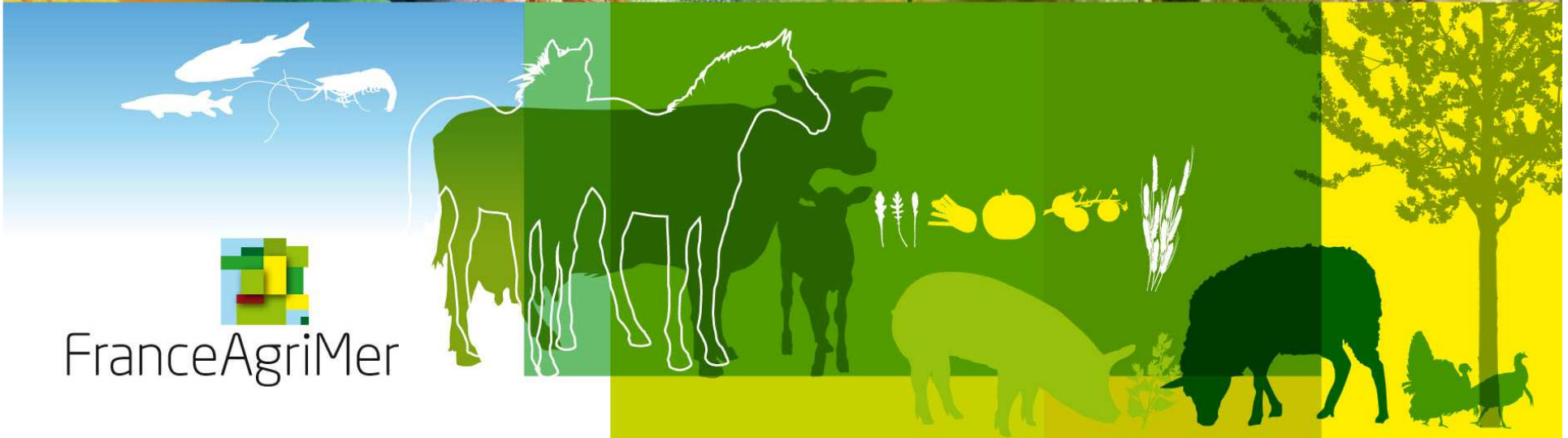


CÉRÉALES /
FRUITS ET LÉGUMES /
HORTICULTURE /
LAIT /
OLÉO-PROTÉAGINEUX /
PÊCHE ET AQUACULTURE /
PLANTES À PARFUM, AROMATIQUES ET MÉDICINALES /
SUCRE /
VIANDES BLANCHES /
VIANDES ROUGES /
VINS /

FranceAgriMer



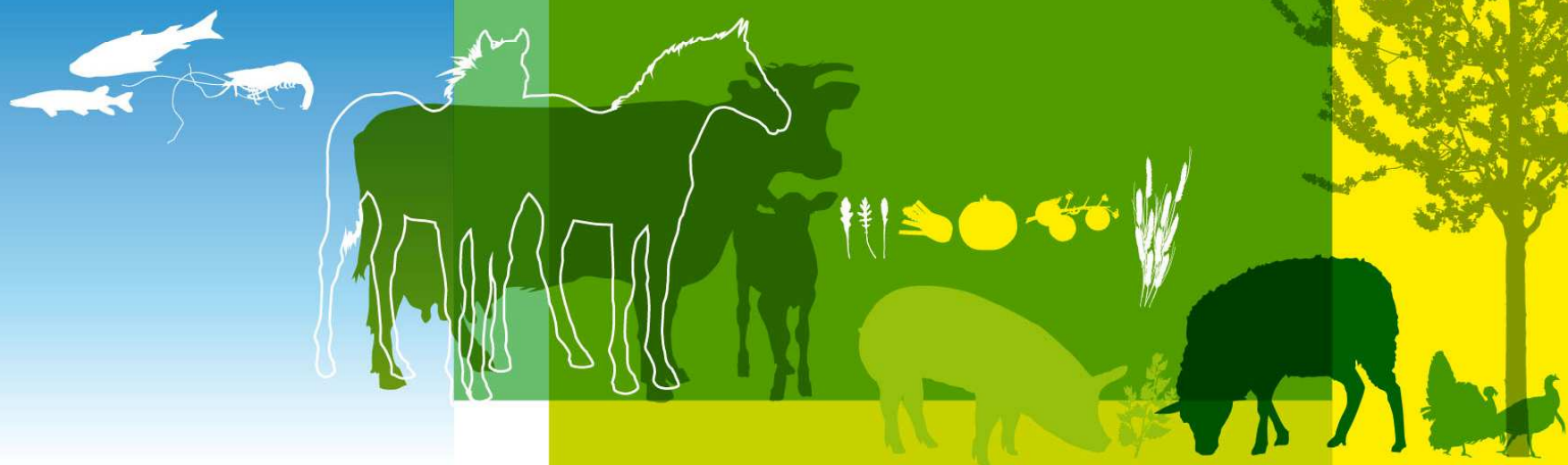
FranceAgriMer

Rencontres régionales céréalières

Arbitrages budgétaires entre pâtes, riz et pommes de terre par les ménages français.

Arles, le 5 décembre 2012

Christian MELANI (MEP – EPAT – UAT)

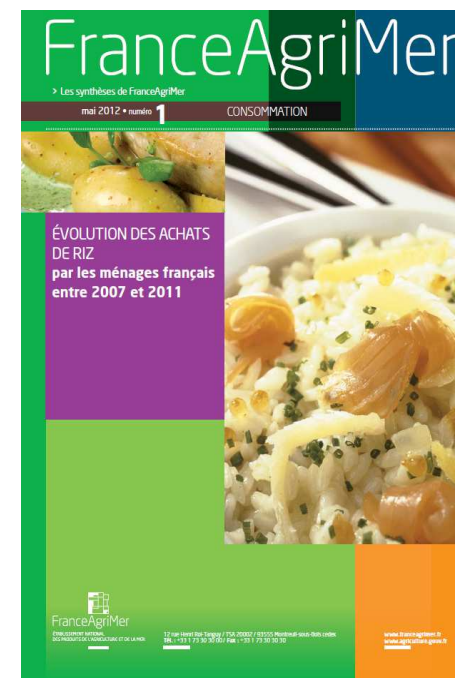


Pâtes, riz ou pommes de terre : les arbitrages budgétaires entre ces trois féculents

La direction Marché Etudes et Prospective de FranceAgriMer étudie les achats alimentaires des ménages français. Le suivi de ces achats est notamment réalisé par la société Kantar Worldpanel au travers d'un « panel de consommateurs ».

A partir des données de ce panel nous présentons aujourd'hui une analyse des arbitrages budgétaires réalisés par les ménages pour les 3 principaux féculents d'accompagnement du plat principal : pâtes, riz et pommes de terre.

Cette analyse est reprise dans la publication « Evolution des achats de riz par les ménages français entre 2007 et 2011 ».



Quelques éléments de méthodologie 1/3

- La société Kantar Worldpanel enregistre les achats de 20.000 ménages ordinaires français pour leur consommation au domicile principal.
- Ces ménages déclarent l'ensemble de leurs achats pour leur consommation au domicile principal et ceci quelque soit le circuit d'approvisionnement considéré : grandes surfaces alimentaires, hard discounteurs, marchés, circuits spécialisés, freezer center, achats sur internet, ...
- Ce panel de 20.000 ménages est représentatif des 26.790.000 ménages ordinaires résidant en France en 2011.

Quelques éléments de méthodologie 2/3

- Les achats des ménages sont analysés selon différents critères de segmentation de la population :
 - âge de la Personne Responsable des Achats (PRA),
 - statut financier du ménage,
 - région de résidence,
 - composition du ménage (personnes seules, ménages avec ou sans enfants).

- Ce panel ne prend pas en compte :
 - la consommation dans le circuit des Cafés Hôtels Restaurants,
 - ni les achats réalisés par les ménages en vacances (ou pour leur résidence secondaire pendant les week-ends),
 - pas plus que ceux des ménages dits collectifs (casernes, prisons, hôpitaux, congrégations religieuses, maisons de retraite ...).

Quelques éléments de méthodologie 3/3



➤ Les achats de **pâtes alimentaires** comprennent les achats de pâtes sèches et de pâtes fraîches. Ne sont pas pris en compte les achats de plats cuisinés à base de pâtes (i.e. raviolis ou cannelloni en boîte, lasagnes surgelées).



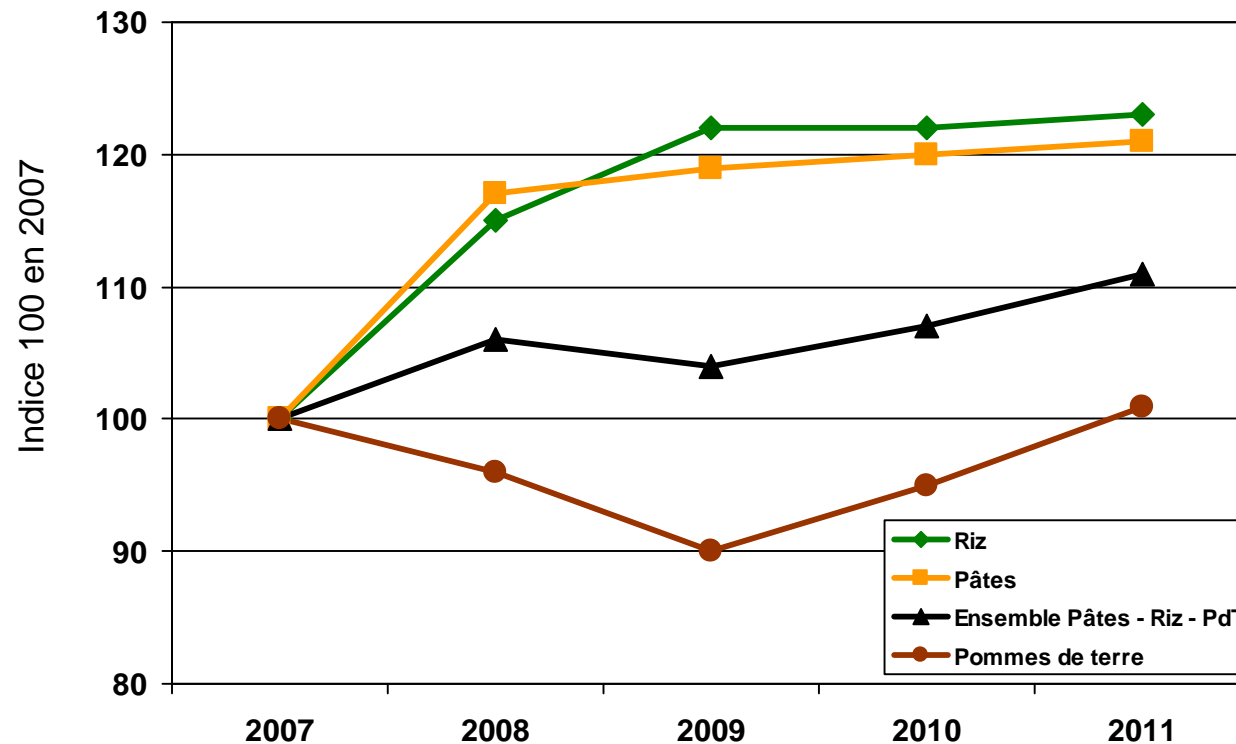
➤ Les achats de plats contenant du **riz** ne sont pas pris en compte (i.e. barquette « micro-ondable » merlu avec du riz).



➤ Les achats de **pommes de terre** comprennent les achats de P. de T. fraîches, précuites, en flocon et surgelées. Ne sont pas pris en comptes les achats de chips et de plats préparés à base de P. de T. (i.e. hachis parmentier, brandade de morue, ...).

Les dépenses consacrées aux pâtes et au riz évoluent en parallèle

Evolution des sommes dépensées tous ménages confondus



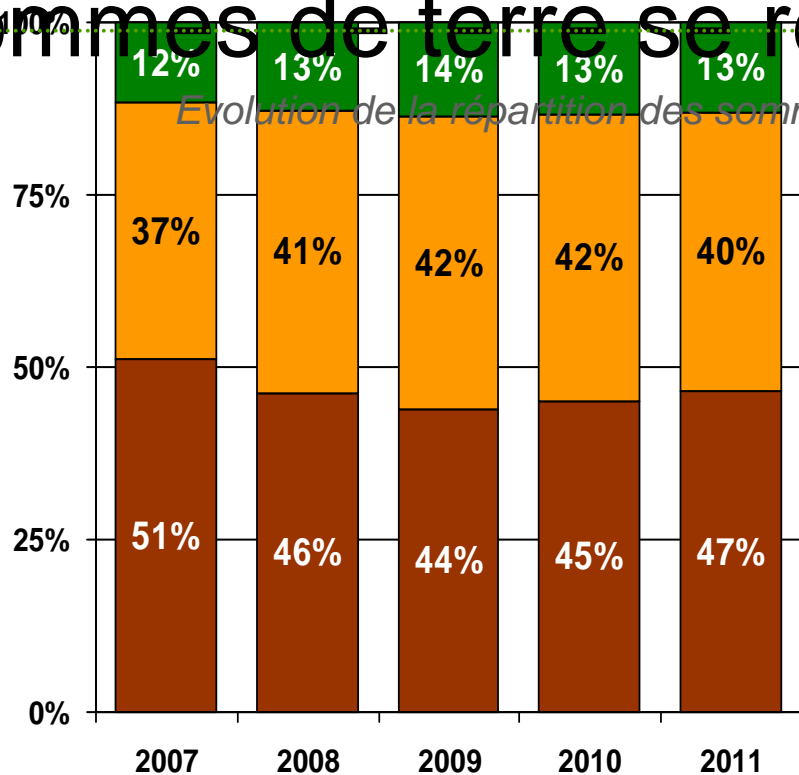
(d'après Kantar Worldpanel)

➤ 2007-2011 : les dépenses cumulées pour les **3 produits** ont augmenté de 11 % (en euros courants).

➤ **Riz et pâtes** : augmentation supérieure à 20% sur 4 ans avec forte croissance en 2008 (+15%) et progression ralentie en 2009, 2010 et 2011.

➤ **Pommes de Terre** : recul du budget de 10 % entre 2007 et 2009 puis retour en 2011 au niveau de 2007.

La part des dépenses consacrée aux pommes de terre se redresse depuis 2 ans



■ Pommes de terre ■ Pâtes ■ Riz

➤ 2007-2009 : la part consacrée aux **pommes de terre** recule de 7 points. Celle consacrée aux **pâtes** progresse de 5 points. Le **riz** voit sa part augmenter de 2 points.

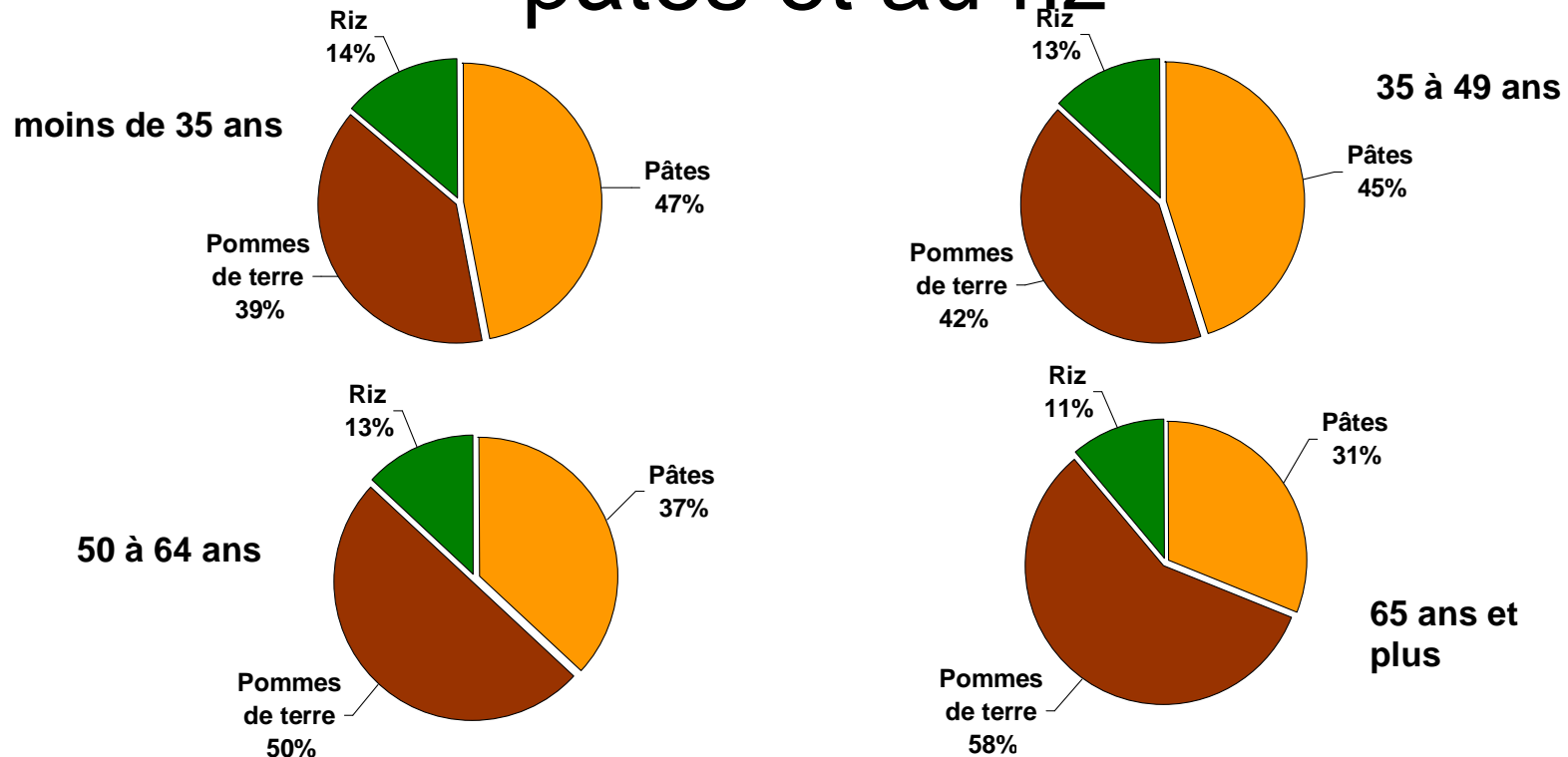
➤ Retournement sur 2010-2011. Les **pommes de terre** regagnent 3 points dans les dépenses consacrées aux féculents. Les **pâtes** cèdent 2 points et le **riz** 1 point.

(d'après Kantar Worldpanel)

Avec l'âge la part du budget consacrée aux pommes de terre progresse au détriment de celles consacrées aux

Répartition des sommes dépensées en 2011 selon l'âge de la PRA(1)

pâtes et au riz

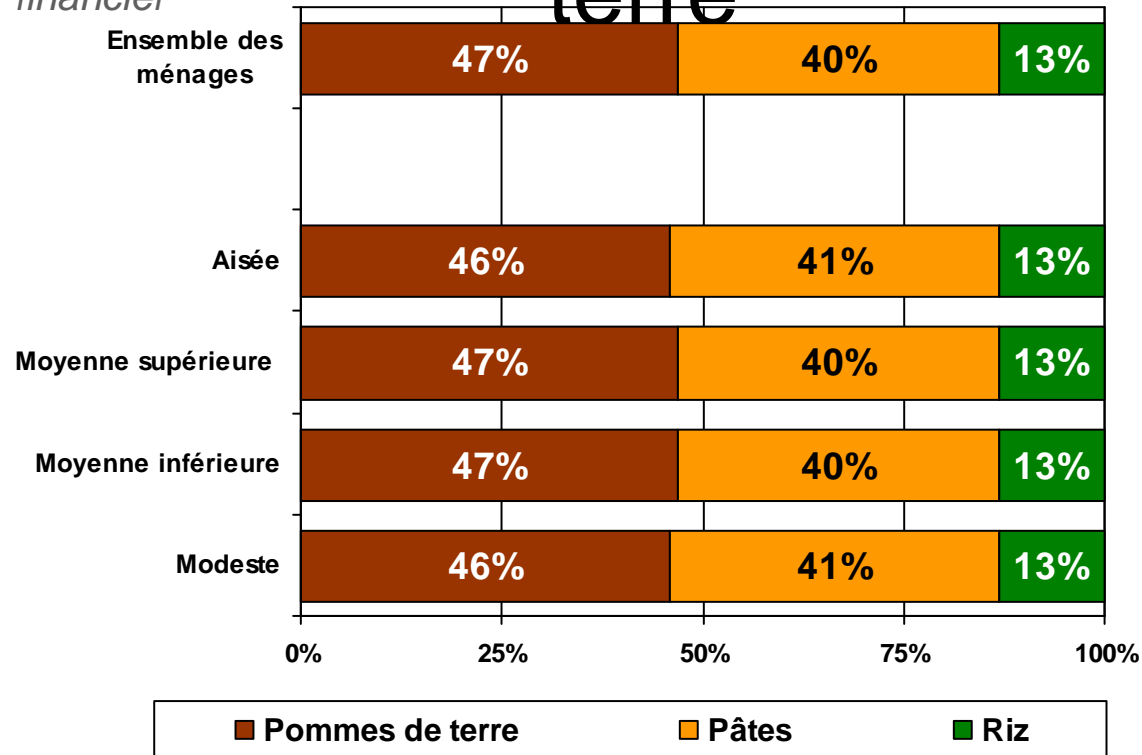


(d'après Kantar Worldpanel)

(1) *Personne Responsable des Achats*

Le statut financier des ménages a peu ou pas d'incidence sur la répartition des dépenses entre pâtes, riz et pommes de terre

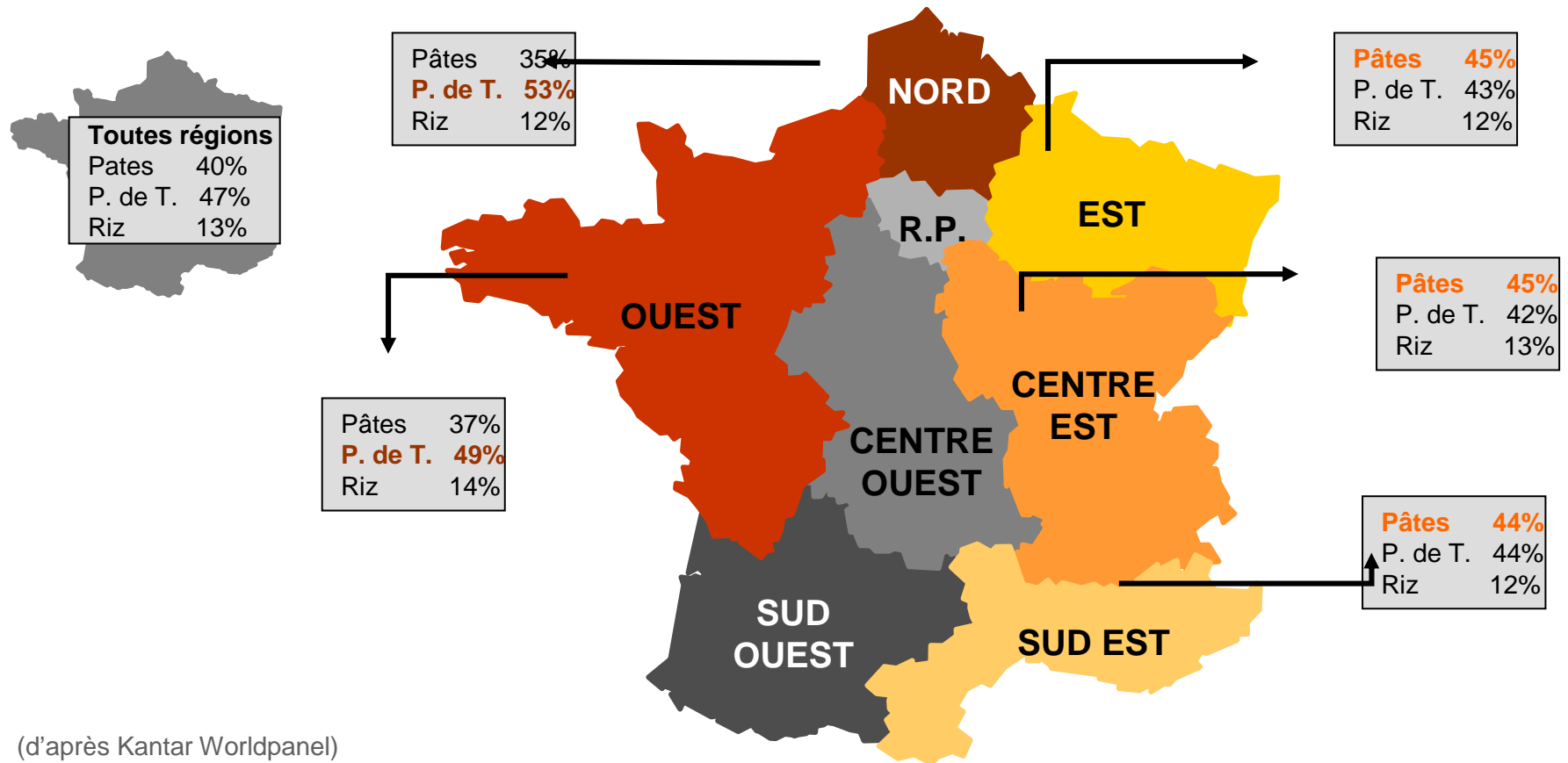
Répartition des sommes dépensées en 2011 selon le statut financier



(d'après Kantar Worldpanel)

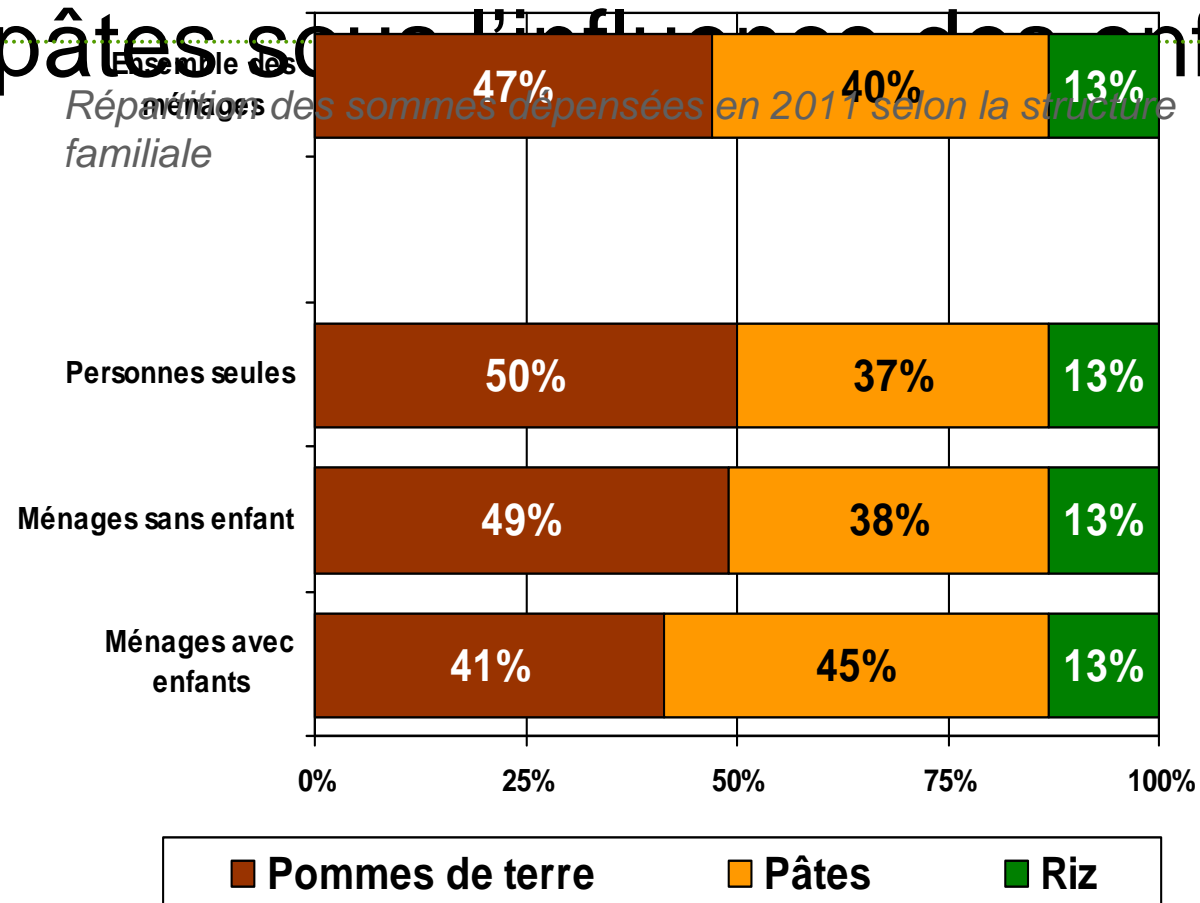
Un clivage Est - Ouest dans la répartition des dépenses entre pâtes et pommes de terre

Répartition des sommes dépensées en 2011 selon la région de résidence



(d'après Kantar Worldpanel)

Un arbitrage budgétaire en faveur des pâtes sous l'influence des enfants (1)



(d'après Kantar Worldpanel)

(1) Agés de moins de 15 ans

Synthèse - Qui privilégie quoi ?

