



Les pommes de terre en sachet micro-ondable (étude 2021)

Le sachet micro-ondable : un produit qui plaît aux Français

Une étude a été réalisée par OpinionWay, avec le concours du CNIPT, sur les pommes de terre vendues en sachets micro-ondables. Cette étude a pour objectifs de mieux connaître le rapport des Français au produit, la nature du lien entre l'acheteur et le produit et identifier les freins à l'achat. Cette enquête présente des évolutions sur le comportement des acheteurs depuis celle réalisée en 2015.

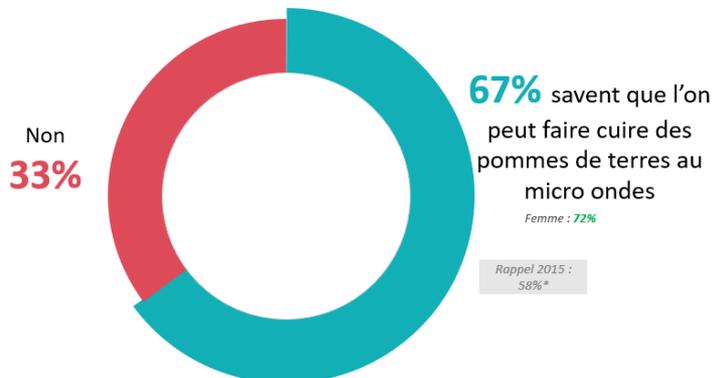
L'échantillon a été interrogé par **questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI** (Computer Assisted Web Interview). Les interviews ont été réalisées **du 19 au 25 mai 2021**, auprès d'un échantillon représentatif de **1011 Français âgés de 18 ans et plus, responsables ou co-responsables des achats alimentaires et consommateurs de pdt dans les 12 derniers mois**.

La cuisson des pommes de terre au four à micro-ondes de mieux en mieux connue des consommateurs

Plus de 2/3 des Français savent que la cuisson des pommes de terre peut être réalisée au four à micro-ondes, et particulièrement les plus jeunes (3/4 des 18-34 ans connaissent ce mode de cuisson), ce qui correspond à une hausse en notoriété de 9 points par rapport à 2015. Parmi les plus de 50 ans, le taux de notoriété est de 62 %. Ce taux diminue avec l'âge.

d4. Savez-vous que l'on peut faire cuire des pommes de terre au micro-onde ? (Nous parlons ici de cuisson de pommes de terre crues par micro-ondes et non de réchauffage de plats ou de pommes de terre pré-cuites. Nous ne parlons pas ici non plus de la cuisson de pommes de terre via la fonction 'Four Classique' si votre four permet la double fonction micro-ondes/four classique).
Base : Ensemble (1011)

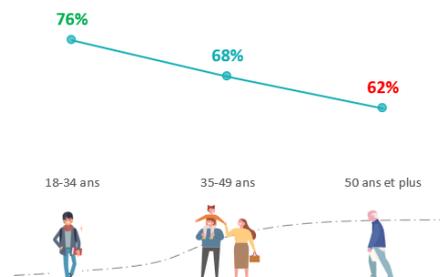
Notoriété du mode de cuisson micro-onde



xx% : résultats significativement supérieurs au global
xx% : résultats significativement inférieurs au global

*Question posée uniquement aux possesseurs de micro onde

Une connaissance qui diminue avec l'âge ...



Un produit ancré dans les habitudes

Un quart des Français qui consomment des pommes de terre a déjà acheté ce type d'emballage micro-ondable. Sur les 12 derniers mois, l'étude révèle une différence d'âge entre les acheteurs de pommes de terre avec et sans emballage micro-ondable. La population est plus jeune chez les acheteurs de sachets micro-ondables et représente 22 % des jeunes de 25-34 ans. Cette part est de 16 % parmi l'ensemble des acheteurs de pommes de terre.

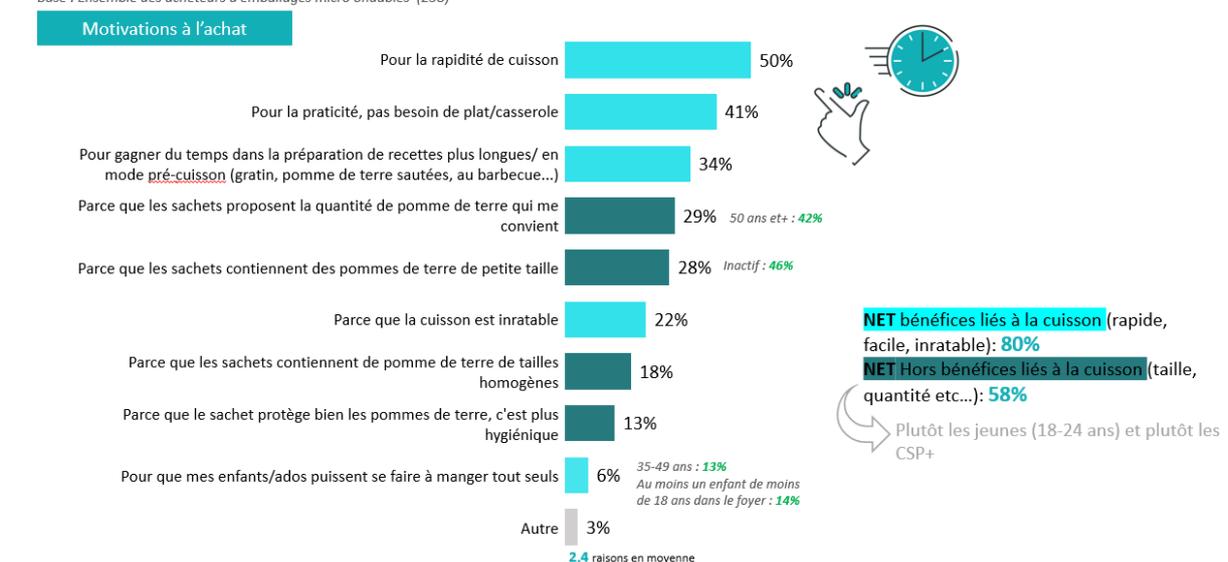
Parmi les acheteurs de sachets micro-ondables, on observe également une population plus importante de CSP+ (38 % contre 29 %) et de familles avec au moins un enfant (43 % contre 34 %).

86 % des acheteurs de sachets micro-ondables ont réalisé un acte d'achat au cours des 12 derniers mois, avec une fréquence d'achat moyenne d'une fois par mois.

Un produit acheté avant tout pour sa rapidité de cuisson et sa praticité

La rapidité de cuisson et la praticité (pas besoin de plat/casserole) sont les 2 principales motivations à l'achat. Parmi les autres leviers, 29 % achètent le sachet micro-ondable parce qu'il propose la quantité de pommes de terre qui leur conviennent. Une part équivalente (28 %) achète ce sachet parce qu'il contient des pommes de terre de petites tailles.

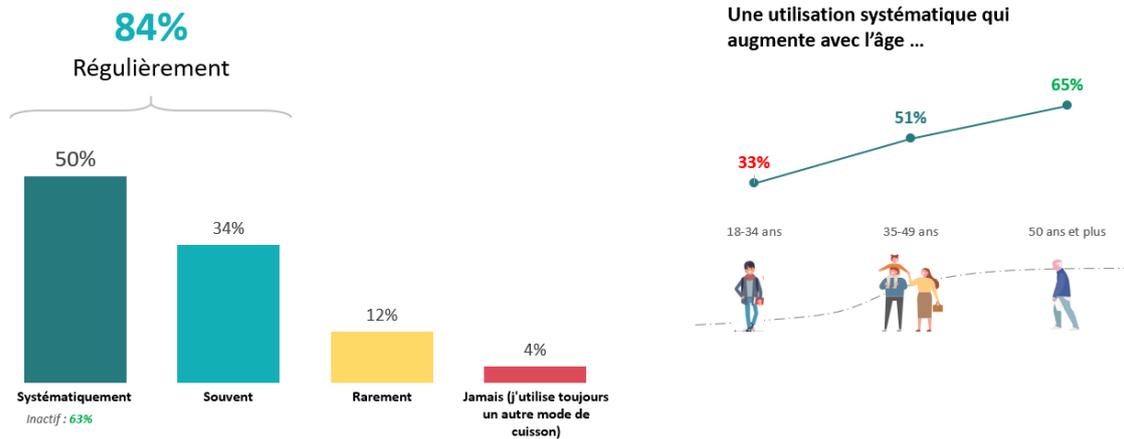
d12. Quelles sont toutes les raisons pour lesquelles vous avez acheté des sachets de pommes de terre 'spécial micro-ondes' ?
Base : Ensemble des acheteurs d'emballages micro-ondables (258)



Un recours à la cuisson au micro-onde qui n'est pas systématique

Parmi les acheteurs de ce produit, seuls 50 % utilisent systématiquement le four à micro-ondes pour faire cuire les pommes de terre. L'autre moitié des acheteurs alterne avec un autre mode de cuisson, notamment chez les jeunes de 18-34 ans, dont seulement 1/3 utilise la cuisson au micro-ondes de manière systématique.

d13. Pour cuire les pommes de terre que vous achetez en sachet micro-ondable, utilisez-vous le micro-onde...?
Base : Ensemble des acheteurs d'emballages micro ondables (258)



Une fidélisation accrue des acheteurs

75 % des Français qui ont déjà acheté ce produit dans le passé déclarent une intention de nouvel achat. Chez les non-acheteurs, 39 % déclarent avoir l'intention d'en acheter, et près d'un tiers n'envisage pas de l'acheter. Les personnes les plus intéressées pour un achat futur ont des profils similaires aux acheteurs actuels, avec une part significative chez les jeunes et les familles avec au moins un enfant.

Des freins identiques à 2015

Les freins à l'achat sont sensiblement les mêmes qu'en 2015 pour les non-acheteurs : 69 % préfèrent un mode de cuisson traditionnel (vapeur, à l'eau). À l'instar de toutes les cuissons au micro-ondes, des freins relèvent de la perception. La crainte d'une altération des pommes de terre est citée, comme celle d'une cuisson non homogène. Les non-acheteurs émettent, pour certains, des doutes sur la préservation des nutriments lors de la cuisson. Mais ces freins spécifiques sont levés facilement après avoir testé le produit. En effet, 89 % déclarent alors une cuisson parfaite irratable, 92 % un bon goût et 89 % une bonne texture ou une bonne tenue à la cuisson.

Un quart des Français achète régulièrement des pommes de terre en sachets micro-ondables. Cela montre l'importance de ce produit qui répond aux besoins d'une catégorie d'acheteurs à la recherche d'une solution de praticité (cuisson simple et rapide, sans ustensile de cuisson). Cette offre séduit de manière large : les jeunes, les ménages de petite taille mais également les populations urbaines tentées par un produit « prêt à l'emploi » qu'elles peuvent acheter au quotidien et à proximité de leur domicile.