



Centre de référence en agriculture
et agroalimentaire du Québec

Comité pomme de terre

Colloque sur la pomme de terre

Le jeudi 11 novembre 2010

QUALITÉ, GESTION ET MARCHÉ :
LES GERMES DE LA RENTABILITÉ



L'innovation comme remède à la baisse de consommation

Clément Lalancette, B.Sc., MBA, directeur général

Fédération des producteurs de pommes de terre du Québec

Longueuil

Note : Cette présentation a été présentée lors de l'événement et a été publiée dans le cahier du participant.



Vous retrouverez ce
document sur le site
AgriReseau.qc.ca

Pour commander le cahier du participant, consultez [le catalogue des publications du CRAAQ](#)



Colloque sur la pomme de terre 2010

Clément Lalancette



Fédération des producteurs
de pommes de terre du Québec

L'innovation comme remède à la baisse de consommation

La consommation :

- État de la situation
- Cibles prioritaires pour stimuler la demande
- Principaux champs d'innovation
- Facteurs clés de succès pour la suite des choses

Constat

La consommation *per capita* de pommes de terre est en baisse constante au Canada et aux États-Unis

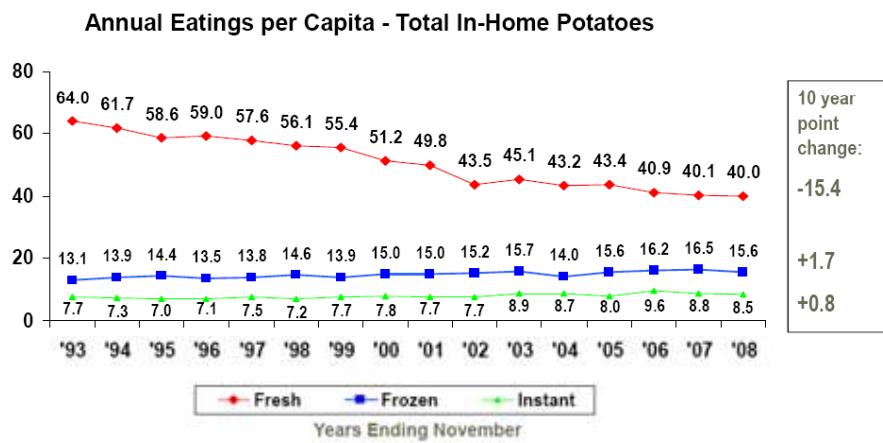
Ce phénomène est encore plus accentué pour les pommes de terre vendues à l'état frais

Statistiques - pommes de terre blanches

| Pommes de terre blanches fraîches et transformées, équivalent frais | |
|---|----------------|
| 1981 | 62,17 kg /p.p. |
| 1986 | 74,39 kg /p.p. |
| 1991 | 65,52 kg /p.p. |
| 1996 | 75,09 kg /p.p. |
| 2001 | 76,52 kg /p.p. |
| 2004 | 69,32 kg /p.p. |
| 2005 | 68,02 kg /p.p. |
| 2006 | 65,91 kg /p.p. |
| 2007 | 64,47 kg /p.p. |
| 2008 | 63,35 kg /p.p. |
| 2009 | 64,22 kg/p.p. |

Source : Statistique Canada

Consumption of Fresh Potatoes continues to decline in annual eatings, while Frozen and Instant are fairly stable.

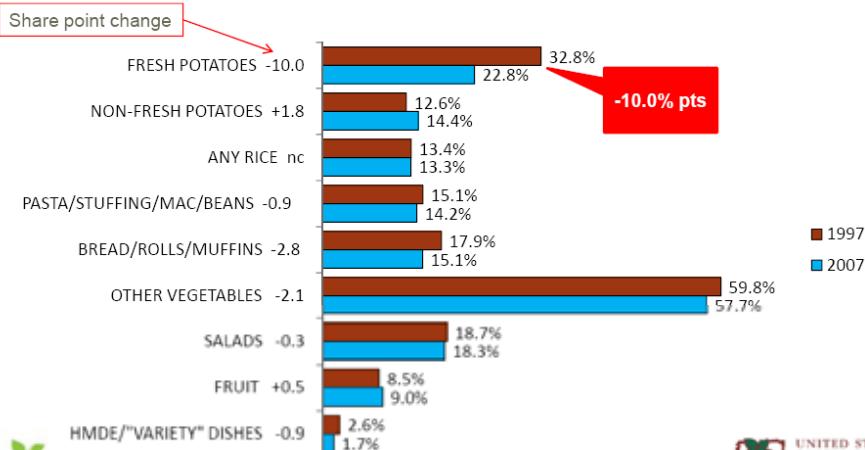


Quelques éléments d'explication

- Vive « concurrence » des autres légumes
- Vive « concurrence » des autres mets d'accompagnement (les pâtes, le riz)

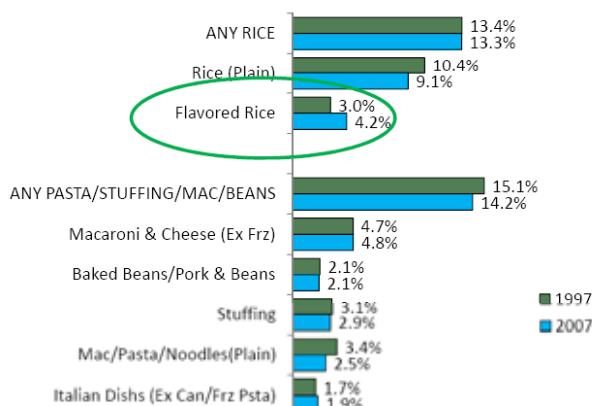
Bread/Rolls/Muffins lost 2.8 share points and Other Vegetables were down 2.1 points. Other than potatoes, no other food group changed more than 1 share point.

Share of Traditional (Protein) Dinners

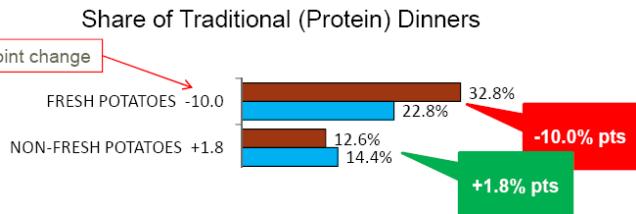


Any Rice was able to hold its total share only because of the performance of favored rice.

Share of Traditional (Protein) Meals



During that same 10-year period, Non-Fresh potatoes (frozen and instant) increased 1.8 share points.

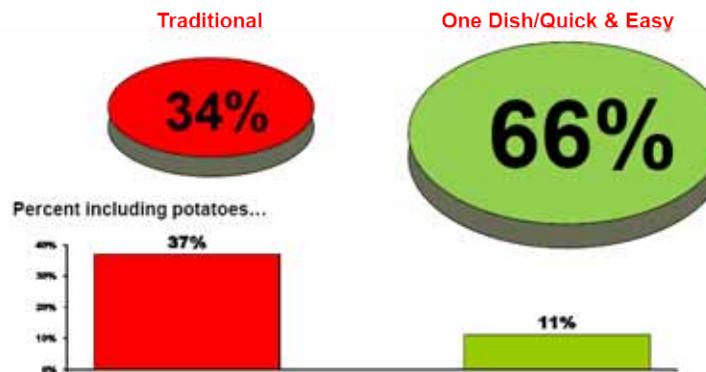


Quelques éléments d'explication (suite)

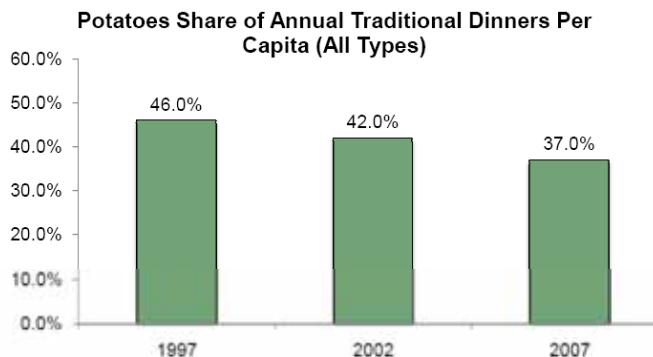
- Les familles cuisinent moins
- Moins de mets traditionnels avec plat principal

However, potatoes are served most often in-home with those Traditional meals.

Type In-Home Dinner in 2007...



However, over the past 10 years potatoes share (all types) of traditional dinner meals has declined significantly.

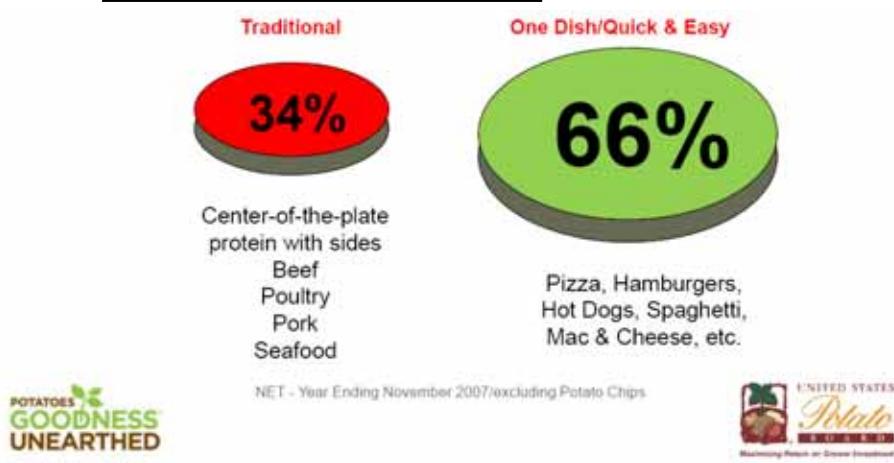


Quelques éléments d'explication (suite)

- Plus de mets à plat simple (pizza, mets rapides, spaghetti)

Only one-third of the in-home dinner meals are classified as “Traditional Dinners.”

Type In-Home Dinner in 2007...



Quelques éléments d'explication (suite)

- Les jeunes familles l'utilisent moins
- C'est compliqué, éplucher une pomme de terre
- Moins de temps consacré aux repas

La catégorie avec le moins d'innovation?

Les atouts et les faiblesses de la pomme de terre

Pour

- Présente dans presque tous les foyers
- Plat d'accompagnement et légume
- Polyvalence (purée, frites, salades, etc.)
- Goûts variés
- Diversité des variétés
- Le rapport qualité-prix
- L'apport nutritionnel
- Présente à l'année
- Retour aux sources?

Contre

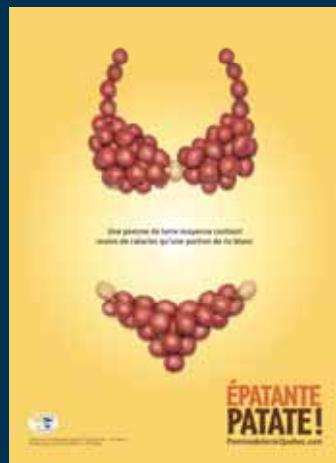
- Image vieillissante
- Temps de préparation
- Moins de temps pour cuisiner
- Perçue comme étant calorique et engrangissante
- Perçue davantage comme féculent et non un légume
- Plus d'innovation dans les produits concurrents

Les interventions actuelles de la Fédération

- Campagne publicitaire pour la pomme de terre vendue à l'état frais (en partenariat avec l'AEPTQ)

Visuels dans les magazines

Version « bikini »



Version « bicep »



Les interventions actuelles de la Fédération

- Développement et mise à jour du site Internet
www.pommedeterrequebec.com



Les interventions actuelles de la Fédération



- Développement de recettes
 - Études sur les perceptions des consommateurs

Étude sur le HRI : les forces et faiblesses du produit

On reconnaît à la pomme de terre plusieurs forces et peu de faiblesses.
Le tableau suivant permet de comparer son attrait par catégorie d'entreprises :

L'attrait de la pomme de terre dans le secteur HRI

| Forces et faiblesses de la pomme de terre | Restaurants à nappes blanches | Chaînes de restaurants familiaux | Entreprises de services alimentaires | Cafétérias d'entreprises | Traiteurs |
|--|-------------------------------------|--|--|-----------------------------|-----------|
| FORCES | | | | | |
| Ancré dans les habitudes alimentaires | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ |
| Demande des clients | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | |
| Très versatile | ✓ | | | ✓ | ✓ |
| Coût | | ✓ | ✓ | ✓ | |
| Goût | ✓ | | | | |
| Qualités nutritives | | | | ✓ | |
| Facilité et rapidité de préparation | | | | | ✓ |
| FAIBLESSES | | | | | |
| Plus difficile à intégrer dans les mets ethniques | ✓ | | | ✓ | |
| Augmentation du coût au cours des dernières années | ✓ | | | | |
| Le produit frit est plus difficile à digérer | | | | | ✓ |

Étude sur le HRI : les forces et faiblesses du produit

On reconnaît à la pomme de terre plusieurs forces et peu de faiblesses.
Le tableau suivant permet de comparer son attrait par catégorie d'entreprises :

L'attrait de la pomme de terre dans le secteur HRI

La pomme de terre est perçue positivement dans le HRI :

- Les consommateurs la réclament
- Les restaurateurs apprécient sa versatilité et sa facilité de préparation

Quelques entreprises confirment délaisser la pomme de terre dans les mets exotiques où des produits substituts comme le riz sont habituellement utilisés

De même, bien que le coût de la pomme de terre ait augmenté au cours des dernières années, celui-ci demeure concurrentiel vis-à-vis des produits substituts (riz, couscous, manioc)

Étude sur le HRI : les opportunités et menaces dans le RHI

On confirme plusieurs facteurs pouvant influencer l'attrait de la pomme de terre dans le HRI :

Les facteurs susceptibles d'influencer l'attrait de la pomme de terre dans le HRI

| Menaces et opportunités de la pomme de terre | Restaurants à nappes blanches | Chaines de restaurants familiaux | Entreprises de services alimentaires | Cafétérias d'entreprises | Traiteurs |
|---|-------------------------------|----------------------------------|--------------------------------------|--------------------------|-----------|
| FORCES | | | | | |
| La demande des consommateurs | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| L'offre de variétés de couleurs et goûts différents | ✓ | | | | ✓ |
| Sensibilité vis-à-vis du produit local | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ |
| L'offre de produits substituts à la frite dans les écoles primaires et secondaires et les casse-croûte d'hôpitaux | | | ✓ | ✓ | |
| L'amélioration de l'offre des produits transformés | | ✓ | | | ✓ |
| L'amélioration du goût des produits transformés | | | | ✓ | |
| MENACES | | | | | |
| L'augmentation du coût des pommes de terre | ✓ | | | | |
| Le manque de constance des grosseurs proposées | | ✓ | | ✓ | |

Étude sur le HRI : les opportunités et menaces dans le RHI

On confirme plusieurs facteurs pouvant influencer l'attrait de la pomme de terre dans le HRI :

Les facteurs susceptibles d'influencer l'attrait de la pomme de terre dans le HRI

Les principales pistes d'action qui découlent des commentaires recueillis :

- 1) **Élargir l'offre de variétés disponibles et les proposer aux restaurants à nappes blanches et aux traiteurs.**
- 2) **Améliorer la constance des formats** du goût des pommes de terre prépelées qu'on attribue à l'agent de conservation utilisé. Une importante chaîne de restaurants se plaint de la qualité de la purée congelée fabriquée au Québec, qui l'amène à acheter un produit américain.
- 3) **Proposer un meilleur support pour identifier des produits substituts à la frite.** Certaines écoles primaires et secondaires expérimentent par elles-mêmes la recherche de produits substituts à la frite. De même, le cadre de référence pour les politiques alimentaires du ministère de la Santé et des Services sociaux du Québec amènera le retrait des produits frits des casse-croûte dans les hôpitaux. On souhaite maintenir la pomme de terre parce que le client la demande et on cherche des produits alternatifs satisfaisants.

Étude sur le HRI : les innovations recherchées dans le RHI

En complément, les personnes interrogées ont été invitées à préciser sur quelles innovations l'industrie devrait se consacrer en priorité pour les aider à maintenir, voire augmenter les volumes de pommes de terre utilisés :

Les innovations à privilégier pour accroître l'attrait de la pomme de terre dans le HRI

| Innovations à privilégier | Restaurants à nappes blanches | Chaines de restaurants familiaux | Entreprises de services alimentaires | Cafétérias d'entreprises | Traiteurs |
|---|-------------------------------------|--|--|-----------------------------|-----------|
| RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT / INNOVATION | | | | | |
| Améliorer le goût de la pomme de terre prépelée | ✓ | | | ✓ | |
| Réduire la teneur en gras (pommes de terre précuites, frites) | | ✓ | | | |
| Améliorer la qualité de la purée surgelée | | ✓ | | | |
| Accroître la durée de conservation de la pomme de terre fraîche | | | | ✓ | |
| Améliorer la constance des grosseurs de la pomme de terre fraîche | | | | ✓ | |
| Proposer des produits cuits avec du gras de canard | | | | | ✓ |
| MODES DE PRÉPARATION | | | | | |
| Offrir des recettes et de l'information pour en améliorer l'utilisation | | | ✓ | ✓ | |

Étude sur le HRI : les innovations recherchées dans le RHI

En complément, les personnes interrogées ont été invitées à préciser sur quelles innovations l'industrie devrait se consacrer en priorité pour les aider à maintenir, voire augmenter les volumes de pommes de terre utilisés :

Les innovations à privilégier pour accroître l'attrait de la pomme de terre dans le HRI

Recherche et développement / Innovations : plusieurs éléments d'amélioration susceptibles d'influencer la consommation de pomme de terre exigent des efforts au niveau de la recherche et développement et de l'innovation de produits ou des procédés de production : amélioration du goût du produit prépelé, amélioration de la purée congelée, amélioration de la constance des grosseurs du produit frais. La réduction de la teneur en gras de la pomme de terre précuite et des frites est aussi une source de préoccupation parmi plusieurs chaînes de restaurants familiaux. Un des traiteurs interrogé suggère de développer une frite cuite avec un gras de canard afin de lui permettre de proposer des produits nouveaux et de qualité au goût distinctif.

Modes de préparation : les entreprises du secteur institutionnel recherchent davantage d'information sur les nouvelles façons d'utiliser les pommes de terre afin de varier les recettes et les présentations.

Les interventions actuelles de la Fédération (suite)

- Projet sur la frite avec l'ITHQ
- Investissement en R & D

L'innovation demeure la clef
du succès pour le
développement du secteur
pommes de terre au Québec

Les champs d'innovation à explorer

| Volet I | Volet II | Volet III | Volet IV |
|--|--|--|---|
| Accroître la compétitivité actuelle | Mettre les technologies moléculaires à profit | Bioproducts à base de pommes de terre | En quête d'aliments sains |
| Exemples : | Exemples : | Exemples : | Exemples : |
| <ul style="list-style-type: none"> • Semence ultra propre • Production de semence de « nouveaux » cultivars • Pommes de terre de marque • Services de science et de technologie de la pomme de terre | <ul style="list-style-type: none"> • Caractères liés aux intrants (résistance aux ravageurs et à la sécheresse) • Caractères liés à la consommation (amélioration des antioxydants, éléments nutritifs) • Caractères liés à la transformation (valeur culinaire) • Caractères liés aux bioproducts (amélioration des glucides) | <ul style="list-style-type: none"> • Plateformes liées aux hydrates de carbone (bioplastique, bioadhésif, revêtement biologique) • Plateformes liées aux enzymes (inhibiteurs de protéase) • Produits de fermentation (PLA, alcool) • Média pour microorganismes • Plateformes liées aux thérapeutiques humaines, PMP | <ul style="list-style-type: none"> • Aliments aux protéines ou glucides optimisés • Stratégie du « moindre mal » par l'amélioration des glucides et la gestion des gras • Meilleure connaissance du fonctionnement des glucides • Stratégies d'aliments santé relativement aux antioxydants, etc. |
| Stratégies parallèles pour exploiter plus rapidement les possibilités Alliances stratégiques pour la commercialisation et le partage des profits Stratégie de développement et d'acquisition de variétés Stratégie d'acquisition, d'intégration et de développement de la technologie | | | |

Engagement de McCain France envers le ministère de la Santé et des Sports

Charte d'engagements volontaires de progrès nutritionnel

Engagement n° 1

Poursuivre l'amélioration de la qualité nutritionnelle de notre huile en augmentant la part des acides gras insaturés d'ici 2012

Engagement n° 2

Réduction du taux de sel jusqu'à un maximum de 0,6 g pour 100 g pour les spécialités à base de purée de pommes de terre

Engagement de McCain France envers le ministère de la Santé et des Sports

Charte d'engagements volontaires de progrès nutritionnel

Engagement n° 3

Développer des gammes de produits non préfris à base de pomme de terre

Engagement n° 4

Généraliser l'étiquetage nutritionnel à l'ensemble des produits et proposer une information plus claire et plus complète afin de mieux guider le consommateur dans ses choix

Engagement de McCain France envers le ministère de la Santé et des Sports

Charte d'engagements volontaires de progrès nutritionnel

Engagement n° 5

Communiquer sur la qualité nutritionnelle des produits vers les professionnels de santé, les restaurateurs et les consommateurs finaux

Engagement n° 6

Continuer son soutien à la Fondation Cœur et Artères dans la recherche sur les maladies cardiovasculaires

Quelques pistes d'action

- Consumers also want to see calorie counts and key information on the FRONT of packages.
- Would support flagging calorie count on the front of package along with possibly fiber content or other key nutritional fact.



Quelques pistes d'action

II – INCREASE CONVENIENCE / MAKE POTATOES EASIER TO USE

- Consumers already believe potatoes are relatively convenient and versatile, and so making potatoes even easier to use will take advantage of established beliefs.
- A number of new products have been introduced in the fresh potato category that offer consumers significantly greater convenience.



Quelques pistes d'action

POTATO SALAD

- Potato salad is currently one of the top selling deli items.
- Fresh/homemade would likely be considered the "gold standard" by most consumers but it's seen as time consuming to make and many consumers would not know how to make.



Quelques pistes d'action

TAKE CURRENT POTATOES AND POSITION FOR VALUE ADDED APPLICATIONS

- Green Giant sized line took each size of potato and positioned for a special usage.
- Created premium priced value added line.
- Gave consumers reasons and applications for various size potatoes.



Est-ce que l'innovation peut être une partie du remède à la baisse de consommation?

Un plan d'action concret

Innover en stimulant les utilisations

- Développement de recettes
- Site Internet
- Comme accompagnement aux mets traditionnels
- Partenariat avec les restaurateurs
- « *One-dish meal* » → patate farcie
ciboulette.com



Un plan d'action concret

Innover en facilitant l'utilisation

- Homogénéité des calibres
- Prêtes à l'emploi
- Précuites
- À cuire avec la peau

Un plan d'action concret

Innover en atténuant les freins à sa consommation

- Amélioration de la perception nutritive
- Campagnes publicitaires
- Informations ciblées dans les magazines
- Relations publiques

Un plan d'action concret

Innover en segmentant davantage le marché frais

- Élargir la gamme de produits offerte
- Segmentation par le prix

Un plan d'action concret

Innover dans le secteur HRI

- Mode de cuisson
- Offre de produits
- Offrir du goût et de la variété

Un plan d'action concret

Innover par notre approche

- Produit équitable Nord/Nord!

Les champs d'innovation
à prioriser à court et
à moyen terme

1. Pour le secteur HRI

- Développement et/ou mise en marché de variétés axées sur le goût
 - Ex. : la ratte, variétés à chair jaune

L'attrait d'initiatives de développement pour le HRI

Le tableau suivant offre un coup d'œil rapide des initiatives proposées et de leur attrait pour les différentes catégories d'entreprises :

Les initiatives à privilégier pour accroître l'attrait de la pomme de terre dans le HRI

| Initiatives | Chaînes de restaurants familiaux | Restaurants à nappes blanches | Traiteurs | Entreprises de services alimentaires | Cafétérias d'entreprises |
|--|----------------------------------|-------------------------------|-----------|--------------------------------------|--------------------------|
| Séminaires pour chefs sur les innovations de menus | | | | | |
| Information sur les produits transformés de pomme de terre santé | | | | | |
| Développement de produits transformés à préparation rapide | | | | | |
| Promotions avec des chefs reconnus à titre de porte-parole | | | | | |
| Diffusion des propriétés nutritionnelles de la pomme de terre | | | | | |
| Développement et positionnement de nouvelles variétés de pommes de terre | | | | | |

Suscite un intérêt

Ne suscite aucun intérêt

1. Pour le secteur HRI (suite)

- Promotion de recettes
 - Pommes de terre farcies
- Développement de nouvelles méthodes de cuisson, de friture

2. Pour la catégorie vendue à l'état frais

- Segmentation accrue de la catégorie
 - Développement et mise en marché d'une variété de type « *creamer* » (avec *packaging*)
 - Développement et mise en marché d'une variété québécoise (« la Fleur de lys ») possiblement à chair jaune, résistante aux nématodes, goûteuse et vendue sous son nom de variété

2. Pour la catégorie vendue à l'état frais

- Exploration du potentiel de développement de pommes de terre « prêtées à l'emploi »
- Exploration du potentiel de développement des pommes de terre « biologiques »
- Exploration du potentiel de développement de variétés à cuire avec la peau

Les facteurs clés de succès

1. Stimuler l'entrepreneurship
 - des partenaires, emballeurs, transformateurs
2. Avoir accès à du capital de risque
3. Implication de tous les acteurs de la filière
4. Miser sur la qualité
5. Agir avec rapidité et flexibilité
6. Assurer la pérennité de l'innovation
7. Augmenter les investissements (publics et privés) en R & D

Pour que ça fonctionne

1. Mise en place d'un comité « Innovation » à la Fédération (composé de six producteurs et un DG)
2. Mise en place du consortium de recherche
3. Formation de groupes de travail (*Task Force*)
 - Ex. : développement et mise en marché de nouvelles variétés

Groupe de travail

- ✓ Centre Les Buissons et Semences Élite
- ✓ Organismes de mise en marché
- ✓ Représentant du MAPAQ
- ✓ FPPTQ
- ✓ AEPTQ

Phases de développement

Phase I – Identification des besoins

- Contacts avec les distributeurs
- Analyses des consommateurs
- Données secondaires, etc.

Phase II – Identification des caractéristiques recherchées

Phase III – Identification des variétés « porteuses »

Phases de développement

Phase IV – Détermination des échéanciers

Phase V – Périodes de tests

Phases de développement

Phase VI – Élaboration de la stratégie mise en marché et du plan marketing (5 P...) (implication des distributeurs - restaurateurs - transformateurs)

Phase VII – Mise en marché

Phase VIII – Monitoring

Nouvelle de dernière minute...



*Répertoire de la production de semences
certifiées de pommes de terre*

Maintenant disponible en version
électronique seulement :

<http://www.fpptq.qc.ca/marche.htm#categories>