



## Édito

### Relancer la contractualisation

Trop souvent, la filière pomme de terre gâche ses atouts par une trop grande inorganisation et une insuffisante structuration de l'offre. L'interprofession peut beaucoup sur des pistes partagées de développement. L'amélioration de la qualité et la promotion générique donnent aux consommateurs une image valorisante de la pomme de terre. Mais la structuration de l'offre ne peut venir que des opérateurs eux-mêmes. Toutefois, l'interprofession peut à aussi y contribuer en favorisant la contractualisation. Face à la situation particulière de cette campagne, et aux risques que présente la prochaine, les professionnels veulent reprendre ce sujet au CNIPT. Cela tombe bien : la nouvelle OCM unique y consacre une disposition importante et la loi d'avenir veut améliorer le dispositif adopté il y a quelques années. Un nouveau chantier s'ouvre.

### ITALIE

## Retour des exportations françaises vers un marché historique

En 2013, la culture de la pomme de terre de conservation italienne a été impactée par les aléas climatiques et le peu de surfaces emblavées. Ainsi, la récolte a enregistré une baisse historique de 40 %. Les importations françaises, boudées en 2012-2013, reprennent leur place devant le concurrent allemand pour cette nouvelle campagne.

L'Italie est une destination privilégiée pour 20 % des exportations françaises. Elle se place au deuxième rang des ventes de l'Hexagone, après l'Espagne. Les variétés Agata, Marabel, Melody, Milva, Laura et Mozart sont particulièrement prisées. En moyenne sur les campagnes 2009-2010 à 2011-2012, 60 % des pommes de terre importées en Italie étaient françaises. Néanmoins, lors de la campagne 2012-2013, les grossistes italiens ont largement préféré les produits d'Allemagne, d'Égypte et des Pays-Bas. Les pommes de terre françaises n'ont alors représenté que 40 % des importations. Les marchandises allemandes ont, quant à elles, augmenté leur part de marché à près de 30 % des achats contre 15 % en moyenne.

Les importateurs italiens recherchaient davantage un produit de qualité moyenne, à un prix compétitif. Ainsi, les pommes de terre d'autres origines étaient préférées aux marchandises françaises, beaucoup moins abordables. L'offre

française coûtait alors 122 % de plus que le prix moyen des importations en Italie. Malgré la recherche d'un prix bas, les dépenses italiennes pour les importations de pommes de terre de conservation en 2012-2013 ont établi un nouveau record à 181 millions d'euros. Les prix moyens sur la campagne ont oscillé entre 250 €/t et 336 €/t.

*Les parts de marché françaises d'août à décembre sont remontées à 66 % en 2013-2014 contre 39 % en 2012-2013.*

### La France retrouve sa place de leader

Ce qui était vrai en 2012-2013 ne l'est plus pour cette nouvelle campagne. Les pommes de terre françaises sont aujourd'hui

jugées plus attractives et plus compétitives. D'après les douanes italiennes pour la période cumulée d'août à décembre (derniers chiffres disponibles), les parts de marché françaises sont remontées à 66 % en 2013-2014 contre 39 % en 2012-2013 et 51 % en 2011-2012 pour la même période. Les importations allemandes ont également retrouvé un niveau classique, avec un peu plus de 20 % des

### Les régions de production italiennes

La production en Italie est centrée sur quelques régions spécialisées.

La production de pommes de terre de conservation se concentre dans cinq régions. Campanie, Emilie-Romagne, Toscane, Abruzzes et Vénétie totalisent 60 % des surfaces. La baisse des emblavements en 2013 a été particulièrement forte sur la Toscane et les Abruzzes réduisant la production de plus de 80 % dans ces régions.

La Sicile représente, à elle seule, 50 % de la production et des surfaces en primeur. Deux autres régions s'investissent également dans cette production : les Pouilles et la Campanie. En 2013, l'offre italienne a été faible en raison des mauvaises conditions climatiques lors des emblavements. La Sicile est la seule région à avoir pu proposer une offre en quantité et qualité pendant cette période.

ventes en 2013-2014 contre 43 % en 2012-2013. Les derniers chiffres du commerce extérieur français confirmaient des départs conséquents et réguliers pour les marchandises françaises vers l'Italie (243 800 t d'août 2013 à février 2014).

En 2013, la production de pommes de terre de conservation italienne a fortement chuté à 730 000 t. Les surfaces ont diminué de 40 % en une année en passant de 43 000 ha en 2012 à 26 000 ha en 2013. La baisse des surfaces n'est pas un phénomène nouveau : elle a débuté depuis de nombreuses années, diminuant de 25 % en dix ans. Mais la baisse de 2013 est exceptionnelle. Certaines régions, comme le Piémont, la Toscane ou les Abruzzes, ont été particulièrement touchées. La hausse des coûts de production entraîne une réduction des marges pour les producteurs

italiens. Produire et stocker en Italie est moins avantageux que d'importer, notamment à cause du prix de l'électricité nécessaire à une bonne conservation des tubercules. De plus, la taille moyenne des exploitations italiennes, toutes cultures comprises, est d'environ 10 ha. Elles sont donc peu adaptées aux grandes cultures. Les producteurs abandonnent donc progressivement la culture de pommes de terre destinées à être conservées.

Pour les primeurs italiennes, le constat est plus modéré. Certes, les surfaces et la production diminuent également pour ce produit (de 18 000 ha en 2012 à 14 500 ha en 2013). Mais les récoltes ont été plutôt homogènes, entre 350 000 t et 400 000 t sur les dix dernières années. Le marché pour les primeurs italiennes est bien plus porteur, peu de pays produisant à la même époque.

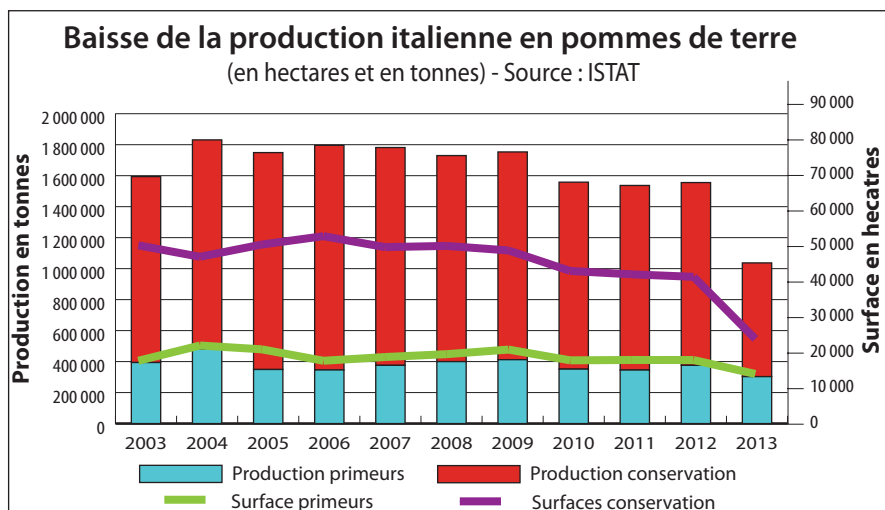
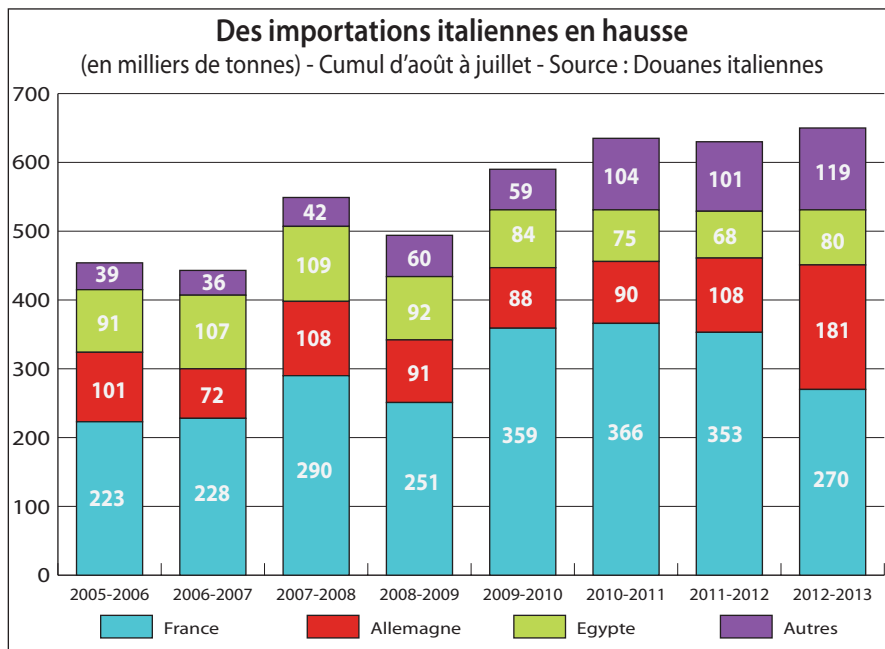
La tendance générale de baisse des surfaces emblavées serait confirmée en 2014. C'est ce qu'annoncent les professionnels suite à la fin de la campagne de vente de plants et aux premières données remontées après la plantation des primeurs. Cependant, les meilleures conditions climatiques observées lors de l'implantation de la culture devraient aboutir à une hausse de la production.

### Une consommation en berne

La conjoncture économique du pays est relativement difficile et elle a modifié le comportement des ménages italiens. Les achats au détail en pommes de terre entières ont diminué de 14 % entre 2001 et en 2012 d'après le panel GfK. La consommation italienne de pommes de terre fraîches et transformées est évaluée à 2 millions de tonnes en 2013. Le choix des consommateurs italiens s'oriente de plus en plus entre la gamme "transformée", nécessitant peu de préparation, et la gamme "basic" non lavée, commercialisée en vrac ou en sac de 5 kg, proposée à des prix compétitifs. Les "lavées" conditionnées en sac de 2 kg ou 2,5 kg semblent être actuellement plus en difficulté sur ce marché.

Mais la baisse de la consommation n'est pas aussi brutale que celle de la production. La diminution des surfaces emblavées semble confirmée pour 2014 même si les meilleures conditions d'implantation de la culture permettront de meilleurs rendements. Malgré tout, les opportunités vers l'Italie devraient être vérifiées pour la fin de campagne actuelle... mais également pour la prochaine. ■

Fanny Nollet, CNIPT d'après Ubifrance



## POMMES DE TERRE PRIMEURS

## De retour sur les ondes et en rayon au printemps 2014

Dans la continuité des campagnes précédentes, publicité en radio et matériel pour les points de vente sont les deux piliers de la communication primeur 2014. Le spot "La pomme de terre primeur ? Il n'y a rien de meilleur !" sera sur les ondes pour la quatrième année consécutive. Durant trois blocs jeudi-jeudi-jeudi-samedi consécutifs, du 12 au 28 juin 2014, la publicité sera diffusée sur NRJ, RMC, RTL2, Fun Radio et Chérie FM. Avec une couverture de 47 % et une répétition de 5,7, ce plan média devrait générer 54 millions de contacts chez les 25-49 ans. En points de vente, le travail d'identification des pommes de terre primeurs au sein du rayon se poursuivra grâce à deux outils. Le logo "Pommes de terre primeures de nos terroirs" sera apposé sur les emballages par



les opérateurs volontaires. Il sera également relayé sur des kits PLV en GMS. Deux types de kits sont disponibles (mobile double, stop-rayons, avec ou sans fiches recettes). Ils sont à commander auprès du CNIPT pour diffusion par les opérateurs. Les détaillants des réseaux UMAP et Le Fruitière recevront, eux, des fiches recettes. Enfin, un e-mailing et de la publicité en presse professionnelle sont prévus pour annoncer le dispositif à la distribution. Contact pour le logo "Pommes de terre primeures de nos terroirs": Section Nationale Pomme de terre Primeur, Pauline Cabaret - Tél.: 02 98 62 11 55 - p.cabaret@cerafel.com Contact pour commander des kits PLV: CNIPT, Carole Blandin - Tél.: 01 44 69 42 10 - cblandin@cnipt.com ■

## Agenda

## &gt; Le 10 mai

17<sup>e</sup> Fête traditionnelle de la Bonnotte  
Noirmoutier (Vendée)  
lanoirmoutier.com

## &gt; Les 14 et 15 mai

Formation Arvalis  
Fertilisation NPK de la pomme de terre  
Villers-Saint-Christophe (Aisne)  
formations-arvalis.fr

## &gt; Le 26 juin

3<sup>es</sup> Rendez-vous techniques de la pomme de terre de conservation  
Villers-Saint-Christophe (Aisne)  
arvalis-infos.fr

## &gt; Le 3 juillet

Formation Arvalis  
Diagnostic des accidents en culture de pommes de terre  
Villers-Saint-Christophe (Aisne)  
formations-arvalis.fr

## En bref

## FORUM VÉGÉTABLE

## Retour sur le rayon fruits et légumes frais

Le 7<sup>e</sup> Forum Végétal s'est tenu le 8 avril à Paris. De nombreux intervenants ont pu donner leur sentiment sur le rayon fruits et légumes du commerce de détail: point de vue à l'international, les ambitions de la fraîche découpe, l'intégration de la responsabilité sociale et environnementale et le lien avec les marques. Difficile de résumer en quelques mots la richesse des échanges. Cependant, un sujet est revenu tout au long de la journée: un rayon fruits et légumes ne pourra être bon que si les produits sont de qualité et le personnel en rayon formé et suffisamment nombreux.

## ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

## Felcoop salue son directeur

L'assemblée générale de Felcoop s'est tenue le 4 avril à Paris. L'intervention de Philippe Moati, professeur d'économie à l'Université de Paris-Diderot et cofondateur de l'ObSoCo, a permis de mieux comprendre les enjeux du commerce de demain. Les nouveaux consommateurs seront plus

connectés, prêts à partager des informations ou encore à utiliser le drive. Leurs attentes seront aussi différentes. Le prix est important mais de plus en plus de clients passent du temps à chercher le produit juste, qui répond exactement à leurs attentes (qualité, environnement, origine). De nombreux défis seront à relever. A l'issue de cette assemblée générale, Bernard Cardinaud a été longuement ovationné par la salle. Il part prendre sa retraite après 40 ans consacrés à la filière des fruits et légumes. Magali Filhuc a la lourde tâche de prendre sa succession.

## ANDALOUSIE

## Hausse de surfaces plantées en 2014

Les estimations de surfaces plantées en pommes de terre extra-précoces en Andalousie font état d'une progression de 3 % par rapport à l'an dernier. Pour les précoces, la hausse est de 11 %. Toutefois, les surfaces sont respectivement en baisse de 14 % et 24 % par rapport à la moyenne 2009-2012. Les premières estimations sont de 37356 t pour les extra-précoces (- 7 % par rapport à

2009-2012) et de 121 783 t pour les précoces (- 21 % par rapport 2009-2012).

Source: Ubifrance

## CONSOMMATION DES MÉNAGES

## L'hiver doux pénalise les achats

Les achats des ménages du 23 février au 23 mars ont reculé de 7,5 % en comparaison de l'année dernière. Le prix consommateurs, stabilisé à 0,85 €/kg en GMS, n'a pas permis de soutenir les achats. Il était pourtant inférieur de 11 % à 2013. En cumul depuis le début de campagne, la baisse par rapport à 2012-2013 atteint 3,5 % pour le total France et 4,6 % en GMS. Mais cette baisse est à relativiser: les campagnes 2011-2012 et 2012-2013 avaient été très dynamiques en consommation. Et l'hiver 2014, assez doux, n'a pas été très propice à la consommation de pommes de terre. En valeur, le niveau de prix soutenu (+ 3 % en moyenne depuis le début de la campagne vs 2012-2013 déjà élevé) permet de compenser la baisse des volumes. Le chiffre d'affaires du rayon est ainsi stable pour le total France (- 2 % en GMS, + 7 % en circuits spécialisés).

Source: Kantar Worldpanel

## LES MARCHÉS PHYSIQUES

## Cotations France (RNM)

En €/tonne

## ■ Marché français-Stade expédition - 15 avril

Variétés de consommation courantes	
Bintje Bassin Nord non lavée cat. II 40-75 mm sac 25 kg	-
Div. var. cons Bassin Nord lavée cat. I 40-75 mm sac 10 kg	220-240 (↘)
Agata France lavée cat. I + 35 mm carton 12,5 kg	-
Variétés à chair ferme	
Charlotte France lavée cat. I + 35 mm carton 12,5 kg	400-540 (⇒)
Rouge France lavée cat. I + 35mm carton 12,5 kg	450-500 (⇒)

## ■ Export-Stade expédition - 14 avril

Agata France lavable cat. I 40-70 mm sac 1 tonne	140-200 (⇒)
Div. var. cons France lavable cat. I 40-70 mm sac 1 tonne	150-190 (⇒)
Div. var. cons France non lavée cat. II 50-75 mm sac 20 kg	140-170 (⇒)
Rouge France non lavée cat. II 50-75 mm sac 20 kg	120-130 (↘)

## ■ Primeurs - 15 avril

Min Nantes, Sirtema Noirmoutier cat. I + 35 mm carton 12,5 kg	4200-5000 (⇒)
Min Nantes, Starlette Bretagne lavée cat. I + 35 mm sac 15 kg	-
Rungis, Charlotte cat. I + 35 mm carton 12,5 kg	-
Rungis, Noirmoutier cat. I + 35 mm carton 12,5 kg	4800-5500 (⇒)
Min Lyon, Ratte France cat. I	-

## ■ Industrie - 11 avril

Bintje Bassin Nord non lavée + 35 mm fritable	80-95 (↘)
Div. var. cons. Bassin Nord non lavée, tout venant 35 mm et + fritable	80-105 (⇒)

## ■ Rungis - 15 avril

Charlotte France cat. I carton 12,5 kg	650-750 (⇒)
Div. var. cons France lavée cat. I 40-70 mm sac 10 kg	380-420 (⇒)
Div. var. cons France non lavée cat. I 40-70 mm sac 10 kg	320-360 (⇒)

## Cotations marchés étrangers

En €/tonne

## ■ Cotation VTA (Verenigde Telers Akkerbouw) - 11 avril

Destination industrie frites : tout-venant, vrac, fritable, départ, 40 mm +	100-135
Export : tout-venant, vrac, départ, qualité export, 40 mm +	90-125
Calibre 0-40 mm (indicatif)	65-75

## ■ Belgique (RNM) - Stade production - 15 avril

Bintje 35 mm + (tout venant, départ, hors TVA)	-
--	---

## ■ Grande-Bretagne (Cours BPC) - 12 avril

Prix moyen production	166,52 (↘)
-----------------------	------------

## LES MARCHÉS À TERME

## ■ Eurex Francfort-Industrie (en €/tonne)

	08/04/14	09/04/14	10/04/14	11/04/14	14/04/14
Juin 2014	111	108	105	105	109
Novembre 2014	110	110	110	110	110

## Hausse des surfaces attendue de 3,5 à 4 % pour 2014

Le NEPG s'attend à une augmentation de 3,5 % à 4 % des surfaces de pommes de terre par rapport à l'année dernière et à la moyenne sur cinq ans. Au total sur la France, Belgique, Allemagne, Pays-Bas et Grande-Bretagne, les surfaces avoisineraient les 550 000 ha. C'est en France et en Belgique que les emblavements vont le plus augmenter.

Les chantiers de plantation sont en avance. A l'exception des parcelles aux terres lourdes et argileuses, les conditions sont bonnes. Mais les sols sont difficiles à préparer et les structures sensibles aux conditions climatiques. 60 % des plantations seraient déjà réalisées.

Pour la prochaine campagne, le nombre de contrats signés s'est accru, malgré la baisse des prix observée. Le prix payé pour les tonnages contractualisés, mais aussi pour les volumes au-delà des engagements contractuels, ou hors contrat, est un sujet qui fait toujours débat.

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

NB: entre parenthèses, la tendance du marché.

**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