



Pomme de terre

hebdo

LE JOURNAL DE LA POMME DE TERRE- n° 1243 - 17 janvier 2020

COMMUNICATION

Et vous, qu'avez-vous prévu du 22 février au 1^{er} mars 2020 ?

Fin février, les enfants des zones A et B seront en vacances, ceux de la zone A reprendront l'école, en attendant impatiemment le week-end. Si vous manquez d'idées pour occuper vos chérubins, le Salon International de l'Agriculture est le rendez-vous idéal pour découvrir l'agriculture française sur un même espace (Porte de Versailles). Les pommes de terre seront au rendez-vous pour leur 7^{ème} participation.



22 FEVRIER > 1^{er} MARS 2020

À cette même période, elles seront sur les écrans TV et le message de la campagne de communication « **Il y a de la pomme de terre dans l'air !** » sera mis à l'honneur (voir numéro de la semaine prochaine).

Fin février, début mars, les pommes de terre seront sous tous les projecteurs !

La pomme de terre passionne depuis des siècles et c'est avec un plaisir renouvelé que #CeuxQuiFontLesPommesDeTerre sont présents pour expliquer au public tous les secrets et vertus de ces belles demoiselles. Des portraits d'acteurs de la filière illustreront le parcours sur le stand.

« L'agriculture vous tend les bras »

Tout comme Idéale, la Charolaise égérie du salon âgée de 6 ans, les pommes de terre préparent activement leur participation.

C'est sur un stand de 78 m² dans le pavillon « Cultures et filières végétales » (**pavillon 2.2 – stand D 015**) que les professionnels et l'équipe du CNIPT, accompagnés d'une équipe d'animation, présenteront les pommes de terre.

Qu'elles soient rondes, ovales, élancées ou biscornues, dorées, à peau rouge ou blanche, destinées à une cuisson vapeur, rissolée, four, purée ou frites : toutes les pommes de terre de France seront représentées !

Enseignements des éditions précédentes

Depuis 2013, le stand des pommes de terre accueille en moyenne 18 000 visiteurs à chaque édition. Selon les résultats des enquêtes de satisfaction, les répondants ont une impression générale positive sur le stand et sur les animations. 72 % apprennent des choses sur la pomme de terre et 16 % ont envie de découvrir de nouvelles recettes.

Force est de constater qu'un tiers des visiteurs ne sait pas, avant d'arriver sur le stand, qu'il existe 3 grandes familles de pommes de terre adaptées aux recettes qu'ils souhaitent réaliser. Pourtant, 72 % d'entre eux mangent des pommes de terre au moins une fois par semaine !

Ce dernier argument démontre l'intérêt d'exposer et d'informer le consommateur directement sur le terrain. Le Salon International de l'Agriculture est le lieu incontournable de rencontres entre le monde agricole et le grand public.

De ces constats, la stratégie des pommes de terre pour l'édition 2020 a été définie : conserver ce qui fonctionne, innover sans révolutionner, pour que le stand reste convivial, avec des animations ludopédagogiques et des informations en double lecture enfants/adultes.

À DÉCOUVRIR

Communication

1-2

Et vous, qu'avez-vous prévu du 22 février au 1^{er} mars 2020 ?

Achats des ménages en France

3

Nouvelle baisse des achats en novembre

Marchés

4

Un rythme national soutenu, des exportations en progression

DOSSIER DU MOIS



Perspectives pour faire évoluer l'offre en magasins

En savoir plus sur cnipt.fr



Comme à l'accoutumée et pour faire caisse de résonance par rapport à la campagne publicitaire collective, le stand des Pommes de Terre de France affichera les couleurs et le slogan « Il y a de la pomme de terre dans l'air ! ». En complément du message de convivialité et de moments de partage autour de la pomme de terre, il sera rappelé au visiteur qu'il faut choisir ses pommes de terre en fonction des recettes à réaliser (segmentation culinaire). Le visiteur pourra également suivre leur parcours du champ à l'assiette (présentation des différents métiers). Ces éléments seront présentés sous forme d'animations ou en accès libre. Les sources d'information seront adaptées à un public large.

Des informations pour les grands et les petits

Le parti-pris est de cibler le grand public, en particulier les familles, ainsi que les médias. Le stand et les animations seront donc conçus en double lecture, l'une pour les adultes, l'autre pour les enfants, grands consommateurs et futurs acheteurs de pommes de terre. Pour renforcer l'attractivité du stand, les couleurs joyeuses de la campagne de communication illustreront l'espace et une enseigne haute avec une pomme de terre en 3D favorisera les visites spontanées.

Le parcours de la pomme de terre

De la culture, en passant par le hangar de stockage, le centre de conditionnement, le magasin, jusqu'à chez soi, la pomme de terre

aura voyagé de plusieurs jours à quelques mois. Son parcours sera présenté et les visiteurs pourront tester leurs connaissances en remplissant un bulletin jeu.

À la remise du bulletin, les enfants se verront remettre un petit cadeau. Les adultes, quant à eux, pourront participer au tirage au sort quotidien, qui permettra de gagner des box gourmandes de l'une de nos régions de production.

Des animations pour tous les goûts

Chaque pôle thématique est conçu pour être ludo-éducatif. En complément du parcours et du quiz, un jeu convivial « Patate Quiz » sur le principe des jeux télévisés, permettra d'accueillir toutes les 20 minutes une dizaine de participants. L'animateur proposera différentes activités ludiques (questions/réponses, mimes, dessins...) avant d'inviter les participants vers un espace « Quiz'In » (ndlr Cuisine) leur permettant de confectionner et déguster une recette.

L'objectif étant de transmettre un maximum d'informations sur la pomme de terre, il n'y aura pas de perdants : chacun repartira avec un petit cadeau aux couleurs de la pomme de terre, en ayant passé un bon moment, et avec des connaissances supplémentaires ! Tous les jours, l'équipe « Quiz'In » proposera également 3 ateliers culinaires sur des thématiques précises : recettes top-chrono, anti-gaspi, plat complet... ■

Sabrina ADAM, CNIPT

Appel à candidatures

Professionnels de la pomme de terre, si vous souhaitez participer à l'aventure du Salon de l'Agriculture et rencontrer le grand public pour lui parler de votre métier, partager ou être confronté aux idées reçues du consommateur, rejoignez toute une journée, une équipe motivée tout autant que vous à faire-valoir votre beau produit et votre métier auprès des visiteurs.

Contact : Sabrina ADAM

01.44.69.42.17 sadam@cnipt.com

CONSOMMATION

Nouvelle baisse des achats en novembre

La baisse des achats de pommes de terre fraîches par les ménages français se confirme en novembre 2019 : - 2,6 % par rapport à novembre 2018, d'après les dernières données publiées par le panel Kantar. La multiplication des opérations promotionnelles menées par les enseignes et les quelques épisodes de froid n'ont pas permis un retournement de tendance.

- Les acheteurs ont été moins nombreux qu'en novembre 2018 (-1,3 %), avec un panier moyen en volume stable (-0,4 %).
- Les enseignes de la GMS ont renforcé le levier promotionnel via les prospectus en termes de nombre de références (+19%/2018) affichées avec un prix de vente moyen de 0,87 €/kg (+0,07 €/2018).
- Au niveau des formats, seuls deux segments de produits ont navigué à contre-courant de la tendance globale du mois de novembre : le moins

de 2,5 kg qui, avec +32 % des volumes achetés, poursuit sa belle croissance et les conditionnements vendus en plus de 5 kg (+22 %).

- Dans le détail par circuit de distribution, les achats des ménages baissent dans les principaux circuits de distribution (-2,1 % dans les hypermarchés, -6,7 % dans les supermarchés, -3 % dans le global « circuits spécialisés »). Les enseignes à dominante marques propres s'en sortent légèrement mieux (+0,9 %).
- En GMS, le prix moyen des pommes de terre achetées, de 1,08 €/kg en novembre 2019, est d'un niveau stable par rapport à l'année précédente.
- En cumul, depuis le début de la campagne (soit sur la période début août à fin novembre 2019), les quantités achetées par les ménages ont baissé de 2,9 %, par rapport à la campagne précédente sur la même période. ■

Ali KARACOBAN, CNIPT

Évolution des achats des ménages en GMS, selon le format de conditionnement, sur la période du 4 novembre au 1^{er} décembre 2019

	Quantités achetées (évolution en %)			PDM volume (en %)	
	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2017-2018	2018-2019
Total pommes de terre	- 4,1	3,7	- 2,5	100	100
Total produits conditionnés	- 4,3	4,1	- 1,4	90	91
dont moins de 2,5 kg	12,8	4,7	32,5	10	12
dont 2,5 kg	-7,9	12,5	-7,6	50	53
dont 5kg	5,9	4,0	-16,9	19	18
dont plus de 5 kg	-10,5	-27,4	21,8	11	7
Vrac	- 2,4	-0,4	-14,1	10	9

Source : CNIPT d'après le panel Kantar Worldpanel

AGENDA

22 janvier 2020

Journée technique nationale pomme de terre

Paris
www.evenements-arvalis.fr

27-28 janvier 2020

17^{ème} congrès de l'UNPT

Paris
producteursdepommesdeterre.org

30 janvier 2020

Assemblée générale du CNIPT

Conférence « Export : de nouveaux territoires ? »
 (sur inscription)
 Paris

Du 5 au 7 février 2020

Fruit Logistica 2020

Berlin (Allemagne)
www.fruitlogistica.com

6 février 2020

Conduite de la culture de la pomme de terre

Châlons-en-Champagne (51)
www.formations-arvalis.fr

Du 11 au 12 février 2020

Fertilisation NKP de la pomme de terre

Villers-Saint-Christophe (02)
www.formations-arvalis.fr

EN BREF...

Phytoprotecteurs

La FNSEA demande un moratoire sur les ZNT

La FNSEA menace de bloquer les stations d'épuration si le gouvernement ne décide pas d'un moratoire sur les zones de non-traitement (ZNT). L'État a publié, fin décembre, un texte imposant des zones de non-traitement pour des produits phytoprotecteurs. Ce texte entre en vigueur au 1^{er} janvier 2020 sauf pour les cultures emblavées avant la fin de l'année. Pour la FNSEA, cette décision est inacceptable tant que les chartes avec les riverains n'ont pas été finalisées et que les impacts économiques pour les agriculteurs ne sont pas pris en compte.

Production

Légère baisse des prix agricoles en novembre

En novembre 2019, les prix agricoles à la production sont en baisse de 0,3 % par rapport à novembre 2018 rapporte l'Insee. Les prix des fruits frais baissent de 4,1 %, en lien avec le recul des prix de certains fruits de saison : noix (-8 %) et pommes (-4,5 %). Sur un an, les prix des légumes frais diminuent de 0,2 %. Ils reculent de 6,8 % pour les tomates, de 8,5 % pour les poireaux et de 12,2 % pour les carottes, alors qu'ils augmentent de 11,4 % pour les salades et de 17,6 % pour les endives. Les prix des pommes de terre étaient en

hausse de 2,6 % en novembre 2019 par rapport à novembre 2018.

Nouvelles technologies

Patate connectée, entre blague et business

"L'inventeur" de la patate connectée est certainement le Français qui aura fait le plus de buzz au CES, le plus grand salon mondial des nouvelles technologies. Ce garçon avoue avoir voulu se moquer de ce salon. Et il a bien réussi. Son projet a été présenté et vu sur les réseaux sociaux, présenté dans les journaux, etc... Il a ainsi connu une belle pub. Décidément, les ressources de la pomme de terre sont inépuisables.

LES MARCHÉS PHYSIQUES

Cotations France (RNM)

En €/tonne

Marché français-Stade expédition - Semaine 2

Variétés de consommation courantes

Bintje France non lavée cat. II 40-75 mm filet 25 kg	230 (=)
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	474 (↘)
Div.var.cons Bassin Nord non lavée cat.II 40-75mm filet 25 kg	240 (=)
Div.var.cons France lavée cat.I 40-75mm filet 10kg consommation	330 (=)

Variétés à chair ferme

Charlotte France lavée cat. I + 35 mm carton 12,5 kg	660 (=)
Rouge France lavée cat. I + 35mm filet 2,5 kg	650 (=)

Marché français Bio-Stade expédition - Semaine 2

Chair ferme France biologique	nc.
Chair normale France biologique	nc.
Conservation France biologique	1100 (↗)

Export-Stade expédition - Semaine 2

Agata France lavable cat.I +45mm sac 1tonne	nc.
Agata France lavable cat.I 40-70mm sac 1tonne	290 (=)
Div.var.cons France lavable cat.I +45mm sac 1tonne	nc.
Div.var.cons France lavable cat.I 40-70mm sac 1tonne	260 (=)
Monalisa France lavable cat.I +45mm sac 1tonne	280 (=)
Rouge France non lavée cat. II 50-75 mm sac 20 kg	170 (↘)

Rungis - Semaine 2

Charlotte France cat. I carton 12,5 kg	800 (=)
Div. var. cons France lavée cat. I 40-70 mm sac 10 kg	400 (=)
Div. var. cons France non lavée cat. I 40-70 mm sac 10 kg	300 (=)

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

Indice mensuel des prix d'achat des moyens de production agricole (IPAMPA) base 100 en 2015

	Novembre 2019	Variation en % sur un an
Indice mensuel général	103,4	- 1

Source : INSEE

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

	Novembre 2019	Variation en % sur un an
Pommes de terre	193,3	+ 2,6

Source : INSEE

Cotations des courtiers assermentés - lavabilité 7.5, vrac nu, départ ferme (€/T)

Semaines 50 et 51	
Consommation polyvalente	283,5 (↘)
Chair ferme blanche	365 (=)
Chair ferme rouge	395 (↗)

Source : Courtiers assermentés français

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

	Décembre 2019	Variation en % sur un an
Pommes de terre	114,33	+ 4

Source : INSEE

Prix au détail GMS - €/kg

	Semaine 2	Variation en % sur un an
Vapeur ou rissolée France filet 2,5kg	1,12	- 11
Four, frites ou purée France filet 2,5kg	1,14	- 7
Basique France lavée sac 5kg	0,79	- 7

Source : RNM

Cotations marchés étrangers

En €/tonne

Cotation VTA (Verenigde Telers Akkerbouw) - Semaine 3

Destination industrie frites : tout-venant, vrac, fritable, départ, 40 mm +	165-180 (=)
Var export 45 mm +, en sac	nc.

Belgique (Fiwap/PCA) - Semaine 3

Bintje tout venant 35 mm + fritable vrac	125-150 (=)
--	-------------

Grande-Bretagne (Cours BPC) - Semaine 2

Prix moyen production	nc.
-----------------------	-----

Un rythme national soutenu, des exportations en progression

Après une période festive globalement animée, l'activité commerciale au niveau national reste globalement prolifique dans les magasins, d'après les remontées terrain. Le rayon pommes de terre, caractérisé par sa diversité d'offres, tant sur le plan culinaire que sur les formats, permet de satisfaire une diversité de consommateurs et de proposer des produits adaptés à chaque occasion de consommation (plats familiaux du week-end, repas individuels du quotidien...). Certaines enseignes de la GMS ont lancé le nouveau concept de mobilier « fraîcheur » dans des magasins pilotes, dans l'objectif de préserver la qualité des pommes de terre et pour une meilleure conservation de celles-ci dans les rayons. Cette théâtralisation de l'offre autour du concept de « fraîcheur » pourrait se déployer davantage en préparation de la période d'après CIPC.

À l'export, les flux départ France se font plus réguliers au fur et à mesure de l'avancée dans la campagne.

Veille internationale (semaine 2 - sources: AMI, World Potato Markets)

Allemagne : la qualité de certains lots, dans les entrepôts de stockage, se dégrade plus tôt qu'à l'accoutumée. Même si de nombreux acheteurs évaluent mieux la situation de l'offre que l'année précédente, des signaux seraient envoyés en Méditerranée selon lesquels des pommes de terre précoces pourraient être à nouveau nécessaires en 2020 plus tôt que d'habitude.

Espagne : la récolte espagnole 2019 est en hausse annuelle de 12,7 %, selon les nouvelles estimations du Ministère de l'Agriculture espagnol. La récolte totale s'élève à 2,2 millions de tonnes, avec des surfaces de 68 635 hectares et un rendement national de 33 t/ha (+9,7 % par rapport à 2018).

Chine : les États-Unis et la Chine devraient signer la première phase d'un nouvel accord commercial le 15 janvier. Dans ce nouvel accord, la Chine a accepté d'acheter au moins 40 milliards de dollars (36 milliards d'euros) de produits agricoles américains sur une année.

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:
Ayméric Ferry

Dépôt légal: à parution
ISSN n° 0991-3351

