



Pomme de terre

hebdo

LE JOURNAL DE LA POMME DE TERRE - n°1324 - 21 avril 2022

À DÉCOUVRIR

La pomme de terre de primeur 1-2

Un produit de saison bien connu des Français

AG de Felcoop 3

« L'inflation est devant nous »

Marchés 4

Frémissement de l'activité nationale

LA POMME DE TERRE DE PRIMEUR

Un produit de saison bien connu des Français

Selon l'étude Usages et Attitudes 2021, la pomme de terre de primeur séduit toujours les Français puisque 62 % en ont acheté et 50 % sur la période de pleine présence en magasin (début juin à début juillet 2021). Cette part d'acheteurs est stable depuis 2016, ce qui montre un attachement durable pour un produit apprécié pour son goût, sa fraîcheur et son caractère saisonnier.

Les freins majeurs à l'achat de pommes de terre de primeur sont, par ordre d'importance, leur prix, l'absence de besoin (qui a augmenté de 5 points vs 2019) et le manque de présence à l'esprit. Pour répondre aux enjeux, différents leviers sont activés, aux niveaux collectif et individuel. D'après les résultats de cette étude, OpinionWay préconise de continuer à valoriser le goût et le plaisir. Les qualités nutritionnelles peuvent également être mises

en avant, ainsi que la multitude de recettes réalisables.

Le cabinet d'études recommande de cibler les jeunes sans pour autant négliger la cible des 35-50 ans qui a un rôle clé dans la transmission culinaire auprès des futures générations.

En détails

La saisonnalité des pommes de terre de primeur est bien identifiée par les Français : près de 6 personnes sur 10 parviennent à bien restituer sa présence sur les étals d'avril à mi-août. (61 %). Ceci est moins perceptible chez les jeunes : 47 % chez les 18-24 ans et 53 % chez les 25-34 ans.

Pour 71 % des Français, la pomme de terre de primeur se caractérise par une peau peuleuse. Néanmoins, ils sont 19 % à lui attribuer une peau épaisse et ce chiffre a augmenté de 3 points depuis 2019 et de 12 points depuis 2016. 65 % estiment que sa consommation rapide après l'achat est une caractéristique importante.

(Suite page 2)

« 94 % des Français la connaissent et 92 % estiment que c'est un vrai plaisir à consommer. Ils lui attribuent la note de 8/10 devant les pâtes et le riz. La connaissance du produit a augmenté de 2 points par rapport à l'étude de 2019 et de 4 points par rapport à 2016. »



Conférence CNIPT
« Le défi du changement climatique pour la filière pommes de terre fraîches »

En savoir plus sur cnipt.fr

Pomme de terre hebdo est 100 % numérique. Pour le recevoir par mail, veuillez vous inscrire sur cnipt.fr dans l'onglet « Newsletter ».

(Suite de la page 1)

L'origine France des pommes de terre de primeur est majoritairement connue : 91 % des Français pensent que les pommes de terre de primeur commercialisées en France sont produites en France. Elle ressort bien devant l'Espagne (31 %), l'Italie (22 %) et le Maroc qui perd 3 points depuis 2019 (17 %).

87 % des Français citent correctement au moins une région de production et en moyenne deux régions, ce qui est limité au regard du nombre de bassins de production français.

La pomme de terre de primeur bénéficie, comme en 2019, d'une opinion très favorable auprès des consommateurs (moyenne de 8 sur 10), juste après les légumes frais.

Cette image très positive du produit découle de caractéristiques reconnues par le consommateur : produit de saison, de qualité, qui procure du plaisir et qui plait à toute la famille. En revanche, ses qualités nutritionnelles sont encore méconnues (-4 points par rapport à 2019) et la pomme de terre de primeur est en léger recul d'image (-4 points) sur la diversité de recettes qu'elle permet de réaliser.

Les critères d'achat

L'envie du goût motive l'acte d'achat mais l'origine France est importante dans le choix des pommes de terre.

Les achats sont motivés par :

- 1 - Le goût (65 %)
- 3 - La fraîcheur (42 %)
- 2 - La saisonnalité (41 %)

Et au moment de les choisir, les Français sont attentifs à :

- 1 - L'origine (69 %) dont 25 % pour l'origine France et 75 % pour la région française
- 2 - Le prix (57 %)
- 3 - L'aspect (56 %)

Parmi les 74 % attentifs à l'origine des pommes de terre de primeur au moment de les choisir, ils sont 73 % à regarder la région française d'origine. Néanmoins, l'origine du produit est primordiale chez les 50 ans et plus quand le type d'emballage est davantage une clé d'entrée pour les 18-34 ans.

Des acheteurs à conquérir chez les jeunes

Au moment de l'enquête, 62 % des Français (+1 point par rapport à 2019) affirment avoir acheté des pommes de terre de primeur au cours des 12 derniers mois, dont 44 % au cours des 4 dernières semaines. La part d'acheteurs est inférieure chez les jeunes : 20 % seulement des 18-34 ans ont acheté des pommes de terre de primeur au cours des 12 derniers mois.

Parmi les formats les plus achetés, le 1 kg ressort majoritaire (à 39 %) suivi par le 1,5 kg (16 %), le 2,5 kg (16 %) et le 500 g (13 %).

Les Français achètent des pommes de terre de primeur pour :

- Leur goût (65 %)
- Leur fraîcheur (42 %)
- Leur saisonnalité (41 %).

En revanche, la motivation d'achat liée à une recette adaptée perd 5 points.

La pomme de terre de primeur du futur

Les Français déclarent qu'ils achèteraient plus de pommes de terre de primeur si :

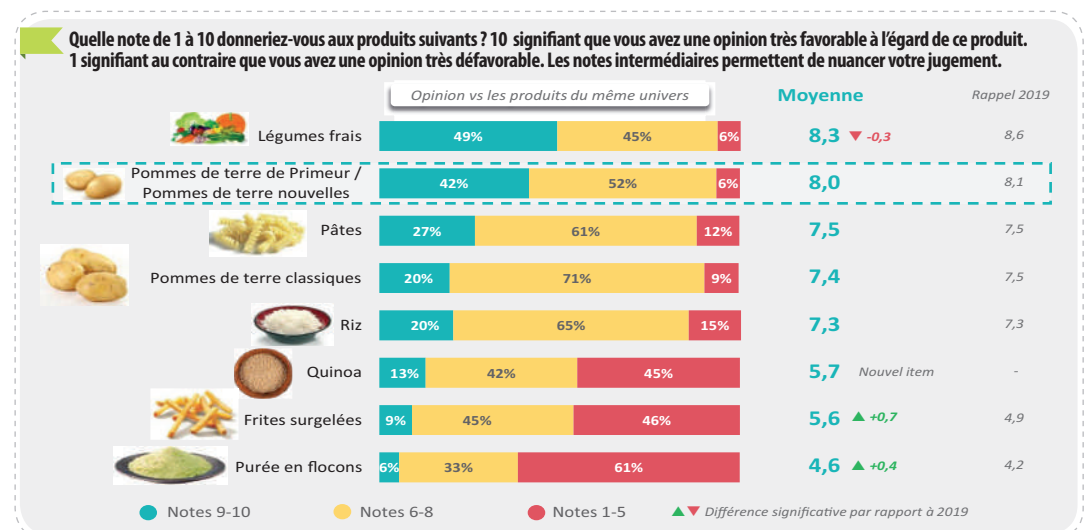
- Le prix était plus accessible (à 33 %, en baisse de 9 points par rapport à 2019),
- La conservation plus facile (à 15 %, en hausse de 5 points),
- La présence en magasins plus importante (à 12%~).

Parmi les non acheteurs, 14 % affirment que leur magasin habituel n'en proposait pas (+ 5 points par rapport à 2014). ■

Sabrina ADAM et Ali KARACOBAN - CNIPT

Méthodologie

Étude réalisée auprès d'un échantillon de 1 027 individus représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. Échantillon interrogé en ligne sur système CAWI (Computer Assisted Web Interview) Le terrain a été réalisé en France du 29 juin au 12 juillet 2021.



Cliquez sur les liens pour en savoir plus

AG DE FELCOOP

« L'inflation est devant nous »

L'Assemblée générale de Felcoop s'est tenue le 12 avril à Paris. Les représentants des coopératives de fruits, légumes, pommes de terre et de l'horticulture ont pu assister à une table ronde intitulée « Image et représentation de l'agriculture dans la société d'aujourd'hui ». Invité à ce débat, l'économiste Nicolas Bouzou a pu donner sa vision de la société française, « Nous entrons dans un cycle inflationniste » a-t-il averti. L'inflation est à peu près à 5 % en France, contre 7 % en moyenne pour l'Union européenne, et 10 % aux Etats-Unis. « Nous sommes en retard, et l'inflation est devant nous ». « Est-ce que l'on pourra supporter une inflation ? » demande-t-il. « Notre obsession, ce doit-être la croissance économique » poursuit-il en condamnant les appels à la décroissance. « Notre contrat social en France est incompatible avec la décroissance ». Les trois crises sanitaire, monétaire et maintenant géopolitique produisent plusieurs conséquences dont le « rétrécissement de la mondialisation », « Nous entrons dans une spirale prix-salaire qui risque d'aller au-delà des possibilités de productivité des entreprises ». Ce contexte inflationniste va certainement peser sur le prix des denrées alimentaires. Pourtant « il faut accepter de mettre plus d'argent dans l'alimentation » en dénonçant, pour conclure « le cercle vicieux des prix trop bas qui empêchent de faire

des gains de productivité et d'investir. Il faut redonner de l'oxygène ». « Le risque majeur à court terme, est l'image de cherté des fruits et légumes », complète Louis Orenge, ancien directeur d'Interfel. Comme à la météo, il y a le réel et il y a le ressenti. Pour les fruits et légumes, « nous sommes dans le ressenti ». « Nous n'avons pas pu corriger cette image en période de non-inflation, qu'est-ce que cela va donner en période d'inflation ? » s'inquiète-t-il. Les fruits et légumes sont également régulièrement attaqués sur les résidus des pesticides (alors que plus de 97 % d'entre eux respectent les normes en vigueur). « Il ne faut jamais laisser dire une contre-vérité. C'est très grave. On n'empêchera pas certaines associations de s'exprimer. Mais nous devons réagir. Il faut appliquer le principe de précaution au principe de précaution ». En conclusion, Jean-Michel Delannoy, président de Felcoop a évoqué les 25 ans de l'OCM fruits et légumes. « Nous avons besoin d'une Pac forte, avec un effet levier, à l'image de notre OCM, a rappelé Jean-Michel Delannoy, président de Felcoop. Nous voulons une Pac d'assurance alimentaire qui soutienne une agriculture nourricière ». Bien loin du projet Farm to Fork de la Commission européenne dont l'objectif de baisse de 15 % de la production agricole de l'UE « ne sera pas sans conséquence ». ■

Olivier Masbou

AGENDA

18 mai 2022

« Le défi du changement climatique pour la filière pommes de terre fraîches »

Paris – Salons Hoche
www.cnipt.fr

27-28 avril 2022

Medfel

Perpignan
www.medfel.com

17 mai 2022

Forum Végétal

FNCA, Paris

www.forum-vegetable.fr

30 Mai au 2 Juin 2022

World Potatoe Congress

(Dublin) Irlande

www.wpc2022ireland.com

8 Juin 2022

Congrès UNPT

(Troyes)

9 Juin 2022

AG FEDEPOM

Paris (Novotel Paris 17)

EN BREF...

Événement

Les journées nationales de l'agriculture - 17-18-19 juin 2022

Que vous soyez agricultrice ou agriculteur, salarié(e) agricole ou actrice et acteur des entreprises et organisations agricoles, paragrassicoles ou agro-alimentaires, en vous mobilisant lors des JNagri, vous offrez à toutes et à tous l'opportunité de découvrir ce secteur en faisant connaître le travail que vous réalisez. Animations, ateliers pédagogiques, rencontres et démonstrations, dégustations et ventes directes de produits, expositions, visites guidées, pique-nique... Vous pourrez choisir le ou les jour(s), les horaires et le type d'événements vous correspondant le mieux. Cette manifestation est l'occasion de créer ou recréer du lien entre vous et les citoyennes et citoyens, de débattre ensemble de l'avenir de l'agriculture et de mieux se connaître pour mieux se comprendre.

Rendez-vous sur le site Internet www.journeesagriculture.fr

Un dispositif d'envergure mettra en valeur vos ouvertures et vos animations : des outils de communication gratuits, une campagne nationale et régionale de relations presse, un site Internet sur lequel seront référencés vos ouvertures et des réseaux sociaux dédiés. Nous comptons sur votre mobilisation !

Campagne Primeur

Logo « Primeur de France – Fraîchement récoltée »

Vous êtes un acteur important dans la distribution de pommes de terre en France, et à ce titre, vous pouvez rejoindre les licenciés du logo « Primeur de France Fraîchement Récoltée ».

Depuis 2008, la Section Nationale Pomme de Terre Primeur œuvre pour que la pomme de terre primeur soit connue et reconnue, au tra-

vers ce logo. Elle croit en la valeur ajoutée que peut apporter une bannière commune à la primeur, par son identification et de sa distinction au cœur des rayons.

C'est le logo officiellement utilisé par le CNIPT sur toutes les campagnes de communication pommes de terre primeur. La multiplication des actions de communication permet la mémorisation de ce logo aussi bien pour les consommateurs que pour les professionnels. Son utilisation est ouverte à l'ensemble des opérateurs, il peut être utilisé sur tout moyen de communication (PLV, emballages, etc.)

Pour aider à multiplier l'utilisation du logo, la cotisation annuelle est ramenée à 300 € par an.

Rejoignez les licenciés « Primeur de France Fraîchement récoltée », pour recevoir les fichiers d'exécution du logo utilisable sur vos packs et communications.

Plus d'informations auprès d'Anne-Sophie HERRY as.herry@cerafel.com / 02 98 62 11 55



: Cliquez sur les liens pour en savoir plus

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	nc.
Agata France lavée cat. I 50-75 mm carton 12,5 kg	540 (↗)
Div.var.cons 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 consommation	310 (=)

Variétés à chair ferme

Charlotte France lavée cat.I +35mm filet 2,5kg	nc.
Rouge France lavée cat. I + 35 mm filet 2,5 kg	644 (↘)

Marché français Bio-Stade expédition - Semaine 15

Conservation France biologique	1010 (↗)
--------------------------------	----------

Export-Stade expédition - Semaine 15

Agata lavée cat.I +40 mm filet 10 kg consommation	280 (↗)
Agata France lavable cat.I 40-70 mm sac 1 tonne	230 (↗)
Div.var.cons France lavable cat.I +45 mm sac 1 tonne	nc.
Div.var.cons France lavable cat.I 40-70 mm sac 1 tonne	220 (=)
Monalisa France lavable cat.I +45 mm sac 1 tonne	nc.
Rouge div.var.cons France lavable +45 mm sac 1 tonne	220 (↗)

Rungis - Semaine 15

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

	Février 2022	Variation en % sur un an
Indice mensuel général	124,6	+ 17

Source : INSEE

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

	Février 2022	Variation en % sur un an
Pommes de terre	191,9	+ 0,53

Source : INSEE

Cotations des courtiers assermentés - lavabilité 7,5, vrac nu, départ ferme (€/T)

	Semaines 13 et 14
Consommation polyvalente	210 (↘)
Chair ferme blanche	240 (=)
Chair ferme rouge	235 (↘)

Source : Courtiers assermentés français

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

	Mars 2022	Variation en % sur un an
Pommes de terre	115,88	+ 3,6

Source : INSEE

Prix au détail en GMS - €/kg

	Semaine 15	Variation en % vs 2021
Conservation France lavée filet 5kg	0,8	+ 13
Four, frites ou purée de conservation France filet 2,5kg	1,15	+ 11
Vapeur ou rissolée de conservation France filet 2,5kg	1,15	+ 5

Source : RNM

Cotations marchés étrangers

En €/tonne

Pays-Bas (cotation NAO + VTA) - Semaine 12

Frites 40 mm+	200-250 (=)
NAO Export 40 mm, vrac fritable	160-170 (=)

Belgique (Fiwap/PCA) - Semaine 12

Fontane, Challenger (tout venant 35 mm+, vrac, départ)	200 (=)
--	---------

Grande-Bretagne (Cours BPC) - Semaine 12

Prix moyen marché libre, départ ferme (sac ou vrac), toutes variétés	nc.
--	-----

Frémissement de l'activité nationale

Le marché national du frais connaît un léger frémissement d'activité depuis le début du mois d'avril. Des opérations de théâtralisation, sur différentes gammes de produits, menées par différents points de vente, créent l'engouement auprès des consommateurs. Le week-end de Pâques a également été synonyme de mises en avant d'offres familiales et premium.

Dans le marché des primeurs, l'assortiment proposé sur des offres émanant de Bretagne, Noirmoutier et Perpignan (sur des volumes limités à ce stade) tend à s'élargir. À côté du cœur de gamme et du vrac, des petits formats émergent dans les rayons (entre le 500 gr et le 1 kg notamment).

À l'export, le marché du frais reste actif auprès de nos partenaires européens. L'Espagne est aux achats pour couvrir ses besoins sur différentes gammes de produits. En Italie, les acheteurs demandent des produits de qualité, notamment pour alimenter les marchés de gros locaux. Les pays d'Europe Centrale et de l'Est sont de plus en plus actifs, à mesure que leurs disponibilités locales diminuent. Le Grèce est aux achats sur des segments spécifiques, tels que la grenaille et le spécial frites. Le flux qui avait démarré vers Israël s'est légèrement calmé sur ces dernières semaines.

Conjoncture UE - Semaine 15 (source : CNIPT d'après Business France)

Italie : les premières primeurs de production locale font leur arrivée sur le marché italien. L'offre est encore très limitée comparée aux normes de saison en raison d'un retard d'un mois dans le calendrier de production. Les volumes deviendront plus importants à partir de début mai.

Espagne : à Séville, il est observé un développement des pousses latérales dans les semis de pommes de terre de mi-saison et un début de la tuberculisation dans les semis de pommes de terre précoces, avec une faible réduction de la superficie de cette culture par rapport aux saisons précédentes. A Murcie (bassin de Carthagène), la récolte est retardée d'un mois. Au total, 4 000 hectares de ce tubercule ont été plantés, soit presque 2 000 de plus que l'année dernière. Mais l'accumulation d'eau dans les champs et le fait qu'il était difficile de traiter les parasites entraîneront une réduction considérable de la production.

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

Conception graphique:

Aymeric Ferry

Dépôt légal: à parution

ISSN n° 0991-3351

