



Pomme de terre

hebdo

LE JOURNAL DE LA POMME DE TERRE- n° 1235 - 11 octobre 2019

ÉTUDE TRANSITION DE CAMPAGNE

Un équilibre à maintenir

Anticiper au mieux les changements à venir. Tel a été l'objectif d'une étude sur la gestion de la transition de campagne pour les pommes de terre de conservation.

Les objectifs de l'étude "Quelles évolutions envisageables dans la gestion de la transition de campagne pour les pommes de terre de conservation?" réalisée par le CNIPT, en collaboration avec Klorobiz, tiennent compte des enjeux économiques, environnementaux et sociétaux actuels :

- Identifier les évolutions envisageables pour la gestion de la fin de campagne de la pomme de terre de conservation ;
- Développer la filière de la pomme de terre française à destination du frais en cohérence avec son environnement ;
- Intégrer trois sujets clés que sont les impacts de l'arrêt du CIPC ; la place des pommes de terre de primeur et de conservation nouvelle récolte ; ainsi que la prise en compte des tendances sociétales.

Dans cette étude (voir méthodologie en encadré page suivante), la pomme de terre de conservation est définie comme la pomme de terre ayant subi un processus de conservation, car issue de l'ancienne récolte. En raison de son caractère confidentiel, seules les informations relatives à l'équilibre offre-demande sur le marché du frais sont diffusées dans cette synthèse.

Les différentes valorisations

La consommation française connue est relativement stable, voire ponctuellement baissière, au fil des années. La surface en production de pommes de terre de conservation (toutes destinations confondues : marché du

frais et industrie) est en augmentation quasi ininterrompue depuis 2010 en France (près de 138 000 ha en 2017 contre 106 000 ha en 2010), en lien principalement avec la hausse de la demande dans le secteur de la transformation. Pour autant, du fait des aléas climatiques, la production est très fluctuante. Pour cette raison, les travaux de modélisation réalisés pour l'étude prennent en compte trois campagnes aux situations caractéristiques :

- Campagne 2014-2015 : une production importante avec un rendement moyen élevé de 50 t/ha ;
- Campagne 2015-2016 : une production moyenne avec un rendement moyen de 44 t/ha ;
- Campagne 2016-2017 : une production faible avec un rendement moyen faible de 40,5 t/ha.

La part de la production à destination du marché frais français est stable et estimée à près de 1,2 million de tonnes. Après déduction de l'ensemble des freintes de la production à la consommation, près d'un million de tonnes de pommes de terre fraîches est consommé par an sur le marché français, soit 90 % à domicile et 10 % hors domicile.

Une consommation très majoritaire de pommes de terre de conservation

Sur une consommation annuelle nette de pommes de terre sur le marché frais français à domicile, estimée entre 850 000 et 900 000 t selon les années (moyenne de 875 000 t), la part de la pomme de terre fraîche de conservation représente 80 % des volumes, soit entre 670 000 et 720 000 t (moyenne de 655 000 t).

La concentration de la récolte autour de mi-septembre implique une stratégie de stockage pour servir le marché toute l'année en pommes de terre de conservation.

(Suite page 2)

À DÉCOUVRIR

Étude transition de campagne 1-2

Un équilibre à maintenir

Plan de communication 3

Cet automne, il y a de la pomme de terre dans l'air !

Marchés 4

Animation du marché

DOSSIER DU MOIS



Gestion du rayon pommes de terre

En savoir plus sur cnipt.fr

Méthodologie de l'étude

De juin 2018 à mars 2019, l'étude s'est déroulée en deux temps.

Phase 1 :

« Analyse de l'équilibre offre/demande sur le marché frais de la pomme de terre de conservation » : étude des flux de pommes de terre à destination du marché frais français et notamment des familles de produits consommés mensuellement sur ce marché.

Phase 2 :

« Évaluation des impacts technico-économiques par maillon » : réalisation de 35 entretiens auprès des producteurs, courtiers, négociants et distributeurs pour étudier la faisabilité et les conditions de réalisation des axes d'évolution envisagés en phase 1.

Au cours de l'étude, des réunions stratégiques du comité de pilotage ont permis de construire et valider les résultats.

(Suite de la page 1)

La France est justement reconnue pour ses fortes capacités de stockage lui permettant de fournir toute l'année aussi bien le marché national qu'international.

La stratégie de cette offre de "conservation" permet de répondre à de nombreux enjeux économiques : gagner des parts de marché à l'export, privilégier la production française toute l'année sur l'ensemble des circuits nationaux, avoir une flexibilité de gestion des stocks et limiter la destruction de valeur.

Des bassins de production de primeurs et nouvelle récolte très minoritaires

Les quatre principaux bassins de production de pommes de terre (Nord-Pas-de-Calais, Picardie, Haute-Normandie et Champagne-Ardenne) représentent 80 % de la production destinée au marché frais français.

On observe trois familles de pommes de terre françaises en lien avec la période de récolte :

- Les pommes de terre de primeur, récoltées essentiellement de mai à juillet de l'année N.
- Les pommes de terre de conservation valorisées en nouvelle récolte, récoltées de fin juillet à septembre de l'année N.
- Les pommes de terre de conservation récoltées en septembre de l'année N-1.

À date, nous pouvons constater que la part de la production de pommes de terre de primeur et de conservation nouvelle récolte commercialisée jusqu'au 15 août est très minoritaire, même sur les bassins historiques Bretagne/Grand-Ouest, Est, Sud-Est. Le bassin Centre/Beauce se distingue par une récolte étalée et précoce. Avec un volume significatif d'environ 100 000 t à destination du marché frais hexagonal, il est le seul bassin de taille produisant précocement de la nouvelle récolte en quantité significative pour les marchés.

La production commercialisée de pommes de terre de primeur et conservation nouvelle récolte jusqu'au 15 août est estimée à près de 70 000 t soit 7 % de la production totale à des-

tinuation du marché frais français. À ce volume s'ajoutent 110 000 t de pommes de terre de conservation nouvelle récolte consommées entre le 15 août et le 30 septembre.

Les bassins de production des pommes de terre de primeur sont en partie complémentaires par rapport à la période de mise en marché, mais globalement, plus de 50 % de l'offre est commercialisée début juillet.

Une demande stagnante et saisonnalisée sur le marché frais français

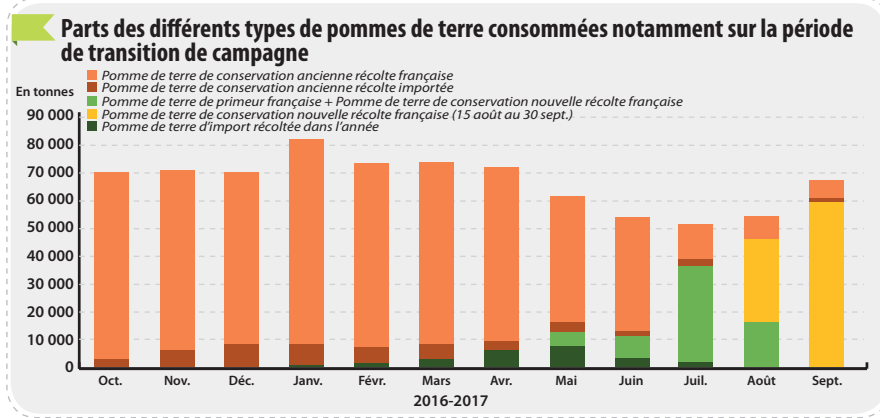
À partir de la modélisation des différentes familles de pommes de terre consommées par mois sur trois campagnes consécutives (sources : panels, données retraitées des Douanes et déclaratifs opérateurs), trois points caractéristiques sont à relever :

- La consommation est saisonnalisée et stagnante, voire en légère baisse entre les deux dernières campagnes observées ;
- La pomme de terre de conservation de l'ancienne récolte est présente toute l'année, entre 100 % et moins de 10 % de la part consommée par mois ;
- Trois produits sont encore très présents sur les quatre derniers mois de transition de campagne (juin, juillet, août, septembre) : la pomme de terre de primeur, la conservation nouvelle récolte et la pomme de terre de conservation de l'ancienne récolte (dont les volumes sont cependant faibles, à partir de juillet notamment).

La consommation mensuelle moyenne de pommes de terre sur le marché français du frais est de 70 000 t, avec une période forte autour de 80 000 t/mois (en janvier, février, mars, parfois octobre) et une période basse autour de 55 000 t/mois (en juin, juillet, août). La légère baisse enregistrée en décembre, bien que nous soyons en hiver, peut être expliquée par les changements d'habitudes durant les fêtes de fin d'année qui modifient la consommation de la pomme de terre : davantage de plats préparés, de surgelés et un peu moins de pommes de terre fraîches.

Suite à cet état des lieux, différents scénarios à court/moyen terme sur la capacité de maintenir une offre identique à celle de la situation actuelle en pommes de terre de conservation sans usage du CIPC ont été étudiés avec les professionnels. Les différents impacts sur l'équilibre du marché du frais ont également été évalués. Au niveau individuel, les impacts financiers et organisationnels liés à ce changement ont été analysés. Un retour a été fait fin juin, lors d'une journée de sensibilisation, auprès des distributeurs et des professionnels. ■

Ali KARACOBAN, CNIPT



PLAN DE COMMUNICATION

Cet automne, il y a de la pomme de terre dans l'air !



> Partage et convivialité au menu, redécouvrez les films publicitaires du CNIPT : <https://www.recette-pomme-de-terre.com/decouvrez-la-saga-pomme-de-terre>

L'automne 2019 signe le retour de la campagne de communication « Il y a de la pomme de terre dans l'air ». La saga de 5 spots, mettant en scène des moments de consommation conviviaux et différents usages culinaires de la pomme de terre, sera diffusée au sein d'un dispositif replay TV et digital. La nouvelle communication « Il y a de la pomme de terre dans l'air » a déjà fait ses preuves au 1^{er} semestre 2019 en transmettant une image conviviale de la pomme de terre associée à une dimension de plaisir. Elle a également engendré un renforcement de la fréquence d'achat : 78 % des personnes fortement exposées à la publicité achètent des pommes de terre au moins une fois par mois, contre seulement 59 % pour les personnes faiblement exposées.*

Du 30 octobre au 30 novembre 2019, la pomme de terre prend la parole en TV replay sur MyTF1 et 6Play et sur des sites web culi-

naires. L'avantage de ce dispositif est d'avoir une présence publicitaire longue et de pouvoir cibler précisément l'audience avec un taux de complétion optimal (c'est-à-dire part de l'audience qui visionne intégralement la vidéo), favorisant ainsi la compréhension du message et sa mémorisation.

Le plan de communication est renforcé par une diffusion sur les réseaux sociaux. Ce média est particulièrement pertinent car la cible des 25-49 ans en est fortement consommatrice (86 % de la cible consulte les réseaux sociaux chaque semaine ; en comparaison la TV atteint 88 % de couverture hebdo sur cette même cible**). De plus, il permet à l'audience d'interagir avec les publications, grâce aux options de « like » (« j'aime »), commentaires et partages, créant ainsi une proximité avec le produit. ■

Laure PAYRASTRE, CNIPT

*Post-test publicitaire Opinionway - mars 2019

**Données TGI R2 2017 – Consommation des média par cible

AGENDA

Du 22 au 24 octobre

Fruit Attraction

Madrid (Espagne)

www.fruitattraction.com

Du 12 au 14 novembre

WOP Dubaï

www.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

Du 22 novembre au 1^{er} décembre

Salon Ivoirien de l'Agriculture et des Ressources Animales (SARA)

Abidjan (Côte d'Ivoire)

www.sara.ci

10 décembre

Assemblée générale du CNIPT

Paris

Du 14 au 16 janvier 2020

Le Salon des productions végétales spécialisées SIVAL

Parc des Expositions d'Angers

www.sival-angers.com

Du 5 au 7 février 2020

Fruit Logistica 2020

Berlin (Allemagne)

www.fruitlogistica.com

EN BREF...

Communication

Actions relations presse du CNIPT

Les 1^{er} et 2 octobre 2019, le CNIPT a accompagné la presse à suivre la récolte des pommes de terre dans l'Audomarois. Alain Blanquart et la Maison Canler ont présenté le parcours d'une pomme de terre du champs à l'expédition. Les journalistes ont achevé leur visite par la réalisation, puis la dégustation, de spirales de pommes de terre !

Arvalis

L'après CIPC : comment s'organiser ?

L'utilisation du chlorprophame (CIPC) pour le contrôle de la germination des pommes de terre sera interdite en France dès le 8 août 2020. Pour éclairer au mieux les opérateurs et producteurs des conséquences de cette décision, Arvalis-Institut du végétal met en ligne quelques éléments réglementaires et techniques présentés sous forme de questions/réponses. Au sommaire de ce dossier :

- Que dit la réglementation ?
- Comment gérer la dernière campagne d'utilisation du CIPC ?
- Comment dépolluer / nettoyer les bâtiments dédiés au stockage ?
- Que valent les solutions alternatives ?
- Comment aménager son bâtiment de stockage ?

L'ensemble de ces informations sont disponibles sur : <https://www.arvalis-infos.fr/l-apres-cipc-comment-s-organiser--@/view-30943-arvarticle.html>

LES MARCHÉS PHYSIQUES

Cotations France (RNM)

En €/tonne

Marché français-Stade expédition - Semaine 40

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	512 (↗)
Div.var.cons Bassin Nord non lavée cat.II 40-75mm filet 25 kg	270 (↘)
Div.var.cons France lavée cat.I 40-75mm filet 10kg consommation	344 (↘)

Variétés à chair ferme

Charlotte France lavée cat. I + 35 mm carton 12,5 kg	710 (↘)
Rouge France lavée cat. I + 35mm filet 2,5 kg	690 (↘)

Marché français Bio-Stade expédition - Semaine 40

Chair ferme France biologique	nc.
Chair normale France biologique	nc.
Conservation France biologique	1160 (↗)

Export-Stade expédition - Semaine 40

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 40

Charlotte France cat. I carton 12,5 kg	900 (↘)
Div. var. cons France lavée cat. I 40-70 mm sac 10 kg	520 (↘)
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 40	Variation en % sur un an
Vapeur ou rissolée France filet 2,5kg	1,36	11
Four, frites ou purée France filet 2,5kg	1,31	3
Basique France lavée sac 5kg	0,87	13

Source : RNM

Cotations marchés étrangers

En €/tonne

Cotation VTA (Verenigde Telers Akkerbouw) - Semaine 40

Destination industrie frites : tout-venant, vrac, fritable, départ, 40 mm +	140-155 (↗)
Var export 45 mm +, en sac	nc.

Belgique (Fiwap/PCA) - Semaine 41

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

Grande-Bretagne (Cours BPC) - Semaine 39

Prix moyen production	137,20
-----------------------	--------

Animation du marché

Les arrachages se poursuivent avec des avancées plus ou moins disparates, notamment dans les Hauts-de-France et en Normandie. Dans les autres bassins, au global, les récoltes sont bien avancées.

Le marché national se dynamise progressivement avec la baisse des températures. D'ailleurs, un engouement est observé dans les points de vente sur des pommes de terre destinées aux « plats d'automne ». Le segment Bio est également mis à l'honneur, auprès de certaines enseignes, pour attirer le client, d'après la base de suivi des prospectus A3 Distrib, avec des références commercialisées sur des petits formats de conditionnement.

À l'export, des transactions sont réalisées sur des quantités modérées auprès de nos partenaires historiques, d'Europe du Sud et de l'Est notamment.

Marchés européens

(semaine 40 – sources : AMI/Business France/World Potato Markets)

Italie : une baisse des rendements serait attendue cette année dans la région d'Émilie-Romagne, le principal bassin de production (près d'un quart de l'offre nationale).

Pologne : d'après les statistiques officielles locales, la récolte de 2019 s'élèverait à 6,7 millions tonnes, soit 11 % de moins qu'en 2018. Une qualité inférieure serait également à prévoir.

Espagne : dans la région de Castille-et-Léon (qui pèse plus des deux tiers de l'offre nationale de pommes de terre tardives), la production serait supérieure de près de 12 % à l'an dernier, d'après la première estimation officielle de la région.

Portugal : de sources officielles, la récolte 2019 est attendue en hausse de 14,4 % par rapport à l'an dernier.

Russie : la pression de l'offre entraîne une baisse des prix sur ce début de campagne (25 % de moins sur un an), selon des experts locaux. Cette situation peut-elle provoquer une hausse des livraisons vers l'Europe de l'Est (via des pays « transits ») ?

Editeur CNIPT

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

Directrice de publication

Rédatrice 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

