

Des achats qui temporisent sur la P13

Achats des ménages sur la période P13 :
Du 27 novembre 2023 au 24 décembre 2023

Source : analyse CNIPT (chiffres Kantar/myworldpanel)

Les achats en pommes de terre en l'état, de la part des ménages français, sont en augmentation de 0,7 % vs N-1 (en volume) sur la période mensuelle, du 27 novembre 2023 au 24 décembre 2023, dans le global distribution, mais en baisse de 1,8 % en GMS.

Sur cette période P13, ce sont les circuits spécialisés qui tirent leur épingle du jeu, avec une hausse des quantités achetées de 12,9 % par rapport à l'année dernière. Côté GMS, ce sont les magasins de proximité et, dans une moindre mesure, les enseignes à dominante marques propres (EDMP) qui souffrent, avec une baisse respectivement de 22,3 % et de 5,7 % vs N-1.

Période après période, le constat est le même : le glissement des formats vers les plus petits emballages se poursuit : + 29,6 % vs N-1 pour le format de moins de 1 kg (+ 24,1 % pour le format de 1 à 2 kg), a contrario - 30,4 % pour le 2,5 kg vs N-1, illustrant le changement de format chez certains acteurs de la distribution. Du côté des emballages plus importants, la tendance au développement des achats sur les formats de 5 kg se confirme (+ 23 % vs N-1). Les achats en vrac sont baissiers sur la période, à - 5,9 %.

Le prix moyen des pommes de terre achetées, sur cette période mensuelle, s'établit à 1,27 €/kg, un niveau légèrement supérieur au prix moyen sur la même période en 2022 (+ 3,2 %).

En cumul, depuis le début de la campagne 2023-2024, soit de la période du 7 août 2023 au 24 décembre 2023, les achats des ménages baissent en volume de 2,9 % vs N-1 (- 2,1 % en GMS) mais restent au-dessus de leur niveau de N-2, de 3,3 % (+ 2,3 % en GMS).

Les quantités achetées sur les emballages de 2,5 kg baissent de 22,2 % sur un an et c'est le format de 1 à 2 kg qui se développe le plus (+ 28,2 %).

Le prix moyen s'élève à 1,33 €/kg (1,28 €/kg pour le préemballé et 2,10 €/kg pour le vrac). L'inflation, pour le consommateur, en GMS, est donc de 9,9 % sur les cinq premiers mois de la campagne. La pomme de terre reste un produit accessible à tous.