



Principaux résultats de l'étude CREDOC

1. PARTIE CONTEXTE

Résistance de l'alimentation en 2013

Deuxième récession en 2012-2013 :

- Diminution inédite du pouvoir d'achat par ménage de -1,9% en 2012
- Consommation totale par ménage en baisse de 1,4% en 2012

Dépenses alimentaires stabilisées après la chute de 2008-2009 :

- Baisse inédite en 2008 en euros constants par habitant (-0,9%) puis stabilisation
- Mise en place d'une frugalité alimentaire pour une personne sur quatre
- Le « trading down » diminue en raison de la mise en place de la LME

Le modèle alimentaire français renforcé par la crise – cocooning et fait maison ...

Le modèle alimentaire français (structure du repas, horaires précis, repas à table et ensemble) toujours pratiqué se consolide :

- La durée du dîner se stabilise en semaine et le week-end
- Le dîner sans heure fixe reste une exception
- Le dîner reste un moment privilégié des retrouvailles du foyer
- La convivialité et le partage une valeur sûre
- Le menu commun reste un pilier de la convivialité
- Les sauts de repas se stabilisent en 2013

2. PARTIE RESULTATS

2.1 Les consommateurs de Pommes de terre en France en 2013

- Baisse des volumes de Pommes de terre au total, chez les enfants comme chez les adultes

Par catégorie :

Enfants : baisse de volume pour toutes les catégories (Frites, Purées, Dauphines et Autres), sauf Chips

Adultes : baisse de volume des Frites et Purées, augmentation pour Dauphines et Chips, stable Autres

Industriel / Maison :

Enfants : baisse de volume pour le fait maison et l'industriel sur toutes les catégories, excepté Dauphines industrielles



Adultes : volume relativement stable des Pdt industrielles, sur toutes les catégories, forte baisse du volume des Frites Maison. La part du fait maison dans toutes les catégories Pdt augmente entre 2010 et 2013 chez les adultes.

Le principal facteur explicatif de cette baisse de volume de Pommes de terre au total : une perte de consommateurs (98% d'enfants consommateurs en 2003 - 92% en 2013 / respectivement 92% - 88% adultes)

Par catégorie :

Enfants : perte de consommateurs pour toutes les catégories (Frites, Purées, Dauphines et Autres), sauf Chips

Adultes : perte de consommateurs pour toutes les catégories (Frites, Purées, Dauphines et Autres), sauf Chips

Chez les consommateurs, la fréquence de consommation et la quantité consommée à chaque acte (portion) sont relativement stables depuis 2003.

2.2 Le contexte de la consommation de Pommes de terre

La consommation de Pommes de terre est concentrée aux repas principaux : environ 60% au déjeuner et 40% au dîner.

Seule la consommation de Chips est plus déconcentrée : 23% à l'apéritif chez les enfants, 45% chez les adultes.

La consommation de Pommes de terre se fait en grande majorité à domicile : 73% chez les enfants et 77% chez les adultes.

Seule la consommation de Frites se fait davantage hors domicile : 13% et 14% au fast-food chez les enfants et les adultes respectivement, et 13% au restaurant chez les adultes

2.3 La contribution des Pommes de terre aux apports nutritionnels

En moyenne chez les enfants, les Pommes de terre contribuent à 3,9% à l'Apport Energétique Totale et 3,6% chez les adultes.

Elles sont un bon contributeur en glucides totaux, en amidon (3e enf -2e ad), en fibres (6e enf-5e ad), en vitamines B1 (9e enf-11e ad), B3 (7e end-9e ad), B5 (9e enf-6e ad), B6 (5e end-4e ad), C (7e end=f-6e ad) et E (5e enf-8e ad) et en potassium (4e enf-5e ad) et cuivre (8e chez les enfants).

NB: rang donné à titre indicatif, il dépend de la nomenclature utilisé et de son niveau de détail.

2.4 Profil sociodémographique des consommateurs de Pommes de terre

La proportion d'enfants consommateurs de Frites, de Purées et de Chips est plus élevée chez les PCS – (ouvriers, employés, faible niveau de diplôme...), l'inverse s'observe pour les Pdt Dauphines et Autres.



La proportion d'enfants consommateurs de Frites est plus élevée dans le Nord, celle de Purées dans le BP Est.

La proportion de consommateurs adultes de Frites et de Chips est plus élevée chez les hommes jeunes (15-24 ans), celle d'Autres Pdt chez les plus âgés (65 ans et plus).

La proportion de consommateurs adultes de Frites est plus élevée chez les PCS-, de Chips chez les inactifs, celle d'Autres Pdt chez les foyers à hauts revenus.

La proportion d'adultes consommateurs de Frites est plus élevée dans le Nord, celle de Purées dans le BP Est et celle de Pdt Dauphines dans le Sud-Est ou l'Ouest de la France.

2.5 Profil alimentaire des consommateurs de Pommes de terre

Les grands consommateurs enfants de Pdt consomment plus de féculents (pâtes, sandwiches) et de produits carnés (viande et charcuterie).

Les grands consommateurs adultes de Pdt consomment plus de féculents (riz & semoule, pain & biscottes), de produits carnés (viande, volailles & gibiers et charcuterie), de matières grasses, de sauce et de fromages.

2.6 Profil nutritionnel des consommateurs de Pommes de terre

Les grands consommateurs enfants et adultes de Pommes de terre ont un apport énergétique plus élevé, des apports en vitamines B et minéraux plus élevés.

3. CONCLUSIONS

Légère baisse des consommations de Pommes de terre (total) depuis 10 ans, liée à une perte de consommateurs.

La filière (total Pommes de terre) n'est pas sensible à l'âge, ni à la génération. Des transferts se font entre les catégories de Pommes de terre : les plus jeunes consomment davantage de Frites, les plus âgés les Autres Pdt.

Des consommations centralisées autour des repas principaux, ne subissent donc pas la simplification des repas chez les jeunes générations.

Une filière qui bénéficie du contexte favorable au plaisir dans l'alimentation et de la montée des attentes en matière de production locale, régionale ou nationale.