



INFO-ACTUALITÉ

Consommation de pommes de terre en Belgique francophone : un élément fondamental de l'alimentation, et du potentiel pour la production locale

Deux ans après sa première étude sur la consommation de pommes de terre, l'Observatoire de la Consommation de l'Apaaq-W (Agence pour la Promotion d'une Agriculture de Qualité en Wallonie) a réalisé en juin 2024 un nouveau baromètre sur la consommation de pommes de terre. Ce nouveau travail, mené sur un panel représentatif de 1.000 Belges francophones, a été l'occasion d'actualiser et d'approfondir les résultats obtenus il y a deux ans, tout en analysant les données d'achat fournies par l'institut GfK Belgium.



Observatoire
de la Consommation

Apaaq-W

La pomme de terre demeure essentielle dans l'alimentation des Belges francophones

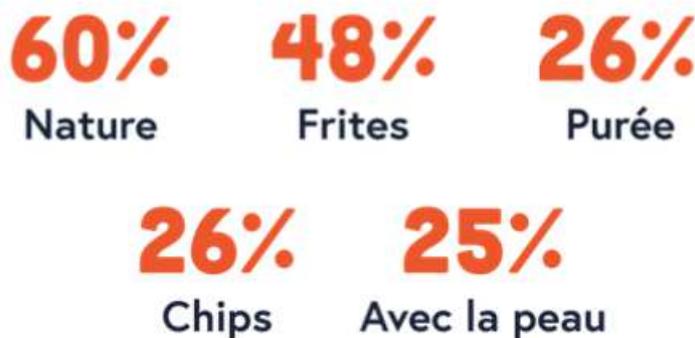
D'entrée de jeu, l'étude confirme le fait que les différents modes de préparation des pommes de terre bénéficient de hauts taux de pénétration parmi la population belge francophone. La plupart de ces modes de préparation sont en effet consommés par au moins 9 répondants sur 10. Le haut du classement est occupé par les frites, la purée et les pommes de terre nature épluchées, consommées respectivement par 98 %, 97 % et 93 % des répondants. Le bas du classement est occupé par les pommes de terre en salade (consommées par 84 % des répondants, les potatoes (80 %) et d'autres préparations, telles que les fritata, pommes de terre farcies, etc. (72 %).

Ces tendances sont confirmées par les données issues de l'institut statistique GfK Belgium, qui permettent d'établir qu'en 2023, la quasi-totalité des francophones ont acheté au moins une fois des pommes de terre, qu'elles soient fraîches, congelées, ou transformées. Si l'on fait la distinction entre ces catégories, les pommes de terre fraîches bénéficient du plus haut taux de pénétration (98,8 %) par rapport aux pommes de terre transformées (91 %) et les pommes de terre congelées (83,8 %).

Les pommes de terre nature épluchées représentent le mode de préparation de pommes de terre le plus fréquemment consommé : 60 % des répondants affirment en consommer au moins une fois par semaine.

Avec 48 % de consommateurs au moins une fois par semaine, la frite se hisse deuxième au classement des modes de préparation les plus fréquemment consommés. En deux ans, les autres modes de préparation (parmi lesquels la purée, les chips, les pommes de terre avec la peau, rissolées, en gratin ou les croquettes) ont connu une baisse marquée de leur fréquence de consommation, aucune d'entre elles ne dépassant les 26 % de consommateurs hebdomadaires.

Sous quelle forme les Belges francophones consomment-ils des pommes de terre ?



Achat de pommes de terre : la baisse observée en 2022 continue

L'étude a également permis d'établir que 84% des consommateurs se fournissent dans les supermarchés et magasins *Hard discount*, suivis ensuite par les friteries (26 %), les magasins à la ferme (20 %), le marché hebdomadaire (15 %) et les petits commerçants (13 %). Les données GfK¹ attestent de cette prépondérance de la grande surface, puisqu'en 2023, les supermarchés, hypermarchés et magasins *Hard discount* disposaient de 78,6 % de parts de marché en termes de dépenses.

En outre, la baisse des volumes achetés observée en 2022 continue, quoique de façon moins marquée, en 2023. Par rapport à 2022, les volumes de pommes de terre ven-

us ont perdu 1 %, et ce parallèlement à une augmentation des dépenses totales de 13,7 %. L'augmentation continue du prix moyen de la pomme de terre (+14,8 %) contribue toujours à la baisse des volumes de pommes de terre.

En définitive, la pomme de terre conserve son statut d'incontournable dans l'assiette du Belge francophone, en plus de disposer d'un potentiel de développement. C'est pourquoi l'Apaaq-W continue ses efforts de promotion envers le grand public, notamment via la campagne « T'as la patate ? » et vers les professionnels, notamment au travers de la présence sur événements tels qu'Interpom.

Image de la pomme de terre : bon goût, saine et source de vitamines

Image de la pomme de terre

Les PdT sont bonnes, **ont bon goût**

67% D'accord **6%** Pas d'accord

Les PdT s'accordent avec une **alimentation saine et équilibrée**

60% D'accord **9%** Pas d'accord

Les PdT offrent une source naturelle **de vitamines et de nutriments**

57% D'accord **7%** Pas d'accord

Les pommes de terre fraîches continuent à bénéficier d'une très bonne image : 81 % des francophones affirment en avoir une image positive, contre seuls 3 % qui déclarent en avoir une image négative. Les pommes de terre transformées, surgelées et les chips bénéficient néanmoins d'une image plus mitigée, puisque respectivement 47 %, 44 % et 38 % des répondants en ont une image positive, contre 19 %, 17 % et 27 % d'image négative, le reste des consommateurs en ayant une opinion neutre.

Mais quelles sont les qualités attribuées aux pommes de terre ? À ce niveau, guère de différence par rapport à 2022. Plus de la

moitié des répondants continuent à trouver que les pommes de terre ont bon goût, s'accordent avec une alimentation saine et équilibrée, sont une source naturelle de vitamines et de nutriments, apportent de la diversité dans les plats et ne demandent pas beaucoup de temps de préparation.

La culture de la pomme de terre bénéficie également d'une image positive. Moins de 10 % des répondants sont en désaccord avec les items proposés relatifs à la culture de pommes de terre ; la majorité des répondants reconnaît l'importance économique du secteur, le respect de la rotation des cultures, le choix de culture de variétés plus durables ou le respect des réglementations phytosanitaires.

Image de la culture de pommes de terre

La production et la transformation de PdT est **un secteur d'activité économique important en wallonie**

52% D'accord **7%** Pas d'accord

Les producteurs de PdT wallons **respectent la rotation des cultures**

49% D'accord **7%** Pas d'accord

Les producteurs de PdT wallons optent pour **des variétés plus durables**

45% D'accord **8%** Pas d'accord

¹ Les données de GfK Belgium ne prennent néanmoins pas en compte la consommation en extérieur.

Quid des pommes de terre wallonnes ?

Près de la moitié des répondants déclarent consommer des pommes de terre wallonnes. Néanmoins, ce chiffre mérite d'être remis en perspective. Si 14 % des consommateurs affirment ne pas consommer de pommes de terre wallonnes et 6 % de ne pas s'intéresser à l'origine, 33 % déclarent ne pas savoir identifier l'origine des pommes de terre qu'ils achètent.

Parmi les consommateurs de pommes de terre wallonnes, la fréquence de consommation est élevée. Deux tiers des consommateurs affirment en consommer au moins une fois par semaine, 29 % une à plusieurs fois par mois, et 4 % moins souvent.

À l'avenir, une tendance positive semble se profiler. Si 77 % des consommateurs déclarent que leur consommation de pommes de terre wallonnes va rester stable, 20 % déclarent qu'elle va augmenter, contre seulement 3 % qui affirment l'inverse. La tendance irait donc vers une augmentation de la consommation de pommes de terre wallonnes. De plus, 72 % des consommateurs affirment qu'ils prêteront plus d'attention à

l'origine des pommes de terre qu'ils consomment, et au fait que 52 % des répondants aimeraient que plus de la moitié des pommes de terre qu'ils consomment soient d'origine wallonne. Quelle que soit la concrétisation de ces scénarios futurs, ces données attestent d'un potentiel certain pour les pommes de terre locales.



La friterie de quartier : un incontournable !

L'étude a également permis d'approfondir la thématique de la consommation de frites hors du domicile. Il ressort dès lors que 44% des répondants affirment consommer au moins plusieurs fois par mois des frites en extérieur. Et le moins que l'on puisse dire, c'est que les friteries de quartier ont la cote : elles sont le lieu où le plus grand nombre de consommateurs se rend pour consommer des frites sur une base au moins mensuelle (59 %), devant les chaînes de *fast food* (48 %) et les restaurants et brasseries (46 %).

Et en plus de l'image très positive des frites en Belgique francophone, puisque 68% des répondants affirment en avoir une image positive, les friteries de quartier ne sont pas en reste. 63 % des répondants en ont une image positive : elles sont en effet vues comme une partie intégrante du patrimoine culinaire belge (par 80 % des répondants), elles sont accessibles et conviviales (66 %), elles proposent des produits de qualité (51 %) et elles valorisent les pommes de terre locales (43 %).

