



# Pomme de terre



LE JOURNAL DE LA POMME DE TERRE- n° 1164 - 22 septembre 2017

## MESSAGE DE FILIÈRE

# Une campagne qui démarre sous tension, et pourtant rien n'est joué

*Le volume de la récolte 2017 n'est pas encore connu que le marché, figé sur la fin de campagne précédente, ne décolle pas.*

**E**n 2016, la récolte de pommes de terre française et européenne était la deuxième plus faible de ces cinq dernières années. De façon prévisible, les ventes ont été plutôt fluides en début de campagne. Puis, contre toute attente, à la fin du mois d'avril, les stocks se sont révélés plus importants que prévu. Ce volume a pesé sur la fin de campagne et surtout sur la commercialisation des pommes de terre de primeur. De ce fait, les campagnes commerciales de pommes de terre de consommation et de primeur se sont terminées à des niveaux de prix anachroniquement bas. **Ces prix ne doivent pas faire référence pour ce début de campagne 2017-2018.**

Certes, les emblavements, environ 130 000 ha cette année, sont supérieurs à ceux des années précédentes. Les rendements devraient, eux, se situer dans la moyenne des dix dernières années.

Ainsi, la récolte en 2017 pourrait atteindre 6 Mt. Mais ces grandes tendances ne suffisent pas à prédire ce que sera la campagne, ni les perspectives pour le marché du frais, en 2017-2018.

**D'une part, l'industrie devrait absorber les pommes de terre qui ont été emblavées pour ses besoins.** En effet, en grande partie, les augmentations de surface, et donc de volume, sont destinées à l'industrie. Par rap-

port à 2014, la demande en pommes de terre pour l'industrie de transformation a augmenté de 1,5 millions de tonnes au niveau du NEPG (BE, NL, GB, DE, FR). Celle-ci continue de progresser compte tenu des investissements réalisés et en cours, notamment en Belgique, où une bonne partie des pommes de terre produites en France est livrée.

**D'autre part, la filière, ne doit pas céder à la dépression tant que les récoltes nationales et européennes ne sont pas terminées.** Le NEPG annonce une récolte nettement inférieure à celle de 2014. En France, à peine un peu plus de 30 % des arrachages ont été effectués. Rien n'est joué.

Une avance de maturité de près de trois semaines en Beauce, région particulièrement tournée vers la culture de pommes de terre pour le marché du frais, a, artificiellement, créé une impression de suroffre pour cette campagne. Mais il faut rappeler que la Beauce représente à peine 10 % de l'offre française. Les rendements de la Champagne et de la Picardie (grande région de chair ferme) sont légèrement

supérieurs aux moyennes historiques. Les rendements des Hauts-de-France sont encore à venir. Selon les prélèvements effectués jusqu'à présent, en «chairs fermes» et en «Bintje», ils s'annoncent de fortes disparités de rendement selon les surfaces, d'après les 240 parcelles prélevées chaque quinzaine en France, en raison des conditions climatiques locales, qui ont parfois causé des accidents physiologiques.

*La filière ne doit pas céder à la dépression tant que les récoltes nationales et européennes ne sont pas terminées*

## À DÉCOUVRIR

Message de filière

1-2

*Une campagne qui démarre sous tension, et pourtant rien n'est joué*

Bilan export 2016-2017

3

*Stabilité des ventes à l'export*

Marchés

4

*Qualité hétérogène en magasins*

## DOSSIER DU MOIS



**Étude CNIPT- GIPT : la Pomme de terre dans tous ses états**

En savoir plus sur [cnipt.fr](http://cnipt.fr)

(Suite page 2)

**(Suite de la page 1)**

De plus, les fortes pluies actuelles, localisées, retardent certains arrachages et pourraient avoir des conséquences sur le volume récolté au niveau des pays du NEPG.

Au-delà des grands équilibres macro-économiques de l'offre et la demande, **il ne faut pas oublier que le marché du frais se subdivise en une multitude de segments.** Chaque variété, destination culinaire, calibre, qualité, doit s'analyser en fonction des débouchés (nationaux ou internationaux), des marques et des relations commerciales entre les opérateurs qui en assurent la mise en marché.

Les relations patiemment construites entre chaque maillon de la filière, depuis la production jusqu'au consommateur, sont à privilégier dans le cadre des actions collectives menées pour la filière par le CNIPT.

**Grâce au logo "Pommes de terre de France", la filière doit stimuler le patriotisme économique et favoriser les relations commerciales.**

Les enseignes de la distribution et les primeurs participent pleinement à ce mouvement.

La campagne 2017-2018 est loin de présenter une situation de suroffre et il n'y a aucune raison que les prix s'alignent sur ceux de la campagne 2014-2015. Le CNIPT fera entendre sa voix pour rappeler que les prix bas ne sont pas la solution pour augmenter la consommation.

C'est par la communication positive que la consommation se rétablira, pas par un marché aux prix effondrés. Chaque maillon de la filière, dans son rôle, se doit d'être responsable de la valeur de l'ensemble.

Les représentants de la filière le savent, une désorganisation de l'offre nuit à la valeur sur le marché. C'est à chaque association de prendre ses responsabilités pour donner à ses

adhérents les consignes d'une bonne gestion du marché.

Au niveau du commerce, le fonctionnement par prospectus, qui oblige à anticiper les promotions, peut créer des situations de prix déconnectés du marché. Les pommes de terre restent un produit frais qui subit de fortes variations de prix d'une semaine sur l'autre, surtout en début de campagne. Bien sûr, il faut des promotions pour animer le marché, mais les prospectus préparés en été, très en amont de la livraison des produits, donnent souvent de mauvaises tendances. La filière soutient les promotions cohérentes avec le prix moyen, qui permettent d'animer le rayon. Mais elle ne peut se permettre d'accepter des "braderies", qui détruisent de la valeur, détruisent le marché et déstabilisent les opérateurs. Vendre moins cher ne fait pas progresser la consommation. En effet, **la qualité, la communication informative et une présentation appropriée des produits en rayons ont davantage d'impact, sur les choix des consommateurs, que les prix.** Selon l'étude Usages et Attitudes 2016, lors de l'acte d'achat, le prix n'est plus le critère le plus déterminant pour les Français. Il est en effet devancé par l'indication d'usage sur l'emballage (citée parmi les critères les plus importants par 24 % des acheteurs/+4 points vs 2014). S'ensuit la variété, citée comme le premier critère par 20 % des interrogés.

Les opérateurs de la filière ne laisseront pas déprécier leur offre, qui par ailleurs plait toujours autant au consommateur. Un consommateur déçu, qui a dû jeter la moitié de son sac de 25kg, même acheté à bas prix, se détourne du produit, alors qu'un consommateur satisfait, qui a nourri sa famille avec 2,5kg de pommes de terre de qualité, à un prix raisonnable, revient vers les pommes de terre de France. ■

### La filière pommes de terre à destination du marché du frais, au sein du CNIPT, s'organise pour offrir des produits de qualité

- Dès la production, les bonnes pratiques et l'utilisation des outils d'aide à la décision, pour limiter les intrants tout en garantissant des pommes de terre saines, sont encouragées.
- Au stade de la première mise en marché, le CNIPT a fourni des efforts pour faciliter l'appréhension de la qualité grâce à la refonte de la grille d'évaluation visuelle. Des pistes de travail pour un agréage normalisé au premier niveau, et un protocole d'agréage en centrales de distribution, sont également suivies.
- Une charte pour les centres de conditionnement est en discussion. Elle permettrait de réassurer les acheteurs sur les pratiques de stockage et de conditionnement pour les pommes de terre lavées.
- À destination du consommateur, l'accord concernant la catégorie "Spécial frite" atteste que les pommes de terre qui apposent cette allégation ont été soumises à un protocole de test permettant de garantir leur bonne tenue à la friture.
- En rayons, les agents de terrain du CNIPT forment quotidiennement les personnels des magasins pour assurer une présentation qualitative des pommes de terre de France. Les conseils pour éviter le verdissement, la germination, les noircissements dus aux coups sont inlassablement répétés. Le message de la segmentation culinaire est également au centre de l'information donnée par les agents, comme elle est au cœur de la campagne de communication grand public de la filière. Le constat des agents de terrain est que les rayons sont souvent mal tenus et mal balisés. C'est dommage car la filière fait des efforts qui ne sont pas valorisés.
- Pour le consommateur, le slogan "Chaque pomme de terre s'exprime à sa manière" est démultiplié en publicité, sur les réseaux sociaux, dans les salons...



## BILAN EXPORT 2016-2017

## Stabilité des ventes à l'export

Après une activité 2015-2016 marquée par un recul des ventes françaises en volumes, les exportations de pommes de terre de conservation se stabilisent (+0,8 % vs à la campagne précédente) et ce, dans un contexte de production en baisse. Les ventes, quant à elles, sont positives en valeur (+7 %).

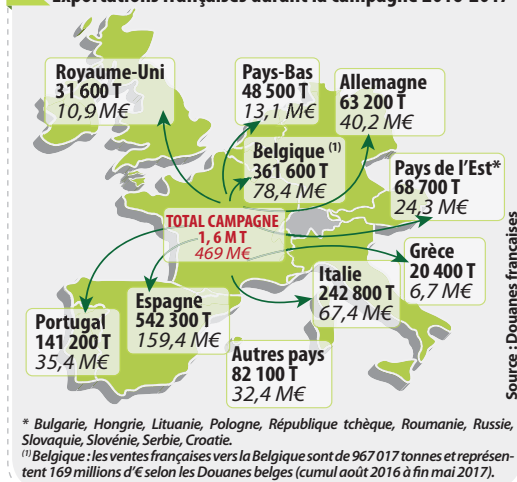
## Pertes de parts de marché en Italie au profit de l'Allemagne

La filière française a augmenté ses ventes vers ses deux principaux clients, l'Espagne sur le marché du frais et la Belgique pour l'industrie, avec une progression respectivement de 56 100 t (+12 %) et 86 500 t (+31 %). Les exportations françaises ont également connu un dynamisme vers le Portugal (+7 %) et l'Allemagne (+5 %) où notre pays est positionné principalement sur des produits à forte valeur ajoutée (préemballés à destination du segment culinaire vapeur/à l'eau/rissolée). En revanche, les exportations ont continué à s'affaïsser fortement vers l'Italie (-90 000 t), notre deuxième client sur le marché du frais, et ce pour la troisième campagne consécutive. Sur ce marché, la France a perdu des ventes au profit de l'Allemagne dont les prix sont plus compétitifs (en moyenne inférieurs à 100 €/t aux prix français). À cela s'ajoutent d'autres raisons plus ou moins structurelles : une production italienne de meilleure qualité en 2016, une consommation intérieure qui baisse structurellement et une tendance à privilégier le produit d'origine nationale.

## Décrochage vers le Royaume-Uni et les pays d'Europe de l'Est

Les ventes françaises se sont à nouveau dégradées vers le Royaume-Uni (-19 %), la Grèce (-12 %) et les pays d'Europe de l'Est (-37 %). Outre-Manche, la France a subi les effets indirects du Brexit qui a renchéri le coût des importations du Royaume-Uni (près de 14 % de coûts supplémentaires imputés à la baisse de la livre sterling par rapport à l'euro). Les exportations

## Exportations françaises durant la campagne 2016-2017



françaises ont aussi été pénalisées sur le marché du frais, par la concurrence étrangère (Allemagne, Irlande, Israël et Chypre sur des variétés précoces). En complément, le Royaume-Uni a bénéficié d'une offre locale de qualité et d'une gestion rigoureuse de ses opérateurs (industrie et frais) pour réduire au maximum les écarts de tri. Le décrochage important vers les pays d'Europe de l'Est (-40 000 t) s'explique en partie par la concurrence émanant de Pologne (et d'un degré moindre de l'Allemagne). Des acteurs majeurs de la région ont, de surcroît, été moins dépendants aux importations durant cette campagne, comme la République tchèque.

## Baisse des flux vers le reste du monde

Les exportations françaises ont baissé de près de 13 % en volumes vers le reste du monde. Elles se sont particulièrement contractées vers la Suisse (-9 %) et, pour la deuxième campagne consécutive, vers les pays du Moyen-Orient (-44 %).

Ali Karacoban

## Infos clés

Exportations françaises en 2016-2017  
 1,6 million de tonnes (+0,81 % vs 2015-2016)  
 469 millions d'euros (+7 % vs 2015-2016)

## EN BREF...

## Information CNIPT

## Le CNIPT se modernise pour un meilleur service à la filière

À la demande de ses administrateurs, le CNIPT s'est engagé dans une refonte complète de la collecte des cotisations interprofessionnelles

et le développement d'un système interactif de présentation des résultats des contrôles qualité. Un site internet spécifique permettra aux cotisants qui le souhaitent de déclarer leur activité et de payer leurs déclarations en ligne. Cette modernisation, réalisée pour améliorer le service et simplifier les relations

entre les cotisants et le CNIPT, s'inscrit dans la recherche d'exhaustivité de la collecte des cotisations, seule à même de garantir l'équité de traitement entre tous les producteurs de pommes de terre. Tous les détails de cette modernisation seront dévoilés lors des 40 ans du CNIPT.

## AGENDA

## Le 23 septembre

Épreuves qualificatives du concours "Un des meilleurs ouvriers de France-Primeur"

Sélestat (Alsace)

[www.unfd.fr](http://www.unfd.fr)

## Le 25 septembre

Congrès de Saveurs Commerce

Sélestat (Alsace)

[www.unfd.fr](http://www.unfd.fr)

## Du 18 au 20 octobre

Fruit Attraction

Madrid (Espagne)

[www.ifema.es](http://www.ifema.es)

## Les 22 et 23 novembre

British Potato 2017

Harrogate (Royaume-Uni)

[www.bp2017.co.uk](http://www.bp2017.co.uk)

## Le 5 décembre

Assemblée générale

et 40 ans du CNIPT

Arras (Pas-de-Calais)

[www.cnipt.fr](http://www.cnipt.fr)

## Le 13 décembre

Colloque "Gestion quantitative de l'eau à l'échelle des territoires"

Toulouse (Haute-Garonne)

[www.evenements-arvalis.fr](http://www.evenements-arvalis.fr)

## Du 16 au 18 janvier

Sival, salon des productions végétales

Angers (Maine-et-Loire)

[www.sival-angers.com](http://www.sival-angers.com)

## Du 7 au 9 février

Fruit Logistica

Berlin (Allemagne)

[www.fruitlogistica.de](http://www.fruitlogistica.de)

## Les 12 et 13 février

15<sup>e</sup> congrès de l'UNPT »

Le Havre (Seine-Maritime)

[producteursdepommesdeterre.org](http://producteursdepommesdeterre.org)

## LES MARCHÉS PHYSIQUES

## Cotations France (RNM)

En €/tonne

## Marché français-Stade expédition - Semaine 37

## Variétés de consommation courantes

Bintje Bassin Nord non lavée cat. II 40-75 mm filet 25 kg	nc.
Div. var. cons France lavée cat. I 40-75 mm filet 10 kg	nc.
Agata France lavée cat. I 50-75 mm carton 12,5 kg	308 (↗)

## Variétés à chair ferme

Charlotte France lavée cat. I + 35 mm carton 12,5 kg	466 (↗)
Rouge France lavée cat. I + 35mm filet 2,5 kg	418 (↘)

## Marché français Bio-Stade expédition - Semaine 37

Chair ferme France biologique	990 (↗)
Chair normale France biologique	940 (=)

## Export-Stade expédition - Semaine 37

Agata France lavable cat. I +45mm sac 1 tonne	nc.
Agata France lavable cat. I 40-70mm sac 1 tonne	nc.
Div.var.cons France lavable cat. I +45mm sac 1 tonne	nc.
Div.var.cons France lavable cat. I 40-70mm sac 1 tonne	80
Div. var. cons France non lavée cat. II 50-75 mm sac 20 kg	nc.
Rouge France non lavée cat. II 50-75 mm sac 20 kg	nc.

## Rungis - Semaine 37

Charlotte France cat. I carton 12,5 kg	750 (=)
Div. var. cons France lavée cat. I 40-70 mm sac 10 kg	320 (↘)
Div. var. cons France non lavée cat. I 40-70 mm sac 10 kg	260 (↘)

## Industrie - Semaine 37

Bintje Bassin Nord non lavée + 35 mm fritable	400
Div. var. cons. Bassin Nord non lavée, tout venant 35 mm et + fritable	nc.

N.B. : entre parenthèses, la tendance du marché.

## Cotations marchés étrangers

En €/tonne

## Cotation VTA (Verenigde Telers Akkerbouw) - Semaine 38

Destination industrie frites : tout-venant, vrac, fritable, départ, 40 mm +	nc.
Var export 45 mm +, en sac	nc.

## Belgique (Fiwap/PCA) - Semaine 38

Bintje tout venant 35 mm + fritable vrac	40-50 (=)
--	-----------

## Grande-Bretagne (Cours BPC) - Semaine 38

Prix moyen production	nc.
-----------------------	-----

## Editeur CNIPT

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

Directrice de publication  
Rédactrice en chef :  
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 +

	12/09/17	13/09/17	14/09/17	15/09/17	18/09/17
Novembre 2017	50	50	50	50	50
Avril 2018	77	79	74	78	77
Juin 2018	88	92	92	92	98



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