



Pomme de terre

hebdo

LE JOURNAL DE LA POMME DE TERRE- n° 1234 - 4 octobre 2019

À DÉCOUVRIR

Bilan marché primeur 2019 1

Une campagne globalement satisfaisante

Bilan communication primeur 2019 2

Un plan de communication impactant pour la pomme de terre de primeur !

Commerce 3

Saveurs Commerce et Demain la Terre, partenaires pour une alimentation durable

Incendie de Rouen 3

Les activités agricoles impactées

Marchés 4

Démarrage progressif du marché

BILAN MARCHÉ PRIMEUR 2019

Une campagne globalement satisfaisante

Les acteurs de la filière, par leur travail de valorisation du produit, ont réussi à tirer profit des conditions favorables.

Un contexte favorable

Les primeurs ont bénéficié, dès leur entrée sur le marché, d'un contexte de commercialisation positif avec la raréfaction de l'offre émanant de l'ancienne récolte en conservation. Sur le plan des cultures, les différentes régions de production ont maintenu un niveau équivalent, aux années précédentes, dans leurs surfaces.

Les premières offres ont été commercialisées avec près de 15 jours d'avance, grâce à un climat propice. Par la suite, les offres ont augmenté crescendo, au fur et à mesure de l'avancement dans la campagne. Tout au long de la période de commercialisation, les efforts de valorisation menés par le négoce et la distribution ont été décisifs afin de renforcer la visibilité des produits auprès des clients et soutenir les ventes. Aussi, le bon échelonnement des récoltes entre les différents bassins

nationaux, les quantités disponibles et la qualité des produits ont été des atouts essentiels pour assurer une fluidité dans l'écoulement des primeurs pendant toute la campagne.

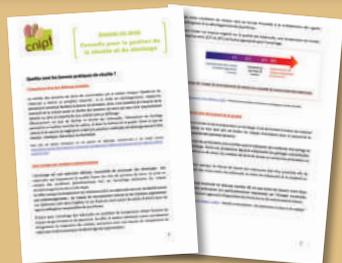
Un produit mieux valorisé

Cette campagne a également été marquée par une meilleure valorisation, comparative-ment à l'année précédente, des prix au détail : +16% en moyenne pour le filet de 2,5 kg, +9% pour le vrac et +0,4% pour le conditionné en 1 kg. D'après les remontées des distributeurs, ces évolutions de prix n'ont pas eu d'impact négatif sur les achats des ménages.

Le référencement national en magasins a été satisfaisant, comme en 2018, pour le filet de 2,5 kg origine France (35% en moyenne d'après le RNM FranceAgriMer, soit un niveau stable par rapport à 2018 où la progression annuelle avait été de +5 points). Le référencement du conditionné 1 kg origine France est également stable sur un an. ■

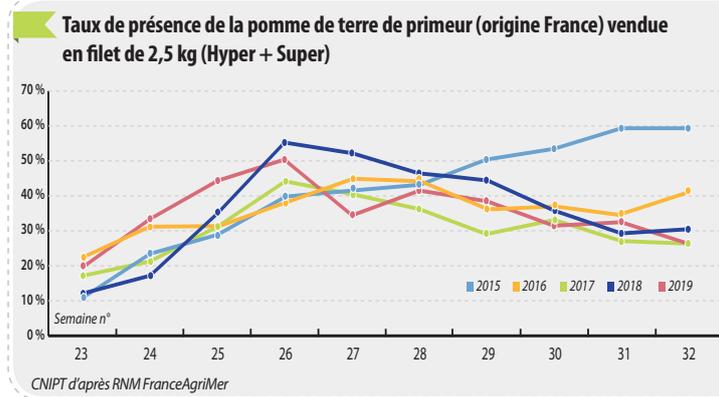
Ali KARACOBAN, CNIPT

DOSSIER DU MOIS



Conseils pour la gestion de la récolte et du stockage

En savoir plus sur cnipt.fr



Prix moyen en GMS en 2019 par rapport à 2018 pendant la période de commercialisation (en €/kg)

Pommes de terre de primeur France filet 2,5kg	PRIX 1,61 € / 1,39 €	EVOLUTION +16%
Pommes de terre de primeur France vrac	PRIX 3,30 € / 3,04 €	EVOLUTION +9%
Pommes de terre de primeur France conditionné 1 kg	PRIX 3,31 € / 3,30 €	EVOLUTION +0,4%

CNIPT d'après RNM FranceAgriMer

BILAN COMMUNICATION PRIMEUR 2019

Un plan de communication impactant pour la pomme de terre de primeur !

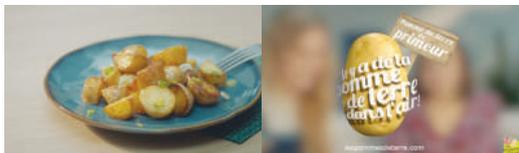
Chaque année, les pommes de terre de primeur produites en France sont très attendues pour leur fraîcheur et leurs grandes qualités gustatives. Récoltées avant complète maturité et commercialisées entre le mois de mai et la mi-août, elles permettent de renouveler l'offre en pomme de terre dans les rayons et sur les étals, et de la valoriser.

La communication collective met en lumière la saisonnalité, la fraîcheur et les qualités gustatives de ce produit, tout en respectant la stratégie de la nouvelle campagne publicitaire axée sur le partage et la convivialité.

Une vague de fraîcheur en TV et digital

Le film publicitaire de 14 secondes, issu de la nouvelle campagne « Il y a de la pomme de terre dans l'air », présente un moment de consommation autour de pommes de terre rissolées. Le spot a été diffusé 11 jours sur France TV et une sélection de chaînes de la TNT, avec un nombre de diffusion plus important pendant les week-ends. 49 % de la cible des 25-49 ans a été exposée à la publicité, en moyenne 2,9 fois, soit plus de 26 millions de contacts sur cette tranche d'âge.

Le spot a également été relayé sur les réseaux sociaux, qui est un média très consommé par la cible des 25-49 ans. Le film a été diffusé sur Facebook et Instagram pendant un mois, de mi-mai à mi-juin. Il a généré plus de 1,9 million d'impressions, et 80 % des personnes exposées ont visionné le film en entier, ce qui témoigne d'un agrément positif.



> Visuels du spot TV primeur. Pour voir le film : <https://recette-pomme-de-terre.com/decouvrez-la-saga-pomme-de-terre#difficile-de-resister>

Un partenariat gourmand en TV

Les pommes de terre de primeur ont été mises à l'honneur dans la célèbre émission « Petits plats en équilibre » présentée par Laurent Mariotte sur TF1. L'épisode de 2 minutes met en scène une [recette de pommes de terre de primeur et végétaux marins](#) et rappelle les spécificités du produit et son calendrier des récoltes selon les bassins de production. L'émission a été diffusée 4 fois, à midi et en

début de soirée et a touché 8,5 millions de téléspectateurs. La vidéo était également diffusée sur le site internet de TF1 et en replay.



> Le partenariat avec « Petits plats en équilibre » a permis de toucher 8,5 millions de téléspectateurs.

Un défi culinaire relayé sur les réseaux sociaux

De mai à juillet 2019, l'opération «Very Good Moment*» a mis au défi 300 ambassadeurs, dont 20 micro-influenceurs (c'est-à-dire ayant une communauté comprise entre 1 000 et 30 000 abonnés), de cuisiner la pomme de terre de primeur dans le cadre d'un dîner convivial et de partager leur expérience sous forme de photos et vidéos sur les réseaux sociaux. Outre la multitude de recettes créatives et moments conviviaux publiés, ce défi ludique a mobilisé 1 800 participants et a permis de toucher une audience non négligeable de 764 000 personnes.

Le meilleur ambassadeur a été récompensé par une dotation culinaire d'une valeur de 500€.

*Un très bon moment



> Les photos de Myriam T., élue meilleur ambassadeur du #DinerDefi

Un dîner de presse convivial

Le 21 mars, un dîner de presse a été organisé pour annoncer le début de la saison des pommes de terre de primeur. Christophe Saintagne, chef du restaurant parisien « Le Papillon », a cuisiné les pommes de terre de primeur, de l'entrée au dessert. Au cours du repas, André Minguy, en qualité de producteur et président de la Commission Primeur, a présenté les spécificités de ces pommes de terre. Les journalistes, majoritairement issus de la presse culinaire écrite et web (blogs et comptes Instagram), ont relayé nos messages. ■

Laure PAYRASTRE, CNIPT

COMMERCE

Saveurs Commerce et Demain la Terre, partenaires pour une alimentation durable

L'Association Demain la Terre et la Fédération Saveurs Commerce ont signé le 24 septembre à Paris un **partenariat** « inédit » pour une alimentation durable. Ce partenariat va permettre aux primeurs de Saveurs Commerce de se rapprocher des producteurs, et aux producteurs de Demain la Terre de disposer d'un circuit de commercialisation qui officialise leurs engagements et leurs pratiques. Il s'agira notamment de promouvoir auprès des consommateurs, des fruits et légumes sains, respectueux de l'environnement et des hommes, produits par le réseau de producteurs Demain la Terre et valorisés par les primeurs de Saveurs Commerce. Les signataires s'engagent également à développer des relations commerciales équilibrées et transparentes entre les différents acteurs de la filière fruits et légumes. Les primeurs constituent « le circuit le mieux placé pour ré-assurer les consommateurs » rappelle Christel Teyssèdre, présidente de Saveurs Commerce. « Ce partenariat inédit s'impose

comme un engagement naturel entre nos deux structures, poursuit-elle. Le lien au consommateur fait partie de l'ADN du métier de primeur. Nous aurons à cœur de valoriser les produits Demain la Terre ». « Étant moi-même producteur, cet engagement est une réponse forte au besoin de valorisation de notre métier et des pratiques que nous mettons en oeuvre sur nos exploitations. Les primeurs prennent le temps de dire aux consommateurs ce que les producteurs font et comment ils le font » explique pour sa part Geoffroy Cormorèche, président de **Demain la Terre**. Pour les deux signataires, ce partenariat « ouvre la voie de nouvelles synergies entre la production et le commerce spécialisé avec au cœur de leurs préoccupations le consommateur ». L'Association Demain la Terre regroupe plus de 165 producteurs de fruits et légumes frais et transformés (soit un volume de 165 000 tonnes) et la Fédération **Saveurs Commerce** représente les 12 000 Primeurs en magasin et sur marché. ■

Olivier MASBOU

INCENDIE DE ROUEN

Les activités agricoles impactées

Quels territoires sont concernés par les retombées de suie consécutives à l'incendie de l'usine Lubrizol à Rouen ? Le week-end dernier, les services de l'État dans les régions Normandie et Hauts-de-France se sont employés à recenser les communes touchées par le nuage de suie. Lundi 30 septembre, une première liste d'une centaine de communes des Hauts-de-France était publiée : 39 dans l'Oise, 39 dans la Somme, 14 dans l'Aisne, 2 dans le Nord, et 3 dans le Pas-de-Calais. Cette liste, qui doit être affinée, va permettre notamment de servir de base aux arrêtés d'interdiction des activités agricoles pris par les préfets. « On a besoin de connaître avec précision les communes concernées car elles feront l'objet d'un arrêté préfectoral qui engage surtout la profession agricole dans une logique de santé publique. On ne sait pas ce que contiennent ces suies » explique Louis Le Franc, préfet de l'Oise, au micro de France 3 Hauts-de-France (30 septembre). Ces arrêtés visent à restreindre l'activité agricole dans ces communes : « Le lait et

les oeufs (élevages en plein air), le miel et les poissons d'élevage ainsi que les productions végétales ou les aliments pour animaux ne peuvent être ni commercialisés, ni intégrés dans la consommation humaine ou animale ».

Les arrêtés ont été pris notamment par les préfetures de l'Oise, de l'Aisne, de la Somme et du Nord. Ces mesures sont prises à titre conservatoire. « La situation étant évolutive, une réévaluation sera assurée en temps réel pour, le cas échéant, modifier le périmètre des arrêtés préfectoraux » précise un communiqué de la préfecture de Région des Hauts-de-France. À ce jour, personne ne sait quelle sera la durée de ces interdictions qui vont donc compromettre la filière pomme de terre dans les communes concernées. « Les conséquences à court terme peuvent durer, et les conséquences à long terme ne sont pas encore connues » indique le CNIPT. L'interprofession suit la situation de très près, en lien avec les autres organisations professionnelles, et notamment le GIPT et l'UNPT. ■

Olivier MASBOU

AGENDA

Du 22 au 24 octobre

Fruit Attraction

Madrid (Espagne)

www.fruitattraction.com

Du 12 au 14 novembre

WOP Dubaïwww.wop-dubai.com

19 novembre

Journée stockage et qualité

Boigneville (Essonne)

www.formations-arvalis.fr

20 et 21 novembre

British Potato

Harrogate (Royaume-Uni)

www.bp2019.co.uk

10 décembre

Assemblée générale du CNIPT

Paris

EN BREF...

Vient de paraître

Au sommaire de La Pomme de terre française



Le numéro de septembre-octobre (625) de La Pomme de terre française

est paru. Au sommaire du magazine, un reportage sur Potato Europe 2019 en Belgique. Les actualités font le point sur le programme européen Inno-Veg, sur le projet Interreg Gepos, sur la journée prélèvement de la FDSEA 59. En page Filières, on retrouve une présentation de l'étude transition de campagne. Enfin, la partie technique propose des articles sur la fertilité biologique des sols, sur le mildiou (épidémiosurveillance des populations) et sur le projet Geconem.



LES MARCHÉS PHYSIQUES

Cotations France (RNM)

En €/tonne

Marché français-Stade expédition - Semaine 39

Variétés de consommation courantes

Bintje France 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	506 (↘)
Div.var.cons Bassin Nord non lavée cat.II 40-75mm filet 25 kg	272 (↘)
Div.var.cons France lavée cat.I 40-75mm filet 10kg consommation	360 (=)

Variétés à chair ferme

Charlotte France lavée cat. I + 35 mm carton 12,5 kg	718 (↘)
Rouge France lavée cat. I + 35mm filet 2,5 kg	706 (↘)

Marché français Bio-Stade expédition - Semaine 39

Chair ferme France biologique	nc.
Chair normale France biologique	nc.
Conservation France biologique	1130 (↘)

Export-Stade expédition - Semaine 39

Agata France lavable cat.I +45mm sac 1tonne	nc.
Agata France lavable cat.I 40-70mm sac 1tonne	230
Div.var.cons France lavable cat.I +45mm sac 1tonne	nc.
Div.var.cons France lavable cat.I 40-70mm sac 1tonne	230
Monalisa France lavable cat.I +45mm sac 1tonne	nc.
Rouge France non lavée cat. II 50-75 mm sac 20 kg	nc.

Rungis - Semaine 39

Charlotte France cat. I carton 12,5 kg	1000 (=)
Div. var. cons France lavée cat. I 40-70 mm sac 10 kg	550 (=)
Div. var. cons France non lavée cat. I 40-70 mm sac 10 kg	400(=)

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

Indice des prix des produits agricoles à la production (IPPAP) base 100 en 2015

	Août 2019	Variation en % sur un an
Pommes de terre	204	+ 58

Source : INSEE

Indice des prix à la consommation (IPC) base 100 en 2015

	Août 2019	Variation en % sur un an
Pommes de terre	131,76	+ 19

Source : INSEE

Prix au détail GMS - €/kg

	Semaine 39	Variation en % sur un an
Vapeur ou rissolée France filet 2,5kg	1,38	5
Four, frites ou purée France filet 2,5kg	1,24	-1
Basique France lavée sac 5kg	0,88	5

Source : RNM

Cotations marchés étrangers

En €/tonne

Cotation VTA (Verenigde Telers Akkerbouw) - Semaine 39

Destination industrie frites : tout-venant, vrac, fritable, départ, 40 mm +	300-340 (=)
Var export 45 mm +, en sac	nc.

Belgique (Fiwap/PCA) - Semaine 40

Bintje tout venant 35 mm + fritable vrac	100-125 (↘)
--	-------------

Grande-Bretagne (Cours BPC) - Semaine 38

Prix moyen production	172,96
-----------------------	--------

Démarrage progressif du marché

Les arrachages se poursuivent, favorisés par le retour de la pluie sur ces derniers jours. Certaines parcelles pourraient cependant tourner au ralenti, en Normandie et dans une moindre mesure dans les Hauts-de-France, en raison des arrêtés officiels limitant les activités agricoles, suite à l'incendie de l'usine Lubrizol à Rouen (lire page 3). Au niveau du commerce, peu de transactions sont observées sur le libre en frais (les principaux volumes sont commercialisés dans le cadre des engagements contractuels entre les acteurs économiques). L'inflexion de tendance sur le marché national émanera notamment du passage vers des températures plus fraîches, favorisant ainsi la demande et la consommation de plats traditionnels.

Quelques transactions à l'export sont réalisées, sur des quantités modérées, auprès de nos partenaires historiques.

Les cotations se tassent légèrement sous l'effet de la hausse des disponibilités mais les prix restent globalement soutenus sur l'ensemble de la chaîne de valeur, des segments culinaires et des débouchés.

Focus sur le marché national bio

Le marché est globalement animé sur ce début de campagne avec une demande assez vigoureuse émanant, au niveau national, des différentes enseignes sur le frais (qui pour certaines proposent différentes offres culinaires) mais également des acteurs de l'industrie (dans l'objectif de valoriser l'origine nationale). Les quantités commercialisées émanent d'engagements contractuels entre le producteur et le premier metteur en marché (une des recommandations du CNIPT pour structurer le marché et éviter les à-coups). Dans ce contexte, les prix démarrent à des niveaux assez soutenus.

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 Rossillon

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

