

cnipt

- > Vie interprofessionnelle
- > Démarches qualité
- > Communication collective
- > Information et études



Pour ne rien manquer de la vie de votre filière, abonnez-vous à Pomme de terre hebdo : www.cnipt.fr rubrique Newsletter



Une interprofession au service de la filière

Campagne 2019-2020

L'équipe opérationnelle

DIRECTION

Florence Rossillion
Directrice

SECRÉTARIAT/ ACCUEIL

Fleur Ansaldi
Assistante de direction

Marie Sassoletti

Secrétaire d'accueil
assistante-direction@cnipt.com
cnipt@cnipt.com

COTISATIONS

Géraldine Authié
Responsable comptable et administratif

Philippe Jacques
Pascal Légère
Vérificateurs

Alexandre Dussauze
Van-Trang Le
Gestionnaires
cotisation@cnipt.com

COMMUNICATION

Laure Payrastra
Responsable Communication

Sabrina Adam

Responsable Relations presse,
information filière et événementiel
communication@cnipt.com

AFFAIRES ÉCONOMIQUES

Ali Karacoban
Responsable
information@cnipt.com

QUALITÉ

Aude Aznar
Responsable

Benjamin Louvrier
Chargé de mission
qualite@cnipt.com

GIE EXPERTISE ET CONTRÔLE CNIPT-INTERFEL

Stéphane Turpin
Directeur opérationnel

9 experts produits
1 référent pommes de terre
1 référent fruits et légumes
contact@expertise-contrôle.com



Comité National
Interprofessionnel
de la Pomme de Terre

43-45, rue de Naples - 75008 Paris

Tél. : 01 44 69 42 10

Fax : 01 44 69 42 11

Mél : cnipt@cnipt.com

www.cnipt.fr

www.lespommesdeterre.com



[lespommesdeterre](https://www.facebook.com/lespommesdeterre)

QU'EST-CE QUE LE CNIPT ?

Le CNIPT, Comité National Interprofessionnel de la Pomme de Terre, est l'organisme interprofessionnel reconnu par les pouvoirs publics (loi du 10 juillet 1975) dans le secteur de la pomme de terre de consommation (conservation et primeur), vendue sur le marché du frais en France et à l'export. Il agit dans le cadre du règlement de l'Union européenne n°1308/2013 du 17 décembre 2013.

COMMENT ÇA MARCHE ?

Au sein du Conseil d'Administration, les collèges Production (UNPT, Coordination Rurale, FELCOOP) et Commerce (FEDEPOM, SNCPT, Saveurs Commerce et FCD) ont le même nombre de voix. Ils fixent et réalisent ensemble les objectifs de l'interprofession et signent des Accords Interprofessionnels.

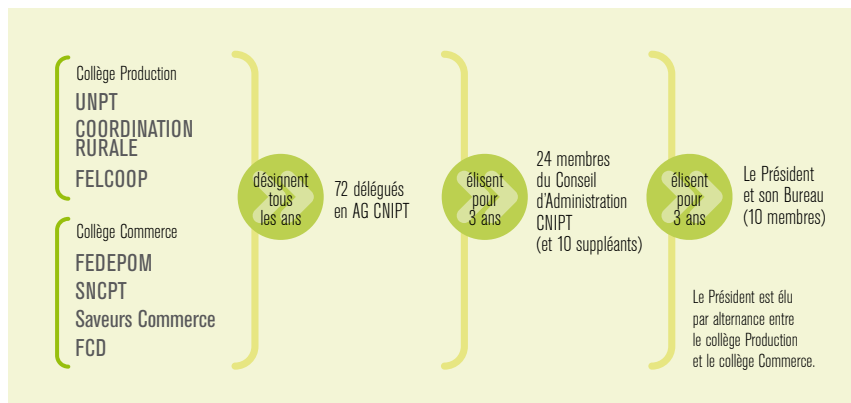
Président : Luc Chatelain

Pour consulter la composition du Bureau et du Conseil d'Administration du CNIPT :

www.cnipt.fr

rubrique Cnipt et filières

LES ORGANISATIONS MEMBRES DU CNIPT



Les organisations membres contribuent à la réalisation des objectifs interprofessionnels.

Les orientations stratégiques définies par le Conseil d'Administration du CNIPT sont mises en œuvre et pilotées par des Commissions, composées de représentants des différentes organisations membres. Sont animées les Commissions **Économie, Export, Communication, Qualité, Filières engagées, Frites, Pommes de terre de primeur et Pommes de terre bio**. Des groupes de travail peuvent également être mis en place sur des sujets plus opérationnels ou plus ponctuels.

VIE INTERPROFESSIONNELLE

Assurer la cohésion de la filière pour fixer et réaliser des objectifs communs

- Accords Interprofessionnels
- Recommandations de filière
- Lobbying

Contact : assistante-direction@cnipt.com

DÉMARCHES QUALITÉ

Accompagner les différents stades de la filière pour la maîtrise de la qualité

- Plans de surveillance
- Outils pour les opérateurs
- Recherche appliquée avec Arvalis – Institut du Végétal
- Formation

Contact : qualite@cnipt.com

INFORMATION FILIÈRE ET INTELLIGENCE ÉCONOMIQUE

Recueillir, analyser et partager l'information économique pour une meilleure connaissance des marchés

- Réalisation d'études économiques et sur la consommation
- Suivi du marché et commerce extérieur
- Identification et analyse des opportunités économiques en France et à l'export
- Information filière

Contact : information@cnipt.com

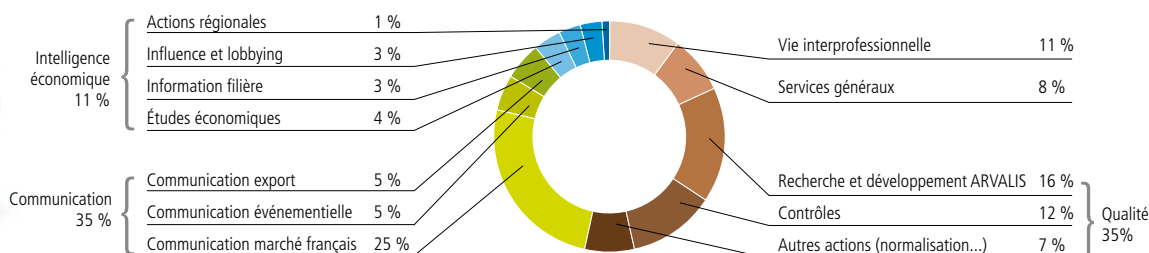
COMMUNICATION COLLECTIVE

Soutenir la consommation, en France et à l'international

- Communication BtoC : programmes d'information et de promotion (médias et hors média)
- Communication auprès de la presse et des influenceurs
- Communication BtoB

Contact : communication@cnipt.com

UTILISATION DES RESSOURCES 2018-2019



Accompagnement et surveillance vers la maîtrise de la qualité

Afin de satisfaire tant le consommateur que les opérateurs aux différents stades de la filière, le CNIPT répond aux attentes et veille au respect des règles appliquées, de la production au commerce. Mais le produit évolue tout comme les attentes du consommateur. Les démarches qualité ne se résument pas à une surveillance du marché : elles doivent **accompagner les acteurs dans leur maîtrise technique et répondre aux besoins des professionnels pour que leurs projets s'inscrivent dans une perspective d'amélioration de la filière.**

LA RECHERCHE AVEC ARVALIS-INSTITUT DU VÉGÉTAL

Les recherches conduites par ARVALIS, essentiellement grâce aux contributions et sous l'impulsion du CNIPT et du GIPT, portent sur l'amélioration des conditions de production et de conservation afin d'accompagner les professionnels dans leur travail. La recherche de solutions innovantes face aux perpétuels changements sociétaux s'inscrit dans une démarche de progrès qui profite à la fois aux producteurs et aux consommateurs.

LES PLANS DE SURVEILLANCE

9 experts produits visitent environ 4 300 points de vente et évaluent l'intégralité des lots de pommes de terre présents en magasin sur les critères de l'arrêté de commercialisation du 3 mars 1997, des accords interprofessionnels en vigueur et des recommandations de l'interprofession. Cela représente environ 46 000 lots de pommes de terre. En complément, sont effectuées des vagues d'analyses variétales, culinaires et sanitaires.

LES ACCORDS INTERPROFESSIONNELS

- Accord interprofessionnel étendu relatif à la fixation d'un calibre maximum commercialisable, applicable du 1^{er} août 2018 au 31 juillet 2021.
- Accord interprofessionnel étendu relatif à la justification de l'allégation culinaire «frites» seule ou associée à d'autres allégations culinaires sur les lots de pommes de terre de conservation, applicable du 1^{er} août 2019 au 31 juillet 2022.

LES OUTILS À DISPOSITION DES ACTEURS DE LA FILIÈRE

L'intégralité des outils à disposition de la filière sont disponibles gratuitement sur simple commande ou en téléchargement via le site internet www.cnipt.fr/qualite

- Parmi eux :
- La grille de segmentation culinaire et les protocoles d'évaluation culinaire,
 - Les bonnes pratiques de conditionnement des pommes de terre destinées au marché du frais,
 - Les formations et les fiches pédagogiques (balisage, étiquetage...).

Communication collective : convivialité, partage et diversité

La communication générique collective a pour objectif de créer un contexte favorable à la consommation de pommes de terre à la maison. Depuis début 2019 et pour 3 ans, le slogan de la campagne « Il y a de la pomme de terre dans l'air ! » a pour volonté de faire consommer des pommes de terre plus régulièrement aux 25-49 ans. Pour cela, plusieurs actions sont menées.

FAITES DE LA POMME DE TERRE

À l'hiver 2020, le CNIPT déploie un dispositif associé à un **jeu concours** consommateur pour stimuler le marché. L'action intitulée « Faites de la pomme de terre » invite à cuisiner des pommes de terre et évoque également le caractère convivial du produit.

La **saga publicitaire** « Il y a de la pomme de terre dans l'air ! » est de retour pendant la durée du jeu. Les 5 spots, qui mettent en scène des moments de consommation conviviaux et les différents usages culinaires de la pomme de terre, sont diffusés en TV et en VOL (Replay TV et sites web culinaires et lifestyle).

Le jeu concours est annoncé **en magasin** par des stickers ou bandes face B des emballages de pommes de terre et sur les réseaux sociaux.



PREPARE TO BE SURPRISED

De 2020 à 2022, un programme européen est lancé en collaboration avec le VLAM (office flamand d'agro-marketing), Board Bia (agence de l'État irlandais pour la promotion de produits alimentaires) et Europat (association européenne du commerce de la pomme de terre). Il a pour objectif d'enrayer la baisse de la consommation de pommes de terre fraîches en ciblant un profil à fort potentiel : la génération Y, aussi appelée les Millennials. Le dispositif a démarré en avril 2020 sur Instagram [@lespommesdeterre.eu](https://www.instagram.com/lespommesdeterre.eu) et le site internet dédié : preparetobesurprised.eu/fr

UN ÉVENTAIL D' ACTIONS

En complément de ces programmes, différentes actions ont été menées : nouveau site lespommesdeterre.com, rénovation de l'exposition sur les pommes de terre à la station de Métro « Parmentier », actions de relations presse et publiques, auprès des enfants et des professionnels de santé, participation au Salon International de l'Agriculture, partenariat avec la Semaine du goût, avec Cité Nature à Arras autour de l'expo Patate... Autant d'actions de promotion pour donner l'envie, marquer la présence à l'esprit, inciter à l'achat et à la consommation de pommes de terre.

LA POMME DE TERRE BIO

Le CNIPT participe pour la 3^{ème} année au programme de communication coordonné par l'Agence Bio et financé par les interprofessions et l'Union européenne. Au programme : événements, relations presse et publiques, communication en digital et outils d'information.

LES POMMES DE TERRE DE PRIMEUR

En 2020, les primeurs sont sous tous les projecteurs : replay TV, communication auprès de la presse pour annoncer la saison, créations de recettes et relais avec photos/vidéos par des influenceurs sur leurs propres réseaux et sur la page Facebook [@lespommesdeterre](https://www.facebook.com/lespommesdeterre)... En complément la Cheffe Justine Piluso (candidate d'une célèbre émission culinaire) nous confie ses astuces pour sublimer les primeurs.

Information économique et études

Le CNIPT a pour mission d'informer les acteurs de la filière des évolutions du marché, tant au niveau national qu'à l'export, et de **détecter les risques et les opportunités qui se présentent dans une démarche d'anticipation.**

À ce titre, plusieurs études ont été menées en 2018-2019 :

- Perspectives de l'offre en magasin,
- Usages et attitudes à l'égard de la pomme de terre,
- Usages et attitudes à l'égard de la pomme de terre de primeur,
- Les évolutions de la gestion de transition de campagne en pommes de terre de consommation.

Retrouvez les synthèses de ces études sur www.cnipt.fr/etudes

LA CONSOMMATION DES POMMES DE TERRE

- 52 kg de pommes de terre par an et par habitant,
- 20 à 25 kg en frais,
- 98% des foyers consomment des pommes de terre,
- 62% en cuisinent au moins une fois par semaine,
- 11 actes d'achat par an.

Source : La pomme de terre, Usages & Attitudes des Français, Étude 2018 Opinionway pour le CNIPT et France Agrimer, Kantar World Panel.

LES DÉBOUCHÉS

