

## **Recul des achats sur ce début d'année**

**Achats des ménages sur la période P01 :  
Du 27 décembre 2021 au 23 janvier 2022**

**Qualité, prix, contrecoup post covid, expectative des clients dans une période où le pouvoir d'achat redevient une préoccupation majeure...les planètes sont mal alignées et cela se ressent dans le comportement des acheteurs.**

**Les derniers chiffres publiés par le panel Kantar, pour la période P01 du 27 décembre 2021 au 23 janvier 2022, montrent des achats en recul de 12 % (en volume) par rapport à l'année N-1. Une nuance est à apporter, en comparaison à l'année N-2, où les achats sont stables sur la période.**

Dans le détail des chiffres :

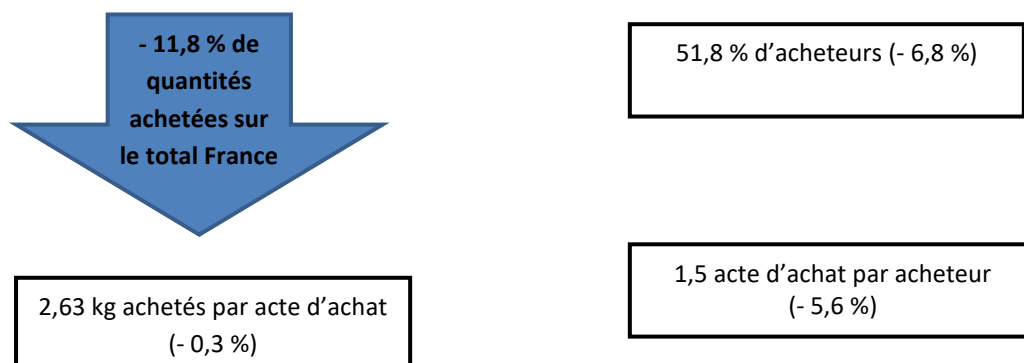
- Les acheteurs de pommes de terre ont été moins nombreux sur cette période (- 7 %), avec un panier moyen relativement stable en volume, et des achats moins fréquents (- 5,6 %).
- Les opérations de mises en avant - via les prospectus des enseignes - sont restées vives (+ 9 % en nombre de références, avec des articles vendus en moyenne à 0,79 €/kg).
- Le recul des achats, par rapport à l'année N-1, s'observe sur l'ensemble des circuits de distribution : - 11 % dans les hypers, - 17 % dans le commerce de proximité, - 29 % dans les marchés... Par rapport à l'année N-2, en revanche, une progression des volumes est enregistrée dans les supermarchés (+ 4 %), les Enseignes à dominante marques propres (composées principalement de Lidl et Aldi), en hausse de 1 %, le drive (+ 26 %), et les circuits spécialisés (+ 4 %).
- Dans l'analyse des formats, les pommes de terre vendues entre 1 et 2 kg poursuivent sur une tendance positive par rapport à l'année N-2 (+ 51 %).
- Le prix des pommes de terre achetées sur la période, de 1,07 €/kg en GMS, sont en augmentation de 6 % par rapport à l'année N-1.
- Les autres familles de produits (dans des rayons comparables) connaissent également une tendance baissière des achats, par rapport à l'année N-1 : - 7 % pour les légumes, - 7 % pour les légumes transformés, - 1 % pour les pommes de terre transformées.

Contact presse : Sabrina Adam – [sadam@cnipt.com](mailto:sadam@cnipt.com) – Tél : 01 44 69 42 17

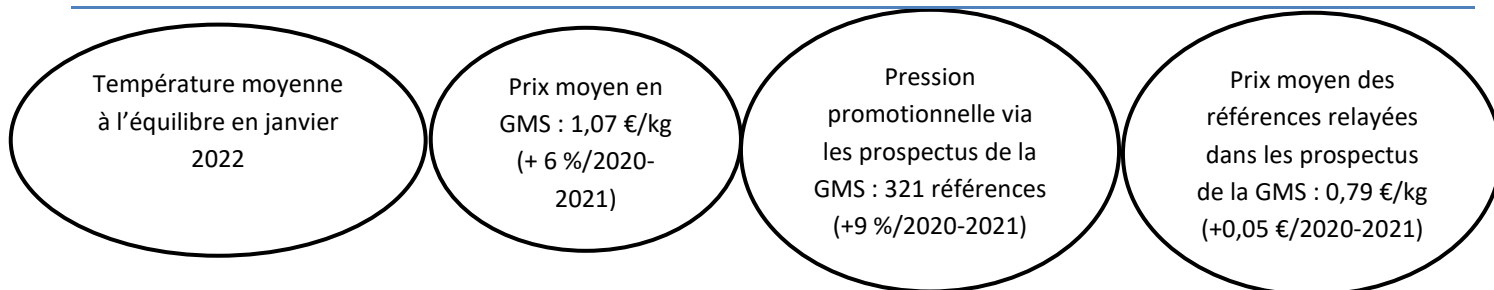
Contact information économique : Ali Karacoban – [akaracoban@cnipt.com](mailto:akaracoban@cnipt.com) – Tél : 01 44 69 42 24



# Chiffres clés Pommes de terre fraîches (P01 : du 27 décembre 2021 au 23 janvier 2022)

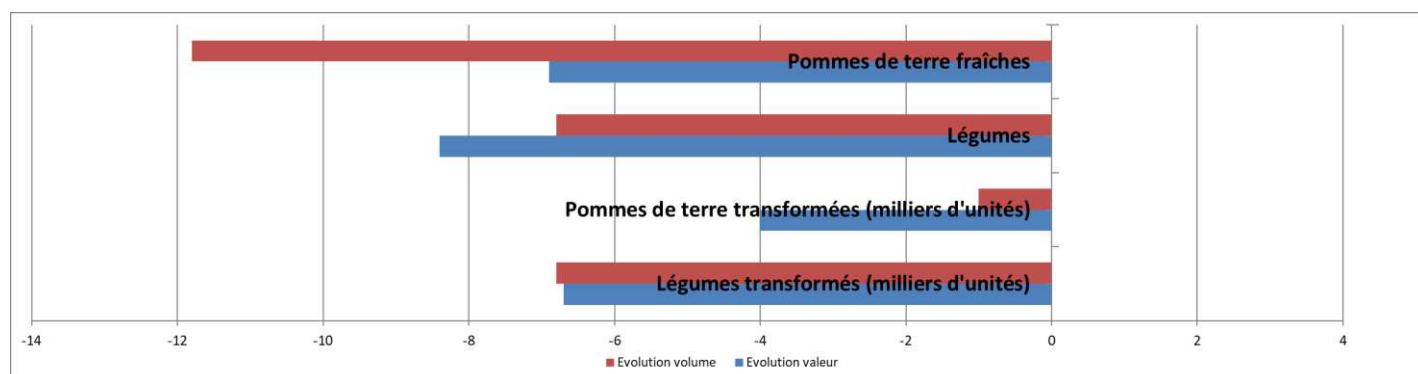


## Drivers à l'achat



## Evolutions par famille de produits

Evolution annuelle des achats sur la période P01, du 27 décembre 2021 au 23 janvier 2022, par rapport à la même période de l'année précédente, sur différentes catégories de produits (total France, tous circuits de distribution) en % :



Source des données : KantarWorldPanel pour les données de consommation ; MeteoFrance pour les températures du mois ; A3Distrib pour les données des prospectus (relayés au niveau national ou régional) de la GMS



## Evolution des achats des ménages

Données sur la période du 27 décembre 2021 au 23 janvier 2022

	Quantités achetées (évolution en % vs N-1)			Evolution quantités achetées en % vs N-2	PDM vol	
	2019-20	2020-21	2021-22	2021-22 vs 2019-20	2019-20	2020-21
<b>Total France</b>	-3,65	13,3	-11,79	=	100%	100%
<b>Total Circuits généralistes (GMS)</b>	-2,7	11,8	-11,3	-1,0	82,1%	80,7%
dont hypermarchés	-4,1	5,6	-10,8	-6,0	36,9%	36,6%
dont supermarchés	-1,3	11,6	-7,0	4,0	19,0%	17,8%
dont Enseignes à dominante marques propres (EDMP)	-5,5	14,5	-11,7	1,0	15,6%	15,7%
dont proximité	2,2	13,2	-17,3	-6,0	5,9%	5,3%
dont online	14,5	61,9	-22,0	26,0	4,8%	5,3%
<b>Total Circuits spécialisés</b>	-8,1	20,9	-13,9	4,0	17,9%	19,3%
dont détaillants primeurs	ns	ns	ns	ns	4,7%	4,7%
dont grandes surf. frais	ns	ns	ns	ns	2,9%	3,5%
dont marchés			-29,0	-22,0	5,0%	5,4%
dont magasins bio	ns	ns	ns	ns	0,6%	0,6%
dont vente directe	ns	ns	ns	ns	3,5%	3,8%
dont autres spécialisés	ns	ns	ns	ns	1,2%	1,3%

ns : non significatif (taille de clientèle insuffisante, <5%)

En GMS	Quantités achetées en GMS (évolution en % vs N-1)			Evolution quantités achetées en % vs N-2	PDM vol	
	2019-20	2020-21	2021-22	2021-22 vs 2019-20	2019-20	2020-21
<b>Total pommes de terre</b>	-2,7	11,8	-11,3	-1,0	100%	100%
<b>Total produits conditionnés</b>	-2,4	13,0	-10,9	1,0	92,5%	93,2%
Moins de 1 kg	7,2	5,0	9,5	15,0	1,4%	1,5%
Entre 1 et 2 kg	20,7	79,7	-15,8	51,0	11,6%	17,6%
dont 2,5 kg	-5,6	-2,2	-7,6	-10,0	50,8%	45,1%
dont 5kg	-6,6	17,7	-24,0	-11,0	17,9%	18,6%
dont plus de 5 kg	-6,7	3,8	8,9	13,0	9,7%	9,4%
Autres conditionnés	ns	ns	ns	ns	1,1%	1,0%
<b>Vrac</b>	-5,8	-4,1	-17,2	-21,0	7,5%	6,8%

En GMS	Prix moyen en GMS (évolution en % vs N-1)			Prix moyen en GMS (en €/kg)		
	2019-20	2020-21	2021-22	2019-20	2020-21	2021-22
<b>Total Circuits généralistes (GMS)</b>	-0,4	-4,9	6,0	1,06	1,01	1,07
dont hypermarchés	-1,8	-4,7	6,7	1,02	0,97	1,04
dont supermarchés	-2,3	-4,9	0,7	1,12	1,06	1,07
dont Enseignes à dominante marques propres (EDMP)	1,6	-2,9	6,5	0,96	0,94	1,00
<b>Total produits conditionnés</b>	-0,9	-4,6	6,4	1,02	0,98	1,04
Moins de 1 kg	10,3	-1,3	7,3	2,26	2,23	2,40
Entre 1 et 2 kg	-0,9	-20,5	10,1	1,59	1,26	1,39
dont 2,5 kg	-2,6	0,7	1,9	1,11	1,12	1,14
dont 5kg	-8,6	-10,9	15,2	0,67	0,60	0,69
dont plus de 5 kg	-2,7	-15,6	9,3	0,4	0,4	0,4
<b>Vrac</b>				1,53	1,49	1,55



**Evolution des achats des ménages**  
Données sur la période du 9 août 2021 au 23 janvier 2022

	Quantités achetées (évolution en %)			Evolution quantités achetées en % vs N-2	PDM vol	
	2019-20	2020-21	2021-22	2021-22 vs 2019-20	2019-20	2020-21
<b>Total France</b>	-3,6	9,5	-13,64	-5,42	100%	100%
<b>Total Circuits généralistes (GMS)</b>	-3,5	7,5	-12,3	-5,8	82,1%	80,7%
dont hypermarchés	-2,9	3,8	-10,3	-7,0	36,9%	36,6%
dont supermarchés	-4,1	4,1	-13,0	-9,4	19,0%	17,8%
dont Enseignes à dominante marques propres (EDMP)	-3,5	7,3	-14,5	-8,3	15,6%	15,7%
dont proximité	-10,3	13,1	-18,8	-8,2	5,9%	5,3%
dont online	3,3	54,4	-12,9	34,5	4,8%	5,3%
<b>Total Circuits spécialisés</b>	-3,9	18,6	-19,0	-3,9	17,9%	19,3%
dont détaillants primeurs	-3,8	10,6	-21,1	-12,7	4,7%	4,7%
dont grandes surf. frais	ns	ns	ns	ns	2,9%	3,5%
dont marchés	-7,6	6,2	-19,3	-14,4	5,0%	5,4%
dont magasins bio	ns	ns	ns	ns	0,6%	0,6%
dont vente directe	ns	ns	ns	ns	3,5%	3,8%
dont autres spécialisés	ns	ns	ns	ns	1,2%	1,3%

ns : non significatif (taille de clientèle insuffisante, <5%)

En GMS	Quantités achetées en GMS (évolution en %)			Evolution quantités achetées en % vs N-2	PDM vol	
	2019-20	2020-21	2021-22	2021-22 vs 2019-20	2019-20	2020-21
<b>Total pommes de terre</b>	-3,5	7,5	-12,3	-5,8	100%	100%
<b>Total produits conditionnés</b>	-2,5	8,4	-12,2	-4,9	92,5%	93,2%
Moins de 1 kg	4,2	-9,8	10,0	-0,7	1,4%	1,5%
Entre 1 et 2 kg	23,7	45,9	3,4	50,8	11,6%	17,6%
dont 2,5 kg	-8,4	-1,2	-13,1	-14,1	50,8%	45,1%
dont 5kg	-10,3	19,7	-20,8	-5,1	17,9%	18,6%
dont plus de 5 kg	15,1	-3,6	-16,0	-19,0	9,7%	9,4%
Autres conditionnés					1,1%	1,0%
<b>Vrac</b>	-14,1	-3,9	-13,2	-17,0	7,5%	6,8%

En GMS	Prix moyen en GMS (évolution en %)			Prix moyen en GMS (en €/kg)		
	2019-20	2020-21	2021-22	2019-20	2020-21	2021-22
<b>Total Circuits généralistes (GMS)</b>	5,4	-7,3	7,8	1,12	1,04	1,12
dont hypermarchés	10,1	-7,5	9,0	1,16	1,07	1,17
dont supermarchés	3,4	-7,5	9,0	1,16	1,07	1,17
dont Enseignes à dominante marques propres (EDMP)	5,2	-6,2	10,1	0,99	0,93	1,02
<b>Total produits conditionnés</b>	5,6	-7,2	8,0	1,08	1,01	1,09
Moins de 1 kg	15,1	6,4	2,3	2,36	2,51	2,57
Entre 1 et 2 kg	0,0	-12,3	1,0	1,62	1,42	1,43
dont 2,5 kg	6,3	-4,6	4,0	1,21	1,15	1,20
dont 5kg	5,1	-15,5	8,3	0,74	0,62	0,68
dont plus de 5 kg	0,7	-15,4	13,1	0,4	0,4	0,4
<b>Vrac</b>	7,7	-5,1	6,9	1,62	1,54	1,64