



**Etude 2021
Usages & Attitudes
pommes de terre de primeur**

La pomme de terre de primeur : un produit de saison bien connu des Français

« La pomme de terre de primeur, Usages & Attitudes des Français, Etude 2021 Opinionway pour le CNIPT et FranceAgrimer »

CONTEXTE

Dans cette étude, il est question des pommes de terre entières, telles qu'on les trouve sur les étals des rayons fruits et légumes

MÉTHODOLOGIE

Étude réalisée auprès d'un échantillon de 1 027 individus représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. Echantillon interrogé en ligne sur système CAWI (Computer Assisted Web Interview)

Le terrain a été réalisé en France du 29 juin au 12 juillet 2021.

OBJECTIFS

- ✓ Faire un état des lieux des usages de la pomme de terre de primeur
- ✓ Déterminer le niveau de connaissance des Français (origine, saison, caractéristiques...)
- ✓ Evaluer l'image de la pomme de terre de primeur, ses forces et faiblesses par rapport aux autres légumes
- ✓ Mesurer les évolutions depuis la première étude de 2014.

94% des Français la connaissent et 92% estiment que c'est un vrai plaisir à consommer.

Ils lui attribuent la note de 8/10 devant les pâtes et le riz

La connaissance du produit a augmenté de 2 points par rapport à l'étude de 2019 et de 4 points par rapport à 2016.

Elle est reconnue pour :

- **Sa saisonnalité**

La **saisonnalité** des pommes de terre de primeur est bien identifiée **par les Français** : près de **6 personnes sur 10** parviennent à bien restituer **sa présence sur les étals d'avril à mi-août** (61%). Ceci est moins perceptible chez les jeunes : 47% chez les 18-24 ans et 53% chez les 25-34 ans.

- **Son aspect**

Pour **71% des Français**, la pomme de terre de primeur se caractérise par une peau peuleuse. Néanmoins, ils sont 19% à lui attribuer une peau épaisse et ce chiffre a augmenté de 3 points depuis 2019 et de 12 points depuis 2016.

- **Sa consommation rapide après achat :**

65% estiment que sa consommation rapide après l'achat est une caractéristique importante.

Une production française bien présente à l'esprit

C'est un légume dont l'origine France est majoritairement connue : **91%** des Français pensent que les pommes de terre de primeur commercialisées en France sont **produites en France**.

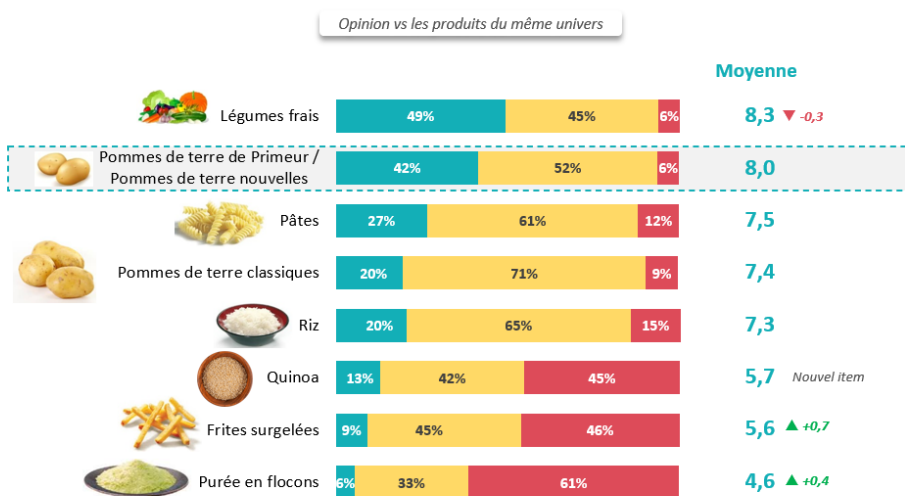
L'origine France ressort bien devant l'Espagne (31%), l'Italie (22%) et le Maroc qui perd 3 points depuis 2019 (17%).

87% des Français citent au moins une bonne région de production mais ne citent en moyenne que 2 régions, ce qui est limité au regard du nombre de bassins de production français.

Un produit de qualité mais des qualités nutritionnelles encore méconnues

La pomme de terre de primeur bénéficie, comme en 2019, d'une opinion très favorable auprès des consommateurs (moyenne de 8 sur 10), juste après les légumes frais.

C1 : Quelle note de 1 à 10 donneriez-vous aux produits suivants ? 10 signifiant que vous avez une opinion très favorable à l'égard de ce produit, 1 signifiant au contraire que vous en avez une opinion très défavorable. Les notes intermédiaires permettent de nuancer votre jugement.



Cette image très positive du produit découle de caractéristiques reconnues par le consommateur : produit de saison, de qualité, qui procure du plaisir et qui plaît à toute la famille. En revanche, ses qualités nutritionnelles sont encore méconnues (-4 points par rapport à 2019) et la pomme de terre de primeur est en léger recul d'image (-4 points) sur la diversité de recettes qu'elle permet de réaliser.

Les critères d'achat

L'envie du goût motive l'acte d'achat mais l'origine France est importante dans le choix des pommes de terre.

Les achats sont motivés par :

- 1-Le goût (65%)
- 3-La fraîcheur (42%)
- 2-La saisonnalité (41%)

Et au moment de les choisir, les Français sont attentifs à :

- 1-L'origine (69%) dont 25% pour l'origine France et 75% pour la région française
- 2-Le prix (57%)
- 3-L'aspect (56%)

Parmi les 74% attentifs à l'origine des pommes de terre de primeur au moment de les choisir, ils sont 73% à regarder la région française d'origine.

Néanmoins, l'origine du produit est primordiale chez le 50 ans et plus quand le type d'emballage est davantage une clé d'entrée pour les 18-34 ans.

Des acheteurs à conquérir chez les jeunes

Au moment de l'enquête, 62% des Français (+1 point par rapport à 2019) affirment avoir acheté des pommes de terre de primeur au cours des 12 derniers mois, dont 44% au cours des 4 dernières semaines. La part d'acheteurs est inférieure chez les jeunes : 20% seulement des 18-34 ans ont acheté des pommes de terre de primeur au cours des 12 derniers mois.

Parmi les formats les plus achetés, le 1 kg ressort majoritaire (à 39%) suivi par le 1,5 kg (16%), le 2,5 kg (16%) et le 500 g (13%).

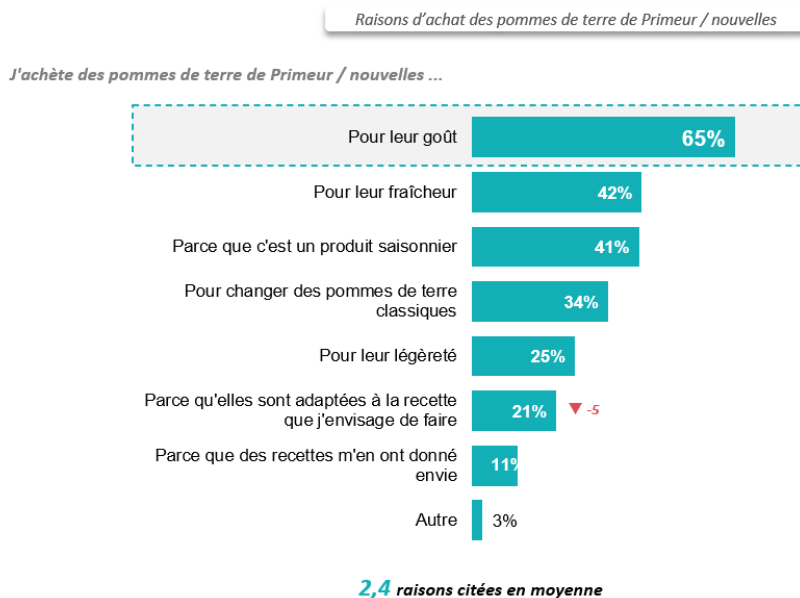
Les Français achètent des pommes de terre de primeur pour :

- Leur goût (65%)
- Leur fraîcheur (42%)

- Leur saisonnalité (41%).

En revanche, la motivation d'achat liée à une recette adaptée perd 5 points.

B3 : Pour quelles raisons achetez-vous des Pommes de terre de Primeur / Pommes de terre nouvelles en général ?



La pomme de terre de primeur du futur

Les Français déclarent qu'ils achèteraient plus de pommes de terre de primeur si :

- Le prix était plus accessible (à 33%, en baisse de 9 points par rapport à 2019),
- La conservation plus facile (à 15%, en hausse de 5 points),
- La présence en magasins plus importante (à 12%).

Parmi les non acheteurs, 14% affirment que leur magasin habituel n'en proposait pas (+5 points par rapport à 2014).

Les recommandations et l'analyse des résultats

La pomme de terre de primeur séduit toujours les Français puisque 62% en ont acheté et 50% sur la période de pleine présence en magasin (début juin à début juillet). Cette part d'acheteurs est stable depuis 2016, ce qui montre un attachement durable pour un produit apprécié pour son goût, sa fraîcheur et son caractère saisonnier. Le prix reste un frein majeur à un achat plus fréquent ainsi que l'absence de besoin (35% ; + 5points) et le manque de présence à l'esprit (32%). Une plus grande disponibilité serait un levier important à un achat plus fréquent. D'autres leviers doivent être activés et des travaux sont déjà entrepris au niveau collectif et individuel pour renforcer la présence à l'esprit et la fréquence de consommation.

D'après les résultats de cette étude, OpinionWay préconise de continuer de valoriser le goût et le plaisir et de mettre en avant les qualités nutritionnelles, la praticité à préparer et la multitude de recettes réalisables autour de la pomme de terre de primeur, notamment auprès des jeunes. Toutefois, il ne faut pas négliger la cible des 35-50 ans qui ont un rôle clé dans la transmission auprès des futures générations.

Ali KARACOBAN - CNIPT