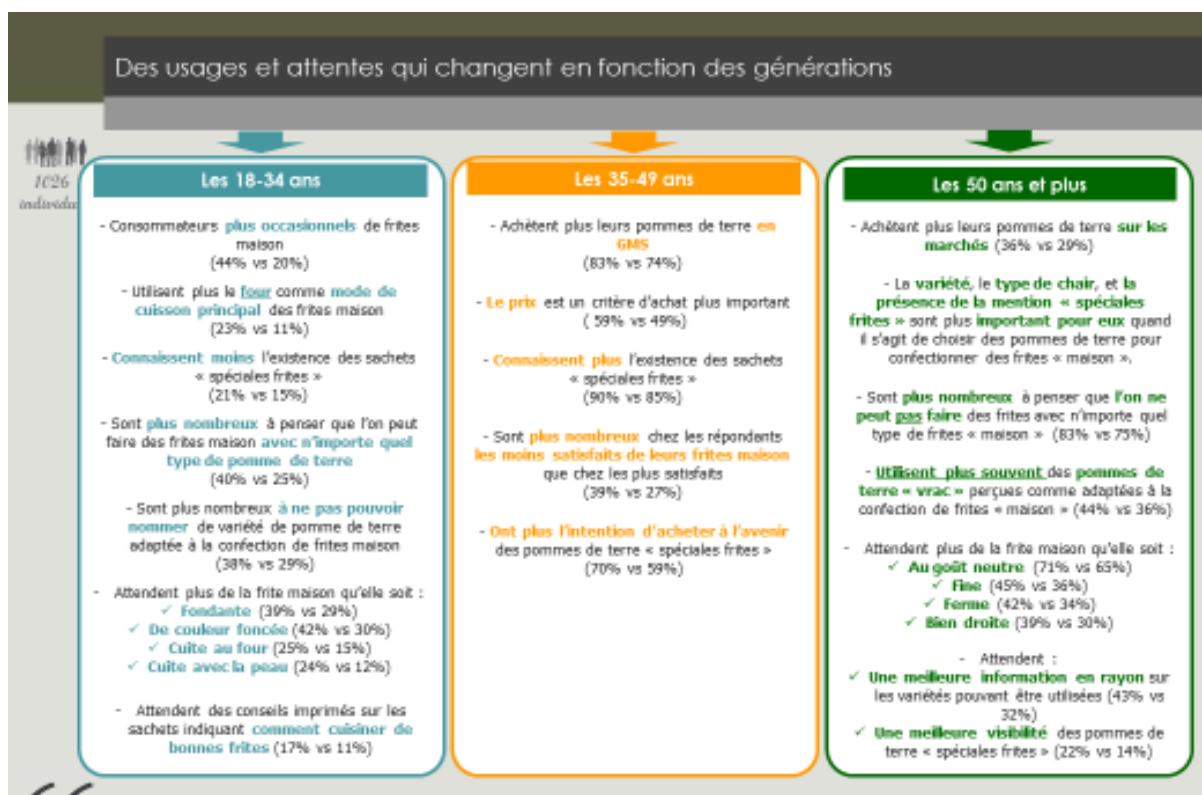
Les consommateurs sont globalement satisfaits des frites qu'ils ont pu cuisiner à partir des pommes de terre achetées en GMS. 67 % d'entre eux donnent leur note de 8 à 10. 30 % donnent une note de 6-7. Cette satisfaction est significativement plus élevée pour les utilisateurs de pommes de terre « vrac ». **Dans l'évaluation des critères (gout, taille, aspect), il ne ressort pas particulièrement de point d'insatisfaction sur lesquels les frites maison devraient s'améliorer.**

La frite idéale selon les consommateurs sont les frites relativement « classique ». **Les consommateurs attendent du croustillant, sans la peau, avec un goût neutre.** Elles doivent être prévues pour une préparation à la friteuse. A l'inverse, la frite dont ils ne veulent pas est une frite grasse, molle et sucrée.

En dehors du prix, les consommateurs ont deux attentes principales. Ils sont à la recherche d'un **meilleur goût des frites « maison »** et d'une **meilleure information en rayon sur les variétés** pouvant être utilisées.

Selon les générations, les attentes ne sont pas les mêmes. La préparation de frites « classiques » fait l'unanimité. Cette frite croustillante, jaune claire et bien droite correspond aux attentes de 86 % des consommateurs de frites maison. En alternative, les frites plus épaisses, courtes et fondantes sont également intéressantes pour 64 % des consommateurs. A l'inverse, une frite avec la peau, au goût plus sucré et adaptée à une cuisson au four correspond aux attentes d'un profil plus jeune. C'est également une frite plus du type « potatoes ».

Il existe une **dichotomie entre les attentes des plus âgées et des plus jeunes.** Des frites fines, fermes, droites au goût neutre sont plus recherchées par les 50 ans et plus. Au contraire, des frites plus foncées, avec la peau, fondantes et adaptées à une cuisson au four sont plus recherchées par les plus jeunes.



Les pistes d'amélioration

Les attentes des consommateurs sont :

- Une meilleure information sur les variétés. Elles sont de plus en plus mal connues. La Bintje est la seule qui soit citée significativement pour la réalisation de frites.
- Des conseils imprimés sur les sachets sur la manière de réussir ses frites « maison ». Il s'agit d'une attente plus forte auprès des 18-34 ans.
- Une meilleure visibilité des sachets portant la mention « spéciales frites » en GMS.

L'offre en pommes de terre contenue dans les filets "spécial frites" en GMS doit permettre la réalisation d'une frite « classique » cuite à la friteuse, c'est-à-dire une frite croustillante, droite, au goût neutre et non molle, grasse ou trop sucrée. Les consommateurs souhaitent une belle frite qui se tienne bien (apparence et consistance sont les deux moteurs principaux de la satisfaction).

Ali Karacoban, CNIPT
01 44 69 42 24
akaracoban@cnipt.com