



Attention, la diffusion de Pomme de terre hebdo va changer

En savoir plus en bas de page 3.

À DÉCOUVRIR

Bilan 2014-2015

2

Ouverture des marchés en Italie et dans les pays de l'Est

Consommation 2014

3

Peut mieux faire

Les marchés

Retour de bonnes conditions au champ avec les pluies

4

DOSSIER DU MOIS



Hausse des plantations de pommes de terre en 2014

Depuis le printemps, la profession s'attend à une forte hausse de la récolte. Les chiffres des plantations estimés ont confirmé ce premier sentiment. En attendant les données de production qui paraîtront à l'automne, retour sur ces premiers éléments de marché.

[Lire la suite sur cnipt.fr](http://cnipt.fr)

Pomme de terre hebdo ne paraîtra pas la semaine prochaine. Rendez-vous le 10 octobre.

BILAN 2013-2014

Une campagne dans la moyenne des ventes

En 2013, la production française de pommes de terre a été au rendez-vous. Mais la consommation française dans la moyenne et les exportations sans éclat n'ont pas permis l'assainissement du marché. La campagne 2013-2014 s'est terminée avec des prix bas et une offre conséquente, notamment pour les pommes de terre à chair ferme.

Rappelez-vous, en 2012, la production de pommes de terre de conservation en Europe a retrouvé des niveaux modérés. Les rendements étaient en baisse, en particulier en France et au Royaume-Uni. Pour les professionnels français, une consommation intérieure dynamique et des exportations modérées ont permis l'écoulement précoce de toute la récolte française à des prix élevés jusqu'en fin de campagne 2012-2013. Face

à ce marché plutôt prometteur, les surfaces plantées en 2013 ont augmenté en France mais également dans les différents pays producteurs de l'Ouest européen. La hausse moyenne des surfaces annoncée par le NEPG* pour la Belgique, les Pays-Bas, l'Allemagne, la France et la Grande-Bretagne était de 3,9%. La Belgique a même annoncé une hausse exceptionnelle de 12%. En France, l'année 2013 a été tardive, causée par un printemps peu ensoleillé et des températures basses. Cependant, les conditions climatiques ont été favorables à la croissance des pommes de terre. Conséquence: la récolte française 2013 a atteint 5,2 Mt. C'est la deuxième plus grosse récolte du pays, derrière

celle exceptionnelle de 2011. La production dans le Nord-Pas-de-Calais a dépassé les 2 Mt, avec un rendement moyen élevé de 48,5 t/ha.

Les récoltes européennes s'équilibrent entre l'Est et l'Ouest

La production de pommes de terre de conservation en Europe de l'Ouest en 2013 a atteint environ 24 Mt (source NEPG). Elle était donc dans la moyenne des dernières campagnes, loin des 27 Mt comptabilisées en 2011. L'estimation de la production en Allemagne a été évaluée en début de campagne à 6,5 Mt. Habituellement, elle est estimée à 7,5 Mt en moyenne. Des conditions climatiques plus difficiles en Europe centrale ont provoqué une baisse des rendements chez notre voisin outre-Rhin, mais également dans certains pays de l'Est européen.

Ainsi, près d'un million de tonnes manquait en Allemagne au début de la campagne, promettant une opportunité de marché vers cette destination. Au final, la campagne ne se sera pas déroulée comme elle avait pu être annoncée. D'août 2013 à mai 2014, les importations de pommes de terre en Alle-

magne se sont élevées à 565 000 t, soit - 30% par rapport à la même période en 2012-2013. Avec 1,4 Mt, les exportations allemandes ont également baissé mais tout en maintenant des niveaux corrects. Ainsi, les volumes allemands disponibles pour les ventes en produits frais ont été suffisants pour approvisionner un marché intérieur qui est resté peu dynamique pendant toute la campagne. ■

Des conditions climatiques plus difficiles ont provoqué une baisse des rendements en Europe centrale

EN BREF...

Filière

Pomuni rachète son homologue Potato Masters

Dans un communiqué de presse daté du 22 septembre, les entreprises Pomuni et Potato Masters ont annoncé leur rapprochement. Les dirigeants ont souhaité agir de façon proactive dans les conditions de marché difficiles qu'elles connaissent actuellement. L'implantation complémentaire des deux structures permet la création de nouvelles synergies entre le Nord et le Sud de la France, ainsi que le développement de l'entreprise au niveau européen. Actuellement, Pomuni emploie 200 personnes en Belgique et en France et vend 200 000 tonnes de pommes de terre. Potato Masters emploie 100 personnes en Belgique, en France et en Espagne et vend 80 000 tonnes de pommes de terre.

Belgique

Les exportations belges sont en hausse

Selon Eurostat, les chiffres d'exportation belges enregistrés jusqu'au mois de juin sont bien supérieurs aux années précédentes. La Belgique a exporté d'août 2013 à juin 2014 plus d'1,8 million de tonnes de produits transformés à base de pommes de terre. C'est 131 000 tonnes de plus que sur la même période en 2012-2013 et 97 000 tonnes de plus qu'en 2011-2012. En ce qui concerne les pommes de terre fraîches, la Belgique a exporté 800 000 tonnes d'août 2013 à juin 2014, dont plus de 60 % vers les Pays-Bas et plus de 20 % vers la France. De plus, les exportations vers presque toutes les destinations d'Europe de l'Est et du Sud sont en hausse par rapport à la saison dernière.

Source : Fiwap

Ouverture des marchés en Italie et dans les pays de l'Est

Si le marché allemand n'a pas ouvert ses portes en 2013-2014, la France a toutefois pu profiter d'opportunités vers l'Italie et les pays de l'Est. La marchandise originaire de l'Hexagone est devenue compétitive en prix face aux productions allemandes, permettant de renforcer ses parts de marché sur ces destinations. Les exportations françaises ont augmenté de 47 % vers l'Italie et ont été multipliées par 3,5 vers les pays de l'Est. Dans une moindre mesure, les exportations vers la Suisse ont été particulièrement dynamiques pendant cette campagne. En effet, 27 000 tonnes ont été exportées vers cette destination. Habituellement, les exportations se limitent à moins de 10 000 tonnes, et seulement lors des bonnes années. L'absence de l'Allemagne et une moindre production sur le territoire helvète aura permis cette amélioration.

En revanche, les exportations vers l'Espagne et le Portugal sont restées dans une fourchette basse, à un niveau équivalent à celui de la dernière campagne. Les exportations vers la Grande-Bretagne ont repris leur rythme habituel, après l'exceptionnelle demande de 2012-2013.

Des prix élevés maintenus tardivement

Les prix de vente se sont maintenus à des niveaux élevés au début de la campagne avant de baisser lentement à partir du début de l'année 2014. Malgré les signaux faisant part de stocks impor-

tants et d'une consommation sans excès, le marché n'a pas réagi. Il a fallu attendre la fin de campagne et les premières alertes, notamment en ce qui concerne la consommation des pommes de terre à chair ferme (voir page 3) pour voir les prix baisser.

A l'inverse de la campagne précédente où les frigos avaient été vidés relativement tôt, le printemps 2014 a vu une forte disponibilité en pommes de terre de conservation, notamment en chair ferme, impacter le référencement des primeurs. Ainsi, malgré une arrivée précoce sur le marché, celles-ci ont connu de grandes difficultés de commercialisation provoquant une campagne ardue. Les actions de la profession et de l'interprofession, notamment en termes de communication et de promotion, n'ont pas

permis de débloquer la situation.

La production de la campagne 2014-2015 sera importante dans toute l'Europe de l'Ouest. Les stocks de la campagne précédente sont parfois encore disponibles. Les prix proposés sont bas. Voilà plusieurs mois que la profession se prépare à vivre ce début de campagne compliqué. ■

Ludivine Cureau, CNIPT

En savoir plus sur le marché de la pomme de terre : cnipt.fr
* NEPG : Groupe des producteurs de pommes de terre du Nord-Ouest européen/North Western European Potato Growers, à savoir Belgique, Pays-Bas, Allemagne, France et Grande-Bretagne.

Les exportations françaises ont augmenté de 47 % vers l'Italie et ont été multipliées par 3,5 vers les pays de l'Est

Exportations des pommes de terre françaises de conservation d'août 2013 à juillet 2014

	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014
Espagne	551 200	532 800	444 800	476 100
Italie	362 600	339 100	265 700	390 500
Portugal	191 700	169 000	147 800	151 500
Grèce	30 400	28 800	36 800	22 100
Allemagne	101 200	90 500	91 400	94 800
Grande-Bretagne	68 200	79 100	291 500	66 600
Belgique	288 100	254 900	279 800	261 800
Pays-Bas	122 500	84 300	57 800	49 100
Pays de l'Est*	221 300	106 400	51 100	181 600
Autres	37 300	30 300	38 200	63 200
Total campagne	1 974 500	1 715 200	1 704 900	1 757 300

* Bulgarie, Hongrie, Lituanie, Pologne, République tchèque, Roumanie, Russie, Slovaquie et Slovénie.

Source : Douanes françaises



Pour les internautes, cliquez sur les liens pour en savoir plus



CONSOMMATION 2013-2014

Peut mieux faire

Après deux années successives de consommation très dynamique, la campagne 2013-2014 a été plus mitigée. Elle a débuté sur des bases de prix très élevées, et il faudra attendre début 2014 pour que les prix passent sous le niveau de 2012-2013. En regard, les achats en volume ont été plutôt bons durant l'automne mais peu dynamiques durant l'hiver, sans doute pénalisés par des températures douces. La consommation n'a pas non plus été très active au printemps puis en été, dans un contexte de fin de campagne déjà compliqué. Sur l'ensemble de la campagne, les achats sont en retrait par rapport aux résultats exceptionnels des deux précédentes (-3% en volume, -8% en sommes dépensées et 0,97 € kg, soit -5% en prix moyen versus 2012-2013). Si l'on compare à la moyenne des cinq dernières années, les résultats sont en revanche tout à fait satisfaisants (stabilité en volume, +12% en valeur et en prix), même si cela n'a pas suffi à écouler l'offre disponible, y compris en fin de campagne.



© P. Rougreau

Le fait marquant de cette campagne a été le recul sensible des achats en chair ferme, et donc logiquement des produits conditionnés en 2,5 kg (-12% en volume versus 2012-2013). La part de marché du 2,5 kg a ainsi chuté de 41% à 37% en 2013-2014, au profit du plus de 5 kg (15% de PDM). En termes de circuits, le hard discount est le format qui a le plus souffert (-8% en volume, -11% en valeur), pour la deuxième année consécutive. Les hypers et supermarchés ne s'en sont pas trop mal sortis en volume (-3,5%), mais ont chuté en valeur (-12%). Point positif tout de même, malgré un contexte prix-météo peu favorable, les Français ne se sont pas détournés de la pomme de terre. Ils sont restés très nombreux à en acheter (90%), mais moins souvent (fréquence d'achat en recul de 3,5%). La consommation s'est d'ailleurs mieux maintenue chez les moins de 50 ans, "sous-consommateurs" de pommes de terre, que chez les plus de 50 ans. ■

Carole Blandin, CNIPT

AGENDA

Du 15 au 17 octobre

Fruit Attraction

Madrid (Espagne)

www.ifema.es

Du 19 au 23 octobre

SIAL

Paris Nord-Villepinte.

www.sialparis.fr

Du 23 au 27 octobre

Kidexpo

Paris, Porte de Versailles

www.kidexpo.fr

Du 19 et 20 novembre

Formation Arvalis**Stockage et qualité**

Boigneville (Essonne)

www.formations-arvalis.fr

11 février 2015

Formation Arvalis- Maladies de la pomme de terre

Châlons-en-Champagne (Marne)

www.formations-arvalis.fr

EN BREF...

Pays-Bas

Stopper la baisse de la consommation

La NAO a pour objectif de stopper la baisse de la consommation des pommes de terre aux Pays-Bas. A l'occasion de leur assemblée annuelle, des intervenants américains sont venus exposer leurs idées pour relever ce défi. Les conditionneurs américains essaient de regagner des parts de marché en innovant et en investissant dans des niches. Le rôle des femmes dans le choix des aliments est également mieux pris en compte. Ainsi, les entreprises doivent proposer des produits « floss », c'est-à-dire des aliments frais, biologiques, saisonniers et durables (fresh organic seasonable sustainable food). La pomme de terre répond à bon nombre de ces critères. Et récemment, l'USDA a su convaincre une sénatrice des bienfaits de la pomme de terre pour la santé. Les familles en difficulté peuvent maintenant bénéficier de réductions pour acheter des pommes de terre.

Source : Aardappelwereld

Fécule

La coopérative de Vic sur Aisne devient adhérente de Tereos

Tereos, groupe coopératif amidonnier et sucrier français, et la féculerie coopérative agricole de Vic sur Aisne (FCAVA) ont annoncé le 17 septembre l'adhésion de la FCAVA à l'union de coopératives Tereos. La FCAVA rejoint ainsi les neuf coopératives qui composent le groupe Tereos et ses adhérents deviendront associés coopérateurs du groupe agro-industriel.

Etats-Unis

Le chiffre d'affaire de la récolte 2013 augmente par rapport à 2012

La production de pommes de terre à l'automne 2013 était de 13 millions de tonnes en Idaho, près de 10 millions dans l'état de Washington et de 2 millions en Oregon. Ces trois états détiennent les deux tiers de la production américaine. Le chiffre d'affaire de la filière réalisé suite à la commercialisa-

tion de cette production est évalué à 1,02 milliard de dollars en Idaho (en hausse de 2%), 189 millions de dollars en Oregon (en hausse de 4%) et 792 millions pour l'état de Washington (13% de plus qu'en 2012). 16 millions de tonnes de pommes de terre ont été transformées dans ces trois états.

Source : Freshplaza

Attention, la diffusion de Pomme de terre hebdo va changer

A partir du prochain numéro, la diffusion de pomme de terre hebdo s'effectuera essentiellement par mail. L'hebdo en version papier commence à disparaître. Si vous ne recevez plus l'hebdo, il suffit de vous abonner à la newsletter sur la page d'accueil de cnipt.fr. La diffusion de Pomme de terre hebdo par mail aura lieu le jeudi après-midi. La prochaine parution est donc prévue le 9 octobre. Pensez à vérifier vos spam si vous n'avez pas reçu l'édition.

LES MARCHÉS PHYSIQUES

Cotations France (RNM)

En €/tonne

Marché français-Stade expédition - 23 septembre

Variétés de consommation courantes

Bintje Bassin Nord non lavée cat. II 40-75 mm sac 25 kg	60-70 (↘)
Div. var. cons Bassin Nord lavée cat. I 40-75 mm sac 10 kg	100-120 (↘)
Agata France lavée cat. I 50-75 mm carton 12,5 kg	270-350 (=)

Variétés à chair ferme

Charlotte France lavée cat. I + 35 mm carton 12,5 kg	300-430 (=)
Rouge France lavée cat. I + 35mm carton 12,5 kg	350-430 (=)

Marché français Bio-Stade expédition – 18 septembre

Chair ferme France biologique	690-1000 (=)
Chair normale France biologique	760-800 (=)

Export-Stade expédition - 22 septembre

Agata France lavable cat. I 40-70 mm sac 1 tonne	-
Div. var. cons France lavable cat. I 40-70 mm sac 1 tonne	-
Div. var. cons France non lavée cat. II 50-75 mm sac 20 kg	-
Rouge France non lavée cat. II 50-75 mm sac 20 kg	-

Rungis - 23 septembre

Charlotte France cat. I carton 12,5 kg	550-600 (=)
Div. var. cons France lavée cat. I 40-70 mm sac 10 kg	180-220 (=)
Div. var. cons France non lavée cat. I 40-70 mm sac 10 kg	160-200 (=)

Industrie - 19 septembre

Bintje Bassin Nord non lavée + 35 mm fritable	10-20 (↘)
Div. var. cons. Bassin Nord non lavée, tout venant 35 mm et + fritable	5-10 (↘)

NB: entre parenthèses, la tendance du marché.

Cotations marchés étrangers

En €/tonne

Cotation VTA (Verenigde Telers Akkerbouw) - 19 septembre

Destination industrie frites : tout-venant, vrac, fritable, départ, 40 mm +	15-40 (=)
Export : tout-venant, vrac, départ, qualité export, 40 mm +	-
Calibre 0-40 mm (indicatif)	-

Belgique (RNM) - Stade production - 23 septembre

Bintje 35 mm + (non lavée, tout venant)	10-20 (=)
---	-----------

Grande-Bretagne (Cours BPC) - 19 septembre

Prix moyen production	119,74 (↘)
-----------------------	------------

Editeur CNIPT

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

Directeur de publication:
Florence Rossillion

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

Impression-Routage:
Rivet Presse Edition
24, rue Claude-Henri Gorceix
87022 Limoges Cedex 9

Conception graphique:
Aymeric Ferry

Dépôt légal: à parution
ISSN n° 0991-3351

LES MARCHÉS À TERME

Eurex Francfort (€/t) Bintje, Agria et var. apparentées pour transfo, 40 mm+, min 60 % 50 mm +

	23/09/14	24/09/14	25/09/14	26/09/14	29/09/14
Novembre 2014	39	39	35	35	35
Avril 2015	68	68	65	64	60
Juin 2015	80	81	80	78	76