

**ÉTUDE SUR LA COMMERCIALISATION ET LA CONSOMMATION
DES PRODUITS VIVRIERS HORTICOLES ET FRUITIERS
EN POLYNÉSIE FRANÇAISE**

**RÉSULTATS DE L' ENQUÊTE
SUR LA CONSOMMATION ET LA PERCEPTION
DU MARCHÉ DES PRODUITS VIVRIERS**



**Patrick Brai (Lycée Paul Gauguin)
Johann Etienne (Cirad)
Nicolas Bricas (Cirad)**

Février 2001



SOMMAIRE

METHODOLOGIE.....	3
1 LES OBJECTIFS DE L'ENQUETE.....	3
2 LE QUESTIONNAIRE ET SON ADMINISTRATION.....	3
3 L'ECHANTILLON	4
RESULTATS.....	6
1 LA CONSOMMATION ET L'APPROVISIONNEMENT EN PRODUITS VIVRIERS.....	6
1.1 <i>La fréquence de consommation des produits.....</i>	<i>6</i>
1.2 <i>Les sources d'approvisionnement.....</i>	<i>8</i>
2 LES MOTIVATIONS DE CONSOMMATION ET LA PERCEPTION DES PRODUITS.....	9
2.1 <i>Les motivations de consommation.....</i>	<i>9</i>
2.2 <i>Les valeurs nutritionnelles et gustatives.....</i>	<i>10</i>
2.3 <i>La facilité d'utilisation.....</i>	<i>10</i>
3 LES CRITERES D'ACHAT ET LA PERCEPTION DU MARCHE.....	11
3.1 <i>Les critères d'achat.....</i>	<i>11</i>
3.2 <i>La perception de l'offre.....</i>	<i>11</i>
4 L'ATTITUDE DES CONSOMMATEURS FACE AUX NOUVEAUX PRODUITS.....	12
4.1 <i>Les produits congelés.....</i>	<i>12</i>
4.2 <i>Les modes de préparation des vivriers traditionnels</i>	<i>12</i>
4.3 <i>L'achat de plats préparés.....</i>	<i>13</i>
4.4 <i>Les attitudes face à la nouveauté.....</i>	<i>13</i>
CONCLUSION	14
ANNEXES	15
ANNEXE 1 : QUESTIONNAIRE UTILISE POUR L'ENQUETE.....	16
ANNEXE 2 : RESULTATS DES TRIS A PLAT.....	22
ANNEXE 3 : RESULTATS DES TRIS CROISES.....	38

LISTE DES TABLEAUX

TABLEAU 1 : CARACTERISTIQUES DE L'ECHANTILLON.....	5
TABLEAU 2 : PRODUITS VIVRIERS CONSOMMES LE PLUS SOUVENT PAR ORDRE DECROISSANT D'IMPORTANCE	7
TABLEAU 3 : FREQUENCE DE CONSOMMATION DES PRODUITS VIVRIERS	7
TABLEAU 4 : FREQUENCE DE CONSOMMATION DES PRODUITS VIVRIERS (ENQUETE AOUT 2000)	7
TABLEAU 5 : PART DES CONSOMMATEURS NE CONSOMMANT JAMAIS OU EXCEPTIONNELLEMENT LES PRODUITS VIVRIERS (ENQUETE AOUT 2000).....	8
TABLEAU 6 : SOURCES D'APPROVISIONNEMENT EN PRODUITS VIVRIERS.....	8
TABLEAU 7 : DEGRE D'ACCORD SUR DES MOTIVATIONS DE CONSOMMATION DES PRODUITS VIVRIERS.....	10
TABLEAU 8 : PLATS PREPARES ACHETE LE PLUS SOUVENT.....	13

METHODOLOGIE

1 Les objectifs de l'enquête

Dans le cadre de l'étude "Commercialisation et consommation des produits vivriers, horticoles et fruitiers en Polynésie Française", le Cirad a collaboré avec un enseignant du Lycée Paul Gauguin, Monsieur Patrick Brai, pour la réalisation d'une enquête auprès des consommateurs de Tahiti. Les personnes enquêtées ont été interrogées sur leur consommation et leur perception des produits vivriers traditionnels : taro¹, uru, fei, tarua, patate douce, manioc, igname. Les questionnaires ont été appliqués par des élèves de plusieurs lycées de Tahiti dans le cadre de leur scolarité, à titre d'exercice pratique d'une étude de marché. Pour la présente étude, les objectifs de cette enquête étaient de :

- mesurer l'importance relative de la consommation des produits vivriers ;
- d'identifier les pratiques d'approvisionnement des consommateurs en ces produits ;
- d'identifier les motivations et freins à leur consommation ;
- d'identifier les facteurs de différenciation de ces pratiques alimentaires liés aux caractéristiques des consommateurs ;
- d'identifier la perception, par les consommateurs, de ces produits et d'innovations possibles qui permettraient d'en faciliter l'usage (produits congelés, produits prêts à l'emploi, plats préparés)

2 Le questionnaire et son administration

Le questionnaire a été élaboré conjointement par le Cirad et une classe de STT du Lycée Paul Gauguin. Une première version a d'abord été testée par les élèves à l'initiative de l'opération. Le questionnaire définitif a été élaboré sur la base des résultats de ce test. Il comporte 42 questions et figure en annexe 1.

Au départ, l'enquête devait être menée uniquement à partir du lycée Gauguin. Mais l'échantillon du lycée Paul Gauguin sur-représentait les femmes (67%), les plus de 40 ans, les urbains (74%), les familles de revenu assez élevé (58% gagnent plus de 200 000 FCP) et se sentant culturellement plus proches de la France (23%) que de la Polynésie (62%). Il a donc été décidé de placer des questionnaires dans d'autres lycées pour améliorer la représentativité des familles rurales, des familles plus proches de la culture polynésienne ou chinoise, et des familles de plus faibles revenus.

Les questionnaires ont donc été appliqués par des élèves des Lycées Paul Gauguin, Taravao et Taaone². Au total, 890 questionnaires ont été distribués mais seulement la moitié (450) a été

¹ Taro = *Colocasia esculenta*, uru = *Artocarpus altilis*, fei = *Musa troglodytarium*, tarua = *Xanthosoma sagittifolium*, patate douce = *Ipomea batata*, manioc = *Manihot esculenta*, igname = *Dioscorea alata*

² Lycée Paul Gauguin : 6 classes de seconde de M. Dewatine, 1 classe de seconde de Melle Bidon, 1 classe de seconde de Mme Normand, 4 classes de première (Mme Carrayon, Mlle Bidon) dont une avec cinq questionnaires (1^{ère} STT2), 3 Classes de terminale (Mme Normand, Melle Bidon, M. Estève, Mme Carrayon), 1 classe de DPECF (M. Ducroux) soit 15 Classes de 34 et une de 20 élèves = 530 questionnaires + 120 questionnaires (1STT2). En tout, 650 questionnaires sur le lycée Gauguin qui a le plus faible taux de retour.

retournée et validée, et constitue l'échantillon de cette enquête. L'enquête a été menée au niveau des parents et relations des lycéens durant les mois d'avril et mai 2000.

Il faut noter que depuis la loi "Informatique et Liberté", l'origine ethnique des sondés ne peut plus être mentionnée. Pour identifier d'éventuelles différences de comportements alimentaires liées aux modèles culturels, il a été demandé aux personnes interrogées de quelle culture elles se sentaient la plus proche. Les réponses de type "Polynésien et Français" ont été classées en "Polynésien", les réponses "Polynésien et Chinois" ont été rangées en "Chinois". Lorsque les trois cultures étaient mentionnées, la réponse a été classée dans la catégorie "Autres".

Tous les questionnaires ont été vérifiés soigneusement avant saisie. Dans toutes les classes, on retrouve quelques questionnaires manifestement remplis par des élèves seuls. Par exemple, le dépistage le plus facile a été effectué à partir des questions d'identification lorsque des moins de 20 ans, inactifs ou autres, gagnaient 400 000 FCFP par mois. Ces questionnaires ont été éliminés.

L'analyse de la cohérence des réponses faite au moment de la saisie a révélé plusieurs biais possibles liés à la formulation ou à la mauvaise interprétation de certaines questions par les personnes enquêtées. D'une façon générale, il est possible que des répondants aient volontairement haussé leur niveau de ressources pour des questions de prestige.

L'analyse des résultats présentée dans ce rapport a tenu compte de ces possibles biais. Les questions posant problème ont été interprétées avec prudence, s'attachant aux grandes différences observées et ne concluent pas en cas de différences minimales.

Les questionnaires ont été saisis et l'analyse statistique des données a été faite avec le logiciel Sphinx.

3 L'échantillon

Les caractéristiques de l'échantillon sont présentées dans le Tableau 1.

L'échantillon n'est pas totalement représentatif de la population vivant à Tahiti et encore moins en Polynésie française. Il sur-représente les femmes, les personnes âgées de 40 à 50 ans et sous-représente les jeunes de moins de 20 ans. On ne dispose pas de moyens de comparer valablement la structure de l'échantillon selon la catégorie socioprofessionnelle (CSP) et selon le niveau de revenu à Tahiti.

D'un point de vue méthodologique, on peut se contenter de cette structure d'échantillon en arguant du fait que les populations les plus importantes par le nombre et à priori les plus sensibles à l'innovation agroalimentaire sont des populations urbaines, disposant d'un certain revenu ou d'une certaine instruction. L'enquête ne cherchait pas une représentativité de l'échantillon sur l'ensemble de la Polynésie française mais davantage vis à vis de la population qui semble, a priori, la plus concernée par l'offre commerciale en produits vivriers.

Tableau 1 : Caractéristiques de l'échantillon

	<i>Nombre de citations</i>	%
Commune		
- Papeete	47	10,4
- Faa'a	82	18,2
- Punaau'i'a	99	22,0
- Paea	36	8,0
- Papara	19	4,2
- Mahina	23	5,1
- Arue	20	4,4
- Pirae	22	4,9
- Presqu'île Taiarapu E-O	43	9,6
- Moorea	22	4,9
- Non réponse	37	8,2
Sexe		
- Homme	145	32,2
- Femme	305	67,8
Age		
- < 20 ans	84	18,7
- 20 à 29 ans	81	18,0
- 30 à 39 ans	92	20,4
- 40 à 50 ans	133	29,6
- > 50 ans	52	11,6
- Non réponse	8	1,7
Taille du foyer		4,24
Affinité culturelle		
- Polynésienne	364	81,0
- Française	54	12,0
- Chinoise	23	5,0
- Autre, ne sais pas	9	2,0
Catégorie socioprofessionnelle		
- Agriculteurs	15	3,3
- Artisans, commerçants	42	9,3
- Cadres et prof. Intellect.	36	8,0
- Professions intermédiaires	60	13,3
- Employés	112	25,0
- Ouvriers	11	2,4
- Autres et inactifs	144	32,1
- Non réponse	30	6,6
Revenu mensuel		
- 0 à 50 000 F CFP	29	6,4
- 50 à 100 000 F CFP	33	7,3
- 100 à 150 000 F CFP	51	11,3
- 150 à 200 000 F CFP	39	8,7
- 200 à 250 000 F CFP	35	7,8
- 250 à 300 000 F CFP	33	7,3
- 300 à 400 000 F CFP	61	13,6
- Plus de 400 000 F CFP	106	23,6
- Non réponse	63	14,0

RESULTATS

1 La consommation et l'approvisionnement en produits vivriers

1.1 La fréquence de consommation des produits

La principale conclusion à retenir est que la grande majorité des habitants de Tahiti mange des produits vivriers (96%). Seuls 4% déclarent ne jamais en consommer. Il s'agit, en très grande majorité de personnes se déclarant proche de la culture française. L'analyse ne permet pas de dégager des différences selon la CSP et le revenu. Seuls les personnes à hauts revenus sont moins consommatrices que les autres.

La question sur le moment de la consommation (plutôt semaine, plutôt week-end ou indifféremment l'un ou l'autre) a pu entraîner des équivoques ou des hésitations. On constate cependant que la consommation de produits vivriers, qui devait être assez régulière pendant la semaine il y a vingt ou trente ans a tendance à se pratiquer plutôt le week-end (47% de l'échantillon). Mais on constate que la consommation au cours de la semaine se maintient assez fortement : 43% de l'échantillon consomment ces produits indifféremment la semaine ou le week-end. Contrairement à leurs aînés, les jeunes consomment désormais plus volontiers des produits vivriers le week-end que la semaine, ce qui confirme le report vers une consommation épisodique. Une analyse plus fine montre en effet que jusqu'à 40 ans, plus de la moitié des personnes interrogées disent consommer plutôt le week-end, alors qu'au-dessus de 40 ans, les habitudes s'inversent et la consommation s'affirme plus régulière dans la semaine.

La consommation est plutôt régulière sur l'année (67%) que ce soit lors des week-end ou dans la semaine. Moins d'un habitant de Tahiti sur six réserve sa consommation aux périodes de fête ou de vacances, ce qui confirme le caractère de consommation courante des produits vivriers. Les plus de 40 ans ont tendance à consommer plus régulièrement au cours de l'année que les jeunes générations pour qui la consommation semble un peu plus occasionnelle et festive, mais notre échantillon ne laisse pas apparaître de différence très significative. De même, l'enquête ne porte pas sur un nombre de personnes interrogées suffisant pour que ressortent des différences notoires entre habitants des différentes communes.

La fréquence de consommation de chacun des produits vivriers a été abordée par deux types de questions :

- La première concerne les produits vivriers qui sont consommés le plus fréquemment par ordre décroissant d'importance. Les résultats sont présentés dans le Tableau 2. Faro et uru sont les produits vivriers favoris de la population. Viennent ensuite fei et autres bananes à cuire, puis patates douces et fafa. Le tarua, le manioc (racine) et l'igname sont peu consommés par les Tahitiens.

Commentaire : A vérifier avec les chiffres sur 450 interrogés

Tableau 2 : Produits vivriers consommés le plus souvent par ordre décroissant d'importance

	Première citation	Deuxième citation	Troisième citation	Quatrième citation	Indice synthétique*
Taro	60,8	15,9	5,1	4,1	3,05
Uru	16,9	26,4	23,6	11,1	2,05
Fei	4,1	16,2	26,4	15,9	1,34
Autres bananes à cuire	4,1	6,4	13,1	23,6	0,85
Patate douce	2,9	11,5	9,2	9,9	0,74
Fafa	2,9	11,8	7,6	8,6	0,71
Tarua	0,3	2,2	1,9	3,2	0,15
Manioc	0,3	1,6	1,6	1,6	0,11
Igname	0	0	1,0	2,5	0,05

Pour faciliter la lecture du tableau, l'indice synthétique est construit de la façon suivante :
 $I.S. = [(4 \times \% \text{ 1}^{\text{ère}} \text{ citation}) + (3 \times \% \text{ 2}^{\text{ème}} \text{ citation}) + (2 \times \% \text{ 3}^{\text{ème}} \text{ citation}) + (1 \times \% \text{ 4}^{\text{ème}} \text{ citation})] / 100$

• Le second type de questions portait sur la fréquence plus précise de consommation de chacun des principaux produits vivriers. Les résultats sont présentés dans le Tableau 3.

Commentaire : A compléter avec les chiffres sur 450 interrogés

Tableau 3 : Fréquence de consommation des produits vivriers

	NSP/non-réponse	Jamais/très rarement	Une ou deux fois/mois	Une ou deux fois/semaine	Ts les jours ou presque	Indice synthétique*
Uru	5,8	10,9	37,6	34,9	10,9	17,7
Taro, tarua	8,7	17,6	37,6	31,6	4,7	12,5
Fei et bananes à cuire	7,3	18,9	42,7	26,7	4,4	11,4
Patate douce	6,9	48,0	32,7	8,9	3,6	6,3
Fafa	8,2	44,4	36,0	10,4	0,9	4,9
Manioc, igname	8,4	63,8	19,1	7,1	1,6	3,8

*Indice synthétique = $[(0,05 \times \% \text{ Jamais}) + (1,5 \times \% \text{ 1-2 fois/mois}) + (7 \times \% \text{ 1-2/sem}) + (22 \times \% \text{ ts. les j.})] / 30,55$

Ces données confirment que les trois principaux produits vivriers consommés sont le uru, le taro et le fei et autres bananes à cuire. On doit noter que les fréquences de réponse "jamais ou très rarement" sont nettement plus élevées que ce que laissait apparaître la première question générale sur la consommation des produits vivriers. Celle-ci a sans doute été biaisée par le fait que les personnes interrogées ont considéré que les enquêteurs attendaient peu de déclarations de non-consommation de ces produits. Les élèves avaient en effet présenté l'enquête comme partie intégrante d'une étude du SDR sur les produits vivriers ce qui pouvait laisser supposer, par les répondants, que ces produits méritaient une attention particulière.

Ces données peuvent être rapprochées des résultats obtenus dans l'enquête réalisée par le Cirad auprès de 325 personnes originaires des différentes îles de la Polynésie française lors de la Foire agricole de Papeete en août 2000³. Les résultats de cette enquête sont présentés dans les Tableau 4 et Tableau 5.

Tableau 4 : Fréquence de consommation des produits vivriers (enquête août 2000)

	Nombre de citations	%
Non-réponse	3	0,9%
Tous les jours ou presque	51	15,7%
Une à quatre fois par semaine	67	20,6%
Une à trois fois par mois	149	45,8%
Jamais ou très rarement	55	16,9%
TOTAL OBS.	325	100%

³ Cette enquête portait principalement sur la consommation et la perception du marché des fruits et légumes. Seules trois questions avaient été ajoutées concernant les produits vivriers.

Tableau 5 : Part des consommateurs ne consommant jamais ou exceptionnellement les produits vivriers (enquête août 2000)

	Nombre de citations	%
Taro	31	9,5%
Uru	36	11,1%
Fei	56	17,2%
Patate douce	59	18,2%
Tarua	88	27,1%
Fafa	89	27,4%
Manioc (racine)	112	34,5%
Igname	131	40,3%
Je les consomme tous	129	39,7%
Non-réponse	1	0,3%

Le nombre de citations est supérieur au nombre d'observations du fait de réponses multiples

Ces données confirment la hiérarchie des produits précédemment établie. Elles font apparaître une fréquence de consommation supérieure à celle enregistrée dans l'autre enquête, en particulier pour la patate douce, le fafa, le manioc (racine) et l'igname. Mais ceci s'explique par la proportion importante, dans l'échantillon, de personnes originaires des îles moins urbanisées et plus agricoles du territoire comme les Australes ou les Marquises. Ceci signifie et confirme que les Tahitiens consomment une moindre diversité de produits vivriers traditionnels que les habitants des autres îles et sans doute globalement en moindre quantité.

1.2 Les sources d'approvisionnement

Les consommateurs ont été interrogés sur leurs sources d'approvisionnement en produits vivriers traditionnels dans la présente enquête et dans celle réalisée en août 2000 à la foire agricole. Les résultats sont présentés dans le Tableau 6.

Tableau 6 : Sources d'approvisionnement en produits vivriers

	Enquête Lycée	Enquête Foire
Echantillon	Tahiti N = 450	Ensemble territoire N = 325
Marché	59%	53%
Jardin, cueillette	38%	38%
Amis, parents, dons, trocs		50%
Bord de route	30%	24%
Supermarché ou grande surface	25%	25%
Commerçant de quartier	16%	11%
Producteur	8%	8%
Autre	1%	6%
Non-réponse	5%	1%
Je ne consomme jamais de vivriers		2%

Le nombre de citations est supérieur au nombre d'observations du fait de réponses multiples (7 au maximum).

Le premier trait marquant des pratiques d'approvisionnement est l'importance des circuits courts : le marché constitue le premier lieu pour s'approvisionner en vivriers, tant à Tahiti que dans l'ensemble du territoire. Les achats en bord de route devancent légèrement ceux en supermarché, même à Tahiti où ceux-ci sont implantés. Le poids très important des circuits d'approvisionnement et de distribution traditionnels est remarquable, quinze ans après l'apparition de la distribution moderne.

Le second trait marquant est l'importance que conservent les jardins, la cueillette et les circuits non marchands puisque plus d'une personne sur trois y recourt à Tahiti. Les trois quarts des personnes

interrogées par les lycéens ont un *faa'apu* ou accès à un *faa'apu*, mais il n'a pas été précisé si celui-ci comportait des produits vivriers. L'accessibilité à ces jardins joue cependant de manière positive sur la consommation de ces produits, en particulier pour le uru, mais pas sur la répartition de la consommation entre la semaine ou le week-end. Ce phénomène a pu être précisé dans l'enquête réalisée à la Foire Agricole sur un échantillon plus large. Plus du tiers de l'échantillon (35%) déclarent disposer d'un jardin avec des vivriers (seulement 22% aux IDV) et plus du tiers également (36%) indiquent qu'ils profitent de celui d'un parent ou d'un amis pour ces mêmes produits (24% aux IDV).

Les familles qui disposent d'un *faa'pu* s'approvisionnent cependant dans les autres circuits, ce qui laisse à penser que les jardins tahitiens ne recèlent pas tous les ingrédients propres à satisfaire les consommateurs-producteurs.

Les familles proches de la culture polynésienne sont les plus nombreuses à posséder leur *fa'apu* ou à s'approvisionner en bord de route et au marché, alors que les familles proches de la culture française s'approvisionnent en supermarché ou auprès d'un commerçant de quartier.

Les habitants de Papeete, Pirae et Faa'a fréquentent les marchés. Conformément aux attentes, le «troc» et le bord de route fonctionnent très bien dans les districts et dans les îles.

L'analyse sur l'âge ne donne pas de faits significatifs. Les sources d'approvisionnement ne semblent pas très différentes selon les revenus.

2 Les motivations de consommation et la perception des produits

2.1 Les motivations de consommation

Les motivations de consommation se partagent à part à peu près égale entre l'envie et le goût (2/3 des citations quelles que soient les affinités culturelles) et l'habitude et la tradition (plus de 60% en citations cumulées). Les produits vivriers sont finalement assez peu associés à la fête (une citation sur 5 seulement). Ils seraient donc toujours assimilables à des produits de consommation courante, appréciés pour leur goût et par habitude, et non des produits consommés exceptionnellement associés à la fête ou à la réception d'amis, contrairement aux idées reçues.

L'âge des personnes interrogées semble n'influer en rien de manière significative sur la motivation à consommer des produits vivriers.

Sur la base de propositions d'opinions formulées par l'enquêteur, les personnes interrogées ont dû indiquer leur degré d'accord ou de désaccord. Cette technique d'enquête permet de légitimer toute opinion, du fait qu'elle est formulée par l'enquêteur, et donc de réduire les biais dus aux réponses de complaisance ou de projection que le répondant se fait des attentes de l'enquêteur ou de ses commanditaires. Les résultats obtenus à ces différentes questions sont présentés dans le Tableau 7.

Tableau 7 : Degré d'accord sur des motivations de consommation des produits vivriers

	Sans opinion	Pas d'accord	D'accord
Il faut manger des produits locaux pour faire comme nos parents (tupuna), pour maintenir la tradition	23%	26%	51%
Peu importe que le produit soit local ou importé du moment qu'il est bon	16%	27%	57%
Il faut manger des produits locaux pour soutenir notre économie	20%	17%	63%
Il faut manger des produits locaux parce qu'ils sont bons pour la santé	3%	11%	86%
Il faut manger des produits locaux parce qu'ils sont moins chers que les produits importés	25%	47%	28%

Mis à part l'opinion sur l'effet favorable des produits locaux sur la santé, on ne constate pas d'accord massif sur les propositions faites.

Le caractère traditionnel et identitaire des produits n'interpelle positivement que la moitié des personnes interrogées. Les analyses ne permettent pas d'observer des différences significatives des réponses selon l'âge et les revenus déclarés. Plus de la moitié de l'échantillon indique d'ailleurs qu'il est indifférent à l'origine géographique ou culturelle des produits du moment que ceux-ci sont bons.

L'intérêt des produits locaux pour soutenir l'économie recueille davantage d'opinions favorables, sans que l'on puisse considérer cet accord comme massif.

L'intérêt économique des produits locaux, en terme de prix, est celle qui totalise le moins d'accord. La moitié de l'échantillon indique même son désaccord avec l'assertion d'un moindre prix des produits locaux par rapport aux produits importés.

Plusieurs autres questions permettaient de préciser la perception de certaines caractéristiques de qualité des produits.

2.2 Les valeurs nutritionnelles et gustatives

Les produits vivriers ont une très bonne image auprès du consommateur tant du point de vue nutritionnel que gustatif. En effet, près de 70% trouvent ces produits "bon pour la santé", et seulement 2% les trouvent "de mauvais goût". A l'évidence, la saveur des produits du terroir satisfait une grande majorité des Tahitiens. Cette information est importante pour tous ceux qui pensaient que les produits vivriers pouvaient être en train de "passer de mode".

Mais plus d'une personne interrogée sur trois les trouve "lourds" et un peu moins de 25% pensent qu'"ils font grossir". Cette croyance, rapprochée des réponses mettant en évidence la nette attention que les personnes enquêtées disent apporter à leur alimentation, pourrait constituer un frein non négligeable à l'avenir pour le développement de leur consommation.

L'échantillon ne permet de mettre en évidence des différences de point de vue selon l'âge, les appartenances culturelles, les revenus déclarés ou encore les lieux d'habitation.

2.3 La facilité d'utilisation

Deux questions portaient respectivement sur la facilité de conservation et de préparation des produits vivriers.

Un quart de l'échantillon les considère plutôt difficile à conserver, un tiers les considère assez facile à conserver et un quart indiquent qu'ils se conservent sans problème. Ces derniers apparaissent pratiquer la congélation des produits. Le caractère périssable des produits ne semble donc pas constituer un problème pour les consommateurs.

Concernant la facilité de préparation, les opinions positives sont encore plus nettes. Seuls 10% de l'échantillon considère les vivriers difficiles à préparer. Près de la moitié les considère assez faciles et le tiers très faciles à préparer. De façon plus nette encore que pour la capacité de conservation, ce critère ne semble pas constituer un handicap pour ces produits.

3 Les critères d'achat et la perception du marché

En gardant à l'esprit qu'une part importante des vivriers est acquis par le biais de relations non marchandes, il est intéressant d'analyser sur quels critères s'oriente la demande et comment est perçue l'offre commerciale.

3.1 Les critères d'achat

Cette question met en avant les critères de choix des produits frais. La qualité est citée en premier avec 90% de réponses, puis vient le prix (73%); l'envie du moment et la provenance sont également des critères importants dans le choix des produits frais (respectivement cités par 48% et 32%).

Le prix est un critère de choix important dans le mode d'approvisionnement des ménages de Tahiti puisque 1/3 comparent toujours les prix avant d'acheter, et plus de 50% comparent de temps en temps. Au solde, c'est près de 90% des ménages qui comparent les prix au moins de temps en temps, ce qui met en évidence le caractère "averti" des consommateurs, même si l'on peut admettre un petit biais issu de besoin de certains consommateurs de se valoriser.

La facilité de préparation, de conservation, la diversité des recettes possibles interviennent en apparence encore peu dans la décision d'achat des ménages de Tahiti. Cette réponse est cohérente avec l'opinion majoritairement admise que les facilités de conservation et de préparation ne constituent pas véritablement des problèmes.

3.2 La perception de l'offre

Plusieurs questions permettaient de mettre en évidence les opinions des consommateurs de Tahiti sur les produits vivriers relativement aux critères de prix, de qualité et de facilité d'approvisionnement, autrement dit, sur la perception du marché.

Les produits vivriers ont globalement une bonne image en terme de qualité puisque seulement 1% des enquêtés les déclarent de mauvaise qualité. Un quart environ les considèrent de qualité moyenne et près de 60% plutôt de bonne qualité. Ce critère n'est donc sans doute pas à un frein à la consommation de ces produits.

Si moins de 10% de l'échantillon trouve les vivriers difficiles à trouver, seul un tiers considère qu'ils sont très faciles à trouver, près de la moitié considérant qu'ils sont seulement assez facilement disponibles. Sans que l'on puisse considérer que la disponibilité constitue un frein à la consommation de ces produits, l'importance de cette réponse "moyenne" mérite une attention.

C'est enfin sur le prix que les personnes interrogées s'expriment davantage (moins de 10% de sans opinions contre environ 15% pour les autres questions). Dans leur majorité (57%), les personnes interrogées trouvent le prix des vivriers "corrects", mais ils se trouvent que 7% pour les considérer "bon marché" alors qu'ils sont plus d'un sur cinq à les trouver "trop chers". S'ils n'ont pas une image de produits de luxe, les vivriers n'ont pas non plus l'image de produits de "première nécessité" facilement abordables.

4 L'attitude des consommateurs face aux nouveaux produits

L'une des hypothèses qui était faite au moment de la préparation de cette enquête était que la consommation des vivriers traditionnels était limitée par une offre essentiellement sous forme de produits frais, bruts, dont la présentation était peut être mal adaptée aux attentes des consommateurs, notamment en ville. L'une des pistes déjà testée en Polynésie française pour augmenter l'utilisation de ces produits est de proposer ces produits sous forme plus commode d'utilisation : produits épluchés et pré-découpés, produits congelés, produits transformés et plats préparés. C'est pourquoi, plusieurs questions ont été posées à l'échantillon pour identifier les attentes et perceptions de ce type de produits.

4.1 Les produits congelés

L'achat de légumes congelés est une pratique relativement répandue puisque 42% des personnes interrogées déclarent le faire. Ce résultat est à rapprocher de ceux obtenus lors de l'enquête à la Foire Agricole sur un échantillon d'originaires des différentes îles du territoire. Les trois quarts de l'échantillon indiquent en effet qu'ils consomment moins d'une fois par semaine ou très rarement ou jamais des légumes congelés (les originaires des IDV sont au même pourcentage). Dans l'enquête réalisée par les lycées, il apparaît que ceux qui achètent des légumes congelés mettent en avant la facilité de préparation (32%), la fraîcheur par rapport aux conserves (18%) et le rapport qualité/prix (15%). Ceux qui ne se risquent pas à tester les nouveaux rayons des grandes surfaces l'expliquent par la qualité gustative jugée moins bonne que celle des produits frais (40%), par habitude (21%) ou par crainte d'éventuels risques pour la santé (18%). Seuls 8% des non-acheteurs expliquent leur refus par le prix jugé trop élevé des produits congelés.

L'analyse ne permet pas de différencier les habitudes d'achat en fonction de l'âge. Les habitants de Papeete (60%), Punaauia et Arue (45%) semblent plus sensibles aux charmes des produits congelés, ce qui pourrait correspondre à la composition socio-culturelle de leur population. L'habitude est éminemment culturelle. On trouve 60% d'acheteurs de surgelés chez les personnes se déclarant d'origine culturelle française, 50% chez les « chinois » et seulement 35% dans la population proche des valeurs polynésiennes. Les différences sont également sensibles en fonction du revenu des consommateurs. La propension à consommer des surgelés semble être liée aux revenus du ménage. Près de 45% d'acheteurs parmi les familles avouant un revenu supérieur à 150 000 FCP contre seulement 30% pour les autres. Cette observation est à rapprocher du fait que les familles nombreuses consomment peu de surgelés.

Interrogées plus spécifiquement sur leur pratique de congélation de produits vivriers, qu'elle que soit leur origine marchande ou non marchande, près de la moitié des personnes (48%) indiquent le faire de temps en temps, 18% assez souvent et 6% systématiquement. Peut-on en déduire qu'ils achèteraient des produits vivriers surgelés s'ils étaient disponibles dans les points de vente ? Pas forcément compte tenu de leur opinion plutôt négative sur le goût de ces surgelés.

4.2 Les modes de préparation des vivriers traditionnels

Les produits vivriers sont 9 fois sur 10 achetés frais et entiers. Mais, un grand nombre de consommateurs les achètent aussi occasionnellement prédécoupés frais ou précuits en barquettes. Ils sont, le plus souvent, préparés à l'eau (82%), en *ma'a tahiti* (79%), ou en *poe* (59%). Presque un tiers des habitants de Tahiti préparent les vivriers en frites. On peut penser qu'il s'agit là surtout du *uru* et du *taro*. La cuisson au feu de bois signalée par une partie des personnes interrogées est réservée au *uru*. Ceux qui se sentent proches de la culture française consomment à 70% leurs produits vivriers à l'eau alors que le pourcentage s'élève à 85% pour ceux qui se sentent « une âme polynésienne ». Aucune différence significative n'apparaît avec l'âge.

On constate donc que les produits vivriers continuent d'être utilisés de façon traditionnelle et ne semblent pas faire l'objet, à l'exception des frites, de nouvelles préparations culinaires, soit inspirées d'autres modes de préparation des amylacés, soit véritablement novatrices. Cette conclusion est très importante car elle peut conduire à l'hypothèse que c'est l'absence de connaissances d'utilisations culinaires plus diversifiées qui pourrait limiter la consommation de ces produits.

4.3 L'achat de plats préparés

Ceux qui ne mangent jamais de plats préparés sont peu nombreux (12,5%). Près de la moitié des familles consomment des plats préparés une ou deux fois par mois, et un tiers une ou deux fois par semaine. Aucune différence significative n'apparaît avec l'âge, le revenu ou la culture. Les principaux plats préparés achetés et leur importance relative sont présentés dans le Tableau 8.

Tableau 8 : Plats préparés achetés le plus souvent

	% de citations
Préparations chinoises	79%
Poisson cru et sashimi	61%
Grillades et brochettes	51%
Snacks, pizzas	50%
Ma'a tahiti	41%
Plats en sauce	30%
Autres	9%

On constate que les préparations à base de vivriers locaux se limitent au Ma'a tahiti et ne sont le plus souvent achetées que par 41% de l'échantillon. Que peut-on conclure de ce chiffre ? D'une part, il signifie que la consommation de vivriers traditionnels ne peut être réduite à l'achat de ces produits sous forme brute. Une part significative des personnes interrogées consomment ces produits sans les préparer eux-mêmes, en les achetant déjà cuisinés. Mais si le Ma'a tahiti n'est pas le principal plat préparé le plus souvent acheté, cela peut s'expliquer par la valorisation sociale qui peut être attachée à sa préparation domestique. Les résultats obtenus pour cette question confirment aussi sans doute le caractère encore très traditionnel des vivriers dans la cuisine tahitienne. Aucune nouvelle forme de préparation culinaire de ces produits n'apparaît dans la liste des plats préparés achetés. Ceci est confirmé par l'absence quasi totale de l'offre de la petite restauration en nouvelles recettes utilisant ces produits. Autrement dit, taro, uru, fei et autres amylacés traditionnels polynésiens semblent totalement confinés aux préparations ancestrales et n'ont pas été introduits dans la cuisine moderne des Polynésiens, où ce sont plutôt les produits importés et les préparations chinoises et euro-américaines qui ont contribué à la diversification de l'alimentation.

4.4 Les attitudes face à la nouveauté

Plus des trois quarts (76%) des consommateurs de l'échantillon déclarent essayer de varier le plus possible les menus. Ceci confirme la tendance, partout observée, d'une diversification alimentaire. Près de la moitié (44%) disent faire attention à ce qu'ils mangent alors que seuls 15% indiquent qu'ils ne privilégient aucun produits du moment que ceux-ci sont rassasiants. Seulement un tiers déclarent essayer volontiers de nouveaux produits ou chercher de nouvelles recettes. La différenciation culturelle n'est pas marquée dans l'échantillon à ce niveau comme dans les précédents.

Cela signifie que l'offre actuelle de produits alimentaires semble satisfaire, dans l'ensemble, le souhait de diversifier ce que l'on mange. On peut, là encore, regretter que les produits vivriers locaux ne soient pas plus présents dans cette offre.

CONCLUSION

Que retenir des résultats de cette enquête ? Quelques conclusions saillantes méritent d'être reprises ici :

- En dépit de l'apparition de modes de consommation et de produits modernes, les produits vivriers sont consommés régulièrement par la presque totalité des habitants de Tahiti parce qu'ils sont considérés comme bons et par habitude. Uru, taro et fei sont largement consommés. Les autres vivriers marquent le pas (patate douce, fafa) ou tendent à disparaître (manioc, igname)
- Ces produits sont encore loin d'être marginalisés même si les populations jeunes et urbaines tendent à réserver leur consommation pour les jours de fête ou les week-end.
- Ils n'ont pas vraiment franchi la porte des circuits de distribution modernes et restent largement diffusés par les voies traditionnelles du marché, du bord de route ou de l'auto-consommation.
- Les questions relatives aux motivations et freins à l'achat des produits vivriers mettent clairement en avant la reconnaissance par la population tahitienne des qualités nutritionnelles et gustatives de ces produits. D'origine uniquement locale et considérés par la population comme de bonne qualité, ils sont également perçus comme facilement disponibles (même s'ils sont très peu disponibles dans les supermarchés et grandes surfaces), faciles à conserver par le consommateur qui ne les trouve pas pénibles ou difficiles à préparer. Le seul reproche qui peut leur être fait, au moins par certains, soucieux des relations entre alimentation et santé, est qu'ils font grossir.
- Aucune motivations, telles que proposées dans l'enquête, n'apparaissent massivement reconnues pour justifier un accroissement de la consommation de ces produits, si ce n'est leur rôle positif pour la santé, même si certains le jugent négatif. Le prix élevé de ces produits semble rester un handicap, même si une grande part des approvisionnements provient de la sphère non marchande.
- Les vivriers restent massivement acquis sous forme brute et fraîche et restent essentiellement préparés sous la forme traditionnelle du Ma'a tahiti. Ces produits et cette préparation ne contribuent pratiquement pas à la tendance générale à la diversification de l'alimentation. C'est sans doute là un des handicaps majeurs pour l'accroissement de leur consommation.

ANNEXES

ANNEXE 1 :	QUESTIONNAIRE UTILISE POUR L'ENQUETE.....	16
ANNEXE 2 :	RESULTATS DES TRIS A PLAT.....	22
ANNEXE 3 :	RESULTATS DES TRIS CROISES.....	38

Annexe 1 : Questionnaire utilisé pour l'enquête

Enquête menée par le Service de Développement rural, le CIRAD et les élèves de 1ère STT2 du Lycée Paul Gauguin.

Bonjour, je m'appelle ... Je suis étudiant(e) au lycée Paul Gauguin et je réalise une étude pour le service de développement rural à propos des produits vivriers. Pourriez-vous me consacrer quelques minutes?

COMPORTEMENTS ALIMENTAIRES ET HABITUDES D'ACHAT

1. Consommez-vous des produits vivriers (ma'a tumu) ?

1. Non jamais
 2. oui, plutôt la semaine
 3. oui, plutôt le week-end
 4. oui, indifféremment la semaine ou le week-end

2. Si oui, pourquoi?

1. par habitude
 2. par envie ou parce que c'est bon
 3. parce que ça fait fête
 4. parce que nos parents nous l'ont appris
 5. sur demande de la famille ou des amis
 6. autres (préciser)

La question n'est pertinente que si conso produits vivri = {2. oui, plutôt la semaine ; 3. oui, plutôt le week-end ; 4. oui, indifféremment la semaine ou le week-end }
Vous pouvez cocher plusieurs cases (4 au maximum).

3. Pendant quelle période en consommez-vous le plus?

1. seulement en période de fêtes ou de vacances
 2. régulièrement dans l'année
 3. ne sait pas

La question n'est pertinente que si conso produits vivri = {2. oui, plutôt la semaine ; 3. oui, plutôt le week-end ; 4. oui, indifféremment la semaine ou le week-end }

4. Où les achetez-vous le plus souvent ?

1. 1. marché
 2. 2. supermarché ou grande surface
 3. 3. commerçant de quartier
 4. 4. producteur
 5. 5. bord de route
 6. 6. j'en ai dans mon jardin ou j'en reçois en cadeau de la famille ou des amis
 7. 7. autre, précisez

La question n'est pertinente que si conso produits vivri = {2. oui, plutôt la semaine ; 3. oui, plutôt le week-end ; 4. oui,

indifféremment la semaine ou le week-end }

Vous pouvez cocher plusieurs cases (3 au maximum).

5. Quels sont les produits vivriers (ma'a tumu) que vous achetez ou que vous mangez le plus souvent?

1. taro
2. tarua
3. fafa
4. uru
5. patate douce
6. igname
7. fei
8. autre banane à cuire
9. manioc
10. ne sait pas

|_|_|_|_|_|_|_|

La question n'est pertinente que si conso produits vivri = {2. oui, plutôt la semaine ; 3. oui, plutôt le week-end ; 4. oui, indifféremment la semaine ou le week-end }
Ordonnez 4 réponses.

6. Mangez-vous du taro ou du tarua?

1. jamais ou très rarement
 2. une ou deux fois par mois
 3. une ou deux fois par semaine
 4. tous les jours ou presque
 5. ne sait pas

La question n'est pertinente que si conso produits vivri = {2. oui, plutôt la semaine ; 3. oui, plutôt le week-end ; 4. oui, indifféremment la semaine ou le week-end }

7. Mangez-vous des fei ou des bananes à cuire ?

1. jamais ou très rarement
 2. une ou deux fois par mois
 3. une ou deux fois par semaine
 4. tous les jours ou presque
 5. ne sait pas

La question n'est pertinente que si conso produits vivri = {2. oui, plutôt la semaine ; 3. oui, plutôt le week-end ; 4. oui, indifféremment la semaine ou le week-end }

8. Mangez-vous du manioc ou de l'igname ?

- 1. Jamais ou très rarement
- 2. une ou deux fois par mois
- 3. une ou deux fois par semaine
- 4. tous les jours ou presque
- 5. ne sait pas

La question n'est pertinente que si conso produits vivri = {2. oui, plutôt la semaine ; 3. oui, plutôt le week-end ; 4. oui, indifféremment la semaine ou le week-end }

9. Mangez-vous de la patate douce ?

- 1. Jamais ou très rarement
- 2. une ou deux fois par mois
- 3. une ou deux fois par semaine
- 4. trois ou quatre fois par semaine
- 5. tous les jours ou presque
- 6. ne sait pas

La question n'est pertinente que si conso produits vivri = {2. oui, plutôt la semaine ; 3. oui, plutôt le week-end ; 4. oui, indifféremment la semaine ou le week-end }

LES MOTIVATIONS ET FREINS A L'ACHAT

Questions à poser aux consommateurs et non-consommateurs

12. Lorsque que vous achetez un légume ou un produit vivrier, vous regardez d'abord :

- 1. le prix
- 2. la qualité
- 3. la provenance (importé ou local)
- 4. la facilité de préparation
- 5. la facilité de conservation
- 6. les recettes et préparations possibles
- 7. votre envie du moment
- 8. autres (précisez)
- 9. ne sait pas

| _ | _ | _ |

Ordonnez 3 réponses.

Aller à la question 13 dans tous les cas

13. Pensez-vous que les produits vivriers : (cocher si d'accord, laisser blanc si pas d'accord)

- 1. C'est lourd
- 2. ça fait grossir
- 3. ça a mauvais goût ou ça n'a pas de goût
- 4. c'est bon pour la santé

La question n'est pertinente que si conso produits vivri =

10. Mangez-vous du fafa ?

- 1. jamais ou très rarement
- 2. une ou deux fois par mois
- 3. une ou deux fois par semaine
- 4. tous les jours ou presque
- 5. ne sait pas

La question n'est pertinente que si conso produits vivri = {2. oui, plutôt la semaine ; 3. oui, plutôt le week-end ; 4. oui, indifféremment la semaine ou le week-end }

11. Pendant la saison, mangez-vous du uru ?

- 1. Jamais ou très rarement
- 2. une ou deux fois par mois
- 3. une ou deux fois par semaine
- 4. tous les jours ou presque
- 5. ne sait pas

La question n'est pertinente que si conso produits vivri = {2. oui, plutôt la semaine ; 3. oui, plutôt le week-end ; 4. oui, indifféremment la semaine ou le week-end }

{Non- réponse ; 1. Non jamais }

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

14. Comparez vous les prix avant d'acheter ?

- 1. jamais
- 2. de temps de temps
- 3. tout le temps
- 4. ne sait pas

15. A votre avis, les produits vivriers sont vendus généralement

- 1. Pas très cher
- 2. à un prix correct
- 3. trop cher
- 4. sans opinion

16. A votre avis les produits vivriers sont :

- 1. plutôt de mauvaise qualité
- 2. de qualité moyenne
- 3. plutôt de bonne qualité
- 4. sans opinion

17. A votre avis, les produits vivriers sont généralement :

- 1. plutôt difficiles à trouver
- 2. assez facilement disponibles
- 3. très faciles à se procurer
- 4. sans opinion

18. A votre avis, les produits vivriers sont :

- 1. plutôt difficiles à conserver
- 2. assez faciles à conserver
- 3. se conservent sans problèmes
- 4. sans opinion

19. A votre avis, les produits vivriers sont :

- 1. plutôt pénibles à préparer
- 2. assez faciles à préparer
- 3. très faciles à préparer
- 4. sans opinion

20. Que pensez-vous de la proposition suivante : "Il faut manger des produits locaux pour faire comme nos parents (tupuna), pour maintenir la tradition".

- 1. Pas d'accord du tout
- 2. Plutôt pas d'accord
- 3. Plutôt d'accord
- 4. Tout à fait d'accord
- 5. sans opinion

21. Que pensez-vous de la proposition suivante : "peu importe que le produit soit local ou importé du moment qu'il est bon"

- 1. Pas d'accord du tout
- 2. Plutôt pas d'accord
- 3. Plutôt d'accord
- 4. Tout à fait d'accord
- 5. sans opinion

22. Que pensez-vous de la proposition suivante : "Il faut manger des produits locaux pour soutenir notre économie".

- 1. Pas d'accord du tout
- 2. Plutôt pas d'accord
- 3. Plutôt d'accord
- 4. Tout à fait d'accord
- 5. sans opinion

23. Que vous pensez-vous de la proposition suivante : "Il faut manger des produits locaux parce qu'ils sont bons pour la santé".

- 1. Pas d'accord du tout
- 2. Plutôt pas d'accord
- 3. Plutôt d'accord
- 4. Tout à fait d'accord

24. Que pensez-vous de la proposition suivante : "Il faut manger des produits locaux parce qu'ils sont moins chers que les produits importés".

- 1. Pas d'accord du tout
- 2. Plutôt pas d'accord
- 3. Plutôt d'accord
- 4. Tout à fait d'accord
- 5. sans opinion

PREPARATION DES PRODUITS ET ATTITUDE FACE AUX NOUVEAUX PRODUITS

En cas de doute sur la classification des plats à la question 30, consultez votre aide-mémoire

25. Achetez-vous des légumes surgelés

- 1. oui
- 2. non

26. Selon vous, quels sont les avantages des produits surgelés ?

- 1. ils sont plus faciles à préparer
- 2. ils sont plus frais que les conserves
- 3. ils offrent un bon rapport qualité prix
- 4. autres, (préciser)...
- 5. ne sait pas

Vous pouvez cocher plusieurs cases (4 au maximum).

27. Selon vous, quels sont les inconvénients des produits surgelés ?

- 1. vous n'avez pas de congélateur
- 2. il y a des risques pour la santé
- 3. ils sont chers
- 4. il n'y a pas les légumes que vous aimez en rayon
- 5. Ils sont moins bons que les frais
- 6. par habitude
- 7. autre (préciser)
- 8. je ne sais pas

Vous pouvez cocher plusieurs cases (5 au maximum).

28. Est-ce qu'il vous arrive de congeler les produits vivriers

- 1. jamais
- 2. de temps en temps
- 3. assez souvent
- 4. systématiquement

29. Comment achetez-vous le plus souvent vos produits vivriers

- 1. frais entiers
- 2. pré-découpés frais
- 3. pré-cuits ou préparés (barquette)
- 4. autres (préciser)
- 5. ne sait pas

|_|_|_|_|_|_|_|

Ordonnez 4 réponses.

31. Combien de fois par semaine achetez-vous des plats préparés?

- 1. 1. jamais
- 2. 2. une ou deux fois par mois
- 3. 3. une fois ou deux par semaine
- 4. 4. trois quatre fois par semaine
- 5. 5. tous les jours

32. Quels type de plat préparé achetez-vous le plus souvent?

- 1. 1. 1. préparations chinoises
- 2. 2. 2. plats en sauce
- 3. 3. 3. poisson cru/sashimi
- 4. 4. 4. snacks, pizzas
- 5. 5. 5. grillades et brochettes
- 6. 6. 6. ma'a tahiti
- 7. 7. 7. autre

|_|_|_|_|_|_|_|

Ordonnez 4 réponses.

33. Etes-vous plutôt du genre à

- 1. essayer tous les nouveaux produits
- 2. manger tous les jours la même chose
- 3. varier vos menus le plus possible
- 4. manger n'importe quoi du moment que ça cale
- 5. chercher de nouvelles recettes
- 6. faire attention à ce que vous mangez
- 7. autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases (3 au maximum).

30. Comment préparez-vous le plus souvent les produits vivriers?

- 1. a l'eau
- 2. à la chinoise
- 3. en frites
- 4. en chips
- 5. en ma'a tahiti
- 6. en poe
- 7. autre (préciser)
- 8. ne sait pas

Vous pouvez cocher plusieurs cases (5 au maximum).

IDENTIFICATION

Ne pas demander le nom de la personne.
Les personnes interrogées qui souhaiteraient avoir des éclaircissements peuvent appeler le

34. Sexe

1. Homme 2. femme

35. Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous ?

1. - 20 ans 2. 20 à 30 ans
 3. 30 à 40 ans 4. 40 à 50 ans
 5. 51 ans et plus

36. Où habitez-vous ?

1. Pajara
 2. Paea
 3. Punaauia
 4. Faa'a
 5. Papeete
 6. Pirae
 7. Arue
 8. Mahina
 9. district de Tahiti
 10. Moorea
 11. autre

37. Avez-vous un jardin avec des fruits et des légumes ?

1. oui
 2. non
 3. ma famille, mes amis, en ont un et j'en profite

Vous pouvez cocher plusieurs cases (2 au maximum).

38. Combien de personnes vivent habituellement sous votre toit

1. Une 2. deux
 3. trois 4. quatre
 5. cinq 6. six
 7. sept 8. huit
 9. neuf 10. dix
 11. onze 12. douze
 13. plus de douze

39. De quelle affinité culturelle vous sentez-vous le plus proche ?

1. Polynésienne 2. française
 3. Chinoise 4. autre

40. A quelle catégorie socio-professionnelle appartenez-vous ?

1. Agriculteur exploitant
 2. artisan, commerçant et chef d'entreprise
 3. Cadre et professions intellectuelles supérieures
 4. Cadres Moyens et professions intermédiaires
 5. Employés
 6. Ouvriers
 7. Autre
 8. Inactifs

41. Les revenus mensuels de la famille (papa+ maman+ autres) se situent entre

1. 0 à 50000 FCP
 2. 50 000 à 100 000 FCP
 3. 100 000 à 150 000 FCP
 4. 150 000 FCP à 200 000 FCP
 5. 200 à 250 000 FCP
 6. 250 000 FCP à 300 000 FCP
 7. 300 000 à 400 000 FCP
 8. au delà de 400 000 FCP

42. Lieu d'enquête

1. Gauguin 2. Taravao
 3. La Mennais 4. Taoné
 5. Pomaré

Annexe 2 : Résultats des tris à plat

COMPORTEMENTS ALIMENTAIRES ET HABITUDES D'ACHAT

Question 1 : Fréquence de consommation

Question : *Consommez-vous des produits vivriers (ma'a tumu) ?*

Consommation produits vivriers	Nb. cit.	Fréq.
1. Non jamais	19	4,2%
2. oui, plutôt la semaine	25	5,6%
3. oui, plutôt le week-end	213	47,3%
4. oui, indifféremment la semaine ou le week-end	193	42,9%
TOTAL OBS.	450	100%

Question 2 : Motivation à la consommation

Question : *Si oui, pourquoi?*

Motivation consommation	Nb. cit.	Fréq.
Non- réponse	20	4,4%
1. par habitude	175	38,9%
2. par envie ou parce que c'est bon	309	68,7%
3. parce que ca fait fête	22	4,9%
4. parce que nos parents nous l'ont appris	105	23,3%
5. sur demande de la famille ou des amis	58	12,9%
6. autres (préciser)	25	5,6%
TOTAL OBS.	450	

Note : Le nombre de citations est supérieur au nombre d'observations du fait de réponses multiples (4 au maximum).

Question 3 : Régularité de la consommation

Question : *Pendant quelle période en consommez-vous le plus?*

Période de consommation	Nb. cit.	Fréq.
Non- réponse	27	6,0%
1. seulement en période de fêtes ou de vacances	76	16,9%
2. régulièrement dans l'année	301	66,9%
3. ne sait pas	46	10,2%
TOTAL OBS.	450	100%

Question 4 : Source d'approvisionnement

Question : Où les achetez-vous le plus souvent ?

Approvisionnement vivriers	Nb. cit.	Fréq.
Non- réponse	22	4,9%
1. marché	265	58,9%
2. supermarché ou grande surface	111	24,7%
3. commerçant de quartier	72	16,0%
4. producteur	35	7,8%
5. bord de route	137	30,4%
6. j'en ai dans mon jardin ou j'en reçois en cadeau de la famille ou des amis	170	37,8%
7. autre, précisez	5	1,1%
TOTAL OBS.	450	

Note : Le nombre de citations est supérieur au nombre d'observations du fait de réponses multiples (3 au maximum).

Question 5 : Préférences selon les produits vivriers

Question : Quels sont les produits vivriers (ma'a tumu) que vous achetez ou que vous mangez le plus souvent?

Achat vivriers	Nb. cit. (rang 1)	Fréq.	Nb. cit. (rang 2)	Fréq.	Nb. cit. (rang 3)	Fréq.	Nb. cit. (rang 4)	Fréq.	Nb. cit. (somme)	Fréq.
Non- réponse	27	6,0%	7	1,6%	11	2,4%	33	7,3%	27	6,0%
1. taro	287	63,8%	69	15,3%	21	4,7%	17	3,8%	394	87,6%
2. tarua	2	0,4%	10	2,2%	10	2,2%	16	3,6%	38	8,4%
3. fafa	10	2,2%	60	13,3%	37	8,2%	35	7,8%	142	31,6%
4. uru	72	16,0%	126	28,0%	105	23,3%	49	10,9%	352	78,2%
5. patate douce	13	2,9%	42	9,3%	40	8,9%	43	9,6%	138	30,7%
6. igname	0	0,0%	1	0,2%	6	1,3%	11	2,4%	18	4,0%
7. fei	17	3,8%	72	16,0%	122	27,1%	70	15,6%	281	62,4%
8. autre banane à cuire	19	4,2%	30	6,7%	55	12,2%	122	27,1%	226	50,2%
9. manioc	3	0,7%	6	1,3%	9	2,0%	8	1,8%	26	5,8%
10. ne sait pas	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	0,2%	1	0,2%
TOTAL OBS.	450		450		450		450		450	

Notes: La question est à 4 réponses multiples ordonnées.

Le tableau donne les effectifs pour chaque rang et pour la somme.

Question 6 : Fréquence de consommation du taro ou tarua :*Question : Mangez-vous du taro ou du tarua?*

Fréquence consommation taro ou tarua	Nb. cit.	Fréq.
Non- réponse	21	4,7%
1. jamais ou très rarement	79	17,6%
2. une ou deux fois par mois	169	37,6%
3. une ou deux fois par semaine	142	31,6%
4. tous les jours ou presque	21	4,7%
5. ne sait pas	18	4,0%
TOTAL OBS.	450	100%

Question 7 : Fréquence consommation du fei*Question : Mangez-vous des fei ou des bananes à cuire ?*

Fréquence consommation du fei	Nb. cit.	Fréq.
Non- réponse	21	4,7%
1. jamais ou très rarement	85	18,9%
2. une ou deux fois par mois	192	42,7%
3. une ou deux fois par semaine	120	26,7%
4. tous les jours ou presque	20	4,4%
5. ne sait pas	12	2,7%
TOTAL OBS.	450	100%

Question 8 : Fréquence consommation du manioc ou de l'igname*Question : Mangez-vous du manioc ou de l'igname ?*

Fréquence de consommation du manioc	Nb. cit.	Fréq.
Non- réponse	28	6,2%
1. Jamais ou très rarement	287	63,8%
2. une ou deux fois par mois	86	19,1%
3. une ou deux fois par semaine	32	7,1%
4. tous les jours ou presque	7	1,6%
5. ne sait pas	10	2,2%
TOTAL OBS.	450	100%

Question 9 : Fréquence de consommation de la patate douce*Question : Mangez-vous de la patate douce ?*

Fréquence de consommation de la patate douce	Nb. cit.	Fréq.
Non- réponse	24	5,3%
1. Jamais ou très rarement	216	48,0%
2. une ou deux fois par mois	147	32,7%
3. une ou deux fois par semaine	40	8,9%
4. trois ou quatre fois par semaine	8	1,8%
5. tous les jours ou presque	8	1,8%
6. ne sait pas	7	1,6%
TOTAL OBS.	450	100%

Question 10 : Fréquence de consommation du fafa*Question : Mangez-vous du fafa ?*

Fréquence de consommation du fafa	Nb. cit.	Fréq.
Non- réponse	23	5,1%
1. jamais ou très rarement	200	44,4%
2. une ou deux fois par mois	162	36,0%
3. une ou deux fois par semaine	47	10,4%
4. tous les jours ou presque	4	0,9%
5. ne sait pas	14	3,1%
TOTAL OBS.	450	100%

Question 11 : Fréquence de consommation du uru*Question : Pendant la saison, mangez-vous du uru ?*

Fréquence de consommation du uru	Nb. cit.	Fréq.
Non- réponse	20	4,4%
1. Jamais ou très rarement	49	10,9%
2. une ou deux fois par mois	169	37,6%
3. une ou deux fois par semaine	157	34,9%
4. tous les jours ou presque	49	10,9%
5. ne sait pas	6	1,3%
TOTAL OBS.	450	100%

LES MOTIVATIONS ET FREINS À L'ACHAT

Question 12 : Critères d'achat

Question : Lorsque que vous achetez un légume ou un produit vivrier, vous regardez d'abord :

Critères d'achat	Nb. cit. (rang 1)	Fréq.	Nb. cit. (rang 2)	Fréq.	Nb. cit. (rang 3)	Fréq.	Nb. cit. (somme)	Fréq.
Non-réponse	4	0,9%	6	1,3%	40	8,9%	4	0,9%
1. le prix	160	35,6%	91	20,2%	78	17,3%	329	73,1%
2. la qualité	191	42,4%	190	42,2%	23	5,1%	404	89,8%
3. la provenance (importé ou local)	12	2,7%	62	13,8%	69	15,3%	143	31,8%
4. la facilité de préparation	9	2,0%	18	4,0%	59	13,1%	86	19,1%
5. la facilité de conservation	2	0,4%	10	2,2%	24	5,3%	36	8,0%
6. les recettes et préparations possibles	9	2,0%	15	3,3%	26	5,8%	50	11,1%
7. votre envie du moment	59	13,1%	49	10,9%	109	24,2%	217	48,2%
8. autres (précisez)	3	0,7%	3	0,7%	7	1,6%	13	2,9%
9. ne sait pas	1	0,2%	2	0,4%	5	1,1%	8	1,8%
TOTAL OBS.	450		450		450		450	

Notes : La question est à 3 réponses multiples ordonnées.

Le tableau donne les effectifs pour chaque rang et pour la somme.

Question 13 : Opinions sur les qualités et défauts des produits vivriers

Question : Lorsque que vous achetez un légume ou un produit vivrier, vous regardez d'abord :

Motivation d'achat	Nb. cit. (rang 1)	Fréq.	Nb. cit. (rang 2)	Fréq.	Nb. cit. (rang 3)	Fréq.	Nb. cit. (somme)	Fréq.
Non-réponse	4	0,9%	6	1,3%	40	8,9%	4	0,9%
1. le prix	160	35,6%	91	20,2%	78	17,3%	329	73,1%
2. la qualité	191	42,4%	190	42,2%	23	5,1%	404	89,8%
3. la provenance (importé ou local)	12	2,7%	62	13,8%	69	15,3%	143	31,8%
4. la facilité de préparation	9	2,0%	18	4,0%	59	13,1%	86	19,1%
5. la facilité de conservation	2	0,4%	10	2,2%	24	5,3%	36	8,0%
6. les recettes et préparations possibles	9	2,0%	15	3,3%	26	5,8%	50	11,1%
7. votre envie du moment	59	13,1%	49	10,9%	109	24,2%	217	48,2%
8. autres (précisez)	3	0,7%	3	0,7%	7	1,6%	13	2,9%
9. ne sait pas	1	0,2%	2	0,4%	5	1,1%	8	1,8%
TOTAL OBS.	450		450		450		450	

Notes : La question est à 3 réponses multiples ordonnées.

Le tableau donne les effectifs pour chaque rang et pour la somme.

Question 14 : Freins à l'achat

Question : Pensez-vous que les produits vivriers :

Freins	Nb. cit.	Fréq.
Non- réponse	48	10,7%
1. C'est lourd	196	43,6%
2. ca fait grossir	109	24,2%
3. ça a mauvais goût ou ça n'a pas de goût	9	2,0%
4. c'est bon pour la santé	309	68,7%
TOTAL OBS.	450	

Notes : Le nombre de citations est supérieur au nombre d'observations du fait de réponses multiples (4 au maximum).

Question 15 : Comparaison prix

Question : Comparez vous les prix avant d'acheter ?

Comparaison prix	Nb. cit.	Fréq.
Non- réponse	8	1,8%
1. jamais	48	10,7%
2. de temps de temps	242	53,8%
3. tout le temps	146	32,4%
4. ne sait pas	6	1,3%
TOTAL OBS.	450	100%

Question 16 : Opinion relative aux prix des produits vivriers

Question : A votre avis, les produits vivriers sont vendus généralement

Opinion prix vivrier	Nb. cit.	Fréq.
Non- réponse	5	1,1%
1. Pas très cher	32	7,1%
2. à un prix correct	257	57,1%
3. trop cher	97	21,6%
4. sans opinion	59	13,1%
TOTAL OBS.	450	100%

Moyenne = 1,88 Ecart-type = 0,90

Notes : La question est à réponse unique sur une échelle.

Les paramètres sont établis sur la notation : 1. Pas très cher (1), 2. à un prix correct (2), 3. trop cher (3), 4. sans opinion (0).

La moyenne et l'écart type sont calculés sans tenir compte des non-réponses.

Question 17 : Opinion sur la qualité des produits vivriers

Question : A votre avis les produits vivriers sont :

Opinion qualité	Nb. cit.	Fréq.
Non- réponse	9	2,0%
1. plutôt de mauvaise qualité	4	0,9%
2. de qualité moyenne	119	26,4%
3. plutôt de bonne qualité	260	57,8%
4. sans opinion	58	12,9%
TOTAL OBS.	450	100%

Moyenne = 2,32 Écart type = 1,01

Notes : La question est à réponse unique sur une échelle.

Les paramètres sont établis sur la notation : 1. plutôt de mauvaise qualité (1), 2. de qualité moyenne (2), 3. plutôt de bonne qualité (3), 4. sans opinion (0).

La moyenne et l'écart-type sont calculés sans tenir compte des non-réponses.

Question 18 : Opinion sur la disponibilité

Question : A votre avis, les produits vivriers sont généralement :

opinion disponibilité	Nb. cit.	Fréq.
Non- réponse	7	1,6%
1. plutôt difficiles à trouver	37	8,2%
2. assez facilement disponibles	216	48,0%
3. très faciles à se procurer	158	35,1%
4. sans opinion	32	7,1%
TOTAL OBS.	450	100%

Moyenne = 1,20 Écart type = 0,69

Notes : la question est à réponse unique sur une échelle.

Les paramètres sont établis sur la notation : 1. plutôt difficiles à trouver (0), 2. assez facilement disponibles (1), 3. très faciles à se procurer (2), 4. sans opinion (0).

La moyenne et l'écart-type sont calculés sans tenir compte des non-réponses.

Question 19 : Opinion sur la facilité de conservation

Question : A votre avis, les produits vivriers sont :

Opinion facilité de conservation	Nb. cit.	Fréq.
Non- réponse	8	1,8%
1. plutôt difficiles à conserver	116	25,8%
2. assez faciles à conserver	156	34,7%
3. se conservent sans problèmes	114	25,3%
4. sans opinion	56	12,4%
TOTAL OBS.	450	100%

Moyenne = 2,25 Écart-type = 0,98

Notes : La question est à réponse unique sur une échelle.

Les paramètres sont établis sur une notation de 1 (1. plutôt difficiles à conserver) à 4 (4. sans opinion).

La moyenne et l'écart-type sont calculés sans tenir compte des non-réponses.

Question 20 : Opinion sur la facilité de préparation

Question : A votre avis, les produits vivriers sont :

Opinion facilité de préparation	Nb. cit.	Fréq.
Non- réponse	2	0,4%
1. plutôt pénibles à préparer	47	10,4%
2. assez faciles à préparer	219	48,7%
3. très faciles à préparer	152	33,8%
4. sans opinion	30	6,7%
TOTAL OBS.	450	100%

Moyenne = 1,08 Ecart-type = 0,94

Notes : La question est à réponse unique sur une échelle.

Les paramètres sont établis sur la notation : 1. plutôt pénibles à préparer (1), 2. assez faciles à préparer (2), 3. très faciles à préparer (0), 4. sans opinion (0).

La moyenne et l'écart-type sont calculés sans tenir compte des non-réponses.

Question 21 : Préférence produits locaux et tradition

Question : Que pensez-vous de la proposition suivante : "Il faut manger des produits locaux pour faire comme nos parents (tupuna), pour maintenir la tradition".

Préférence produits locaux et tradition	Nb. cit.	Fréq.
Non- réponse	7	1,6%
1. Pas d'accord du tout	84	18,7%
2. Plutôt pas d'accord	32	7,1%
3. Plutôt d'accord	122	27,1%
4. Tout à fait d'accord	107	23,8%
5. sans opinion	98	21,8%
TOTAL OBS.	450	100%

Moyenne = 3,23 Ecart-type = 1,38

Notes : La question est à réponse unique sur une échelle.

Les paramètres sont établis sur la notation : 1. Pas d'accord du tout (1), 2. Plutôt pas d'accord (2), 3. Plutôt d'accord (3), 4. Tout à fait d'accord (4), 5. sans opinion (5).

La moyenne et l'écart-type sont calculés sans tenir compte des non-réponses.

Question 22 : Préférence produits locaux et qualité

Question : Que pensez-vous de la proposition suivante : "peu importe que le produit soit local ou importé du moment qu'il est bon"

Préf locale/qualité	Nb. cit.	Fréq.
Non- réponse	13	2,9%
1. Pas d'accord du tout	71	15,8%
2. Plutôt pas d'accord	52	11,6%
3. Plutôt d'accord	156	34,7%
4. Tout à fait d'accord	100	22,2%
5. sans opinion	58	12,9%
TOTAL OBS.	450	100%

Moyenne = 3,05 Ecart-type = 1,24

Notes : La question est à réponse unique sur une échelle.

Les paramètres sont établis sur la notation : 1. Pas d'accord du tout (1), 2. Plutôt pas d'accord (2), 3. Plutôt d'accord (3), 4. Tout à fait d'accord (4), 5. sans opinion (5).
La moyenne et l'écart-type sont calculés sans tenir compte des non-réponses.

Question 23 : Opinion économie locale

Question : Que pensez-vous de la proposition suivante : "Il faut manger des produits locaux pour soutenir notre économie".

Opinion économie	Nb. cit.	Fréq.
Non- réponse	8	1,8%
1. Pas d'accord du tout	44	9,8%
2. Plutôt pas d'accord	32	7,1%
3. Plutôt d'accord	153	34,0%
4. Tout à fait d'accord	132	29,3%
5. sans opinion	81	18,0%
TOTAL OBS.	450	100%

Moyenne = 3,39 Ecart-type = 1,16

Notes : La question est à réponse unique sur une échelle.

Les paramètres sont établis sur la notation : 1. Pas d'accord du tout (1), 2. Plutôt pas d'accord (2), 3. Plutôt d'accord (3), 4. Tout à fait d'accord (4).

La moyenne et l'écart-type sont calculés sans tenir compte des non-réponses.

Question 24 : Opinion produits locaux et santé

Question : Que vous pensez-vous de la proposition suivante : "Il faut manger des produits locaux parce qu'ils sont bons pour la santé".

Opinion "santé"	Nb. cit.	Fréq.
Non- réponse	15	3,3%
1. Pas d'accord du tout	18	4,0%
2. Plutôt pas d'accord	30	6,7%
3. Plutôt d'accord	194	43,1%
4. Tout à fait d'accord	193	42,9%
TOTAL OBS.	450	100%

Moyenne = 3,29 Ecart-type = 0,77

Notes : La question est à réponse unique sur une échelle.

Les paramètres sont établis sur la notation : 1. Pas d'accord du tout (1), 2. Plutôt pas d'accord (2), 3. Plutôt d'accord (3), 4. Tout à fait d'accord (4).

La moyenne et l'écart-type sont calculés sans tenir compte des non-réponses.

Question 25 : Opinion produits locaux et prix

Question : *Que pensez-vous de la proposition suivante : "Il faut manger des produits locaux parce qu'ils sont moins chers que les produits importés".*

Opinion "prix"	Nb. cit.	Fréq.
Non- réponse	9	2,0%
1. Pas d'accord du tout	135	30,0%
2. Plutôt pas d'accord	77	17,1%
3. Plutôt d'accord	75	16,7%
4. Tout à fait d'accord	50	11,1%
5. sans opinion	104	23,1%
TOTAL OBS.	450	100%

Moyenne = 2,80 Ecart-type = 1,56

Notes : *La question est à réponse unique sur une échelle.*

Les paramètres sont établis sur la notation : 1. Pas d'accord du tout (1), 2. Plutôt pas d'accord (2), 3. Plutôt d'accord (3), 4. Tout à fait d'accord (4), 5. sans opinion (5).

La moyenne et l'écart-type sont calculés sans tenir compte des non-réponses.

ATTITUDE FACE AUX NOUVEAUX PRODUITS

Question 26 : Surgelés

Question : *Achetez-vous des légumes surgelés*

Surgelés	Nb. cit.	Fréq.
Non- réponse	7	1,6%
1. oui	187	41,6%
2. non	256	56,9%
TOTAL OBS.	450	100%

Question 27 : motivation surgelé

Question : *Selon vous, quels sont les avantages des produits surgelés ?*

Motivation surgelé	Nb. cit.	Fréq.
Non- réponse	180	40,0%
1. ils sont plus faciles à préparer	145	32,2%
2. ils sont plus frais que les conserves	84	18,7%
3. ils offrent un bon rapport qualité prix	69	15,3%
4. autres, (préciser)...	26	5,8%
5. ne sait pas	41	9,1%
TOTAL OBS.	450	

Notes : *Le nombre de citations est supérieur au nombre d'observations du fait de réponses multiples (4 au maximum).*

Question 28 : frein surgelé

Question : Selon vous, quels sont les inconvénients des produits surgelés ?

Frein surgelé	Nb. cit.	Fréq.
Non- réponse	127	28,2%
1. vous n'avez pas de congélateur	14	3,1%
2. il y a des risques pour la santé	73	16,2%
3. ils sont chers	39	8,7%
4. il n'y a pas les légumes que vous aimez en rayon	56	12,4%
5. Ils sont moins bons que les frais	182	40,4%
6. par habitude	96	21,3%
7. autre (préciser)	13	2,9%
8. je ne sais pas	35	7,8%
TOTAL OBS.	450	

Notes : Le nombre de citations est supérieur au nombre d'observations du fait de réponses multiples (5 au maximum).

Question 29 : Congélation

Question : Est-ce qu'il vous arrive de congeler les produits vivriers

Congélation	Nb. cit.	Fréq.
Non- réponse	4	0,9%
1. jamais	125	27,8%
2. de temps en temps	214	47,6%
3. assez souvent	82	18,2%
4. systématiquement	25	5,6%
TOTAL OBS.	450	100%

Question 30 : type d'achat

Question : Comment achetez-vous le plus souvent vos produits vivriers

type d'achat	Nb. cit. (rang 1)	Fréq.	Nb. cit. (rang 2)	Fréq.	Nb. cit. (rang 3)	Fréq.	Nb. cit. (rang 4)	Fréq.	Nb. cit. (somme)	Fréq.
Non- réponse	18	4,0%	120	26,7%	101	22,4%	108	24,0%	18	4,0%
1. frais entiers	376	83,6%	21	4,7%	10	2,2%	3	0,7%	410	91,1%
2. pré-découpés frais	18	4,0%	169	37,6%	48	10,7%	2	0,4%	237	52,7%
3. pré-cuits ou préparés (barquette)	20	4,4%	115	25,6%	127	28,2%	8	1,8%	270	60,0%
4. autres (préciser)	6	1,3%	4	0,9%	17	3,8%	33	7,3%	60	13,3%
5. ne sait pas	12	2,7%	3	0,7%	9	2,0%	57	12,7%	81	18,0%
TOTAL OBS.	450		450		450		450		450	

Notes : La question est à 4 réponses multiples ordonnées. Le tableau donne les effectifs pour chaque rang et pour la somme.

Question 31 : Comment achetez-vous le plus souvent vos produits vivriers

type d'achat	Nb. cit. (rang 1)	Fréq.	Nb. cit. (rang 2)	Fréq.	Nb. cit. (rang 3)	Fréq.	Nb. cit. (rang 4)	Fréq.	Nb. cit. (somme)	Fréq.
Non-réponse	18	4,0%	120	26,7%	101	22,4%	108	24,0%	18	4,0%
1. frais entiers	376	83,6%	21	4,7%	10	2,2%	3	0,7%	410	91,1%
2. pré-découpés frais	18	4,0%	169	37,6%	48	10,7%	2	0,4%	237	52,7%
3. pré-cuits ou préparés (barquette)	20	4,4%	115	25,6%	127	28,2%	8	1,8%	270	60,0%
4. autres (préciser)	6	1,3%	4	0,9%	17	3,8%	33	7,3%	60	13,3%
5. ne sait pas	12	2,7%	3	0,7%	9	2,0%	57	12,7%	81	18,0%
TOTAL OBS.	450		450		450		450		450	

Notes : La question est à 4 réponses multiples ordonnées.

Le tableau donne les effectifs pour chaque rang et pour la somme.

Question 32 : Comment préparez-vous le plus souvent les produits vivriers?

Préparation	Nb. cit.	Fréq.
Non- réponse	10	2,2%
1. a l'eau	366	81,3%
2. à la chinoise	84	18,7%
3. en frites	142	31,6%
4. en chips	48	10,7%
5. en ma'a tahiti	354	78,7%
6. en poe	265	58,9%
7. autre (préciser)	21	4,7%
8. ne sait pas	13	2,9%
TOTAL OBS.	450	

Notes : Le nombre de citations est supérieur au nombre d'observations du fait de réponses multiples (5 au maximum).

Question 33 : Combien de fois par semaine achetez-vous des plats préparés?

achat de plats préparés	Nb. cit.	Fréq.
Non- réponse	3	0,7%
1. jamais	51	11,3%
2. une ou deux fois par mois	224	49,8%
3. une fois ou deux par semaine	153	34,0%
4. trois quatre fois par semaine	16	3,6%
5. tous les jours	3	0,7%
TOTAL OBS.	450	100%

Question 34 : Type de plats préparés*Question : Quels types de plats préparés achetez-vous le plus souvent?*

type de plat préparé	Nb. cit. (rang 1)	Fréq.	Nb. cit. (rang 2)	Fréq.	Nb. cit. (rang 3)	Fréq.	Nb. cit. (rang 4)	Fréq.	Nb. cit. (somme)	Fréq.
Non- réponse	29	6,4%	28	6,2%	43	9,6%	67	14,9%	29	6,4%
1. préparations chinoises	257	57,1%	53	11,8%	29	6,4%	16	3,6%	355	78,9%
2. plats en sauce	17	3,8%	49	10,9%	40	8,9%	30	6,7%	136	30,2%
3. poisson cru/sashimi	68	15,1%	128	28,4%	57	12,7%	22	4,9%	275	61,1%
4. snacks, pizzas	30	6,7%	68	15,1%	74	16,4%	54	12,0%	226	50,2%
5. grillades et brochettes	22	4,9%	58	12,9%	93	20,7%	57	12,7%	230	51,1%
6. ma'a tahiti	23	5,1%	34	7,6%	48	10,7%	78	17,3%	183	40,7%
7. autre	4	0,9%	3	0,7%	9	2,0%	26	5,8%	42	9,3%
TOTAL OBS.	450		450		450		450		450	

*Notes : La question est à 4 réponses multiples ordonnées.**Le tableau donne les effectifs pour chaque rang et pour la somme.***Question 35 : habitudes alimentaires***Question : Êtes-vous plutôt du genre à*

habitudes alimentaires	Nb. cit.	Fréq.
Non- réponse	6	1,3%
1. essayer tous les nouveaux produits	144	32,0%
2. manger tous les jours la même chose	30	6,7%
3. varier vos menus le plus possible	342	76,0%
4. manger n'importe quoi du moment que ça cale	78	17,3%
5. chercher de nouvelles recettes	117	26,0%
6. faire attention à ce que vous mangez	198	44,0%
7. autre	7	1,6%
TOTAL OBS.	450	

*Notes : Le nombre de citations est supérieur au nombre d'observations du fait de réponses multiples (3 au maximum).***Question 36 : Sexe des personnes interrogées***Question : Sexe des personnes interrogées*

Sexe	Nb. cit.	Fréq.
Non- réponse	2	0,4%
1. Homme	144	32,0%
2. femme	304	67,6%
TOTAL OBS.	450	100%

Question 37 : AGE*Question : Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous ?*

AGE	Nb. cit.	Fréq.
Non- réponse	8	1,8%
1. - 20 ans	84	18,7%
2. 20 à 30 ans	81	18,0%
3. 30 à 40 ans	92	20,4%
4. 40 à 50 ans	133	29,6%
5. 51 ans et plus	52	11,6%
TOTAL OBS.	450	100%

Question 38 : Lieu d'habitation*Question : Où habitez-vous ?*

lieu d'habitation	Nb. cit.	Fréq.
Non- réponse	2	0,4%
1. Pajara	19	4,2%
2. Paea	36	8,0%
3. Punaauia	99	22,0%
4. Faa'a	82	18,2%
5. Papeete	47	10,4%
6. Pirae	22	4,9%
7. Arue	20	4,4%
8. Mahina	23	5,1%
9. district de Tahiti	43	9,6%
10. Moorea	22	4,9%
11. autre	35	7,8%
TOTAL OBS.	450	100%

Question 39 : Jardin familial "faa'pu"*Question : Avez-vous un jardin avec des fruits et des légumes ?*

Jardin familial "faa'pu"	Nb. cit.	Fréq.
Non- réponse	3	0,7%
1. oui	225	50,0%
2. non	151	33,6%
3. ma famille, mes amis, en ont un et j'en profite	109	24,2%
TOTAL OBS.	450	

Notes : Le nombre de citations est supérieur au nombre d'observations du fait de réponses multiples (2 au maximum).

Question 40 : Composition du foyer familial*Question : Combien de personnes vivent habituellement sous votre toit*

Foyer familial	Nb. cit.	Fréq.
Non- réponse	3	0,7%
1. Un	5	1,1%
2. deux	30	6,7%
3. trois	80	17,8%
4. quatre	87	19,3%
5. cinq	94	20,9%
6. six	55	12,2%
7. sept	30	6,7%
8. huit	31	6,9%
9. neuf	14	3,1%
10. dix	8	1,8%
11. onze	3	0,7%
12. douze	2	0,4%
13. plus de douze	8	1,8%
TOTAL OBS.	450	100%

Question 41 : Affinité culturelle*Question : De quelle affinité culturelle vous sentez-vous le plus proche ?*

Affinité culturelle	Nb. cit.	Fréq.
Non- réponse	15	3,3%
1. Polynésienne	318	70,7%
2. française	74	16,4%
3. Chinoise	31	6,9%
4. autre	12	2,7%
TOTAL OBS.	450	100%

Question 42 : Catégorie socio-professionnelle*Question : A quelle catégorie socio-professionnelle appartenez-vous?*

C.S.P.	Nb. cit.	Fréq.
Non- réponse	29	6,4%
1. Agriculteur exploitant	15	3,3%
2. artisan, commerçant et chef d'entreprise	42	9,3%
3. Cadre et professions intellectuelles supérieures	36	8,0%
4. Cadres Moyens et professions intermédiaires	60	13,3%
5. Employés	113	25,1%
6. Ouvriers	11	2,4%
7. Autre	71	15,8%
8. Inactifs	73	16,2%
TOTAL OBS.	450	100%

Question 43 : Revenu

Question : Les revenus mensuels de la famille (papa+ maman+ autres) se situent entre

Revenu	Nb. cit.	Fréq.
Non- réponse	63	14,0%
1. 0 à 50000 FCP	29	6,4%
2. 50 000 à 100 000 FCP	33	7,3%
3. 100 000 à 150 000 FCP	51	11,3%
4. 150 000 FCP à 200 000 FCP	39	8,7%
5. 200 à 250 000FCP	35	7,8%
6. 250 000 FCP à 300 000 FCP	33	7,3%
7. 300 000 à 400 000 FCP	61	13,6%
8. au delà de 400 000 FCP	106	23,6%
TOTAL OBS.	450	100%

Question 44 : Lieu d'enquête

Question : Lieu d'enquête

Lieu d'enquête	Nb. cit.	Fréq.
1. Gauguin	304	67,6%
2. Taravao	91	20,2%
3. La Mennais	0	0,0%
4. Taoné	55	12,2%
5. Pomaré	0	0,0%
TOTAL OBS.	450	100%

Annexe 3 : Résultats des tris croisés

HABITUDE D'ACHAT ET DE CONSOMMATION

Question 1 : Consommez-vous des produits vivriers (ma'a tumu)

** Affinité culturelle*

conso produits vivriers/ Affinité culturelle	Non jamais	oui, plutôt la semaine	oui, plutôt le week-end	oui, indifféremment la semaine ou le week-end	TOTAL
Polynésienne	0,2% (1)	4,1% (18)	37,2% (162)	31,5% (137)	73,1% (318)
française	3,7% (16)	1,1% (5)	5,7% (25)	6,4% (28)	17,0% (74)
Chinoise	0,5% (2)	0,2% (1)	3,2% (14)	3,2% (14)	7,1% (31)
autre	0,0% (0)	0,0% (0)	0,9% (4)	1,8% (8)	2,8% (12)
TOTAL	4,4% (19)	5,5% (24)	47,1% (205)	43,0% (187)	100% (435)

La dépendance est très significative. $\chi^2 = 70,75$, ddl = 9, 1-p = >99,99%.

Les valeurs du tableau sont les pourcentages au total établis sur 435 citations.

**Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous ?*

AGE/conso produits vivri	Non jamais	oui, plutôt la semaine	oui, plutôt le week-end	oui, indifféremment la semaine ou le week-end	TOTAL
- 20 ans	0,5% (2)	0,5% (2)	11,1% (49)	7,0% (31)	19,0% (84)
20 à 30 ans	0,0% (0)	1,1% (5)	9,5% (42)	7,7% (34)	18,3% (81)
30 à 40 ans	0,2% (1)	0,7% (3)	10,6% (47)	9,3% (41)	20,8% (92)
40 à 50 ans	2,7% (12)	2,5% (11)	11,8% (52)	13,1% (58)	30,1% (133)
51 ans et plus	0,7% (3)	0,7% (3)	4,8% (21)	5,7% (25)	11,8% (52)
TOTAL	4,1% (18)	5,4% (24)	47,7% (211)	42,8% (189)	100% (442)

La dépendance est significative. $\chi^2 = 24,85$, ddl = 12, 1-p = 98,44%.

Les valeurs du tableau sont les pourcentages au total établis sur 442 citations.

Où habitez-vous ?

lieu d'habitation/ conso produits vivriers	Non jamais	oui, plutôt la semaine	oui, plutôt le week-end	oui, indifféremment la semaine ou le week-end	TOTAL
Papara	0,0% (0)	0,2% (1)	2,7% (12)	1,3% (6)	4,2% (19)
Paea	0,0% (0)	0,2% (1)	4,5% (20)	3,3% (15)	8,0% (36)
Punaauia	1,1% (5)	0,4% (2)	8,9% (40)	11,6% (52)	22,1% (99)
Faa'a	0,4% (2)	1,1% (5)	10,5% (47)	6,3% (28)	18,3% (82)
Papeete	1,3% (6)	0,4% (2)	5,6% (25)	3,1% (14)	10,5% (47)
Pirae	0,4% (2)	0,4% (2)	2,2% (10)	1,8% (8)	4,9% (22)
Arue	0,4% (2)	0,4% (2)	1,6% (7)	2,0% (9)	4,5% (20)
Mahina	0,4% (2)	0,0% (0)	2,5% (11)	2,2% (10)	5,1% (23)
district de Tahiti	0,0% (0)	0,7% (3)	4,2% (19)	4,7% (21)	9,6% (43)
Moorea	0,0% (0)	0,7% (3)	2,0% (9)	2,2% (10)	4,9% (22)
autre	0,0% (0)	0,9% (4)	2,9% (13)	4,0% (18)	7,8% (35)
TOTAL	4,2% (19)	5,6% (25)	47,5% (213)	42,6% (191)	100% (448)

La dépendance est peu significative. $\chi^2 = 43,13$, ddl = 30, 1-p = 94,30%.

Les valeurs du tableau sont les pourcentages au total établis sur 448 citations.

** Où habitez-vous(regroupement Rural*Urbain) ?*

Conso produits vivriers/lieu d'habitation	Rural	Urbain	TOTAL
Non jamais	0,4% (2)	3,8% (17)	4,2% (19)
oui, plutôt la semaine	2,7% (12)	2,9% (13)	5,6% (25)
oui, plutôt le week-end	18,8% (84)	28,8% (129)	47,5% (213)
oui, indifféremment la semaine ou le week-end	17,9% (80)	24,8% (111)	42,6% (191)
TOTAL	39,7% (178)	60,3% (270)	100% (448)

La dépendance est significative. $\chi^2 = 7,86$, ddl = 3, 1-p = 95,10%.

Les valeurs du tableau sont les pourcentages au total établis sur 448 citations.

** Où habitez-vous(regroupement Rural*Urbain % en colonne)*

Conso produits vivriers/lieu d'habitation	Rural	Urbain	TOTAL
Non jamais	1,1% (2)	6,3% (17)	4,2% (19)
oui, plutôt la semaine	6,7% (12)	4,8% (13)	5,6% (25)
oui, plutôt le week-end	47,2% (84)	47,8% (129)	47,5% (213)
oui, indifféremment la semaine ou le week-end	44,9% (80)	41,1% (111)	42,6% (191)
TOTAL	100% (178)	100% (270)	100% (448)

La dépendance est significative. $\chi^2 = 7,86$, ddl = 3, 1-p = 95,10%.

Les valeurs du tableau sont les pourcentages en colonne établis sur 448 citations.

** Les revenus mensuels de la famille*

Revenu/conso produits vivriers	Non jamais	oui, plutôt la semaine	oui, plutôt le week-end	oui, indifféremment la semaine ou le week-end	TOTAL
O à 200 000 FCP	7,7% (1)	63,6% (14)	39,0% (71)	38,8% (66)	39,3% (152)
200 à 400 000FCP	38,5% (5)	22,7% (5)	32,4% (59)	35,3% (60)	33,3% (129)
au delà de 400 000 FCP	53,8% (7)	13,6% (3)	28,6% (52)	25,9% (44)	27,4% (106)
TOTAL	100% (13)	100% (22)	100% (182)	100% (170)	100% (387)

La dépendance est significative. $\chi^2 = 12,80$, ddl = 6, 1-p = 95,37%.

Les valeurs du tableau sont les pourcentages en colonne établis sur 387 citations.

** Avez-vous un jardin avec des fruits et des légumes?*

conso produits vivriersfaa'pu	Non jamais	oui, plutôt la semaine	oui, plutôt le week-end	oui, indifféremment la semaine ou le week-end	TOTAL
oui	23,8% (5)	46,2% (12)	45,9% (105)	49,3% (103)	46,4% (225)
non	66,7% (14)	42,3% (11)	30,1% (69)	27,3% (57)	31,1% (151)
ma famille, mes amis, en ont un et j'en profite	9,5% (2)	11,5% (3)	24,0% (55)	23,4% (49)	22,5% (109)
TOTAL	100% (21)	100% (26)	100% (229)	100% (209)	100% (485)

La dépendance est significative. $\chi^2 = 16,61$, ddl = 6, 1-p = 98,92%.

Les valeurs du tableau sont les pourcentages en colonne établis sur 485 citations.

* Avez-vous un jardin avec des fruits et des légumes (% en ligne) ?

conso produits vivriers faa'pu	Non jamais	oui, plutôt la semaine	oui, plutôt le week-end	oui, indifféremment la semaine ou le week-end	TOTAL
oui	2,2% (5)	5,3% (12)	46,7% (105)	45,8% (103)	100% (225)
non	9,3% (14)	7,3% (11)	45,7% (69)	37,7% (57)	100% (151)
ma famille, mes amis, en ont un et j'en profite	1,8% (2)	2,8% (3)	50,5% (55)	45,0% (49)	100% (109)
TOTAL	4,3% (21)	5,4% (26)	47,2% (229)	43,1% (209)	100% (485)

La dépendance est significative. $\chi^2 = 16,61$, ddl = 6, 1-p = 98,92%.

Les valeurs du tableau sont les pourcentages en ligne établis sur 485 citations.

Question 2 : Motivation Si oui pourquoi ?

*Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous ?

AGE / motivation consommation	- 20 ans	20 à 30 ans	30 à 40 ans	40 à 50 ans	51 ans et plus	TOTAL
Non-réponse	1,6% (2)	0,0% (0)	1,4% (2)	5,4% (12)	3,6% (3)	2,7% (19)
par habitude	23,0% (28)	26,6% (34)	24,8% (36)	23,7% (53)	25,0% (21)	24,5% (172)
envie ou c'est bon	43,4% (53)	45,3% (58)	45,5% (66)	40,6% (91)	41,7% (35)	43,1% (303)
ça fait fête	4,1% (5)	1,6% (2)	2,8% (4)	4,0% (9)	2,4% (2)	3,1% (22)
nos parents nous l'ont appris	15,6% (19)	15,6% (20)	14,5% (21)	14,3% (32)	15,5% (13)	14,9% (105)
sur demande de la famille ou des amis	9,8% (12)	9,4% (12)	7,6% (11)	6,7% (15)	8,3% (7)	8,1% (57)
autres (préciser)	2,5% (3)	1,6% (2)	3,4% (5)	5,4% (12)	3,6% (3)	3,6% (25)
TOTAL	100% (122)	100% (128)	100% (145)	100% (224)	100% (84)	100% (703)

La dépendance n'est pas significative. $\chi^2 = 19,63$, ddl = 24, 1-p = 28,24%.

Les valeurs du tableau sont les pourcentages en colonne établis sur 703 citations.

* De quelle affinité culturelle vous sentez-vous le plus proche ?

Af culturelle motivation consommation	Polynésienne	française	Chinoise	autre	TOTAL
Non-réponse	0,4% (2)	17,0% (16)	4,0% (2)	0,0% (0)	2,9% (20)
par habitude	28,3% (149)	9,6% (9)	20,0% (10)	10,5% (2)	24,7% (170)
envie ou c'est bon	41,4% (218)	53,2% (50)	44,0% (22)	36,8% (7)	43,1% (297)
ça fait fête	2,5% (13)	2,1% (2)	6,0% (3)	10,5% (2)	2,9% (20)
nos parents nous l'ont appris	16,9% (89)	4,3% (4)	14,0% (7)	15,8% (3)	14,9% (103)
sur demande de la famille ou des amis	7,0% (37)	8,5% (8)	10,0% (5)	21,1% (4)	7,8% (54)
autres (préciser)	3,4% (18)	5,3% (5)	2,0% (1)	5,3% (1)	3,6% (25)
TOTAL	100% (526)	100% (94)	100% (50)	100% (19)	100% (689)

La dépendance est très significative. $\chi^2 = 114,00$, ddl = 18, 1-p = >99,99%.

Les valeurs du tableau sont les pourcentages en colonne établis sur 689 citations.

* Les revenus mensuels de la famille

/Revenu motivation consommation	0 à 200 000 FCP	200 à 400 000 FCP	> 400 000 FCP	TOTAL
Non-réponse	0,4% (1)	2,6% (5)	4,4% (7)	2,1% (13)
habitude	25,4% (67)	24,1% (47)	24,5% (39)	24,8% (153)
envie ou c'est bon	41,3% (109)	47,2% (92)	41,5% (66)	43,2% (267)
ca fait fête	3,8% (10)	2,1% (4)	3,1% (5)	3,1% (19)
nos parents nous l'ont appris	19,3% (51)	13,3% (26)	11,9% (19)	15,5% (96)
sur demande de la famille ou des amis	8,3% (22)	7,2% (14)	8,2% (13)	7,9% (49)
autres (préciser)	1,5% (4)	3,6% (7)	6,3% (10)	3,4% (21)
TOTAL	100% (264)	100% (195)	100% (159)	100% (618)

La dépendance est significative. $\chi^2 = 21,40$, ddl = 12, 1-p = 95,52%.

Les valeurs du tableau sont les pourcentages en colonne établis sur 618 citations.

* Où habitez-vous?

motivation consommat/lieu d'habitation	Rural	Urbain	TOTAL
Non-réponse	0,7% (2)	4,4% (18)	2,8% (20)
1. habitude	26,8% (80)	22,9% (94)	24,5% (174)
2. par envie ou parce que c'est bon	39,8% (119)	45,7% (188)	43,2% (307)
3. ca fait fête	3,0% (9)	3,2% (13)	3,1% (22)
4. nos parents nous l'ont appris	15,1% (45)	14,6% (60)	14,8% (105)
5. sur demande de la famille ou des amis	11,7% (35)	5,4% (22)	8,0% (57)
6. autres (préciser)	3,0% (9)	3,9% (16)	3,5% (25)
TOTAL	100% (299)	100% (411)	100% (710)

La dépendance est très significative. $\chi^2 = 20,06$, ddl = 6, 1-p = 99,73%.

Les valeurs du tableau sont les pourcentages en colonne établis sur 710 citations.

Question 5 : Quels sont les produits vivriers (ma'a tumu) que vous achetez ou que vous mangez le plus souvent?

* De quelle affinité culturelle vous sentez-vous le plus proche ?

Aff culturelle achat vivriers	Polynésienne	française	Chinoise	autre	TOTAL
Non-réponse	0,5% (8)	1,1% (18)	0,1% (2)	0,0% (0)	1,8% (28)
taro et tarua	21,2% (336)	2,6% (42)	1,8% (29)	0,7% (11)	26,3% (418)
fafa	6,7% (106)	1,4% (22)	0,4% (7)	0,1% (2)	8,6% (137)
uru	16,3% (259)	2,8% (45)	1,5% (24)	0,6% (10)	21,3% (338)
patate douce	5,5% (87)	1,7% (27)	0,9% (15)	0,3% (5)	8,4% (134)
igname manioc	1,6% (26)	0,6% (10)	0,1% (2)	0,3% (4)	2,6% (42)
fei et bananes à cuire	24,4% (388)	3,5% (55)	2,0% (32)	0,9% (15)	30,9% (490)
TOTAL	76,2% (1210)	13,8% (219)	7,0% (111)	3,0% (47)	100% (1587)

La dépendance est très significative. $\chi^2 = 92,07$, ddl = 18, 1-p = >99,99%.

Les valeurs du tableau sont les pourcentages au total établis sur 1587 citations.

** Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous ?*

AGE achat vivriers	- 20 ans	20 à 30 ans	30 à 40 ans	40 à 50 ans	51 ans et plus	TOTAL
feï et banane à cuire	5,7%	6,6%	7,0%	9,0%	3,1%	31,5%
taro et tarua	5,6%	5,2%	5,7%	7,0%	3,3%	26,8%
uru	4,3%	4,0%	4,8%	6,2%	2,6%	21,8%
fafa	1,6%	1,6%	2,1%	2,5%	0,9%	8,7%
patate douce	1,7%	1,3%	1,7%	2,5%	1,3%	8,5%
igname et manioc	0,9%	0,2%	0,4%	0,8%	0,4%	2,8%
TOTAL	19,7%	18,9%	21,7%	28,0%	11,7%	100%

La dépendance n'est pas significative. $\chi^2 = 16,72$, ddl = 20, $1-p = 32,87\%$.

Les valeurs du tableau sont les pourcentages au total établis sur 1592 citations.

Où habitez-vous?

achat vivriers/lieu d'habitation	Rural	Urbain	TOTAL
feï banane à cuire	13,4%	17,9%	31,3%
taro tarua	11,5%	15,2%	26,7%
uru	9,0%	12,7%	21,8%
fafa	3,9%	4,9%	8,8%
patate douce	2,8%	5,8%	8,6%
igname manioc	1,0%	1,7%	2,7%
TOTAL	41,7%	58,3%	100%

La dépendance n'est pas significative. $\chi^2 = 6,22$, ddl = 5, $1-p = 71,47\%$.

Les valeurs du tableau sont les pourcentages au total établis sur 1608 citations.

Question 6 : Mangez-vous du taro ou du tarua?

** Affinité culturelle*

Cons. taro Af. culturelle	Non- réponse	jamais ou très rarement	une ou deux fois par mois	une ou deux fois par semaine	tous les jours ou presque	TOTAL
Polynésienne	3,2%	8,3%	28,5%	28,7%	4,4%	73,1%
française	4,6%	6,7%	4,8%	0,9%	0,0%	17,0%
Chinoise	0,9%	1,1%	3,4%	1,4%	0,2%	7,1%
autre	0,2%	0,7%	0,9%	0,7%	0,2%	2,8%
TOTAL	9,0%	16,8%	37,7%	31,7%	4,8%	100%

La dépendance est très significative. $\chi^2 = 94,48$, ddl = 12, $1-p = >99,99\%$.

Les valeurs du tableau sont les pourcentages au total établis sur 435 citations.

** Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous ?*

cons taro AGE	Non- réponse	jamais ou très rarement	une ou deux fois par mois	une ou deux fois par semaine	tous les jours ou presque	TOTAL
- 20 ans	1,8%	3,8%	7,7%	5,0%	0,7%	19,0%
20 à 30 ans	0,7%	1,6%	7,5%	6,8%	1,8%	18,3%
30 à 40 ans	1,1%	5,0%	7,7%	6,1%	0,9%	20,8%
40 à 50 ans	4,1%	4,5%	12,2%	8,8%	0,5%	30,1%
51 ans et plus	0,9%	2,5%	2,5%	5,0%	0,9%	11,8%
TOTAL	8,6%	17,4%	37,6%	31,7%	4,8%	100%

La dépendance est significative. $\chi^2 = 31,18$, ddl = 16, $1-p = 98,72\%$.

Les valeurs du tableau sont les pourcentages au total établis sur 442 citations.

Question 7 : Mangez-vous des fei ou des bananes à cuire ?

** Affinité culturelle*

Consommation fei Affinité culturelle	Non- réponse	jamais ou très rarement	une ou deux fois par mois	une ou deux fois par semaine	tous les jours ou presque	TOTAL
Polynésienne	2,8%	11,3%	30,3%	24,4%	4,4%	73,1%
Française	3,9%	4,4%	7,6%	0,9%	0,2%	17,0%
Chinoise	0,9%	2,3%	3,2%	0,7%	0,0%	7,1%
autre	0,0%	0,2%	1,6%	0,9%	0,0%	2,8%
TOTAL	7,6%	18,2%	42,8%	26,9%	4,6%	100%

La dépendance est très significative. $\chi^2 = 66,00$, $ddl = 12$, $1-p = >99,99\%$.

Les valeurs du tableau sont les pourcentages au total établis sur 435 citations.

** Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous ?*

cons fei AGE	Non- réponse	jamais ou très rarement	une ou deux fois par mois	une ou deux fois par semaine	tous les jours ou presque	TOTAL
- 20 ans	1,4%	4,3%	8,1%	4,5%	0,7%	19,0%
20 à 30 ans	0,5%	2,9%	8,8%	5,0%	1,1%	18,3%
30 à 40 ans	0,9%	4,8%	9,3%	5,0%	0,9%	20,8%
40 à 50 ans	3,2%	4,3%	12,7%	8,8%	1,1%	30,1%
51 ans et plus	1,1%	2,3%	4,1%	3,6%	0,7%	11,8%
TOTAL	7,0%	18,6%	43,0%	26,9%	4,5%	100%

La dépendance n'est pas significative. $\chi^2 = 13,03$, $ddl = 16$, $1-p = 32,94\%$.

Les valeurs du tableau sont les pourcentages au total établis sur 442 citations.

Question 8 : Mangez-vous du manioc ou de l'igname ?

** Affinité culturelle*

cons manioc Affinité culturelle	Non- réponse	Jamais ou très rarement	une ou deux fois par mois	une ou deux fois par semaine	tous les jours ou presque	TOTAL
Polynésienne	3,0%	45,7%	16,3%	6,4%	1,6%	73,1%
française	4,6%	10,8%	1,4%	0,2%	0,0%	17,0%
Chinoise	0,9%	4,8%	0,9%	0,5%	0,0%	7,1%
autre	0,0%	2,3%	0,5%	0,0%	0,0%	2,8%
TOTAL	8,5%	63,7%	19,1%	7,1%	1,6%	100%

La dépendance est très significative. $\chi^2 = 54,99$, $ddl = 12$, $1-p = >99,99\%$.

Les valeurs du tableau sont les pourcentages au total établis sur 435 citations.

** Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous ?*

cons manioc AGE	Non- réponse	Jamais ou très rarement	une ou deux fois par mois	une ou deux fois par semaine	tous les jours ou presque	TOTAL
- 20 ans	1,1%	11,5%	4,8%	1,4%	0,2%	19,0%
20 à 30 ans	1,4%	12,2%	2,5%	1,8%	0,5%	18,3%
30 à 40 ans	0,7%	15,2%	3,6%	0,9%	0,5%	20,8%
40 à 50 ans	3,8%	18,1%	6,3%	1,8%	0,0%	30,1%
51 ans et plus	1,1%	6,8%	2,3%	1,1%	0,5%	11,8%
TOTAL	8,1%	63,8%	19,5%	7,0%	1,6%	100%

La dépendance n'est pas significative. $\chi^2 = 19,07$, $ddl = 16$, $1-p = 73,47\%$.

Les valeurs du tableau sont les pourcentages au total établis sur 442 citations.

Question 9 : Mangez-vous de la patate douce ?

* Affinité culturelle

cons patate Af culturelle	Non- réponse	Jamais ou très rarement	une ou deux fois par mois	une ou deux fois par semaine	Tous les jours ou presque	TOTAL
Polynésienne	1,8%	37,5%	23,0%	7,8%	3,0%	73,1%
française	4,4%	6,0%	5,7%	0,7%	0,2%	17,0%
Chinoise	0,5%	3,2%	3,0%	0,2%	0,2%	7,1%
autre	0,2%	1,4%	0,9%	0,0%	0,2%	2,8%
TOTAL	6,9%	48,0%	32,6%	8,7%	3,7%	100%

La dépendance est très significative. $\chi^2 = 58,37$, $ddl = 12$, $1-p = >99,99\%$.

Les valeurs du tableau sont les pourcentages au total établis sur 435 citations.

* Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous ?

cons patate AGE	Non- réponse	Jamais ou très rarement	une ou deux fois par mois	une ou deux fois par semaine	tous les jours ou presque	TOTAL
- 20 ans	0,7%	10,4%	5,7%	1,4%	0,9%	19,0%
20 à 30 ans	0,9%	10,0%	4,3%	2,3%	0,9%	18,3%
30 à 40 ans	1,1%	11,5%	6,6%	1,1%	0,5%	20,8%
40 à 50 ans	3,2%	11,8%	12,2%	2,5%	0,5%	30,1%
51 ans et plus	0,7%	4,3%	4,3%	1,6%	0,9%	11,8%
TOTAL	6,6%	48,0%	33,0%	8,8%	3,6%	100%

La dépendance est peu significative. $\chi^2 = 25,30$, $ddl = 16$, $1-p = 93,52\%$.

Les valeurs du tableau sont les pourcentages au total établis sur 442 citations.

Question 10 : Mangez-vous du fafa ?

* Affinité culturelle

Cons fafa Af. culturelle	Non- réponse	jamais ou très rarement	une ou deux fois par mois	une ou deux fois par semaine	tous les jours ou presque	TOTAL
Polynésienne	2,5% (11)	30,6% (133)	29,7% (129)	9,4% (41)	0,9% (4)	73,1% (318)
française	4,8% (21)	7,1% (31)	4,6% (20)	0,5% (2)	0,0% (0)	17,0% (74)
Chinoise	0,7% (3)	4,6% (20)	1,4% (6)	0,5% (2)	0,0% (0)	7,1% (31)
autre	0,2% (1)	1,8% (8)	0,7% (3)	0,0% (0)	0,0% (0)	2,8% (12)
TOTAL	8,3% (36)	44,1% (192)	36,3% (158)	10,3% (45)	0,9% (4)	100% (435)

La dépendance est très significative. $\chi^2 = 65,45$, $ddl = 12$, $1-p = >99,99\%$.

Les valeurs du tableau sont les pourcentages au total établis sur 435 citations.

* Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous ?

Cons. fafa AGE	Non- réponse	jamais ou très rarement	une ou deux fois par mois	une ou deux fois par semaine	tous les jours ou presque	TOTAL
- 20 ans	0,9% (4)	8,1% (36)	8,1% (36)	1,6% (7)	0,2% (1)	19,0% (84)
20 à 30 ans	1,1% (5)	7,2% (32)	6,6% (29)	3,2% (14)	0,2% (1)	18,3% (81)
30 à 40 ans	1,4% (6)	10,0% (44)	7,2% (32)	2,0% (9)	0,2% (1)	20,8% (92)
40 à 50 ans	3,8% (17)	13,1% (58)	10,9% (48)	2,3% (10)	0,0% (0)	30,1% (133)
51 ans et plus	0,9% (4)	5,7% (25)	3,4% (15)	1,6% (7)	0,2% (1)	11,8% (52)
TOTAL	8,1% (36)	44,1% (195)	36,2% (160)	10,6% (47)	0,9% (4)	100% (442)

La dépendance n'est pas significative. $\chi^2 = 15,61$, $ddl = 16$, $1-p = 51,95\%$.

Les valeurs du tableau sont les pourcentages au total établis sur 442 citations.

Question 11 : Pendant la saison, mangez-vous du uru ?

** affinité culturelle*

Cons. uru Af culturelle	Non-réponse	Jamais ou très rarement	une ou deux fois par mois	une ou deux fois par semaine	tous les jours ou presque	TOTAL
Polynésienne	1,1% (5)	5,1% (22)	27,6% (120)	29,0% (126)	10,3% (45)	73,1% (318)
française	3,9% (17)	3,7% (16)	5,7% (25)	3,7% (16)	0,0% (0)	17,0% (74)
Chinoise	0,9% (4)	1,1% (5)	3,4% (15)	1,4% (6)	0,2% (1)	7,1% (31)
autre	0,0% (0)	0,9% (4)	0,7% (3)	0,9% (4)	0,2% (1)	2,8% (12)
TOTAL	6,0% (26)	10,8% (47)	37,5% (163)	34,9% (152)	10,8% (47)	100% (435)

La dépendance est très significative. $\chi^2 = 90,88$, ddl = 12, 1-p = >99,99%.

Les valeurs du tableau sont les pourcentages au total établis sur 435 citations.

** Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous ?*

cons uru AGE	Non-réponse	Jamais ou très rarement	une ou deux fois par mois	une ou deux fois par semaine	tous les jours ou presque	TOTAL
- 20 ans	0,7% (3)	2,5% (11)	8,4% (37)	5,9% (26)	1,6% (7)	19,0% (84)
20 à 30 ans	0,7% (3)	2,3% (10)	6,6% (29)	7,2% (32)	1,6% (7)	18,3% (81)
30 à 40 ans	0,7% (3)	2,5% (11)	8,8% (39)	6,6% (29)	2,3% (10)	20,8% (92)
40 à 50 ans	2,9% (13)	2,7% (12)	10,9% (48)	10,2% (45)	3,4% (15)	30,1% (133)
51 ans et plus	0,7% (3)	0,9% (4)	2,9% (13)	5,0% (22)	2,3% (10)	11,8% (52)
TOTAL	5,7% (25)	10,9% (48)	37,6% (166)	34,8% (154)	11,1% (49)	100% (442)

La dépendance n'est pas significative. $\chi^2 = 17,66$, ddl = 16, 1-p = 65,61%.

Les valeurs du tableau sont les pourcentages au total établis sur 442 citations.

VALEURS NUTRITIONNELLES ET GUSTATIVES

Question 12 : Lorsque que vous achetez un légume ou un produit vivrier, vous regardez d'abord :

** affinité culturelle*

motivation d'achat /Af culturelle	Polynésienne	française	Chinoise	autre	TOTAL
la qualité	23,4% (293)	4,6% (58)	2,3% (29)	0,9% (11)	31,3% (391)
le prix	19,7% (246)	3,5% (44)	1,8% (22)	0,6% (7)	25,5% (319)
votre envie du moment	11,3% (141)	3,3% (41)	1,5% (19)	0,6% (7)	16,6% (208)
la provenance (importé ou local)	9,2% (115)	1,2% (15)	0,6% (8)	0,2% (2)	11,2% (140)
la facilité de préparation	4,6% (58)	1,4% (17)	0,4% (5)	0,4% (5)	6,8% (85)
les recettes et préparations possibles	2,3% (29)	1,4% (17)	0,2% (2)	0,1% (1)	3,9% (49)
la facilité de conservation	2,0% (25)	0,6% (8)	0,2% (2)	0,0% (0)	2,8% (35)
autres (précisez)	0,8% (10)	0,2% (3)	0,0% (0)	0,0% (0)	1,0% (13)
Non-réponse	0,4% (5)	0,4% (5)	0,0% (0)	0,1% (1)	0,9% (11)
TOTAL	73,7% (922)	16,6% (208)	7,0% (87)	2,7% (34)	100% (1251)

La dépendance est significative. $\chi^2 = 41,17$, ddl = 24, 1-p = 98,41%.

Les valeurs du tableau sont les pourcentages au total établis sur 1251 citations.

* Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous ?

Motivation d'achat/AGE	- 20 ans	20 à 30 ans	30 à 40 ans	40 à 50 ans	51 ans et plus	TOTAL
Non-réponse	0,2% (3)	0,1% (1)	0,2% (3)	0,2% (3)	0,1% (1)	0,9% (11)
le prix	4,9% (62)	5,3% (67)	5,0% (64)	7,2% (91)	3,2% (41)	25,6% (325)
la qualité	5,8% (73)	5,9% (75)	6,7% (85)	9,4% (119)	3,6% (46)	31,4% (398)
la provenance (importé ou local)	2,7% (34)	2,0% (25)	2,5% (32)	3,3% (42)	0,7% (9)	11,2% (142)
la facilité de préparation	1,5% (19)	0,6% (7)	1,7% (22)	2,1% (27)	0,8% (10)	6,7% (85)
la facilité de conservation	0,7% (9)	0,4% (5)	0,6% (8)	0,6% (7)	0,4% (5)	2,7% (34)
les recettes et préparations possibles	0,7% (9)	0,6% (8)	0,9% (12)	1,2% (15)	0,5% (6)	3,9% (50)
votre envie du moment	2,9% (37)	3,2% (41)	3,2% (40)	5,4% (68)	2,0% (25)	16,6% (211)
autres (précisez)	0,0% (0)	0,1% (1)	0,3% (4)	0,3% (4)	0,2% (3)	0,9% (12)
TOTAL	19,4% (246)	18,1% (230)	21,3% (270)	29,7% (376)	11,5% (146)	100% (1268)

La dépendance n'est pas significative. $\chi^2 = 24,62$, ddl = 32, $1-p = 17,87\%$.

Les valeurs du tableau sont les pourcentages au total établis sur 1268 citations.

Question 13 : Pensez-vous que les produits vivriers :

* Affinité culturelle

Af culturelle "Valeurs"	Polynésienne	Française	Chinoise	autre	TOTAL
Non-réponse	5,1% (33)	1,2% (8)	0,5% (3)	0,2% (1)	6,9% (45)
C'est lourd	22,5% (147)	4,0% (26)	2,6% (17)	0,5% (3)	29,6% (193)
ça fait grossir	10,6% (69)	3,2% (21)	1,7% (11)	0,6% (4)	16,1% (105)
ça a mauvais goût ou ça n'a pas de goût	0,3% (2)	0,8% (5)	0,2% (1)	0,2% (1)	1,4% (9)
c'est bon pour la santé	34,3% (224)	6,9% (45)	3,5% (23)	1,4% (9)	46,1% (301)
TOTAL	72,7% (475)	16,1% (105)	8,4% (55)	2,8% (18)	100% (653)

La dépendance est peu significative. $\chi^2 = 20,00$, ddl = 12, $1-p = 93,29\%$.

Les valeurs du tableau sont les pourcentages au total établis sur 653 citations.

* Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous ?

Valeurs/AGE	- 20 ans	20 à 30 ans	30 à 40 ans	40 à 50 ans	51 ans et +	TOTAL
Non-réponse	1,5% (10)	1,7% (11)	1,4% (9)	1,8% (12)	0,8% (5)	7,1% (47)
C'est lourd	5,9% (39)	6,7% (44)	6,5% (43)	7,4% (49)	2,9% (19)	29,4% (194)
ça fait grossir	3,3% (22)	2,3% (15)	4,1% (27)	5,0% (33)	1,4% (9)	16,1% (106)
ça a mauvais goût ou ça n'a pas de goût	0,0% (0)	0,0% (0)	0,5% (3)	0,8% (5)	0,2% (1)	1,4% (9)
c'est bon pour la santé	7,7% (51)	7,7% (51)	9,4% (62)	15,3% (101)	5,9% (39)	46,1% (304)
TOTAL	18,5% (122)	18,3% (121)	21,8% (144)	30,3% (200)	11,1% (73)	100% (660)

La dépendance n'est pas significative. $\chi^2 = 16,81$, ddl = 16, $1-p = 60,23\%$.

Les valeurs du tableau sont les pourcentages au total établis sur 660 citations.

Question 25 : Achetez vous des légumes surgelés

* Où habitez-vous?

lieu d'habitation/Surgelés	oui	non	TOTAL
Punaauia	10,4% (46)	11,8% (52)	22,2% (98)
Faa'a	6,8% (30)	11,3% (50)	18,1% (80)
Papeete	6,3% (28)	3,8% (17)	10,2% (45)
district de Tahiti	3,4% (15)	6,3% (28)	9,7% (43)
Paea	2,7% (12)	5,4% (24)	8,1% (36)
autre	2,9% (13)	4,8% (21)	7,7% (34)
Mahina	2,0% (9)	3,2% (14)	5,2% (23)
Moorea	1,8% (8)	3,2% (14)	5,0% (22)
Pirae	2,0% (9)	2,9% (13)	5,0% (22)
Arue	2,0% (9)	2,5% (11)	4,5% (20)
Papara	1,8% (8)	2,5% (11)	4,3% (19)
TOTAL	42,3% (187)	57,7% (255)	100% (442)

La dépendance n'est pas significative. $\chi^2 = 11,81$, $ddl = 10$, $1-p = 70,21\%$.

Les valeurs du tableau sont les pourcentages au total établis sur 442 citations.

* Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous ?

AGE/Surgelés	oui	non	TOTAL
- 20 ans	8,0% (35)	11,0% (48)	19,1% (83)
20 à 30 ans	7,4% (32)	11,3% (49)	18,6% (81)
30 à 40 ans	8,5% (37)	12,0% (52)	20,5% (89)
40 à 50 ans	13,1% (57)	16,8% (73)	29,9% (130)
51 ans et plus	4,8% (21)	7,1% (31)	12,0% (52)
TOTAL	41,8% (182)	58,2% (253)	100% (435)

La dépendance n'est pas significative. $\chi^2 = 0,45$, $ddl = 4$, $1-p = 2,16\%$.

Les valeurs du tableau sont les pourcentages au total établis sur 435 citations.

* affinité culturelle

Surgelés/Affinité culturelle	Polynésienne	française	Chinoise	autre	TOTAL
oui	26,4% (113)	10,5% (45)	3,5% (15)	2,3% (10)	42,8% (183)
non	46,5% (199)	6,5% (28)	3,7% (16)	0,5% (2)	57,2% (245)
TOTAL	72,9% (312)	17,1% (73)	7,2% (31)	2,8% (12)	100% (428)

La dépendance est très significative. $\chi^2 = 24,56$, $ddl = 3$, $1-p = >99,99\%$.

Les valeurs du tableau sont les pourcentages au total établis sur 428 citations.

Pourcentage en colonne (affinité culturelle)

Surgelés/Affinité culturelle	Polynésienne	française	Chinoise	autre	TOTAL
oui	36,2% (113)	61,6% (45)	48,4% (15)	83,3% (10)	42,8% (183)
non	63,8% (199)	38,4% (28)	51,6% (16)	16,7% (2)	57,2% (245)
TOTAL	100% (312)	100% (73)	100% (31)	100% (12)	100% (428)

Question 29 : Comment achetez-vous le plus souvent vos produits vivriers

** affinité culturelle*

type d'achat/Affinité culturelle	Polynésienne	française	Chinoise	autre	TOTAL
Non-réponse	8,5% (68)	12,8% (18)	9,0% (6)	8,3% (3)	9,1% (95)
frais entiers	37,6% (299)	39,7% (56)	43,3% (29)	33,3% (12)	38,1% (396)
pré-découpés frais	22,1% (176)	22,0% (31)	19,4% (13)	19,4% (7)	21,8% (227)
pré-cuits ou préparés (barquette)	26,1% (208)	21,3% (30)	20,9% (14)	30,6% (11)	25,3% (263)
autres (préciser)	5,7% (45)	4,3% (6)	7,5% (5)	8,3% (3)	5,7% (59)
TOTAL	100% (796)	100% (141)	100% (67)	100% (36)	100% (1040)

La dépendance n'est pas significative. $\chi^2 = 6,87$, ddl = 12, 1-p = 13,41%.

Les valeurs du tableau sont les pourcentages en colonne établis sur 1040 citations.

** Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous ?*

type d'achat/AGE	- 20 ans	20 à 30 ans	30 à 40 ans	40 à 50 ans	51 ans et plus	TOTAL
frais entiers	31,8% (77)	38,1% (80)	39,1% (84)	41,8% (118)	40,0% (44)	38,1% (403)
pré-cuits ou préparés (barquette)	26,0% (63)	24,8% (52)	26,5% (57)	24,8% (70)	22,7% (25)	25,2% (267)
pré-découpés frais	24,4% (59)	25,7% (54)	20,5% (44)	19,1% (54)	20,0% (22)	22,0% (233)
Non-réponse	10,3% (25)	6,2% (13)	8,8% (19)	9,2% (26)	12,7% (14)	9,2% (97)
autres (préciser)	7,4% (18)	5,2% (11)	5,1% (11)	5,0% (14)	4,5% (5)	5,6% (59)
TOTAL	100% (242)	100% (210)	100% (215)	100% (282)	100% (110)	100% (1059)

La dépendance n'est pas significative. $\chi^2 = 13,60$, ddl = 16, 1-p = 37,12%.

Les valeurs du tableau sont les pourcentages en colonne établis sur 1059 citations.

Question 30 : Comment préparez-vous le plus souvent les produits vivriers?

** affinité culturelle*

Préparation/Affinité culturelle	Polynésienne	française	Chinoise	autre	TOTAL
a l'eau	27,7% (266)	32,3% (51)	27,4% (26)	40,7% (11)	28,5% (354)
en ma'a tahiti	29,0% (278)	24,7% (39)	22,1% (21)	18,5% (5)	27,7% (343)
en poe	21,8% (209)	15,2% (24)	17,9% (17)	18,5% (5)	20,6% (255)
en frites	10,9% (105)	12,0% (19)	10,5% (10)	18,5% (5)	11,2% (139)
à la chinoise	5,3% (51)	9,5% (15)	15,8% (15)	3,7% (1)	6,6% (82)
en chips	4,0% (38)	3,8% (6)	3,2% (3)	0,0% (0)	3,8% (47)
autre (préciser)	1,4% (13)	2,5% (4)	3,2% (3)	0,0% (0)	1,6% (20)
TOTAL	100% (960)	100% (158)	100% (95)	100% (27)	100% (1240)

La dépendance est significative. $\chi^2 = 31,34$, ddl = 18, 1-p = 97,37%.

Les valeurs du tableau sont les pourcentages en colonne établis sur 1240 citations.