

Des achats en baisse sur P01

**Achats des ménages sur la période P01 :
Du 25 décembre 2023 au 21 janvier 2024**

Source : analyse CNIPT (chiffres Kantar/myworldpanel)

Les achats de pommes de terre en l'état, de la part des ménages français, sont en baisse de 2,4 % vs N-1 (en volume) sur la période mensuelle, du 25 décembre 2023 au 21 janvier 2024, dans le global distribution, mais stables (+ 0,2 %) en GMS.

Sur cette période P01, ce sont les circuits spécialisés qui souffrent particulièrement (alors que, sur la précédente période, ils avaient tiré leur épingle du jeu), avec une baisse des quantités achetées de 13,5 % 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 12,5 % et de 4 % vs N-1.

Période après période, le constat est le même : le glissement des formats vers les plus petits emballages se poursuit : + 26,1 % vs N-1 pour le format de moins de 1 kg (+ 12,3 % pour le format de 1 à 2 kg), a contrario – 23,8 % 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 (+ 19,6 % vs N-1). Les achats en vrac sont baissiers sur la période, à - 4 %.

Le prix moyen des pommes de terre achetées, sur cette période mensuelle, s'établit à 1,24 €/kg, un niveau légèrement supérieur au prix moyen sur la même période en 2022 (+ 5,2 %).

En cumul, depuis le début de la campagne 2023-2024, soit de la période du 7 août 2023 au 21 janvier 2024, les achats des ménages baissent en volume de 3,2 % vs N-1 (- 1,8 % en GMS) mais restent au-dessus de leur niveau de N-2, de 1,9 % (+ 1,3 % en GMS).

Les quantités achetées sur les emballages de 2,5 kg baissent de 22,4 % sur un an et c'est le format de 1 à 2 kg qui se développe le plus (+ 23,5 %).

Le prix moyen s'élève à 1,32 €/kg (1,26 €/kg pour le préemballé et 2,08 €/kg pour le vrac). L'inflation, pour le consommateur, en GMS, est donc de 9,1 % sur les six premiers mois de la campagne. La pomme de terre reste un produit accessible à tous.