



Pomme de terre

hebdo

LE JOURNAL DE LA POMME DE TERRE - n°1354 - 16 février 2023

À DÉCOUVRIR

Salon 1

Fruit Logistica, une édition en demi-teinte

Demain l'agriculture 2

La transition environnementale du monde agricole et de notre alimentation

Communication Presse 3

Saine, moderne et abordable, la pomme de terre, est l'incontournable du panier des Français

Marchés 4

Attrait du produit tant en France qu'à l'export

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

SALON

Fruit Logistica, une édition en demi-teinte

Le salon Fruit Logistica s'est déroulé du 8 au 10 février à Berlin avec de nombreux et remarquables absents dans le secteur des fruits et légumes frais français, mais une présence du secteur pommes de terre qui reste, proportionnellement à sa place dans l'univers du frais, relativement importante.

D'une certaine façon, le secteur des pommes de terre français a peut-être connu une désaffectation moindre que celui de ses confrères des fruits et légumes. Halls 21 et 22, on remarquait la présence d'une petite dizaine d'opérateurs négociants en pommes de terre qui représentaient toutes les régions de France. Les grands Ports français spécialisés, et en particulier le Port de Dunkerque qui déploie beaucoup d'efforts pour la filière pommes de terre, étaient également présents. Les avis des exposants étaient souvent partagés entre l'importance d'assurer une représentation pour accueillir ses clients et contacts commerciaux et le relativement faible nombre de nouveaux prospects rencontrés. Il faut dire que si le mercredi après-midi, jour d'ouverture, et le jeudi matin ont semblé accueillir du monde, dès le jeudi après-midi une certaine désaffectation de visitorat se faisait sentir.

Beaucoup de professionnels de la filière étaient également présents en « visiteurs » pour sentir l'ambiance du marché ou rencontrer des clients même s'ils n'avaient pas de stand. C'est notamment le cas pour des entreprises du secteur des plants de pommes de terre : on relevait la présence de trois sociétés exposantes, alors que presque toutes les entreprises d'obtention avaient des représentants dans les allées.

Si le Hall français paraissait un peu vide du fait d'absences remarquées (Priméal par exemple) et de larges allées où les quelques visiteurs semblaient clairsemés, dans d'autres Halls, la densité d'exposants compensait le manque de visiteurs par des allées plus étroites. Mais là encore, le nombre de visiteurs n'était pas au rendez-vous au-delà du jeudi midi.

Les conversations des opérateurs français de pommes de terre commentaient un marché qui s'est intensifié, probablement en liaison avec les températures froides, et dont chacun espère qu'il va rester porteur. L'export semble moins tenir ses promesses de début de campagne même si certains flux restent intenses chez les spécialistes de l'exportation. ■

Florence ROSSILLION - CNIPT

DEMAIN L'AGRICULTURE

La transition environnementale du monde agricole et de notre alimentation

À l'occasion de l'évènement organisé par les Échos, le 6 février 2023, plusieurs acteurs de l'alimentation se sont tournés vers l'avenir tout en regardant le passé pour décrire les mutations qui s'opèrent dans le monde de l'agriculture, du commerce et de la consommation alimentaire, et qui s'accroissent face au dérèglement climatique.

Marc Fesneau introduit la journée en annonçant la volonté du gouvernement de publier un texte législatif à horizon 2023 dans lequel les grandes orientations d'avenir pour l'agriculture seraient reprises notamment sur des sujets tels que le renouvellement des générations, le foncier, l'accès à l'eau ou encore les intrants (engrais, phytos, etc.).

Le contexte est tendu pour le monde agricole qui subit de plein fouet l'inflation, la guerre en Ukraine, une pression sur l'utilisation des ressources et le réchauffement climatique. Comme le souligne le président de la Coopération agricole, Dominique Chargé, l'empilement de ces événements est « le marqueur d'un passage d'un monde stable, abondant, sûr, vers un monde instable, moins abondant et moins sûr » où les filières agricoles ont la nécessité d'assurer la souveraineté alimentaire.

Une question s'impose, **comment les filières vont-elles assurer cette transition autour des enjeux liés à l'alimentation ?**

Le changement des pratiques agricoles est l'un des leviers mis en lumière lors des échanges de la journée et notamment via l'intervention de trois agriculteurs venus présenter les mutations réalisées depuis plusieurs années au sein de leur exploitation. Diversification de leur assolement, utilisation raisonnée de la fertilisation azotée (réduction des engrais minéraux, ajustement des doses...), augmentation de la matière organique du sol, arrêt du travail du sol, interculture, biocarburant... Autant d'exemples de changements de pratiques qui s'expliquent par une vision récente des services rendus par l'agriculture. En effet, l'agriculture ajoute à sa fonction première de produire et nourrir, de nouveaux objectifs environnementaux tels que le stockage du carbone, la préservation des sols et de la biodiversité.

Le carbone était au centre des échanges, car l'alimentation est à la fois partie et solution du problème. Demain, l'agriculture devra dépasser ses fonctions de nourrir pour se tourner **vers la décarbonation**. Deux objectifs sont dans la tête de tous les intervenants à savoir : la réduction des émissions de carbone et le stockage du carbone dans le sol. L'importance de la bonne santé du sol joue un rôle phare à la fois pour assurer une bonne production agricole et stocker du carbone. Plusieurs acteurs témoignent d'un changement de pratiques, à l'instar des quelques agriculteurs présents, pour décarboner leur activité.

De plus, il paraît nécessaire d'avoir une écologie incitative (contribution financière) plutôt que punitive pour encourager le développement de ces nouvelles pratiques.

Embarquer le consommateur dans cette notion d'impact environnemental est un défi majeur pour accompagner la transition du monde agricole. Olivier Dauvers liste les deux conditions pour embarquer le consommateur : la première est qu'il doit être en mesure de comprendre l'information et la seconde est qu'il faut parvenir à l'inciter. Actuellement, le consommateur est perdu au milieu de la jungle des labels. Il est nécessaire de **normaliser les démarches** et de pouvoir créer un indicateur pour réguler le choix en point de vente.

« Tous les secteurs sont concernés par cette transition environnementale nécessaire à l'alimentation de demain, et n'oublions pas que l'agriculture est avant tout une solution plutôt qu'un contributeur du changement climatique. »

La création d'un indicateur sur les démarches environnementales est nécessaire comme le démontre l'utilisation du nutri-score ou de l'étiquetage bien-être animal qui apportent une information lisible au consommateur. Aussi, les intervenants affirment qu'un indicateur pour qu'il fonctionne doit être crédible et réducteur de sorte que le consommateur puisse arbitrer rapidement lors de son achat en magasin. L'affichage environnemental (cf. [PDTH n°1307](#) 🍎) serait donc un levier à proposer au consommateur comme Le Planet-score en cours de construction, et présent en magasin dès cette année affirme Sabine Bonnot la présidente.

La normalisation des démarches environnementales est également un point important pour qu'à la fois les agriculteurs, les entreprises ainsi que les consommateurs s'y retrouvent dans la multitude des logos existants sur le marché du « vert ». En revanche, la

difficulté sera de parvenir à aller d'une production française ou européenne qui est aujourd'hui standardisée vers un verdissement des exploitations devant s'adapter à un écosystème local. Cela complexifiera cette tâche de normalisation des démarches.

Développer une taxonomie européenne pour encourager les entreprises à aller vers des démarches de durabilité en finançant des projets durables. Par ailleurs, il est important d'inciter la réduction d'émissions de carbone sans entrer dans un schéma de compensation des émissions pouvant laisser place à du greenwashing.

Tous les secteurs sont concernés par cette transition environnementale nécessaire à l'alimentation de demain, et n'oublions pas que l'agriculture est avant tout une solution plutôt qu'un contributeur au changement climatique. ■

Benjamin LOUVRIER - CNIPT



Cliquez sur les liens pour en savoir plus

COMMUNICATION PRESSE

Saine, moderne et abordable, la pomme de terre, est l'incontournable du panier des Français

À quelques jours du Salon de l'Agriculture, l'interprofession a souhaité faire parler de la filière et des pommes de terre fraîches en utilisant les résultats de l'étude IRI-ObSoCo présentée lors de la dernière Assemblée générale (voir PDTH n°1350- 19 janvier 2023 🍷). Un panier recette contenant des pommes de terre et tous les ingrédients d'une recette pour 4 personnes à moins de 10 € a été préparé pour un portage auprès d'une dizaine de journalistes de la presse grand public. Ces journalistes en charge de rubriques « life style », cuisine et gastronomie ou « bien-être » reçoivent ce panier accompagné de la recette et d'un communiqué de presse. Une diffusion plus importante du communiqué de presse, sans portage d'un panier recette, permet à de nombreux autres journalistes d'être également informés. L'objectif est de les sensibiliser aux résultats de l'étude présentée lors de l'Assemblée générale du CNIPT qui révélaient que les attentes des Français en termes de choix alimentaires se

portaient vers des produits d'origine locale, bons pour la santé, faciles d'utilisation, à la fois authentiques et modernes et surtout qui restent abordables financièrement.

Avec une inflation en dessous de 10 % alors que tous les produits alimentaires sont au-dessus ; une origine française confirmée ; des qualités nutritionnelles reconnues ; des méthodes de production, conservation et commercialisation maîtrisées tout au long de la chaîne d'approvisionnement par une filière compétente ; et des aptitudes culinaires spécifiques se prêtant à toutes les cuisines, les pommes de terre fraîches cochent toutes les cases. C'est ce que cette opération presse veut expliquer.

Les journalistes sont également invités à venir rencontrer la filière lors du Salon de l'Agriculture.

Les documents sont disponibles :

[Communiqué de presse](#) 🍷

[Panier recette](#) 🍷 🍷

Florence Rossillion

AGENDA

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 🍷

14-15 juin 2023

Les Culturelles

Congerville-Thionville (Essonne)
www.lesculturelles.com 🍷

27-28 juin 2023

Réunion des sections EAPR « Agronomie/Physiologie » et « Post-Récolte »

Villers-Saint-Christophe

29 juin 2023

5^{ème} Rendez-vous techniques de Villers

Villers-Saint-Christophe

EN BREF...

Interprofession

Décès de Jean-Marc Storper



Ce mardi 14 février c'est toute une communauté qui s'est réunie au cimetière juif de Nîmes pour rendre hommage à l'un des leurs, Jean-Marc Storper, Président du collectif Mémoire et Histoire. C'était aussi l'un des nôtres, dans la filière pommes de terre, ou « Marco » comme tous l'appelaient, était courtier assermenté en pommes de terre, vice-Président du SNCPT et Administrateur du CNIPT. Jean-Marc Storper était l'héritier d'une longue histoire qui débute avec Simone et Marcel Mendel, ses grands-parents, courtiers à Paris depuis 1930. Il avait commencé sa carrière dans les céréales, chez Schaal & Sebag en 1986 avant de rejoindre en 1987 la maison familiale. Confrère loyal et collègue toujours en interaction avec ses pairs de la filière, il était apprécié pour son caractère à la fois réservé et jovial. Il est décédé le 11 février

2023 des suites d'une maladie scélérate, comme l'a qualifiée son fils David qui reprend le flambeau professionnel avec courage et la volonté de poursuivre une lignée de succès dans la filière pommes de terre.

Filière

Un nouveau logo pour Arvalis



Arvalis, l'institut technique agricole des filières des céréales, des pommes de terre, du lin et du fourrage présente une nouvelle marque, un nouveau logo et une identité visuelle repensés. Première évolution, l'Institut prend désormais le nom unique d'Arvalis, la mention « Institut du végétal » est définitivement supprimée de la marque. En outre, il se pare d'un nouveau logotype à l'aspect plus moderne et plus lisible, aux couleurs de son ADN : la R&D agricole. 20 ans après sa création, la volonté d'Anne-Claire Vial, présidente d'Arvalis, et des agri-

culteurs administrateurs, est de mettre en accord l'identité visuelle de l'institut avec ses valeurs et ses missions. Ce nouveau logo a été révélé en janvier dernier lors d'un séminaire interne qui a réuni les 450 collaboratrices et collaborateurs de l'institut, premier rassemblement de ce type depuis 10 ans.

Ministère

Valérie Hatsch, directrice de cabinet de Marc Fesneau

Valérie Hatsch est la nouvelle directrice de cabinet du ministre de l'Agriculture Marc Fesneau. Elle remplace Fabrice Rigoulet-Roze qui est devenu Préfet de la région Pays de la Loire. Diplômée de Sciences Po Strasbourg et de l'École nationale supérieure de la police, Valérie Hatsch a débuté sa carrière comme commissaire de police avant de devenir directrice départementale des renseignements généraux. En 2012, elle rejoint le corps préfectoral où elle exerce en qualité de sous-préfète puis de préfète. Elle était depuis mars 2022 préfète de l'Allier.

LES MARCHÉS PHYSIQUES

Cotations France (RNM)

En €/tonne

Marché français - Stade expédition - Semaine 6

Variétés de consommation courantes

Frites div.var.cons France lavée cat.I 50-75mm filet 2,5kg	706,67 (↗)
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	360 (=)
Div.var.cons France lavée cat.I 40-75 mm filet 10 kg consommation	460 (=)

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 6

Conservation France biologique	1030 (↘)
--------------------------------	----------

Export-Stade expédition - Semaine 6

Agata lavée cat.I +40 mm filet 10 kg consommation	440 (=)
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	350 (=)
Monalisa France lavable cat.I +45 mm sac 1 tonne	nc.
Rouge div.var.cons France lavable +45 mm sac 1 tonne	370 (=)

Rungis - Semaine 6

Charlotte France cat. I carton 12,5 kg	nc.
Div. var. cons France lavée cat. I 40-70 mm sac 10 kg	610 (↗)
Div. var. cons France non lavée cat. I 40-70 mm sac 10 kg	530 (↗)

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

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

	Décembre 2022	Variation en % sur un an
Indice mensuel général	139,6	+ 16 %

Source : INSEE

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

	Décembre 2022	Variation en % sur un an
Pommes de terre	224,4	+ 4 %

Source : INSEE

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

	Semaines 5 et 6
Consommation polyvalente	360 (↗)
Chair ferme blanche	353 (↗)
Chair ferme rouge	330 (↗)

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 de vente consommateurs en GMS - €/kg

Formats compris entre 2 kg et 3 kg (cœur de gamme) - hors BIO	Janvier 2022	Janvier 2023	Évol. janv. 2023 vs janv. 2022
Eau / vapeur / rissolées	1,41	1,45	+ 3 %
Four	1,18	1,39	+ 18 %
Frites	1,13	1,40	+ 24 %

Source : Évaluations GIE Interfel/CNIPT - Base d'évaluations : 330 points de vente et 3 843 références en janvier 2023, 345 points de vente et 3 760 références en janvier 2022

Cotations marchés étrangers

En €/tonne

Pays-Bas (cotation NAO + VTA) - Semaine 4

Frites 40 mm+	275-305 (↗)
NAO Export 40 mm, vrac fritable	225-240 (=)

Belgique (Fiwap/PCA) - Semaine 6

Fontane, Challenger (tout venant 35 mm+, vrac, départ)	300
--	-----

Grande-Bretagne (Cours BPC) - Semaine 4

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

Attrait du produit tant en France qu'à l'export

L'embellie des ventes se confirme sur cette dernière semaine dans le rayon des pommes de terre fraîches de la grande distribution française. Le flux de la clientèle est plus important, d'après les distributeurs, avec les engouements qui se portent sur les différents besoins culinaires, et tant sur des offres adaptées à une occasion de consommation qu'à plusieurs repas.

Les opérations apportant de la visibilité sur les atouts de nos produits, dans les médias et avec les mises en avant dans les rayons sont des leviers importants pour renforcer l'engouement des consommateurs.

Dans la phase de stockage, la qualité est globalement satisfaisante sur les différentes gammes des pommes de terre. Une surveillance habituelle est portée pour limiter au maximum les risques tels que l'apparition de faces planes ou de facettes sur le tubercule. D'après les professionnels, les stocks sont à des niveaux moins élevés que l'an dernier à ce stade de la campagne, ce qui s'explique en partie par la baisse des récoltes en 2022.

À l'export, le dynamisme des ventes en volumes se poursuit auprès des clients habituels. Une question se pose sur les sources d'approvisionnement qui seront privilégiées, par les différents pays acheteurs européens, durant la phase d'intersaison qui s'ouvrira au printemps prochain. Les disponibilités des stocks en conservation devraient être moindres au sein des principaux pays producteurs. D'un autre côté, des bassins primeurs de la méditerranée sont confrontés à des contraintes climatiques (gel du début d'année à certains endroits, rarefaction de l'eau...) qui s'ajoutent aux contraintes économiques liées au contexte du moment (hausse sur les différents postes de charges dont celui de l'énergie).

Dans les bassins des primeurs en France, les mises en production se poursuivent conformément au prévisionnel dans les bassins du littoral Ouest, dans des conditions météorologiques à ce stade favorables. Les premières commercialisations sont prévues pour la mi-mars.

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

