

## Belle progression des achats des ménages

**Bilan des achats des ménages -  
Campagne 2019-2020 (en cumul) :  
période du 12 août 2019 au 9 août 2020**

**La campagne 2019-2020 est caractérisée par une forte croissance annuelle des achats des ménages (7,5% en volume et 5,7% en valeur) favorisée par l'effet d'une hausse de la consommation alimentaire à domicile pendant le confinement.**

### Un tournant dès mars

Les fortes chaleurs de la fin de la période estivale ne favorisent pas la consommation de pommes de terre. Septembre fait naître quelques épisodes de fraîcheur, entraînant ainsi une légère accélération des achats. Les achats sont ensuite fortement pénalisés par les températures extrêmement douces, et ce durant toute la période automnale, puis hivernale. Les mouvements sociaux de décembre affectent également le commerce dans les principaux points névralgiques du pays.

Le confinement, démarré en mars, provoque un renversement historique des comportements. Les achats augmentent significativement afin de couvrir à un nombre de repas plus important pris à domicile et ce pour l'ensemble du ménage et pour toute la semaine. Les comportements se normalisent avec la fin du confinement. Cependant, le produit ne connaît pas de désaffection auprès du consommateur d'autant que les offres de saison, avec les primeurs, s'étoffent et se multiplient dans les rayons et ce dès la mi-mai.

### Engouement sur les produits conditionnés

La situation sanitaire profite aux achats de produits conditionnés, en hausse annuelle de 9,5% en volume sur la campagne 2019-20, alors que le vrac perd 6,6%. Les produits conditionnés permettent d'ailleurs de recruter de nouveaux acheteurs (+1,3 point sur le global). Les prix sont restés stables durant la campagne 2019-20, même lors de l'envolée de la demande, pour s'établir en moyenne à 1,17 € le kilo sur le global distribution (1,15 € le kilo en moyenne en GMS).

### Forte dynamique du drive

Le commerce en ligne a été fortement plébiscité par les acheteurs dès le début du confinement. Les quantités achetées progressent ainsi de 46,5% sur un an. Le drive est le circuit le plus dynamique durant cette campagne 2019-20, avec des parts de marché en hausse de 2 points en volume (sur le périmètre de la GMS) et un nombre d'acheteurs en hausse de 5,7 points (soit 1,6 million de nouveaux acheteurs).

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

Campagne 2019-2020 (en cumul) : période du 12 août 2019 au 9 août 2020



2,58 kg achetés par acte d'achat (+3,5 %)

93 % d'acheteurs (+1,4 %)

11,1 actes d'achat par acheteur (+1,8 %)

## Drivers à l'achat

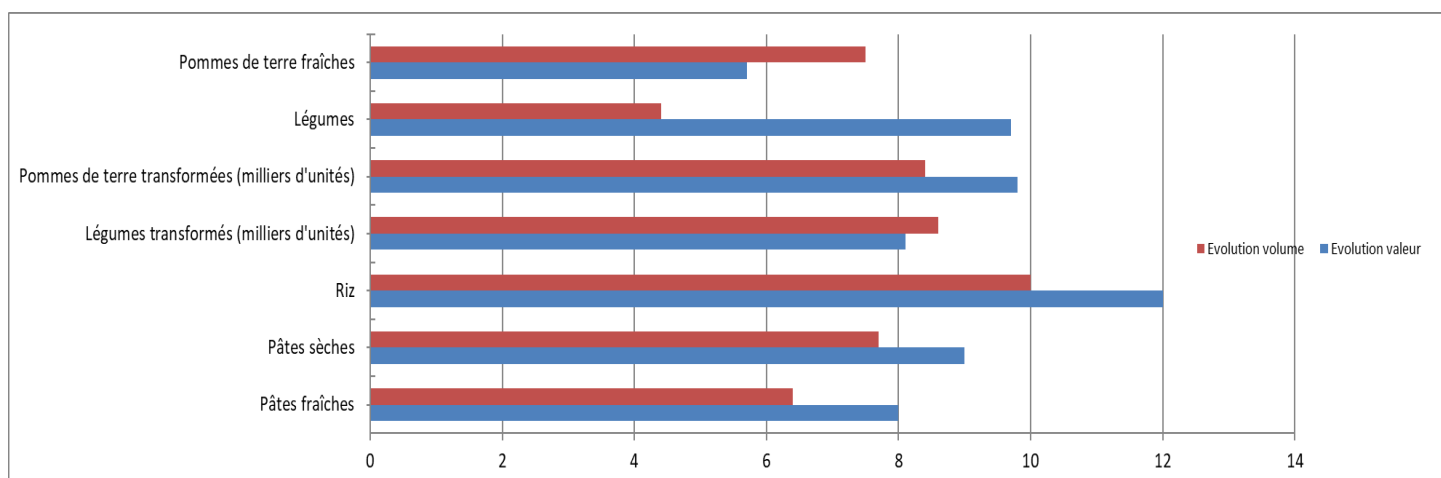
Prix moyen en GMS :  
1,15 €/kg  
(-2,4 %/2018-2019)

Pression promotionnelle via les prospectus de la GMS:  
2931 références  
(+3,1 %/2018-2019)

Prix moyen des promotions relayées dans les prospectus de la GMS : 0,95 €/kg  
(-0,06 €/2018-2019)

## Mouvements par famille de produits

Evolution annuelle des achats sur la campagne 2019-2020 en cumul (vs à la campagne 2018-2019) sur différentes catégories de produits (total France, tous circuits de distribution) en % :



Source des données : KantarWorldPanel pour les données de consommation ; 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 12 août 2019 au 9 août 2020

Source KantarWorldpanel  
(achats des ménages pour une conso à domicile)

	Quantités achetées (évolution en %)			PDM vol	
	2017-18	2018-19	2019-20	2018-19	2019-20
<b>Total France</b>	<b>0,3</b>	<b>-0,82</b>	<b>7,5</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>Total Circuits généralistes (GMS)</b>	<b>0,7</b>	<b>-1,4</b>	<b>8,1</b>	<b>82%</b>	<b>82%</b>
dont hypermarchés	-1,6	0,7	3,2	38%	37%
dont supermarchés	3,2	-7,8	9,2	19%	19%
dont Enseignes à dominante marques propres (EDMP)	2,2	-0,4	7,9	16%	16%
dont proximité	1,6	3,3	14,1	6%	6%
dont online	5,7	2,1	46,5	4%	5%
<b>Total Circuits spécialisés</b>	<b>-1,4</b>	<b>1,8</b>	<b>4,9</b>	<b>18%</b>	<b>18%</b>
dont détaillants primeurs	-3,8	7,8	7,4	5%	5%
dont grandes surf. frais	ns	ns	ns	3%	3%
dont marchés	-10,1	4,9	-8,1	6%	5%
dont magasins bio	ns	ns	ns	1%	1%
dont vente directe	ns	ns	ns	3%	4%
dont autres spécialisés	ns	ns	ns	1%	1%

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

En GMS	Quantités achetées en GMS (évolution en %)			PDM vol	
	2017-18	2018-19	2019-20	2018-19	2019-20
<b>Total pommes de terre</b>	<b>0,7</b>	<b>-1,4</b>	<b>8,1</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>Total produits conditionnés</b>	<b>2,0</b>	<b>-1,6</b>	<b>9,5</b>	<b>91%</b>	<b>92%</b>
Moins de 1 kg	2,2	27,9	-2,0	2%	1%
Entre 1 et 2 kg	6,8	9,1	23,7	10%	11%
2,5 kg	3,4	1,4	4,2	53%	51%
5 kg	-2,8	1,0	4,3	18%	18%
Plus de 5 kg	1,1	-31,8	40,0	7%	10%
<b>Vrac</b>	<b>-11,2</b>	<b>1,1</b>	<b>-6,6</b>	<b>9%</b>	<b>8%</b>

En GMS	Prix moyen en GMS (évolution en %)			Prix moyen en GMS (en €/kg)		
	2017-18	2018-19	2019-20	2017-18	2018-19	2019-20
<b>Total Circuits généralistes (GMS)</b>	<b>-18,7</b>	<b>35,3</b>	<b>-2,4</b>	<b>0,87</b>	<b>1,17</b>	<b>1,15</b>
dont hypermarchés	-18,3	34,7	-3,4	0,87	1,17	1,13
dont supermarchés	-18,5	33,2	-3,1	0,94	1,26	1,22
dont Enseignes à dominante marques propres (EDMP)	-20,2	46,0	-2,2	0,69	1,01	0,99
<b>Total produits conditionnés</b>	<b>-19,1</b>	<b>37,2</b>	<b>-1,8</b>	<b>0,82</b>	<b>1,13</b>	<b>1,11</b>
Moins de 1 kg	-8,8	14,9	11,2	2,17	2,49	2,77
Entre 1 et 2 kg	-7,3	15,2	-2,6	1,45	1,67	1,62
2,5 kg	-22,0	36,2	-0,5	0,90	1,22	1,22
5 kg	-23,9	42,4	-2,3	0,53	0,75	0,73
Plus de 5 kg	-27,1	47,8	-4,2	0,30	0,45	0,43
<b>Vrac</b>	<b>-11,6</b>	<b>22,1</b>	<b>-2,9</b>	<b>1,36</b>	<b>1,66</b>	<b>1,61</b>



## Evolution des achats des ménages

### Données sur la période du 13 juillet 2020 au 9 août 2020

Source KantarWorldpanel  
(achats des ménages pour une conso à domicile)

	Quantités achetées (évolution en %)			PDM vol	
	2017-18	2018-19	2019-20	2018-19	2019-20
<b>Total France</b>	-0,1	-5,68	6,5	100%	100%
<b>Total Circuits généralistes (GMS)</b>	-2,2	-6,2	7,1	82%	82%
dont hypermarchés	-4,2	-3,3	3,8	38%	37%
dont supermarchés	11,0	-19,5	7,2	19%	19%
dont Enseignes à dominante marques propres (EDMP)	-7,6	13,0	-8,4	16%	16%
dont proximité	-18,3	-22,7	53,2	6%	6%
dont online	9,5	-5,6	59,1	4%	5%
<b>Total Circuits spécialisés</b>	9,6	-3,4	3,8	18%	18%
dont détaillants primeurs	0,9	-1,3	23,8	5%	5%
dont grandes surf. frais	ns	ns	ns	3%	3%
dont marchés	5,1	-7,4	-5,7	6%	5%
dont magasins bio	ns	ns	ns	1%	1%
dont vente directe	ns	ns	ns	3%	4%
dont autres spécialisés	ns	ns	ns	1%	1%

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

En GMS	Quantités achetées en GMS (évolution en %)			PDM vol	
	2017-18	2018-19	2019-20	2018-19	2019-20
<b>Total pommes de terre</b>	-2,2	-6,2	7,1	100%	100%
<b>Total produits conditionnés</b>	0,2	-7,7	9,1	91%	92%
Moins de 1 kg	12,8	-18,0	21,3	2%	1%
Entre 1 et 2 kg	-8,2	11,5	21,7	10%	11%
dont 2,5 kg	1,8	2,1	-5,6	53%	51%
dont 5kg	1,1	-36,5	37,2	18%	18%
dont plus de 5 kg	ns	ns	ns	7%	10%
<b>Vrac</b>	-20,4	7,6	-9,2	9%	8%

NB : nouvelle nomenclature créée par Kantar pour les formats en moins de 2,5 kg (à la demande du CNIPT)

En GMS	Prix moyen en GMS (évolution en %)			Prix moyen en GMS (en €/kg)		
	2017-18	2018-19	2019-20	2017-18	2018-19	2019-20
<b>Total Circuits généralistes (GMS)</b>	-3,9	42,5	-12,4	1,10	1,57	1,37
dont hypermarchés	-6,2	46,8	-16,2	1,08	1,59	1,33
dont supermarchés	-4,5	35,5	-8,0	1,24	1,68	1,54
dont Enseignes à dominante marques propres (EDMP)	3,2	54,5	-7,8	0,88	1,35	1,25
<b>Total produits conditionnés</b>	-3,8	43,3	-11,6	1,05	1,50	1,33
Moins de 1 kg	4,1	29,3	-14,1	2,47	3,20	2,75
Entre 1 et 2 kg	13,2	14,7	-5,6	1,63	1,87	1,76
dont 2,5 kg	-5,2	40,2	-7,4	1,09	1,53	1,42
dont 5kg	-14,1	57,0	-12,3	0,62	0,98	0,86
dont plus de 5 kg	ns	ns	ns	ns	ns	ns
<b>Vrac</b>	1,9	31,7	-14,0	1,58	2,08	1,79