



POMME de TERRE hebdo

LE JOURNAL DE LA POMME DE TERRE

N°1044
26 octobre 2013

Édito

Contrôler la qualité

Les indicateurs ne sont pas très bons concernant la qualité des pommes de terre en rayon. Le taux de défauts physiques ne baisse pas et les insuffisances d'étiquetage des conditionnements et de balisage des rayons augmentent. Et, même si c'est moins visible, des tests montrent que les allégations d'usages culinaires portées sur les emballages ne sont pas toujours vérifiées, notamment par rapport aux recommandations interprofessionnelles. Certes, la situation n'est pas alarmante et le taux de satisfaction des consommateurs recueilli dans les enquêtes est très bon. Il faut cependant être vigilant. Comment sinon justifier une juste valorisation de nos produits si la satisfaction des consommateurs n'est pas garantie? La mission de surveillance de la qualité du CNIPT se poursuivra donc, au service de tous.

Nos abonnés trouveront, jeté sur la 4^e de couverture, un bulletin d'abonnement à "La Pomme de terre française".

SURVEILLANCE QUALITÉ 2012-2013

Pas d'amélioration du nombre de défauts relevés en magasins

Cette année encore, la proportion de lots non conformes a augmenté, passant de 10,5 % des lots en 2011-2012 à 13 % en 2012-2013. 54 % des défauts constatés imputables au réseau de distribution portent sur des écarts de balisage en rayon. Et côté conditionneurs, les problématiques d'étiquetage ont dominé totalisant 39 % des relevés.

Les sept agents qualité du CNIPT parcourent les points de vente français chaque année. Pour remplir leur mission de surveillance des lots vendus au détail, ils s'appuient sur l'arrêté du 3 mars 1997 relatif au commerce de la pomme de terre de conservation et primeur, ainsi que sur les accords interprofessionnels en vigueur. Ils suivent un plan de visites qui assure une couverture la plus représentative possible du panorama de la grande distribution en tenant compte des formats de magasins (hypermarchés, supermarchés, supérettes, discounters, magasins bio, cash & carry) et de la répartition des différentes enseignes sur le territoire.

En magasin, chaque lot est contrôlé sur douze critères

A chaque visite, l'ensemble de la gamme présente dans le point de vente est évalué.

Chaque lot est contrôlé sur la base de douze critères distincts. L'agent vérifie la conformité du calibre, les endommagements, la présence des mentions obligatoires indiquées sur les lots, le verdissement des tubercules, etc. Pour chaque critère, trois niveaux d'évaluation sont possibles: "Bon", "Moyen" ou "Non conforme". Le rayon dans son ensemble fait également l'objet d'une évaluation sur la base de quatre critères, dont le balisage.

Dès qu'un agent constate un critère "Non conforme" et que le nombre d'emballages concernés est significatif, un relevé de défaut est émis par le CNIPT. Le relevé est alors adressé au responsable des non-conformités: soit le conditionneur, soit le responsable du rayon Fruits et Légumes.

En 2012-2013, près de 48 000 lots de pommes de terre ont été évalués dans environ 6 500 points de vente. Lors de la campagne

Répartition des non-conformités par campagne

	2010-2011	2011-2012	2012-2013	Tendance
Lots évalués non conformes	8,5 %	10,5 %	13,0 %	↑↑
Origine des non-conformités				
↻ Balisage non conforme du préemballé et du vrac	38,0 %	41,5 %	42,8 %	↑
↻ Défauts qualité (= endommagement, aspect...)	53,5 %	45,2 %	40,6 %	↓↓
↻ Etiquetage non conforme des lots préemballés	5,7 %	6,0 %	8,0 %	↑↑↑
↻ Non-respect de la segmentation culinaire	2,3 %	3,6 %	7,4 %	↑↑↑

Pomme de Terre Hebdo ne paraîtra pas durant deux semaines.

Rendez-vous le 16 novembre.

En bref

SAVEURS DE L'ANNÉE

Gourmandine à nouveau primée...



Les Saveurs de l'année ont rendu leur nouveau palmarès pour l'année 2014. La société Sarl Lescieux vient d'être nommée pour la deuxième année

consécutive avec sa pomme de terre "Gourmandine" en calibre 35/55 et en grenaille. Les séances de dégustation se déroulent dans un laboratoire d'analyse sensorielle répondant aux normes Afnor. Gourmandine a été évaluée par 120 consommateurs qui l'ont trouvée très appétissante et ferme à la cuisson. La SARL Lescieux basé à Juniville (Ardennes) est certifiée IFS Food version 6 depuis le 12 janvier. Cette certification concrétise les efforts communs du comité directeur et des salariés de l'entreprise.

.... Tout comme la Rooster d'Albert Bartlett



La Rooster, commercialisée par la société écossaise Albert Bartlett,

a également été reconnue Saveur de l'année pour la seconde fois. Cette pomme de terre est, selon la société, parée d'une belle robe rouge et se prête à de nombreuses préparations : au four, rôtie ou en purée. Treize producteurs cultivent la variété dans trois régions : la Beauce, la Champagne et la Picardie. La famille Albert Bartlett a tout d'abord développé un réseau de producteurs implantés en Grande-Bretagne, en Irlande, en Ecosse et à Jersey. En 2012, ils se sont associés à Terre de France/Priméale pour introduire la marque Rooster en France. En 2013, les variétés Apache, Anya et Purple Majesty sont venues enrichir la gamme des produits vendus dans l'Hexagone.

2012-2013, 11 500 défauts ont été recensés, soit 13 % des lots, contre 10,5 % en 2011-2012. Sur l'ensemble des lots contrôlés lors de la campagne, le taux de conformité qualité du critère "aspect" – en cas de gale argentée ou commune par exemple – s'est dégradé de 5,3 points, tout comme le critère difforme (- 4 points) et la germination (- 1,5 point). Le verdissement d'exposition n'évolue pas, stagnant à 81,4 %, tandis que le critère "endommagements", en forte amélioration, a chuté brutalement de 8 points (81,8 %).

Des problématiques qualité bien identifiées

Les défauts constatés imputables au réseau de distribution portent à 54 % sur des écarts de balisage en rayon (50 % en 2011-2012), 26 % sur des défauts de verdissement d'exposition (23 % en 2011-2012) et 12 % sur des défauts de germination (14 % en 2011-2012). La qualité des balisages en rayon reste une problématique de premier ordre. Elle nécessite d'être retravaillée en profondeur, tout en poursuivant le travail sur la gestion des rotations et la connaissance produit.

Côté conditionneurs, les problématiques d'étiquetage ont dominé cette année puisqu'elles représentent 39 % des relevés de non-conformité. Les non-conformités concernant des écarts sur les calibres (36 % des relevés) sont passées en deuxième position avec une baisse de 5 % par rapport à la campagne précédente. Les endommagements (7,5 %) ont, quant à eux, nettement diminué (16,5 % en 2011-2012).

25 % des interlocuteurs – conditionneurs ou distributeurs – informés par les relevés de défaut des problématiques qualité constatées, retournent une réponse quant aux actions qu'ils engagent pour y remédier. C'est 5 % de plus que lors de la campagne précédente et cela marque une nette volonté d'amélioration. La formalisation et la formation représentent 57 % des actions correctives mises en place. Malgré cette évolution positive, la marge de progrès reste importante pour s'assurer de la remontée des actions engagées par nos interlocuteurs.

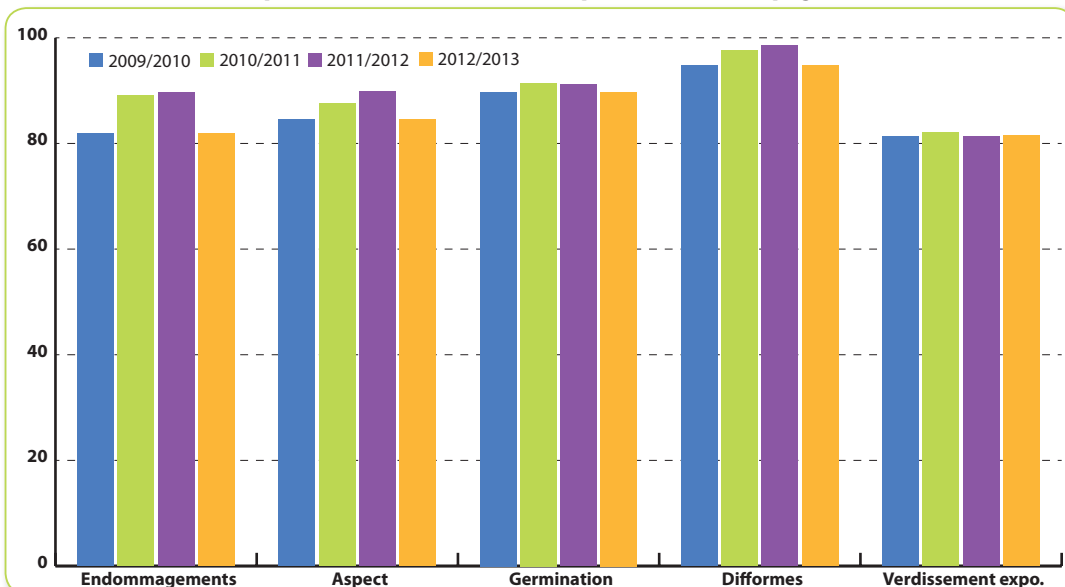
Le développement de l'axe formation est donc une nouvelle fois au cœur des préoccupations et un point essentiel sur lequel s'appuyer. Sur la campagne 2012-2013, les sollicitations des différents opérateurs (distribution, négoce) ont fortement diminué par rapport à la campagne précédente, avec seulement 45 personnes formées en 14 modules contre 219 en 24 modules lors de la campagne passée. De leur côté, les services de la DIRECCTE* ont poursuivi leur plan de formation avec deux sessions dispensées pour un total de 23 personnes.

Toutes les formations du CNIPT sont dispensées gratuitement, à la demande des enseignes et des conditionneurs. Retrouvez la liste des modules sur www.cnipt.fr, rubrique "Technique et qualité" puis "Surveillance et formation". ■

Stéphane TURPIN,
responsable Qualité CNIPT

*DIRECCTE: Directions régionales des entreprises, de la concurrence, de la consommation, du travail et de l'emploi.

Le taux de conformité qualité, un indicateur de comparaison des campagnes



KIDEXPO

La pomme de terre expliquée aux enfants

Le salon Kidexpo, consacré aux enfants, réunit chaque année 300 exposants sur 20 000 m² à Paris, Porte de Versailles. La dernière édition s'est déroulée du 19 au 23 octobre. Pendant toute la durée du salon, le CNIPT a proposé, pour la cinquième année consécutive, un espace dédié à la pomme de terre, sur un stand commun avec Interfel. Les ateliers culinaires de 20 minutes n'ont pas désempli. Plus de 1 300 enfants de 6 ans et plus ont appris à préparer des recettes ludiques et gourmandes comme un mini-sandwich de pomme de terre et des



pommes de terre gratinées au jambon et au fromage. D'autres se sont plongés dans un atelier de jeu "Comment ça pousse, la pomme de terre?". Guidés par un animateur, ils ont découvert la culture de la pomme de terre, de la plantation à la récolte. Des mots croisés interactifs leur ont également été proposés, autour des modes de préparations, variétés, bienfaits nutritionnels ou encore sur l'histoire de la pomme de terre. 2013 marque notamment le bicentenaire de la mort du célèbre Parmentier, c'était l'occasion de leur rappeler. ■

Agenda

> Le 15 novembre

Finale du championnat de France de cuisine amateur
En partenariat avec le CNIPT
Paris, Porte de Versailles
www.ffcuisineamateur.org

> Du 18 au 20 novembre

Euro Gusto
Avec le soutien du CNIPT et d'Interfel
Tours (Indre-et-Loire)
www.eurogusto.org

> Les 19 et 20 novembre

Formation "Stockage et qualité de la pomme de terre"
Boigneville (Essonne)
www.formations-arvalis.fr

En bref

ITALIE

Avantage aux importations françaises

Actuellement, le marché italien se caractérise par une demande continue dans les régions du Nord du pays contre des ventes calmes, voire à l'arrêt, sur toute la partie Centre et Sud, en raison des températures. Les prix restent très élevés notamment pour le produit local. Les variétés les plus importées de France sont les variétés Marabel, Liberta, Melodie et Agata. Les importateurs italiens privilégient la pomme de terre française à l'allemande, car appréciée pour son meilleur calibre et sa bonne lavabilité. La pomme de terre allemande est destinée à l'industrie et aux chaînes Cash & Carry.

Source : Ubifrance

SUISSE

Une faible récolte mais pas catastrophique

Selon les premières estimations à fin août, la récolte de pommes de terre suisse sera plus faible que la moyenne des années précédentes. Les rendements devraient s'élever à 26,2 t/ha, soit 32 % de moins que la moyenne des cinq dernières années. La récolte totale de pommes de terre destinées au marché du frais et de la transformation se situera entre 340 000 et 350 000 t. Les conditions climatiques expliquent cette petite récolte. Le printemps froid et humide a été à l'origine d'une

croissance plus lente, alors que les jours chauds du mois d'août ont provoqué un stress thermique.

Source : www.freshplaza.com

AUSTRALIE

Promotion de la consommation de produits frais

Le Potato Marketing Corporation of Western Australia a lancé une campagne télé visant à augmenter la consommation de pommes de terre fraîches. En moyenne, les ménages australiens en consomment 1,5 fois par semaine. Les jeunes en mangent moins car ils les perçoivent comme mauvaises pour la santé (elles font grossir) et trop difficiles à préparer (temps d'élaboration trop long). L'objectif de la campagne est d'augmenter la consommation de 1,5 à 2 fois par semaine. Basée sur les conseils, la campagne cible les consommateurs de moins de 45 ans, avec un accent particulier sur les familles avec de jeunes enfants. Les sept publicités peuvent être visionnées sur YouTube (canal freshpotatoesau).

Source : www.potatopro.com

ESPAGNE

La Castille et León souhaite créer une marque pour se différencier

A l'occasion de Fruit Attraction, qui a eu lieu du 16 au 18 octobre, la conseillère espagnole en Agriculture a annoncé travailler à la création d'une "marque" ou d'un logo qui permet-

trait de distinguer les pommes de terre de Castille et León. La région produit 38 % de la production nationale totale. Le secteur y réalise un chiffre d'affaires de 675 M€. Les producteurs de la région assurent qu'ils sont « les seuls capables de pouvoir approvisionner le pays en volume ». La Communauté Autonome de Castille et León s'intéresse également aux marchés internationaux en proposant des produits de IV^e et V^e gammes.

Source : Ubifrance

INSOLITE

La pomme de terre reine de la cosmétique

Valérie Barbier, une jeune vosgienne, développe une gamme de cosmétiques bio au Pérou, en utilisant notamment une pomme de terre violette, la papa morada. Elle a découvert ce produit en sillonnant le pays à 3 500 m d'altitude. « Les femmes se l'appliquaient coupée en rondelles sur le visage pour s'hydrater la peau et se protéger du soleil », raconte-t-elle. Avec ces pommes de terre, elle fabrique notamment une lotion bourrée d'antioxydants et de vitamines. Trois ans lui seront nécessaires pour lancer son entreprise, Yana Cosmetic. Elle emploie trois personnes et sous-traite ses produits à un laboratoire de Lima. Elle exporte dans plusieurs pays dont la France, les Etats-Unis, la Corée... Pour en savoir plus : www.mishkiperu.com

Source : Est magazine

LES MARCHÉS PHYSIQUES

Cotations France (RNM)

En €/tonne

■ Marché français-Stade expédition - 22 octobre

Variétés de consommation courantes	
Bintje Bassin Nord non lavée cat. II 40-75 mm sac 25 kg	180-210 (⇒)
Div. var. cons Bassin Nord lavée cat. I 40-75 mm sac 10 kg	260-310 (⇒)
Agata France lavée cat. I + 35 mm carton 12,5 kg	470 (⇒)
Variétés à chair ferme	
Charlotte France lavée cat. I + 35 mm carton 12,5 kg	500-650 (⇒)
Rouge France lavée cat. I + 35mm carton 12,5 kg	600-680 (⇒)

■ Export-Stade expédition - 21 octobre

Agata France lavable cat. I 40-70 mm sac 1 tonne	215-245 (↘)
Div. var. cons France lavable cat. I 40-70 mm sac 1 tonne	190-245 (↘)
Div. var. cons France non lavée cat. II 50-75 mm sac 20 kg	210-225 (⇒)
Rouge France non lavée cat. II 50-75 mm sac 20 kg	-

■ Rungis - 22 octobre

Charlotte France cat. I carton 12,5 kg	680-750 (⇒)
Div. var. cons France lavée cat. I 40-70 mm sac 10 kg	400-440 (⇒)
Div. var. cons France non lavée cat. I 40-70 mm sac 10 kg	350-400 (⇒)

■ Industrie - 18 octobre

Bintje Bassin Nord non lavée + 35 mm fritable	140-150 (↗)
Div. var. cons. Bassin Nord non lavée, tout venant 35 mm et + fritable	145-160 (↗)

Des cotations stables

Que ce soit pour le marché intérieur ou l'exportation, les cotations au stade expédition se maintiennent à des niveaux élevés, proches de celles de la campagne passée. La Charlotte (France, lavée, cat. I, + 35 mm, carton 12,5 kg) est passée de 550 €/t l'année dernière à 600 €/t cette semaine pour la même période. La cotation export de l'Agata (France, lavable, cat. I, 40-70 mm, sac 1 tonne) n'a pas non plus varié (250 €/t à 230 €/t). Les pommes de terre sont maintenant presque totalement récoltées et bientôt en stock. Le commerce lui, n'a pas encore véritablement commencé.

D'après les données de suivi en GMS du Réseau des nouvelles des marchés, les prix de vente moyens des pommes de terre ont fortement baissé ces dernières semaines pour se rétablir aux niveaux de l'année dernière à la même période. Ainsi, les filets de 2,5 kg destinés à l'usage four, frites ou purée ou ceux destinée aux pommes de terre vapeur ou rissoles sont vendues à 1,17 €/kg contre 1,13 €/kg l'an dernier à la même époque. En 2011, les prix étaient bien moins élevés, avec 0,92 €/kg.

L'intégralité des cotations peut être retrouvée sur www.fldhebdo.fr

NB : entre parenthèses, la tendance du marché.

Cotations marchés étrangers

En €/tonne

■ Cotation VTA (Verenigde Telers Akkerbouw) - 18 octobre

Destination industrie frites : tout-venant, vrac, fritable, départ, 40 mm +	-
Export : tout-venant, vrac, départ, qualité export, 40 mm +	-
Calibre 0-40 mm (indicatif)	-

■ Belgique (RNM) - Stade production - 22 octobre

Div. var. cons non lavée (tout venant, 33 mm +)	150-180 (↗)
---	-------------

■ Grande-Bretagne (Cours PCL) - 19 octobre

Prix moyen production	151,81 (↘)
-----------------------	------------

LES MARCHÉS À TERME

■ Eurex Francfort-Industrie (en €/tonne)

	15/10/2013	16/10/2013	17/10/2013	18/10/2013	21/10/2013
Avril	236	233	227	226	221
Juin	248	248	230	240	235

Editeur CNIPT
43-45 rue de Naples
75008 Paris
Tél : 01 44 69 42 10
Fax : 01 44 69 42 11

Directeur de publication :
Jean-Luc Gosselin

Prix du numéro : 2 €
Abonnement 1 an : 53 €

Editeur délégué :
FLD Hebdo (Abc)

Impression-Routage :
Dupli-print
2 rue Descartes
ZI Sezac
95330 Domont

Dépôt légal : à parution
ISSN n° 0991-3351