



Pomme de terre



LE JOURNAL DE LA POMME DE TERRE- n° 1187 - 20 avril 2018

LES POMMES DE TERRE EN RHD

Évolution du marché en 2016 (partie 1/2)

L'étude sur la restauration hors domicile (RHD), réalisée par Gira Foodservice à la demande de FranceAgriMer, du CTIFL, d'Interfel, du GIPT et du CNIPT, a pour objectif d'analyser la situation des fruits, des légumes frais et des pommes de terre sur ce circuit en France.

Un marché global en légère baisse

Le marché de la RHD représente, en 2016, plus de 15 % des repas consommés en France. Les dépenses des ménages en restauration pèsent en moyenne 33 % de leurs dépenses alimentaires. Ces deux indicateurs sont stables par rapport à 2011. En termes d'évolution dans le secteur, durant l'année 2016, près de 6,1 milliards de

repas ont été servis en France, ce qui correspond à une baisse de 60 millions de repas en cinq ans. Les repas distribués sont répartis à 51 % en restauration commerciale et à 49 % en restauration collective. Cette évolution, de 2011 à 2016, s'explique par une baisse du nombre de repas dans la restauration commerciale (-3,3 %) alors que la restauration collective est en légère hausse (+1,6 %). La tendance est, cependant, contrastée au sein de la restauration commerciale : le "fast-food" est en forte croissance (porté notamment par le développement de la restauration rapide haut de gamme spécialisée dans l'offre snacking), alors que les offres traditionnelles (service à table, cafés, self-service) sont déclinantes.

À DÉCOUVRIR

Les pommes de terre en RHD 1-2

Évolution du marché en 2016 (partie 1/2)

Forum Végétal 2018 3

La digitalisation au menu des échanges

Marchés 4

Rythme modéré sur le marché intérieur, actif à l'export

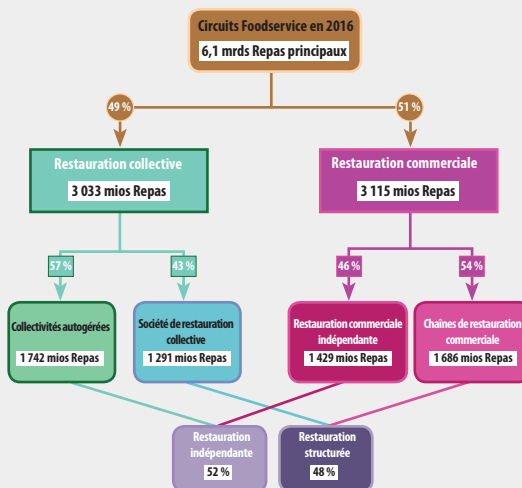
DOSSIER DU MOIS



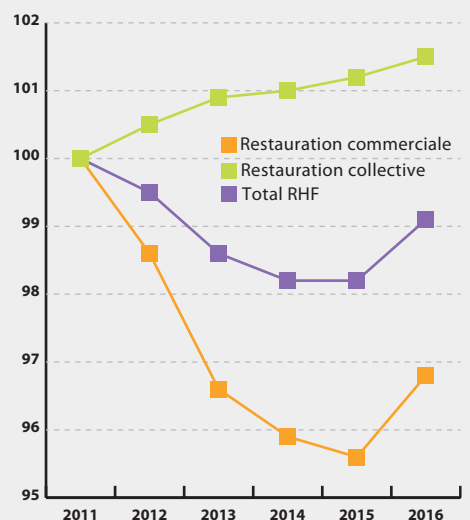
Recommandations primeurs 2018

En savoir plus sur cnipt.fr

Circuits Foodservice en 2016



Évolution des volumes depuis 2011 (base 100 en 2010)



(Suite page 2)

Source: GIRA

Méthodologie

La méthodologie n'a pas évolué par rapport à la précédente étude de 2011, ce qui permet de suivre les évolutions et de comparer les résultats d'achats de pommes de terre fraîches et transformées par les structures de restauration en France en 2016. Elle permet, en outre, d'analyser la dynamique du marché de 2011 à 2016.

Les données de cette étude sont issues d'enquêtes auprès d'un panel :

- de structures de restauration collective en gestion directe (650 établissements fournissant au total 117 millions de repas) ;
- de restaurants commerciaux indépendants (500 établissements fournissant au total 7 millions de repas par an) ;
- de chaînes de restauration (28 groupes et enseignes fournissant au total 1 milliard de repas par an) ;
- de sociétés de restauration collective (4 acteurs de la restauration collective fournissant au total 845 millions de repas par an).

Elles émanent également d'un recueil auprès de distributeurs spécialisés dans l'approvisionnement des restaurateurs (15 au total pesant près de la moitié de la distribution auprès de la RHD).

MARCHÉ DES POMMES DE TERRE EN RHD

Évolution baissière depuis 2011

Le marché des pommes de terre (fraîches et transformées) est évalué à 474 000 t et à près de 486 millions d'euros (HT) en 2016, ce qui correspond à une évolution baissière de 3,9 % en volume et à une croissance de 6,8 % en valeur depuis 2011. Le taux d'utilisation de la pomme de terre, c'est-à-dire le grammage par assiette, a diminué de 3 % pour atteindre 77 g/repas en moyenne.

Cette baisse des volumes est liée notamment au recul de la consommation de pommes de terre en restauration collective (de -3,2 % en volume), dans un contexte d'équilibre nutritionnel et de diversification de l'offre alimentaire (céréales, légumineuses, salad'bar...). En restauration commerciale, la baisse des volumes (-4,3 %) est liée à l'impact négatif de l'évolution structurelle du marché dans son ensemble (notamment du recul de la restauration avec service à table qui a délivré 150 millions de repas en moins). Aussi, la pomme de terre a été impactée par la baisse de consommation dans le fast-food hamburger, qui concentre un quart des volumes de l'ensemble de la RHD.

La restauration commerciale comme premier débouché

La restauration commerciale est le premier débouché des pommes de terre avec deux tiers des volumes en raison d'une consommation deux fois plus importante qu'en restauration collective (102 g en moyenne contre 52 g/repas). La pomme de terre reste

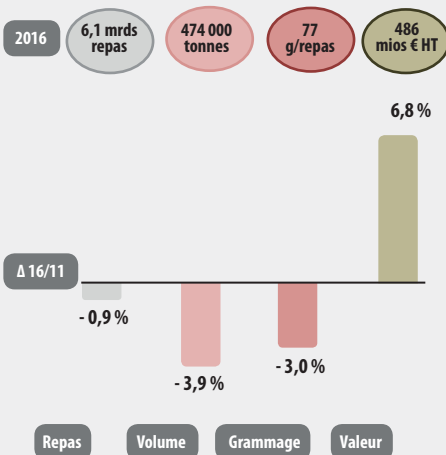
l'accompagnement principal en restauration commerciale (par rapport aux autres féculents), tandis que la restauration collective diversifie davantage son offre (notamment dans le cadre des recommandations du GEMRCN). L'ensemble des principaux segments a subi une baisse du taux d'utilisation des pommes de terre à l'exception des restaurants "indépendants" où le grammage par repas est en hausse de 4,7 %, soutenu notamment par l'essor de l'offre burger.

En termes de tendance de consommation, une montée de gamme est observée sur l'ensemble des produits de la pomme de terre :

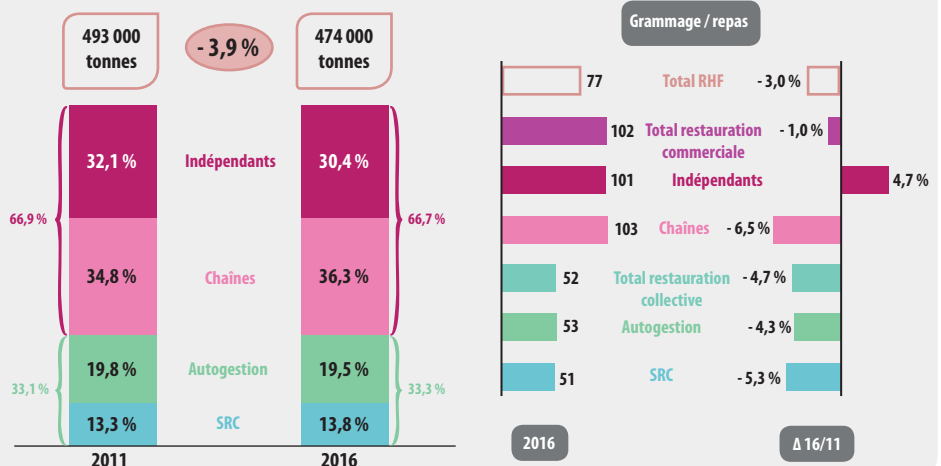
- les produits surgelés basiques ou classiques sont délaissés au profit de produits surgelés à plus forte valeur ajoutée (en termes de découpes, de textures...) et de produits frais (frites fraîches prédécoupées, frites maison...);
- les pommes de terre déshydratées ne s'inscrivent plus dans les nouvelles attentes des consommateurs: essor des purées surgelées et retour des purées "Fait maison";
- les pommes de terre crues/blanchies (produits IV^e gamme) sont de plus en plus privilégiées aux pommes de terre pasteurisées/stérilisées car elles permettent une meilleure maîtrise de la cuisson et du résultat final;
- de façon générale, les plats cuisinés sont de plus en plus délaissés par les consommateurs au profit des plats "Fait maison".

Ali Karacoban

Évolution du marché de la pomme de terre en RHD de 2011 à 2016



La consommation de pommes de terre (fraîches + transformées) par segment



Source: GIRA

FORUM VÉGÉTABLE 2018

La digitalisation au menu des échanges

La 11^{ème} édition du **Forum Végétal 2018** a eu lieu le 10 avril à Paris. Organisé par le magazine *Végétal*, cet événement réunit des experts de la filière fruits et légumes mais aussi d'autres secteurs en dehors de l'agriculture. Pour l'édition 2018, les experts ont échangé leurs points de vue sur le thème "Du végétal au digital, inventer le monde de demain!".

Durant la matinée, les intervenants ont mis l'accent sur les enjeux liés à l'agriculture connectée. Des réflexions ont été portées sur la place de l'homme dans cette révolution digitale. Marc Rauffet, président du groupe Innatis, a évoqué la transformation d'un monde où « *l'homo paysanus devient l'homo digitalis* ». L'enjeu est de taille pour l'humain qui devra s'adapter et avoir une place centrale en tant que pilote de ces outils. On devrait assister, selon lui, à une « *nouvelle organisation du travail* » où « *la technologie pourrait libérer le paysan de la pénibilité* ». Philippe Retière, producteur de tomates, a fait le constat que beaucoup de technologies proposées sur le marché ne sont pas assez innovantes. Il apparaît nécessaire, selon lui, que les porteurs de projets soient à l'écoute des besoins et travaillent en étroite collaboration avec les acteurs de terrain dès la phase de conception. L'enjeu, souligné par plusieurs intervenants, est également de réussir à organiser l'écosystème digital dans sa globalité. Des outils connectés peuvent exister pour chaque étape de la production ou pour chaque activité d'une exploitation (pilotage, pro-

duction, vente...) mais ces technologies sont souvent indépendantes les unes des autres, ce qui limite donc l'optimisation pour l'utilisateur.

Les échanges de l'après-midi, consacrés à la distribution digitalisée, a permis au public de prendre conscience des nouvelles expériences d'achat apportées aux consommateurs grâce au numérique. Sébastien Murbach, du cabinet Roland Berger, a ainsi mis l'accent sur les expériences d'achat originales, à l'image du site de vente en ligne eBay et de son magasin en réalité virtuelle. Des experts ont également attiré l'attention sur le digital en tant qu'appui dans le magasin physique (par exemple en fournissant virtuellement des contenus riches comme des recettes en rayon) et ainsi apporter de nouvelles expériences d'achat aux clients. Lors de son intervention, Marc-Henri Blarel, catalyseur de projets F&L, a pointé la faible place des fruits et légumes dans le commerce digital, comme le montre le chiffre de sa part de marché dans le Drive (1,8 % contre 5,6 % pour les PGC-FLS). L'intervenant évoque plusieurs obstacles expliquant la faible "webperméabilité" des fruits et légumes : les coûts logistiques élevés, l'importance de la sensorialité pour ce type de produits, ou encore les contraintes liées à la réglementation et la codification des produits. Les défis à relever restent donc importants afin de faire de la digitalisation un réel relais de croissance pour nos produits... ■

Ali Karacoban

AGENDA

Du 24 au 26 avril

Medfel, le rendez-vous d'affaires des fruits et légumes de la Méditerranée

Perpignan (Pyrénées-Orientales)
www.medfel.com

Les 3 et 4 mai

Congrès Europatat

Bruxelles (Belgique)
www.europatatcongress.eu

Du 27 au 31 mai

10^{ème} WorldPotatoCongress

Cusco (Pérou)
www.worldpotatocongress2018-alap.org

Les 7 et 8 juin

Congrès de Fedepom

Nantes (Loire-Atlantique)
www.fedepom.fr

Du 8 au 10 juin

Terres en Fête

Arras (Pas-de-Calais)
www.terres-en-fete.com

Le 28 juin

4^{èmes} Rendez-vous techniques

Pomme de terre
Villers-Saint-Christophe (Aisne)
www.evenements-arvalis.fr

Les 12 et 13 septembre

Potato Europe

Rittergut Bockerode (Allemagne)
www.potatoeurope.de

EN BREF...

Appellation

Île de Ré : les 20 ans d'une AOC

La pomme de terre est cultivée depuis le XVII^e siècle sur l'Île de Ré. Mais la production a pris de l'ampleur au début du XX^e siècle après que le Phylloxéra ait détruit la vigne. En 1998, la pomme de terre primeur de l'Île de Ré a été la première pomme de terre à obtenir une AOC. Pour célébrer cet anniversaire, une nouvelle variété, la Léontine, a rejoint les variétés historiques de l'appellation,

l'Alcmaria, cultivée uniquement sur l'île, et la Charlotte.

Salon

La pomme de terre au Medfel

Après avoir été à l'honneur en 2017, la pomme de terre sera à nouveau présente pour l'édition 2018 du rendez-vous d'affaires des fruits et légumes de la Méditerranée qui se tiendra du 24 au 26 avril à Perpignan. Plusieurs entreprises seront exposantes et un débat lui sera consacré. Un point sera

fait sur la campagne primeur avec André Minguy, membre du conseil d'administration du CNIPT. Pour la pomme de terre de conservation, les prévisions d'emblavement du NEPG ne seront peut-être pas disponibles à cette date. Mais il sera possible d'évoquer la campagne en cours (frais et industrie), l'état des stocks (quantité, qualité), les perspectives de fin de campagne, quelques premières tendances (non chiffrées) sur les plantations de 2018 (conditions d'implantation, état d'avancement, tendances de surfaces...).

LES MARCHÉS PHYSIQUES

Cotations France (RNM)

En €/tonne

Marché français - Stade expédition - Semaine 15

Variétés de consommation courantes

Bintje France non lavée cat. II 40-75 mm filet 25 kg	95 (=)
Div. var. cons France lavée cat. I 40-75 mm filet 10 kg	174 (↗)
Agata France lavée cat. I 50-75 mm carton 12,5 kg	351 (↗)
Bintje France non lavée cat. II 60-75mm filet 25kg consommation	140 (=)

Variétés à chair ferme

Charlotte France lavée cat. I + 35 mm carton 12,5 kg	436 (↗)
Rouge France lavée cat. I + 35mm filet 2,5 kg	380 (=)

Marché français Bio - Stade expédition - Semaine 15

Chair ferme France biologique	830 (=)
Chair normale France biologique	770 (↘)

Export - Stade expédition - Semaine 15

Agata France lavable cat. I +45mm sac 1 tonne	nc.
Agata France lavable cat. I 40-70mm sac 1 tonne	130 (=)
Div. var. cons France lavable cat. I +45mm sac 1 tonne	nc.
Div. var. cons France lavable cat. I 40-70mm sac 1 tonne	100 (=)
Div. var. cons France non lavée cat. II 50-75 mm sac 20 kg	65 (=)
Rouge France non lavée cat. II 50-75 mm sac 20 kg	65 (↗)

Rungis - Semaine 15

Charlotte France cat. I carton 12,5 kg	600 (=)
Div. var. cons France lavée cat. I 40-70 mm sac 10 kg	270 (=)
Div. var. cons France non lavée cat. I 40-70 mm sac 10 kg	220 (=)

Rythme modéré sur le marché intérieur, actif à l'export

En France, les achats des ménages se poursuivent à un rythme plus ou moins régulier. Dans certaines régions, les achats en magasin pourraient être quelque peu stimulés suite à l'épuisement des stocks de pommes de terre auto-produites par les particuliers. Les prospectus des enseignes sont surtout orientés sur des références commercialisées sur des petits formats de conditionnement (1,5 kg et 2,5 kg). En pommes de terre bio, des volumes non engagés ne trouvent pas preneurs, obligeant certains fournisseurs à écouler en alimentation animale.

En primeurs, les cultures sous-abri se poursuivent à un rythme normal de récolte et commercialisation. Dans le Sud-Ouest, les plantations (exclusivement en plein champ) à grande échelle ne se font qu'en ce moment. Dans les autres bassins primeurs, le calendrier des récoltes est, à ce stade, conforme au prévisionnel. En Beauce, moins de 5 % des plantations en pommes de terre de conservation ont été réalisées en semaine 15 (d'après l'UNPT). À l'export, le marché reste actif vers l'Europe du Sud et de l'Est. Les prix des lots de qualité se raffermissent.

Conjoncture UE – Semaine 15 (sources : CNIPT/Business France)

En Italie, dans la région d'Émilie-Romagne (le premier bassin de production), les niveaux de stocks de l'ancienne récolte sont de plus en plus limités. Les opérateurs de la région estiment que les disponibilités seront écoulees d'ici le 10 mai. En primeurs, les récoltes ont commencé (en provenance de Sicile notamment) avec des quantités limitées pour le moment. Dans les Pouilles, les gelées de février ont provoqué endommagements et retard sur les cultures. Un pic de commercialisation est attendu en semaine 19. En Allemagne, les achats s'orientent encore principalement sur des pommes de terre de l'ancienne récolte malgré les volumes croissants de primeurs en provenance du pourtour méditerranéen, notamment d'Égypte.

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

Industrie - Semaine 15

Bintje Bassin Nord non lavée + 35 mm fritable	20 (=)
Div. var. cons. Bassin Nord non lavée, tout venant 35 mm et + fritable	45 (=)

Cotations marchés étrangers

En €/tonne

Cotation VTA (Verenigde Telers Akkerbouw) - Semaine 16

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

Belgique (Fiwap/PCA) - Semaine 16

Bintje tout venant 35 mm + fritable vrac	20-30 (=)
--	-----------

Grande-Bretagne (Cours BPC) - Semaine 15

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 +

	10/04/18	11/04/18	12/04/18	13/04/18	16/04/18
Avril 2018	62	60	61	62	60
Juin 2018	91	91	96	99	91
Avril 2019	150	150	150	151	152