



Pomme de terre

hebdo

LE JOURNAL DE LA POMME DE TERRE - n°1300 - 7 octobre 2021

ÉTUDE CONSOMMATEURS

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.

des achats alimentaires et consommateurs de pommes de terre 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.

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

À DÉCOUVRIR

Étude consommateurs

1-2

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

Les relations presse

3

La récolte : l'occasion de prendre la parole auprès des journalistes

Marchés

4

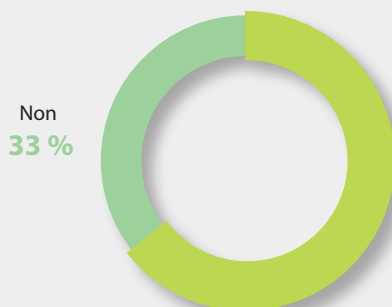
Budget des ménages : un arbitrage inéluctable

Pomme de terre hebdo est 100 % numérique. Pour le recevoir par mail, veuillez vous inscrire sur cnipt.fr dans l'onglet « Newsletter ».

Savez-vous que l'on peut faire cuire des pommes de terre au four à micro-ondes ? (Nous parlons de cuisson de pommes de terre crues au four à 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 au four à micro-ondes



67 % savent que l'on peut faire cuire des pommes de terres au four à micro-ondes

Femmes : 72 %

Rappel 2015 : 58 %*

Une connaissance qui diminue avec l'âge...



18-34 ans

35-49 ans

50 ans et plus

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

* Question posée uniquement aux possesseurs de micro-ondes

(Suite page 2)

(Suite de la page 1)**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 plébiscité 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.

Un recours à la cuisson au four à micro-ondes 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.

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.

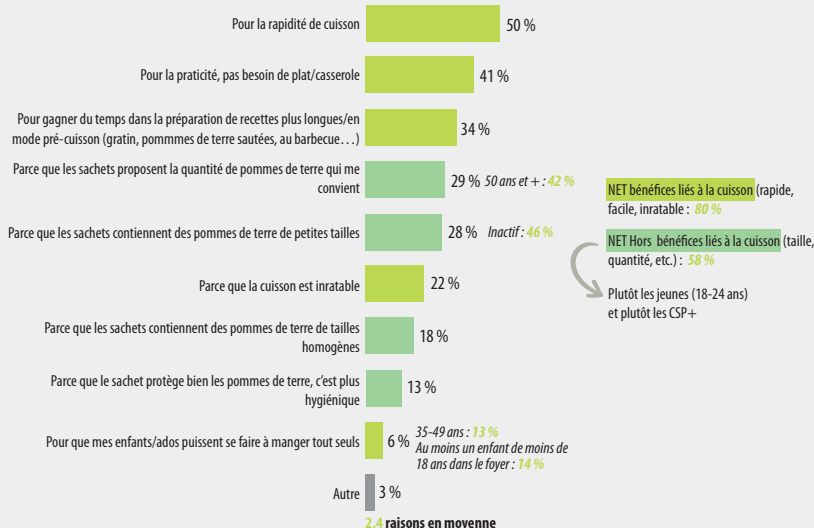
Des freins identiques à 2015

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 inratable, 92 % un bon goût et 89 % une bonne texture ou une bonne tenue à la cuisson.

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)

Motivations à l'achat

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.

Ali KARACOBAN - CNIPT



LES RELATIONS PRESSE

La récolte : l'occasion de prendre la parole auprès des journalistes

Chaque année, le CNIPT s'appuie sur les temps forts de la filière (récolte automnale, pic de consommation hivernale et Salon International de l'Agriculture, récolte des pommes de terre de printemps) pour prendre la parole dans la presse. Annoncer la saison de la récolte permet de proposer des sujets, des reportages et des interviews aux journalistes. C'est aussi l'occasion de présenter le poids de la filière, avec les chiffres de la précédente campagne fraîchement consolidés. Le dossier de presse de cet automne s'articule autour de 3 thématiques :



la production et le marché des pommes de terre, les exportations et les recettes. Les deux premières thématiques ciblent la presse quotidienne nationale et régionale grand public et la presse économique. Le volet recettes est plus transversal mais principalement à destination de la presse culinaire. Le volume de pommes de terre récoltées en France permet de répondre à la demande des

Français et positionne l'hexagone comme 1^{er} exportateur mondial. La filière en est fière dans un contexte de souveraineté alimentaire. Le Président du CNIPT rappelle dans son édito que les femmes et les hommes de la filière pommes de terre travaillent avec du vivant. Le réchauffement climatique et les évolutions environnementales en production et dans le commerce, sont autant de variables auxquelles la filière doit s'adapter pour maintenir le degré de satisfaction du consommateur. De nombreux travaux sont en cours pour préparer l'avenir.

Le dossier recettes a pour objectif de donner l'envie aux consommateurs d'acheter et de cuisiner les pommes de terre. L'exotisme est une tendance de consommation actuelle. Ainsi, le parcours des pommes de terre françaises est présenté, de nos principaux clients aux plus lointains, dans un tour du monde des recettes. ■

Sabrina ADAM - CNIPT

Extrait

Sur le marché du frais, ce sont les Espagnols (20 %*) qui font la ola des exportations françaises. Suivis des Italiens (9 %*) et des Portugais (6 %*). Avec le brexit, les Anglais ont été moins demandeurs mais 0,2 % de pommes de terre françaises exportées ont traversé la Manche. En Allemagne (2,5 %*), les pommes de terre à chair ferme ont la côte ! Cela tombe bien, c'est ce qu'il faut pour préparer une kartoffelsalat (salade de pommes de terre) ! En Grèce aussi les pommes de terre françaises s'invitent à table sous un air de sirtaki (0,8%*). Et en Europe de l'Est, le voyage se poursuit au son de la musique tzigane (5 %*) avant de bifurquer au nord et admirer les aurores boréales en Finlande...

*part en pourcentage des exportations françaises en 2020-21.

Pour lire le dossier dans son intégralité : <https://www.cnipt.fr/presse-grand-public>

AGENDA

Compte tenu des incertitudes liées à la crise sanitaire, des manifestations sont susceptibles d'être reportées ou annulées.

28 au 30 Novembre 2021

Salon Interpom

Courtrai (Belgique)

www.interpom.be/fr

2 Décembre 2021

Congrès FN3PT

Région parisienne

www.plantdepommeeterre.org

10 Décembre 2021

AG GIPT

Paris

www.gipt.net

12 Janvier 2021

AG CNIPT

Paris

www.cnipt.fr

9 au 11 Février 2022

Fruit Logistica

Berlin

www.fruitlogistica.com

26 Février - 6 Mars

Salon international de l'agriculture

Paris

www.salon-agriculture.com

30 Mai au 2 Juin 2022

World Potatoe Congress

(Dublin) Irlande

www.wpc2022ireland.com

EN BREF...

Vient de paraître

Au sommaire de la Pomme de terre française

L'enquête du n° 637 de La Pomme de terre française (septembre-octobre 2021) est consacrée au tri optique avec la présentation des principales technologies disponibles. Le magazine détaille par ailleurs l'enquête réalisée par le CNIPT sur le comportement de la pomme de terre

en rayons. Il fait aussi le point sur le problème de la germination et notamment l'aide que peut apporter l'intelligence artificielle. Au sommaire également : le tour des plates-formes de l'été sur les phytosanitaires, l'assurance récolte, le plant biologique, les surfaces



consacrées au plant de pommes de terre en Europe.

Rendez-vous

Congrès de Fedepom à Tours

Le congrès de Fedepom aura lieu à Tours les 2 et 3 décembre. Deux thèmes principaux seront abordés : le marché de la pomme de terre et des condiments ; le bas carbone.

LES MARCHÉS PHYSIQUES

Cotations France (RNM)

En €/tonne

Marché français - Stade expédition - Semaine 39

Variétés de consommation courantes

Bintje France non lavée cat. II 40-75 mm filet 25 kg	nc.
Agata France lavée cat. I 50-75 mm carton 12,5 kg	550 (=)
Div.var.cons France non lavée cat.II 40-75 mm filet 25 kg	nc.
Div.var.cons France lavée cat.I 40-75 mm filet 10 kg consommation	320 (=)

Variétés à chair ferme

Charlotte France lavée cat.I +35mm filet 2,5kg	688 (↘)
Rouge France lavée cat. I + 35 mm filet 2,5 kg	752 (↘)

Marché français Bio-Stade expédition - Semaine 39

Conservation France biologique	1170 (↘)
--------------------------------	----------

Export-Stade expédition - Semaine 39

Agata lavée cat.I +40 mm filet 10 kg consommation	280 (=)
Agata France lavable cat.I 40-70 mm sac 1 tonne	nc.
Div.var.cons France lavable cat.I +45 mm sac 1 tonne	180
Div.var.cons France lavable cat.I 40-70 mm sac 1 tonne	190 (=)
Monalisa France lavable cat.I +45 mm sac 1 tonne	nc.
Rouge div.var.cons France lavable +45 mm sac 1 tonne	nc.

Rungis - Semaine 39

Charlotte France cat. I carton 12,5 kg	940 (↘)
Div. var. cons France lavée cat. I 40-70 mm sac 10 kg	450 (=)
Div. var. cons France non lavée cat. I 40-70 mm sac 10 kg	400 (=)

N.B.: entre parenthèses, la tendance du marché.

Indice mensuel des prix d'achat des moyens de production agricole (IPAMPA) base 100 en 2015

	Août 2021	Variation en % sur un an
Indice mensuel général	111,1	+ 10

Source : INSEE

Indice des prix des produits agricoles à la production (IPPAP) base 100 en 2015

	Août 2021	Variation en % sur un an
Pommes de terre	169,9	- 17

Source : INSEE

Cotations des courtiers assermentés - lavabilité 7.5, vrac nu, départ ferme (€/T)

	Semaines 37 et 38
Consommation polyvalente	175 (↘)
Chair ferme blanche	270 (↘)
Chair ferme rouge	410 (↘)

Source : Courtiers assermentés français

Indice des prix à la consommation (IPC) base 100 en 2015

	Août 2021	Variation en % sur un an
Pommes de terre	130,68	+ 9

Source : INSEE

Prix au détail en GMS - €/kg

	Semaine 39	Variation en % vs 2019
Conservation France lavée filet 5kg	0,73	- 17
Four, frites ou purée de conservation France filet 2,5kg	1,21	- 2
Vapeur ou rissolee de conservation France filet 2,5kg	1,33	- 4

Source : RNM

Cotations marchés étrangers

En €/tonne

Pays-Bas (cotation NAO + VTA) - Semaine 40

Frites 40 mm+	110-140 (=)
NAO Export 40 mm, vrac fritable	150-170 (=)

Belgique (Fiwap/PCA) - Semaine 40

Fontane, Challenger (tout venant 35 mm+, vrac, départ)	120 (=)
--	---------

Grande-Bretagne (Cours BPC) - Semaine 39

Prix moyen marché libre, départ ferme (sac ou vrac), toutes variétés	nc.
--	-----

Budget des ménages : un arbitrage inéluctable

Le commerce est un peu plus vigoureux depuis une quinzaine de jours au niveau national. Des animations s'organisent via les différents canaux de communication (publicité radio, prospectus, point de vente) pour attirer le client, avec la mise en lumière d'offres sur différents segments de produits (1,5 kg, 2 kg, 2,5 kg, 5 kg, offres bio). Les semaines à venir pourraient laisser place à une multiplication d'opérations de mises en avant, dans le rayon pommes de terre, en lien avec la montée des volumes récoltés (qui offrent plus de possibilités dans la réalisation de ces actions) et les températures automnales qui incitent à la dégustation de plats réconfortants (tels que gratin, purée, potages, soupes...).

Les récoltes, qui sont à leur finalisation sur les pommes de terre destinées au marché du frais, laissent présager un équilibre offre-demande, et ce quels que soient les segments culinaires, pendant toute la campagne.

Les tensions actuelles sur les prix (des matières premières, de l'énergie, et du transport maritime notamment) pourraient conduire les ménages à procéder à des arbitrages sur leurs budgets. Certains postes pourraient être révisés afin de compenser des hausses de coûts inéluctables (comme l'énergie). Concernant les denrées alimentaires, la forte hausse (déjà existante) que pourrait subir certains aliments, comme les pâtes alimentaires, entraînerait, par effet de transfert, des répercussions positives pour la pomme de terre fraîche. Sur le marché européen, les tensions sur le transport maritime (explosion des coûts des conteneurs et du fret maritime) pourraient modifier le jeu des flux de marchandises des pommes de terre à l'export. Les flux en provenance de Belgique et des Pays-Bas, qui étaient destinés au grand export, pourraient se reporter sur le marché européen. Cela aurait pour conséquence d'intensifier la concurrence auquel la France doit faire face sur les marchés européens.

Editeur CNIPT

43-45 rue de Naples

75008 Paris

Tél: 01 44 69 42 10

Fax: 01 44 69 42 11

Directrice de publication

Rédactrice en chef:

Florence Rossillion

Conception graphique:

Aymeric Ferry

Dépôt légal: à parution

ISSN n° 0991-3351

