

# POMME de TERRE *hebdo*

*Journal économique du marché de la pomme de terre*

N° 990 - 21 janvier 2012

L'interprofession en région

## Des actions multiples adaptées aux besoins

Avec l'accompagnement de projets techniques dans les régions productrices de pommes de terre, l'association aux réunions destinées aux professionnels et la participation aux manifestations régionales auprès du grand public, le CNIPT dresse un premier bilan des différentes actions interprofessionnelles engagées avec les associations régionales.

**D**epuis janvier 2010, le CNIPT maintient son objectif de renforcer sa présence en région pour accompagner les producteurs et les opérateurs commerciaux dans leurs actions et leur représentativité. Ainsi selon les attentes des structures locales telles que les Associations régionales de la pomme de terre (ARPT) ou les Associations régionales pour la promotion de la pomme de terre (ARPPT), le CNIPT a soutenu et accompagné des réflexions technico-économiques, des concertations filières et des actions de communication.

### Réflexions et projets techniques pour chaque région

Afin d'aider au déploiement des outils spécifiques de la filière pomme de terre permettant d'accompagner la qualité du champ à l'assiette (notamment les normes Afnor et le référentiel de Bonnes pratiques de conditionnement des pommes de terre destinées au marché du frais), le CNIPT renforce son soutien à des projets technico-économiques régionaux.

Avec le soutien financier du CNIPT et de la DRAAF Picardie et en partenariat avec Arvalis-Institut du Végétal et la Chambre d'agriculture de la Somme, l'ARPT Picardie a initié un projet de suivi du stockage des pommes de terre. Ce projet a pour objectif, à l'issue de trois campagnes d'observations, de publier un fascicule afin d'optimiser la qualité des tubercules ainsi que l'utilisation d'énergie pour leur stockage.

En région Nord-Pas-de-Calais, le CNIPT confirme son soutien au Comité technique pommes de terre de la Chambre d'Agriculture régionale à travers une convention permettant le financement d'un ingénieur-conseil dédié à l'accompagnement technique des producteurs de pomme de terre et au déploiement des normes et référentiels qualité de la filière.

En région Champagne-Ardenne, un référentiel technico-économique est en cours de publication avec l'AFLHORCA. Ce référentiel permettra aux opérateurs d'identifier et défendre la filière pomme de terre régionale auprès des autorités administratives locales mais aussi d'accompagner la réflexion de la filière dans son plan d'expérimentation et de communication.

En région Haute-Normandie, l'ensemble de la filière pomme de terre s'est réuni le 27 juillet dernier autour d'une plate-forme d'essais. L'objectif était de rassembler tous les essais régionaux en un même lieu afin d'optimiser le transfert des bonnes pratiques auprès des producteurs. Le CNIPT ainsi que l'UNPT ont soutenu financièrement cette initiative et encouragent l'ARPT Haute-Normandie à renouveler cette action fédératrice.

### Prochaines dates en 2012

- Du 3 au 5 février: Salon Vert et Nature au Havre.
- Du 1<sup>er</sup> au 3 juin: Terres en Fête à Arras.
- Le 10 juin: Patate en fête en Normandie.

### Concertations des filières régionales, créer des lieux d'échange

Pour favoriser la réflexion interprofessionnelle, clé du succès de la filière pomme de terre, le CNIPT a initié un cycle de réunions régionales. Pour le CNIPT, l'objectif est d'élargir la notoriété et la reconnaissance des associations régionales au sein des filières et des organisations régionales; de

**Des projets techniques adaptés: stockage en Picardie, ingénieur-conseil dans le Nord-Pas-de-Calais, référentiel technico-économique en Champagne-Ardenne et plate-forme d'essais en Haute-Normandie.**

diffuser des informations technico-économiques; de présenter et déployer les outils de développement et qualité mis à la disposition de la filière pomme de terre; de créer des lieux de concertation et d'échanges.

En région Nord-Pas-de-Calais, l'espace de concertation auquel la DRAAF, en accord avec la Chambre d'Agriculture, convie les instances représentatives des opérateurs de la filière pomme de terre régionale existe depuis longtemps. En Alsace, Planète légumes, interprofession régionale regroupant quatre filières (pomme de terre, pomme, asperge et fraise), obtient un soutien financier de la région afin de renforcer leur visibilité sur le marché local. Via une convention triennale, le CNIPT a renouvelé son soutien à l'APPTA. En région Basse-Normandie, l'ARPT propose une offre locale spécifique pomme de terre à la restauration collective. En région Picardie, Nord-Pas-de-Calais, Normandie, des marques régionales fortes, soutenues par les régions, accompagnent le référencement et la visibilité des produits dans les réseaux de distribution régionaux et de l'Ile-de-France. Certaines de ces marques ambitionnent une visibilité sur le plan international. Les filières pommes de terre régionales ont tout intérêt à continuer de s'inscrire dans ces démarches car les consommateurs plébiscitent de plus en plus l'approvisionnement local.

**Les actions de communication, des échanges valorisés par tous**

La pomme de terre est souvent plébiscitée dans les fêtes agricoles locales car c'est un produit populaire, apprécié de tous et déclinable dans toutes les gastronomies régionales. Les ARPT ou ARPPT sont régulièrement sollicités pour participer à des manifestations et c'est ainsi qu'à l'initiative de l'ARPPT du Nord-Pas-de-Calais est né le concept du Village de la pomme de terre. Pour chaque manifestation régionale, toute la filière professionnelle s'est mobilisée pour assurer l'animation du village. Durant les différentes éditions du Village de la pomme de terre, les consommateurs ont pu découvrir la filière pomme de terre de leur région à travers des expositions de posters, des quiz ou des concours plus ludiques (comme des concours d'épluchage ou des courses en sac), des présentations variétales, des espaces dédiés aux enfants, sans oublier bien sûr les ateliers de dégustation des pommes de terre.

Les professionnels de la filière, peu sollicités pour communiquer en direct avec les consommateurs finaux, sont souvent surpris par leurs questions sur la pomme de terre, sa production et sa conservation mais aussi sur les variétés et leur utilisation en cuisine. Le contact direct avec les consommateurs est primordial pour promouvoir la pomme de terre française auprès du consommateur mais aussi en tirer tous les enseignements utiles et nécessaires pour mieux appréhender les marchés de consommation régionaux. Tous les professionnels de la filière qui ont participé à l'animation d'un Village de la pomme de terre à l'occasion d'une manifestation régionale souhaitent renouveler leur engagement pour les éditions suivantes. Le CNIPT propose soit d'accompagner directement l'ARPT ou l'ARPPT régionale en co-organisant un Village de la pomme de terre, soit indirectement en fournissant des posters d'informations, des livrets de recettes ou des documents pour les enfants, disponibles sur simple demande.

En 2012, le CNIPT s'engage à poursuivre l'ensemble des actions. Des réunions interprofessionnelles et des manifestations sont déjà prévues. N'hésitez pas à visiter le site [www.cnipt.fr](http://www.cnipt.fr) pour connaître les prochaines dates de votre région. ■

*Agnès Ricart, CNIPT*

**De nombreuses personnes, grand public ou professionnels de la filière, ont déjà croisé le Village de la pomme de terre**

Manifestations	Dates	Lieu	Nombre de visiteurs
Terres en Fête 2010	Du 11 au 13 juin	Arras	80 000
Pays'en folie 2010	Du 10 au 12 septembre	Abbeville	80 000
Salon Vert et Nature 2011	Du 11 au 13 février	Le Havre	12 000
Ferme en ville 2011	Du 27 au 29 mai	Lille	85 000
Place Nature 2011	Du 13 au 15 mai	Arras	40 000
Terres à l'envers 2011	Du 16 au 18 septembre	Strasbourg	180 000
Foire de Caen 2011	Du 16 au 26 septembre*	Caen	240 000
Patate en fête 2011	Le 19 juin	Pays de Caux	150 randonneurs

\*Journée pomme de terre et oignon sur le stand de la Chambre d'agriculture du Calvados le 23 septembre

## Depuis 2007, 883 personnes ont suivi une formation

Depuis 2007, 883 personnes ont suivi une formation du CNIPT sur 114 sessions. Sur la campagne 2010-2011, le bilan s'élève à 217 personnes pour 39 sessions. Le nombre de session par campagne a triplé depuis son commencement. Les quatre formations actuellement destinées aux centres de conditionnement et aux distributeurs, sont dispensées gratuitement et permettent d'accompagner ces intervenants de la filière vers la maîtrise de la qualité et de la réglementation de la pomme de terre.

La grande distribution représente 90 % des personnes formées. Agréeurs, Responsable et personnel de rayon, Moniteurs Fruits & Légumes, Responsable Qualité, sont autant de fonctions formées aux règles d'évaluation des lots, de réception et de gestion de la pomme de terre en rayon. Les centres de conditionnement et les autorités françaises (les agents de la DIRECCTE, la Direction régionale des entreprises, de la concurrence, de la consommation du travail et de l'emploi) ne sont pas en reste. Les interventions du CNIPT auprès de ces publics sont de plus en plus nombreuses. Afin de satisfaire davantage de demandes, trois nouveaux modules dont un destiné aux producteurs sont actuellement en développement.

Retrouvez les formations disponibles et leurs programmes sur [www.cnipt.fr](http://www.cnipt.fr) rubrique Technique et Qualité/Surveillance et Formation. ■

### BRÈVES

#### RUSSIE

##### Adhésion à l'OMC

L'Organisation Mondiale du Commerce a donné son accord à l'adhésion de la Russie qui était en pourparlers depuis 1993. Cet accord devra être ratifié par la Douma, le Parlement russe, dans les six mois. Ensuite, le Russie sera membre à part entière de l'OMC. La Russie a accepté de prendre des engagements importants pour ouvrir son régime commercial et accélérer son intégration dans l'économie mondiale. Les échanges devraient nettement progresser, voir doubler d'ici cinq ans selon certains analystes.

(Source: Le Monde)

#### ITALIE

##### Nedato adapte son packaging au marché italien

La société hollandaise Nedato, spécialisée dans le commerce des pommes de terre, a conçu un nouveau packaging, spécifique-

ment réalisé pour le marché italien. Le tubercule hollandais, en général, est commercialisé en Italie dans des sacs de jute. Nedato démarre la commercialisation dans des filets de 2 kg, avec des étiquettes en italien. Les clients italiens semblent avoir apprécié cette nouveauté.

(Source: [www.freshplaza.it](http://www.freshplaza.it) via Ubifrance)

#### NOUVELLE VAGUE PUBLICITAIRE

##### Un rendez-vous jusqu'au 12 février

La campagne de publicité "La pomme de terre? Purée, qu'est ce que c'est bon!" réveille les papilles des téléspectateurs depuis le 19 janvier. Pendant quatre semaines (jeudi, vendredi, samedi, dimanche), les moins de 50 ans, ciblés en priorité, pourront apprécier les spots sur leurs chaînes favorites: M6, W9, TMC, NRJ12 et NT1. Pour renforcer son impact et accentuer la mémorisation du message, le plan média capitalise sur la répétition et privilégie les emplacements préférentiels à des tranches horaires de grande écoute (35 % des spots seront diffusés après

19h00). 65 % de la cible pourra ainsi voir la campagne 2,8 fois en moyenne, ce qui représente plus de 36,7 millions de contacts. De quoi booster la consommation cet hiver !

#### CONSOMMATION DES MÉNAGES

##### Stabilisation des achats

D'après les chiffres de Kantar Worldpanel, les quantités achetées par les ménages français en décembre ont baissé par rapport à l'an dernier, mais restent stables sur la période du 8 août au 25 décembre. Les magasins discounts continuent leur progression avec + 7,5 % qui compense la baisse observée dans les hypers. Les conditionnements de plus de 5 kg sont plus vendus, probablement en lien avec l'augmentation des ventes en hard-discount. Les prix en GMS sont à la baisse, notamment pour les produits commercialisés par les hard-discounters (- 22 %) et pour les pommes de terre de consommation courante (- 21,5 %). Les prix des pommes de terre à chair ferme se maintiennent mieux.

## LES MARCHÉS PHYSIQUES

### Cotations France (SNM)

Cours en €/tonne

#### - Marché français (logé, palettisé) mardi 17 janvier 2012

Variétés de consommation courantes	
Bintje Bassin Nord non lavée cat. II 40-75 mm sac 25 kg	65 (↔)
Div. var. cons Bassin Nord lavée cat. I 40-75 mm sac 10 kg	80-140 (↔)
Agata France lavée cat. I +35 mm carton 12,5 kg	300-440 (↔)
Variétés à chair ferme	
Charlotte France lavée cat. I + 35 mm carton 12,5 kg	350-550 (↔)
Rouge France lavée cat. I + 35mm carton 12,5 kg	350-550 (↔)

NB: entre parenthèses, la tendance du marché.

#### - Stade export expédition lundi 16 janvier 2012

Agata France lavable cat. I 40-70 mm sac 1 tonne	80-110 (↔)
Div. var. cons France lavable cat. I 40-70 mm sac 1 tonne	50-105 (↔)
Div. var. cons France non lavée cat. II 50-75 mm sac 20 kg	40-80 (↔)
Rouge France non lavée cat. II 50-75 mm sac 20 kg	35-50 (↔)

#### - Industrie semaine 02

	Nord-Seine
Bintje Nord Tout venant 35 + vrac fritable	40-50 (↔)
Div. var. cons. Bassin Nord tout venant 35 +, vrac fritable	-

#### - Rungis mardi 17 janvier 2012

	Moyenne
Charlotte lavée 35 + mm cart. 12,5 kg	520-580 (↔)
Div. var. cons. lavée cat. I 40-70 mm sac 10 kg	220-250 (↔)
Agata lavée 60 +, cart. 12,5 kg	-

L'intégralité des cotations  
peut être retrouvée sur  
[www.fldhebdo.fr](http://www.fldhebdo.fr)

### Cotations marchés étrangers

€/tonne

Nouvelles cotations VTA (Verenigde Telers Akkerbouw) - 16 janvier 2012	
Destination industrie frites : tout-venant, vrac, fritable, départ, 40 mm +	425-575 (↔)
Export : tout-venant, vrac, départ, qualité export, 40 mm +	425-550 (↔)
Calibre 0-40 mm (indicatif)	600-900 (↔)

Belgique (SNM) le 17 janvier 2012
Bintje 35 mm + 40-55 (↔) (tout venant, départ, hors TVA)

Grande-Bretagne (Cours BPC) le 13 janvier 2012
Prix moyen 105,63 (↔) production

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 SA)  
Imprimerie : RPN  
36/40 bd R. Schuman  
93190 Livry-Gargan  
Dépôt légal :  
à parution  
ISSN n° 099133351

## LES MARCHÉS À TERME

Eurex Francfort-Industrie	10/01/2012	11/01/2012	12/01/2012	13/01/2012	16/01/2012
Avril 2012	80	79	77	76	75
Juin 2012	90	-	90	90	88