



Pomme de terre



LE JOURNAL DE LA POMME DE TERRE- n° 1165 - 29 septembre 2017

LA POMME DE TERRE DE PRIMEUR EN 2017

Une offre de qualité, mais victime de facteurs exogènes

La campagne des pommes de terre primeurs permet de faire la transition entre deux campagnes de pommes de terre de conservation. Récoltées du début de l'année jusqu'au 15 août, elles sont surtout présentes sur les étals d'avril à fin juillet, selon les régions.

Dès les premiers arrachages et durant toute la phase de commercialisation, les primeurs sont de qualité sur l'ensemble des bassins de production et les volumes conformes au prévisionnel. Cependant, l'hiver 2017 anormalement doux a provoqué une certaine précocité (de 10 à 15 jours) sur plusieurs bassins de production dès le mois de mai.

Par la suite et au moment du pic de la campagne, le marché national sature avec une pléthore d'offres de différents produits qui perturbent considérablement l'écoulement des primeurs françaises: pommes de terre de conservation de l'ancienne récolte en quantités importantes (cf. page 4), pommes de terre de la nouvelle récolte (arrivées sur le marché dès le mois de juin), pommes de terre d'import... Cette juxtaposition a fortement réduit

la place et la visibilité des primeurs en rayons. Cette situation inattendue a, par ailleurs, engendré une grande confusion dans le traitement logistique des primeurs en magasins qui, pour certaines, ont été exposées plusieurs jours à la lumière, fragilisant ainsi le produit et son attractivité auprès du consommateur.

Malgré le développement du nombre de références et la multiplication des mises en avant opérées par la GMS, au fur et à mesure de l'avancement de la campagne, les ventes des primeurs ont été bien en deçà des espérances de la filière.

Sur les sept premiers mois de l'année 2017, les importations françaises de primeurs ont augmenté sur un an de 1 % en volume (-21 % par rapport à la moyenne des quatre dernières années), atteignant 23 829 t, malgré une offre de primeurs françaises stable. Cette hausse résulte notamment de la progression des importations de primeurs en provenance d'Espagne (une offre qui s'est cependant peu retrouvée dans la GMS française), de +139 %. En valeur, les importations françaises atteignent 11 millions d'euros, ce qui correspond à une baisse de 3 % par rapport à 2016.

À DÉCOUVRIR

La pomme de terre primeur en 2017 1-2

Une offre de qualité, mais victime de facteurs exogènes

Un plan de communication complet

Commerce 3

1^{er} congrès de Saveurs Commerce en Alsace

Marchés 4

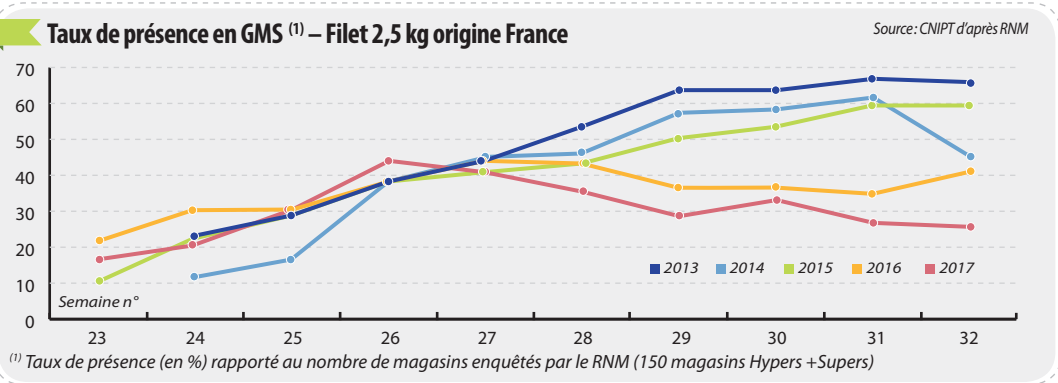
Promotions et prix bas

DOSSIER DU MOIS



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

En savoir plus sur cnipt.fr



(Suite page 2)

Prix moyen en GMS en 2017
par rapport à 2016 pendant la période
de commercialisation (en €/kg)

**Pommes de terre de primeur
France filet 2,5kg**

PRIX 1,39/1,45 ÉVOLUTION -4 %

**Pommes de terre
primeurs France vrac**

PRIX 2,67/2,58 ÉVOLUTION +3,5 %

Source: RNM

EN BREF...

Décoration

La Légion d'honneur pour Patrick Trillon

Le 19 septembre, Monsieur Patrick Trillon, ancien Président du CNIPT et Président du Conseil spécialisé fruits et légumes de FranceAgriMer s'est vu remettre les insignes de chevalier de la Légion d'honneur par Henri de Benoist, ancien vice-président de la FNSEA.

La cérémonie, chaleureuse et sympathique, s'est déroulée à la SAF, rue d'Athènes à Paris et a été l'occasion de rappeler le parcours professionnel de Patrick Trillon, marqué par un fort dévouement et un « humanisme chrétien ». Patrick Trillon a exprimé le sens de ses engagements : « Ne pas subir, prendre, son destin en main » et évoqué Philippe Dequidt, président-fondateur de l'UNPT, le décrivant comme « Une pépite dans un écrin d'humilité ». Il a également rappelé la nécessité d'Europe pour l'avenir de l'agriculture française.

De nombreux représentants professionnels, et en particulier Monsieur Alain Marguin, Président du CNIPT, ont eu l'occasion de lui témoigner leur amitié.



(Suite de la page 1)

Durant les premières semaines de commercialisation, les prix ont démarré à des niveaux corrects sur la tendance positive de 2016. Ils ont ensuite décroché au moment du pic de campagne puis ont gardé un niveau relativement stable jusqu'à la fin de période de commercialisation des primeurs.

Selon le RNM, le filet de 2,5 kg origine France s'est valorisé en moyenne à 1,39 €/kg, soit une baisse de 4 % sur un an. Le vrac origine France s'est valorisé à 2,67 €/kg en moyenne sur la campagne, soit une évolution de 3,5 % par rapport à 2016.

Le référencement des primeurs en rayons a été d'un niveau bien inférieur à celui des précédentes campagnes (-17 % pour le vrac et -28 % pour le filet 2,5 kg par rapport à la moyenne des quatre ans).

Des recommandations interprofessionnelles

Comme lors des deux précédentes campagnes, la Commission primeurs du CNIPT a émis des recommandations à l'ensemble des acteurs de la filière pour organiser au mieux la commercialisation des primeurs. Ces recommandations portent notamment sur l'emballage et le conditionnement, la chaîne logistique et le calendrier de commercialisation. Ce dernier point, qui devait permettre un bon chevauchement des différents produits (ancienne récolte, primeurs et Nouvelle Récolte), a été partiellement appliqué, ce qui a fortement nuit au bon déroulement de la campagne.

La section nationale des primeuristes, par son rôle fédérateur, a également contribué à organiser au mieux cette campagne. ■

Ali Karacoban

Un plan de communication complet

Selon le calendrier prévisionnel des récoltes réalisé par les membres de la Commission Primeurs et afin d'annoncer l'arrivée des plus gros volumes sur le marché, les actions de communication pour les pommes de terre primeurs ont débuté dès les premiers jours de mai. Elles se sont ensuite étalées sur toute la durée de la campagne de commercialisation. Récit des aventures de la star estivale des étals.

Une évolution de la législation du parrainage en télévision a permis de mettre en avant le produit "pommes de terre primeurs". Le spot 2016 a donc ainsi été adapté.

Du 1^{er} au 28 mai, les pommes de terre primeurs ont parrainé des émissions de jeu ou culinaires sur France Télévisions et W9, en générique de début et de fin, et également en générique de reprise après la coupure publicitaire du jeu "Tout le monde veut prendre sa place".

Elles sont apparues au total 134 fois sur les écrans et ont généré plus de 66 millions de contacts âgés entre 35 et 59 ans.

Dans le cadre des actions de communication réalisées en partenariat avec Interfel et cofinancé par l'Union européenne et les demandes de la Commission Primeurs, la primeur était dans toutes les bouches dès le printemps : ateliers culinaires pour faire parler les journalistes de la presse grand public et les blogueurs influenceurs, voyage ou déjeuner presse organisé en Bretagne pour créer la rencontre entre professionnels et journalistes de

la presse locale, professionnelle ou grand public, dossier de presse et portage en rédaction auprès des médias chauds, tels que 20 Minutes, France 5, etc., ont permis de générer 79 retombées dans la presse écrite, sur le web et même à la télévision, soit plus de 10 millions de personnes touchées.

Avec le programme d'animations en magasin, 300 journées de démonstrations culinaires se sont déroulées de mars à fin mai. Elles ont pour objectif de valoriser nos produits autour du rayon fruits et légumes et de créer l'animation. Les animateurs, formés au préalable sur nos messages, sont orientés pour utiliser de la pomme de terre primeur s'ils en trouvent en magasin. Ainsi, la primeur est mise en avant en magasin par le biais de recettes simples et estivales.

Enfin, en juin-juillet 2017, la pomme de terre primeur cible les voyageurs souhaitant organiser leurs vacances dans les bassins de production français et leur propose différentes idées recettes, sur les sites internet et les applications mobiles de TripAdvisor et Lastminute.com

D'avril à fin juillet, la pomme de terre primeur était au cœur d'un plan de communication puissant et complet, avec une forte présence sur le mois de mai. Le spot de parrainage plaît mais les efforts en télévision doivent être poursuivis si on souhaite ancrer la période de la pomme de terre primeur dans les habitudes de consommation des Français. ■

Sabrina Adam



COMMERCE

1^{er} congrès de Saveurs Commerce en Alsace

Saveurs Commerce réunit depuis mars dernier l'UNFD, la Fédération du commerce de détail des fruits et légumes, et le Synadis Bio (cf. Pomme de terre Hebdo du 31 mars). Le syndicat tenait son 1^{er} congrès sous cette configuration (mais le 57^e pour l'UNFD) les 24 et 25 septembre à Sélestat (Bas-Rhin). Ce congrès se déroulait dans le cadre du salon Saveurs et Soleil d'automne et accueillait les épreuves qualificatives du 3^e concours "Un des meilleurs ouvriers de France - catégorie Primeur" (cf. ci-dessous). Près de 200 détaillants ont suivi les travaux.

"Le commerce au-delà de nos repères, au-delà de nos frontières" était le thème de ce congrès. « Nous assistons à la naissance d'un nouveau consommateur qui se construit par sa consommation », a rap-
 pelé Mireille Hermann, vice-présidente de Saveurs Commerce, et primeur en Alsace. Sociologue de l'alimentation, Éric Birlouez a balayé l'évolution des tendances de la consommation depuis les Trente Glorieuses et la consommation "utile" à aujourd'hui, où le "consommateur est de plus en plus critique et de plus en plus inquiet. Le consommateur veut savoir ce qu'il mange". Ce qu'a confirmé Virginie Durin, vice-présidente de Familles de France. Sauveur Fernandez, expert en nouvelles tendances bio et éthiques, a insisté sur l'importance de la digitalisation du com-

merce. « Il ne faut pas en avoir peur », a-t-il insisté. Le commerçant de proximité doit s'adapter aux nouvelles demandes et attentes des clients, proposer de nouveaux services, être dans le conseil et la ré-assurance. Luc Hendrickx représentait la Fédération européenne des PME (UEAPME). Il a confirmé que les tendances françaises se retrouvaient globalement dans tous les pays d'Europe. Il a par ailleurs insisté sur le problème de la désertification des centres-villes.

Présidente de Saveurs Commerce, Christel Teyssède a conclu les travaux. Elle a notamment dénoncé l'exploitation de la question des pesticides dans les fruits et légumes et pommes de terre, une thématique utilisée pour « faire le buzz ». « C'est comme pour les vaccins, insiste-t-elle. On perçoit le risque, on oublie le bénéfice ». « Nous travaillons sur le sujet, poursuit-elle. Nous ne devons pas avoir peur de mettre en avant nos points forts, mais aussi nos difficultés ». « Le produit frais a une carte à jouer. Nous sommes les mieux placés pour réassurer le consommateur ». À propos des États généraux de l'alimentation, elle a insisté sur le fait que la contractualisation ne peut pas être « la seule solution ». En conclusion, elle a rappelé le grand acquis des primeurs: la création d'un CAP Primeurs. Les premières classes sont attendues à la rentrée 2018. ■

Olivier Masbou

21 candidats aux épreuves qualificatives du Mof Primeur

C'est dans le cadre du salon Saveurs et Soleil d'automne de Sélestat que ce sont tenues les épreuves qualificatives du Concours "Un des meilleurs ouvriers de France - classe Primeur". Vingt et un candidats se sont présentés le samedi 23 septembre aux premières heures de la matinée. Ils devaient réaliser deux corbeilles de fruits et une de légumes sur des thèmes bien précis. Ils devaient ensuite répondre à un questionnaire à choix multiples (100 questions sur les fruits et légumes et pommes de terre). Deux autres épreuves complétaient cette journée: une simulation de ventes et une sélection/dégustation de produits. Les résultats seront connus dans quelques semaines, et les candidats qualifiés se retrouveront en finale en 2018. C'est la troisième édition du concours "Mof Primeur". La profession compte déjà dix Meilleurs ouvriers de France.

Saveurs et Soleil d'automne à Sélestat

Organisé par l'interprofession des fruits et légumes d'Alsace, le salon Saveurs et Soleil d'automne s'est tenu du 22 au 24 septembre à Sélestat (Bas-Rhin). Ce rendez-vous traditionnel – qui se tient tous les quatre ans – a accueilli plus de 30 000 visiteurs. Les fruits et légumes étaient mis en avant grâce à une magnifique scénographie, et de nombreux stands accueillait le public. Une belle vitrine pour la filière. Le CNIPT était partenaire de cet événement grand public.

AGENDA

Du 18 au 20 octobre

Fruit Attraction
 Madrid (Espagne)
www.ifema.es

Les 22 et 23 novembre

British Potato 2017
 Harrogate (Royaume-Uni)
www.bp2017.co.uk

Le 5 décembre

Assemblée générale et 40 ans du CNIPT
 Arras (Pas-de-Calais)
www.cnipt.fr

Le 13 décembre

Colloque "Gestion quantitative de l'eau à l'échelle des territoires"
 Toulouse (Haute-Garonne)
www.evenements-arvalis.fr

Du 16 au 18 janvier

Sival, salon des productions végétales
 Angers (Maine-et-Loire)
www.sival-angers.com

EN BREF...

UNPT

Stop aux "braderies des pommes de terre"

Dans un communiqué, l'UNPT dénonce les braderies actuelles en grande distribution qui « proviennent de comportements irrationnels des acteurs de la GMS mais aussi d'offres de pommes de terre de producteurs et metteurs en marchés ». « Arrêtez de casser le marché de la pomme de terre [...] et d'alimenter la spirale à la baisse », poursuit l'Union. Elle invite les producteurs qui veulent écouler des pommes de terre à se tourner vers le don, ou à les valoriser pour l'alimentation animale, ou pour produire de l'énergie par la méthanisation. « Retirer cette fraction de production permettra d'équilibrer ponctuellement l'offre et la demande », conclut l'UNPT.



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

LES MARCHÉS PHYSIQUES

Cotations France (RNM)

En €/tonne

Marché français-Stade expédition - Semaine 38

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	312,5 (↗)

Variétés à chair ferme

Charlotte France lavée cat. I + 35 mm carton 12,5 kg	462,5 (↘)
Rouge France lavée cat. I + 35mm filet 2,5 kg	402,5 (↘)

Marché français Bio-Stade expédition - Semaine 38

Chair ferme France biologique	1010 (↗)
Chair normale France biologique	950 (↗)

Export-Stade expédition - Semaine 38

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 38

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 38

Bintje Bassin Nord non lavée + 35 mm fritable	55
Div. var. cons. Bassin Nord non lavée, tout venant 35 mm et + fritable	nc.

Promotions et prix bas

Les arrachages se poursuivent dans les bassins de production de pommes de terre de conservation destinées à alimenter le marché du frais et de l'industrie lors de la campagne 2017-2018. Les fortes pluies de la semaine dernière ont freiné les arrachages dans certaines régions. À ce stade, l'état d'avancement des arrachages au niveau national se situe à moins de 50 %. La prudence reste donc de mise pour l'instant sur l'offre à venir, tant sur le plan quantitatif que qualitatif.

En grande distribution, sur le marché national du frais, les opérations de promotions se multiplient, notamment sur du gros format de conditionnement. Des opérations qui sont parfois nécessaires pour écouler des produits émanant de fournisseurs disposant de capacités de stockage limitées. En revanche, elles sont à déplorer lorsqu'elles sont proposées à des prix en totale déconnexion avec le marché, dans le seul objectif de gagner des parts de marché dans cette guerre que se livrent les distributeurs...

À l'export, quelques transactions sont réalisées, sur de faibles volumes, vers nos clients historiques et vers l'Afrique.

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

Cotations marchés étrangers

En €/tonne

Cotation VTA (Verenigde Telers Akkerbouw) - Semaine 39

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

Belgique (Fiwap/PCA) - Semaine 39

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

Grande-Bretagne (Cours BPC) - Semaine 38

Prix moyen production	40-50
-----------------------	-------

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 +

	19/09/17	20/09/17	21/09/17	22/09/17	25/09/17
Novembre 2017	50	50	50	50	50
Avril 2018	79	78	73	75	72
Juin 2018	92	95	90	88	92



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