



Pomme de terre

hebdo

LE JOURNAL DE LA POMME DE TERRE - n°1350 - 19 janvier 2023

SPÉCIAL AG 2023

La pomme de terre a vraiment tout pour plaire

À l'occasion de l'Assemblée Générale du CNIPT, qui s'est tenue le 11 janvier à Paris, (lire aussi p.2 et 3), les membres de l'interprofession ont pris connaissance des résultats d'un sondage exclusif sur la perception de valeur des produits alimentaires frais et des pommes de terre. Une étude comparative sur les évolutions de consommation des pommes de terre fraîches et des produits « concurrents » a également été présentée.

La Consommation de pommes de terre fraîches est en lente érosion depuis plusieurs années et semble avoir amorcé un décrochage plus important durant la campagne 2021-2022 » constate le CNIPT. Pour tenter de comprendre les raisons de ce décrochage, l'interprofession a commandé un sondage exclusif, réalisé par ObSoCo⁽¹⁾, sur la perception de valeur des produits alimentaires frais et des pommes de terre. « La pomme de terre est un produit jugé indispensable pour 63 % des Français » annonce Guénaëlle Gault, Directrice générale d'ObSoCo. Elle est au premier rang des produits testés devant les pâtes et le riz. Elle est perçue comme un aliment bon, familial et traditionnel : la pomme de terre est cuisinée fréquemment par 2 Français sur 3. « On la cuisine souvent, sous toutes ses formes, en toutes occasions, et en tous lieux » précise la directrice générale. Mais le rapport à l'alimentation des Français est en train de changer. Ainsi, 70 % des consommateurs sont attentifs aux effets de l'alimentation sur la santé et 80 % se disent préoccupés par les questions environnementales et écologiques. Sur ces deux sujets, l'image de la pomme de

terre peut être améliorée : 59 % des Français considèrent que c'est un produit bon pour la santé ; et 42 % estiment que la production est vertueuse pour l'environnement. La pomme de terre est également reconnue comme un produit accessible, mais sans que cette opinion soit massivement répandue (57 % des Français). La pomme de terre est perçue comme un produit disposant d'une bonne capacité d'adaptation : elle se consomme en toutes saisons (pour 80 % des Français) ; elle s'adapte à tout type de cuisine (76 %) ; elle peut constituer l'ingrédient principal d'un plat (69 %) et s'adapte à tout régime alimentaire (57 %).

La présentation de ce sondage a été complétée par une intervention sur les évolutions de consommation des pommes de terre fraîches et des produits « concurrents »

« Après une belle croissance pendant la crise sanitaire, le marché des féculents et des légumes retrouve globalement son niveau d'avant crise » constate Emily Mayer, Directrice des études de l'institut Iri. Ainsi, alors que pendant la crise sanitaire, le « cuisiné maison » avait le vent en poupe, la dynamique des ventes est désormais largement en faveur des plats cuisinés. Les ventes en volume ont progressé de 7,1 % au cours de la campagne 21-22 (par rapport à 18-19), contre + 1,5 % pour les féculents et les légumes et - 1,4 % pour les légumes en conserve. La pomme de terre fraîche garde toutefois « une place absolument majeure dans l'univers féculents / légumes ». En volume, elle arrive en deuxième position (24,6 %), derrière les féculents (32,7 %) et devant les légumes frais (19 %).

(Suite page 2)

À DÉCOUVRIR

Spécial AG 2023

1-2

La pomme de terre a vraiment tout pour plaire

La pomme de terre doit trouver sa place tout en restant accessible

2

Francisco Moya, nouveau Président du CNIPT

3

Marchés

4

Atterrissage habituel post fêtes

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)

Mais l'évolution est négative et la consommation, en volume recule de 3,4 % en 2021-2022 par rapport à 2018-2019. Ce recul serait toutefois en train de s'inverser. Pour le début de la campagne en cours (du 1^{er} août au 25 décembre), l'évolution redeviendrait positive (+0,5 % par rapport à la campagne précédente) et un effet de rattrapage est observé par rapport à la campagne pré-Covid.

Ensemble, Guénaëlle Gault et Emily Mayer ont tiré les conclusions de ces deux études et indiqué les opportunités pour la filière des pommes de terre fraîches. La pomme de terre est « *un produit d'une étonnante modernité* » expliquent-elles. C'est un aliment « *refuge* » car la pomme

de terre est le produit le moins cher au kilo et qui a subi l'inflation la moins importante sur un an (9 %). C'est enfin un produit moderne qui répond aux attentes et aux tendances de consommation d'aujourd'hui. Elle est naturelle et saine, elle est bonne pour la santé et respectueuse de l'environnement. Atout supplémentaire, son origine : 98 % des pommes de terre consommées en France sont françaises.

C'est désormais prouvé : la pomme de terre, a vraiment tout pour plaire. ■

Olivier MASBOU

(1) enquête réalisée en ligne par L'ObSoCo du 17 au 24 novembre 2022 sur la base d'un échantillon de 2 000 personnes représentatif de la population de France métropolitaine âgée de 18 à 75 ans.

SPÉCIAL AG 2023

La pomme de terre doit trouver sa place tout en restant accessible

C'est à Luc Châtelain, président du CNIPT, qu'il revenait de conclure l'AG de l'interprofession. Il est revenu sur la campagne 2021-2022 marquée par des conditions de production, « *impactées par le changement climatique qui a réduit le volume de pommes de terre commercialisables* ». « *Le contexte économique, climatique et géopolitique nous prive également d'une vision claire pour les campagnes à venir, en faisant peser de grandes incertitudes sur les conditions de production de nos filières pomme de terre, et je veux ici y associer nos collègues des filières plant, féculé, et industrie* » a ajouté Luc Châtelain. Le président est ensuite revenu sur les contraintes réglementaires qui pèsent sur la filière. La question du retrait des molécules a ainsi été évoquée. « *La France limite plus que tout autre pays, les solutions de soins des plantes(.) Notre demande pour la pomme de terre est simple, pas de surtransposition des règles et le respect des engagements dans le cadre du retrait des molécules* ». Luc Châtelain a ensuite évoqué l'interdiction des emballages plastiques pour les colis de fruits et légumes et pommes de terre de - de 1,5 kg (loi Agec). Le décret d'application de la loi a été annulé par le Conseil d'État en décembre dernier. Un nouveau décret a été préparé, ne satisfaisant pas la filière. Notamment le secteur des pommes de terre de primeur. « *Notre demande est simple : l'exclusion pure et simple de l'application de la Loi pour les*

pommes de terre de primeur » a martelé le président. Il s'est par ailleurs félicité de l'extension, dans des délais rapides, de l'accord interprofessionnel sur la contractualisation. Désormais, le CNIPT « *va enfin pouvoir publier* » les indicateurs concernant la construction du coût de production a précisé Luc Châtelain. « *Parallèlement la pomme de terre va être ajoutée aux analyses de l'Observatoire des Prix et des Marges* ». Subsiste toutefois un regret « *que l'excellent travail de collecte de données, réalisé par les experts-produit du GIE CNIPT-INTERFEL, ne puisse pas être utilisé dans ces analyses* ». Luc Châtelain a ensuite évoqué la question du partage de la valeur ajoutée : « *Dans un contexte de crise économique et de défense du pouvoir d'achat, je crains qu'une nouvelle fois la pomme de terre fraîche ne serve de variable d'ajustement dans la défense du panier du consommateur. Notre pomme de terre mérite bien mieux que cela ! Dans ce contexte de hausse généralisée des prix à la consommation, la pomme de terre doit trouver sa place tout en gardant à l'esprit que notre produit emblématique de l'alimentation devra rester accessible* ». Quant au Plan de souveraineté fruits, légumes et pommes de terre, il doit déboucher sur des leviers financiers nouveaux. « *Ce peut être une belle opportunité de maintenir et développer en France un climat propice aux initiatives innovantes en production et commercialisation* » a conclu Luc Châtelain. ■

Olivier MASBOU

« Dans un contexte de crise économique et de défense du pouvoir d'achat, je crains qu'une nouvelle fois la pomme de terre fraîche ne serve de variable d'ajustement dans la défense du panier du consommateur. »



Cliquez sur les liens pour en savoir plus

SPÉCIAL AG 2023

Francisco Moya, nouveau Président du CNIPT

Le Conseil d'Administration du CNIPT nouvellement élu lors de l'Assemblée générale du 11 janvier matin, s'est réuni ce même jour l'après-midi pour élire les membres du Bureau et préparer le programme de travail de la nouvelle mandature.

Le CNIPT sera présidé par Monsieur Francisco Moya, représentant de FEDEPOM. Ont été élus, Monsieur Antoine Peenaert, producteur de pommes de terre et représentant de l'UNPT au poste de Vice-Président, Monsieur David Deprez, représentant de l'UNPT, en tant que Trésorier et Monsieur Dominique Père, représentant de FEDEPOM, au poste de Secrétaire. Le Président nouvellement élu a remercié Monsieur Luc Chatelain, Président durant les 3 dernières années, pour ses convictions et son dévouement à l'interprofession. Il le remercie particulièrement pour l'implication sans faille tout au cours de son mandat. Les obstacles ont été nombreux au cours de ces trois années, il a su faire face tout en devant assumer pour son exploitation son métier de producteur sans jamais s'exonérer de la responsabilité vis-à-vis du mandat qu'il a exercé au sein du CNIPT.

Dans une filière en pleine mutation, avec de nombreux changements impactant directement la pomme de terre vendue sur le marché du frais, Monsieur Francisco Moya, Président du CNIPT, a affirmé qu'il avait conscience des enjeux pour la filière et qu'il était prêt à y faire face. L'environnement réglementaire très contraignant pour tous les maillons de la chaîne, des saisons fortement perturbées par les conséquences des dérèglements climatologiques, des changements sociétaux profonds où tous les repères en matière de comportement des consommateurs sont mis à mal par de nouveaux modes de communications, sans même parler du contexte géopolitique général, tout cela chamboule le quotidien des producteurs, des négociants et de la distribution. Les chantiers sont nombreux et ne peuvent pas être tous ouverts en même temps, même s'il conviendra de s'attaquer à chacun d'entre eux.

Le prochain numéro de Pomme de terre hebdo sera pour Monsieur Moya l'occasion de détailler ses ambitions pour son mandat au service de la filière. ■

Florence ROSSILLION - CNIPT

AGENDA

25 janvier 2023

**Journée Technique Nationale
Pomme de terre**

Paris
www.arvalis.fr

8-10 février 2023

Fruit Logistica

Berlin
www.fruitlogistica.com/de

25 février au 5 mars 2023

**Salon International de
l'Agriculture**

Paris
www.salon-agriculture.com

26-27 avril 2023

Medfel

Perpignan
www.medfel.com

6-7 septembre 2023

Potato Europe

Tournai (Belgique)
www.potatoeurope.be/nl

EN BREF...

Décoration

Le Mérite agricole pour Martin Mascré



Cérémonie émouvante le 10 janvier, après l'AG de l'UNPT, et à la veille de l'AG du CNIPT : Patrick Trillon, Président honoraire de l'UNPT, remettait les insignes de chevalier du Mérite agricole à Martin Mascré, ancien Directeur de l'Union nationale des producteurs de pommes de terre. Comme il se doit, Patrick Trillon a retracé le parcours professionnel du récipiendaire. Mais

il a surtout insisté sur la vie personnelle de Martin Mascré, issu d'une famille d'agriculteurs du Vermandois, une fratrie de sept enfants. Une famille qui produisait notamment des pommes de terre qu'il fallait ramasser à la main ! Il a lui-même eu 6 enfants : « *Mon capital, c'est ma famille* » aime-t-il dire. Après un parcours dans le privé (Nestlé, Soufflet notamment) Martin Mascré rejoint l'UNPT au moment de sa création en 2002. « *Vos convictions ont été en totale cohérence avec les actions que vous avez menées à la direction de l'UNPT* » rappellera Patrick Trillon.

Commerce extérieur

Recul des exportations en novembre

Les exportations françaises de pommes de terre s'élevèrent à 199 703 tonnes au mois de novembre, soit un recul de 10 % par rapport à novembre 2021 (et une

hausse de 4 % par rapport à la moyenne des 3 précédentes années sur le même mois).

Les ventes à l'export sont en baisse vers la Belgique (- 36 %, 45 938 tonnes), l'Italie (- 5 %, 24 470 tonnes) et les pays d'Europe de l'Est (- 45 %, 15 382 tonnes). Mais la Belgique et les pays de l'Est étaient sur des niveaux de vente exceptionnels l'an dernier. Les exportations progressent vers l'Espagne (+13 % à 68 049 tonnes), le Portugal (+ 73 %, 17 358 tonnes) qui continue à être acheteur pour compenser un recul important de sa production nationale (-22 % en 2022 par rapport à 2021). Les exportations sont également en hausse vers les pays tiers (+ 74 %) grâce notamment aux volumes expédiés vers Israël (2 168 tonnes). Sur la période de début août 2022 à fin novembre 2022, les exportations sont en hausse de 12 %, à 620 026 tonnes.

LES MARCHÉS PHYSIQUES

Cotations France (RNM)

En €/tonne

Marché français - Stade expédition - Semaine 2

Variétés de consommation courantes

Frites div.var.cons France lavée cat.I 50-75mm filet 2,5kg	690 (=)
Agata France lavée cat. I 50-75 mm carton 12,5 kg	nc.
Div.var.cons France non lavée cat.II 40-75 mm filet 25 kg	343,33 (↗)
Div.var.cons France lavée cat.I 40-75 mm filet 10 kg consommation	450 (=)

Variétés à chair ferme

Peau jaune France lavée cat.I + 35 mm filet 2,5 kg	710 (=)
Rouge France lavée cat. I + 35 mm filet 2,5 kg	710 (=)

Marché français Bio-Stade expédition - Semaine 2

Conservation France biologique	1040 (↘)
--------------------------------	----------

Export-Stade expédition - Semaine 2

Agata lavée cat.I +40 mm filet 10 kg consommation	410 (=)
Agata France lavable cat.I 40-70 mm sac 1 tonne	360 (=)
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	360 (=)
Monalisa France lavable cat.I +45 mm sac 1 tonne	nc.
Rouge div.var.cons France lavable +45 mm sac 1 tonne	340 (↗)

Rungis - Semaine 2

Charlotte France cat. I carton 12,5 kg	nc.
Div. var. cons France lavée cat. I 40-70 mm sac 10 kg	600 (↗)
Div. var. cons France non lavée cat. I 40-70 mm sac 10 kg	500 (=)

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 2022	Variation en % sur un an
Indice mensuel général	141,2	+ 18 %

Source : INSEE

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

	Novembre 2022	Variation en % sur un an
Pommes de terre	225,2	+ 4 %

Source : INSEE

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

	Semaines 1 et 2
Consommation polyvalente	350 (=)
Chair ferme blanche	335 (↗)
Chair ferme rouge	310 (↗)

Source : Courtiers assermentés français

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

	Décembre 2022	Variation en % sur un an
Pommes de terre	131,16	+ 12 %

Source : INSEE

Prix au détail en GMS - €/kg

Référence format 2,5 kg selon usage culinaire (hors BIO)	Décembre 2021	Décembre 2022	Évol. déc. 2022 vs déc. 2021
À l'eau, sautée, vapeur	1,35	1,44	+ 7 %
Four	1,36	1,45	+ 7 %
Frites	1,35	1,44	+ 7 %

Source : GIE Interfel/CNIPT - Base d'évaluations : 199 points de vente et 2 299 références en décembre 2022

Cotations marchés étrangers

En €/tonne

Pays-Bas (cotation NAO + VTA) - Semaine 2

Frites 40 mm+	205-265 (↗)
NAO Export 40 mm, vrac fritable	nc.

Belgique (Fiwap/PCA) - Semaine 2

Fontane, Challenger (tout venant 35 mm+, vrac, départ)	nc.
--	-----

Grande-Bretagne (Cours BPC) - Semaine 2

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

Atterrissage habituel post fêtes

La fin d'année 2022 a entraîné un engouement en termes de ventes et consommation de pommes de terre fraîches sur le marché national. Le panel Kantar fait état d'une progression des achats, pour la période des 4 semaines se terminant au 25 décembre 2022, de 6,4 % par rapport à l'année N-1, et de 3 % par rapport à l'année pré-Covid N-3, en volume. La semaine précédant Noël a particulièrement été animée dans le rayon. Sur ce début d'année 2023, un atterrissage des ventes post période festive est observé, ce qui est habituel pour une rentrée de janvier.

À l'export, les ventes ont été actives pendant la période des fêtes, avec des produits correspondant à des offres premium ou familiales. Les flux se stabilisent sur ce début d'année. Une intensification des activités pour alimenter les partenaires (principalement européens) est prévue à partir de début février, avec un pic d'activité qui pourrait durer jusqu'à la fin du printemps.

Veille UE (source : CNIPT d'après World Potato Markets - Semaine 2)

Pays-Bas : le début de l'année 2023 a été marqué par des températures très élevées, ce qui a rendu difficile le stockage des pommes de terre et provoqué une hausse des coûts énergétiques, pour le refroidissement des bâtiments de stockage. Les températures sont maintenant en dessous de zéro et devraient rester basses pendant les deux prochaines semaines. Cela devrait atténuer les problèmes de stockage et pourrait stimuler la demande des consommateurs.

Allemagne : le marché est relativement calme, même si les producteurs qui voient la qualité de leurs offres se détériorer sont désireux de vendre. Le temps (actuel) plus froid pourrait aider à doper les ventes. Les exportations de pommes de terre fraîches en novembre étaient de 16,4 % supérieures à celles du même mois de l'année précédente, à 177 237 tonnes. Les Pays-Bas, la Belgique et l'Italie ont été les plus gros acheteurs.

Pologne : selon l'Office central des statistiques, la superficie cultivée en pommes de terre en 2022 était de 200 830 hectares, les rendements de 30,7 T/ha avec une récolte de 6,1 millions de tonnes, soit 12,9 % de moins qu'en 2021.

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

