



Pomme de terre

hebdo

LE JOURNAL DE LA POMME DE TERRE - n°1364 - 11 mai 2023

COMMUNICATION DU CNIPT

POTATOES FOREVER ! : la campagne d'information sur les pratiques durables de la filière pommes de terre

Le CNIPT lance un nouveau programme d'information de mai 2023 à décembre 2025, nommé « POTATOES FOREVER ! ». Il s'agit d'un programme de promotion de l'Agriculture cofinancé à 80 % par l'Union européenne dont le CNIPT est le coordinateur, et mené en commun avec l'UNAPA : l'Union nationale des associations de producteurs de pommes de terre en Italie.



Le programme a pour but de mettre en lumière les pratiques vertueuses de la filière, en ligne avec l'ambition climatique et environnementale de la PAC, du Green Deal et de la stratégie européenne Farm to Fork. Le programme ambitieux est mené avec un budget de 3,2 millions d'euros sur 3 ans pour la France et l'Italie, dont 2,6 millions de cofinancement européen. Il cible les consommateurs de 35 à 49 ans en priorité, et également les professionnels de la filière pour les inciter à développer leurs pratiques respectueuses des ressources naturelles et du vivant.

Une campagne d'information qui répond au besoin de transparence du consommateur

La pomme de terre occupe une place importante dans l'alimentation quotidienne des Européens. Elle bénéficie d'une image très positive pour ses qualités gustatives, sa praticité et sa dimension affective. Le niveau de confiance envers ce produit est élevé (94%*), une confiance essentiellement portée par sa provenance française/locale et le respect de la réglementation par les professionnels de la filière. Néanmoins, l'enquête révèle aussi une faible connaissance des bonnes pratiques

environnementales dans le secteur de la pomme de terre : 60 % des Français considèrent ainsi ne pas être suffisamment informés. En effet les consommateurs sont de plus en plus préoccupés par la qualité de leur alimentation et son impact sur la santé ainsi que sur l'environnement. Dans un contexte où l'agroécologie est au cœur des enjeux européens, les questions sur les modes de production durables se multiplient, démontrant le fort besoin de transparence du consommateur. À l'heure où les médias pointent du doigt les pratiques agricoles et dénoncent des scandales sanitaires et alimentaires, il est essentiel que la filière prenne la parole pour informer et rassurer.

*source : Baromètre de confiance CSA janvier 2022

Un programme cofinancé par l'Union européenne avec des objectifs ambitieux

La campagne d'information met en lumière les efforts de toute la filière européenne pour réduire son impact environnemental et atténuer le changement climatique, garantissant ainsi la souveraineté alimentaire dès aujourd'hui et pour les générations à venir.

(Suite page 2)

À DÉCOUVRIR

Communication du CNIPT

1-2

POTATOES FOREVER ! :
la campagne d'information sur les pratiques durables de la filière pommes de terre

Salon

3

La souveraineté alimentaire au programme de Medfel 2023

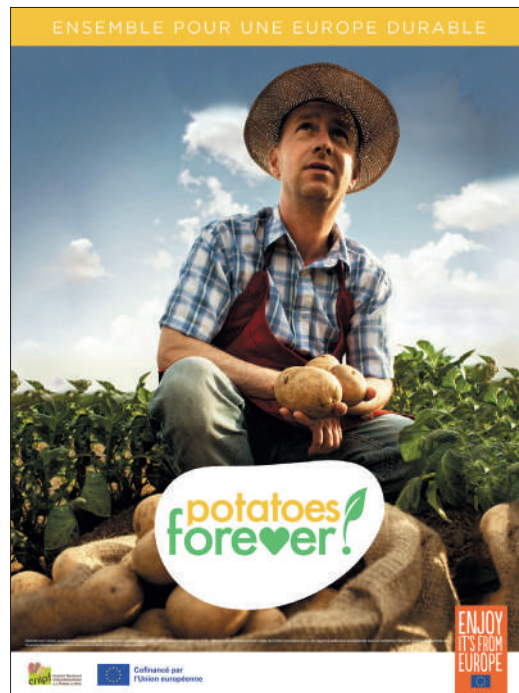
Marchés

4

Avancée des produits de saison

Pomme de terre hebdo est 100 % numérique.

Pour le recevoir par mail, veuillez vous inscrire sur cnipt.fr dans l'onglet « Newsletter ».



« Le programme vise les 35-49 ans, une cible familiale particulièrement attentive à la durabilité des produits qu'elle consomme. »

(Suite de la page 1)

Elle apporte des réponses au besoin de transparence du consommateur sur la manière dont sont produites les pommes de terre et les méthodes durables mises en place du champ à l'assiette. La campagne est déployée sur 2 pays cibles, la France et l'Italie, qui chacun illustreront les efforts de la filière à travers des exemples nationaux. Le programme cible en priorité les consommateurs âgés de 35 à 49 ans dans les 2 pays cibles. Des objectifs de confiance et d'image sont fixés afin d'appréhender l'efficacité de la communication. Un cabinet d'étude a la charge d'évaluer le programme et ses performances pendant 3 ans. Il met en place un baromètre d'image et de confiance du consommateur avec une première mesure effectuée en avril 2023 et une mesure finale en fin de campagne. Chaque levier de la communication sera également post-testé chaque année afin d'en assurer leur efficacité.

Le Pota'Talk : un forum pour déterminer les messages de la campagne

Afin de construire une campagne d'information au plus proche des attentes des consommateurs, une étude qualitative a été menée en mars 2023. Pendant 15 jours, 84 consommateurs de pommes de terre de 35 à 49 ans ont été interrogés et ont échangé dans un forum en ligne. Six thématiques ont été abordées : La perception de la pomme de terre fraîche « durable », la culture engagée et durable de la pomme de terre, le parcours

respectueux du champ au point de vente, la présentation responsable de la pomme de terre en rayon, la conservation optimale de la pomme de terre à la maison et la pomme de terre face au changement climatique. Les objectifs étaient de vérifier le niveau de connaissance du grand public sur les pratiques vertueuses de la filière, hiérarchiser l'intérêt porté aux engagements et actions pour une pomme de terre durable (du champ à l'assiette) et utiliser ses enseignements pour déterminer les termes appropriés pour construire le discours mettant en avant les engagements environnementaux de la filière.

À l'issue de ces deux semaines d'échanges, des enseignements émergent et permettent d'orienter la stratégie de communication. D'abord, le niveau de connaissance du consommateur sur le parcours de la pomme de terre du champ à l'assiette est faible. Il est donc important d'expliquer ces étapes avant de valoriser les initiatives durables de la filière. De même il convient de les sensibiliser aux enjeux actuels de la filière et à ses défis pour une pleine compréhension des actions mises en place pour les relever. Enfin, pour obtenir l'attention et l'adhésion de la cible, il faut rattacher les initiatives durables à des bénéfices concrets pour le consommateur : qualité des pommes de terre, fraîcheur, plaisir gustatif...

Lancement du plan d'action en France

Le programme vise les 35-49 ans, une cible familiale particulièrement attentive à la durabilité des produits qu'elle consomme. La communication s'articule autour de différentes thématiques clés : préserver les ressources naturelles, favoriser la biodiversité, réduire le gaspillage alimentaire, agir pour le climat, garantir la souveraineté alimentaire, soutenir les professionnels.

Une synergie de moyens est mise en œuvre pour atteindre la cible et passer efficacement les messages : des relations presse incluant 2 partenariats presse et la collaboration avec 3 influenceurs, animation des réseaux sociaux avec soutien en sponsoring et publicité digitale. Des actions terrain sont aussi prévues pour un contact et des échanges directs avec le grand public : des actions en points de vente pour l'Italie et une présence sur le Salon International de l'Agriculture 2024 et 2025 pour la France.

Découvrez POTATOES FOREVER ! sur le site www.potatoesforever.eu/fr

Sarah TALEB et Laure PAYRASTRE - CNIPT

SALON

La souveraineté alimentaire au programme de Medfel 2023

Medfel, le rendez-vous d'affaires de la filière fruits et légumes et pommes de terre en France, s'est tenu à Perpignan les 26 et 27 avril. De nombreux débats et conférences étaient proposés. Ainsi, Jean Viard, sociologue et directeur de recherche associé CEVIPOF-CNRS est intervenu sur le thème « *Défi climatique : les filières agri-agroalimentaires à l'heure de la transition agro-écologique* ». « *Le nouvel enjeu, c'est le réchauffement climatique, le combat pour gagner la lutte contre ce réchauffement. Et je suis convaincu que l'on va la gagner* » a-t-il expliqué. Il a évoqué la nécessité pour le monde agricole de retrouver les moyens du dialogue avec le reste de la société. Historiquement majoritaires dans les campagnes, les agriculteurs doivent désormais apprendre à vivre avec de nouveaux voisins : 40 millions de Français vivent à la campagne. Avec parfois des idées bien arrêtées sur la façon dont devrait être l'agriculture. Ils pensent par ailleurs que les agriculteurs (480 000 exploitations agricoles environ) ne peuvent plus revendiquer l'exclusivité du discours sur la campagne et la ruralité. La route est difficile, mais Jean Viard a su faire partager son optimisme. L'agro-économiste, membre de l'Académie d'Agriculture de France, Jean-Marie Séronie était le second grand témoin de ce Medfel 2023. Il a évoqué

le sujet de la souveraineté alimentaire « *comment mieux nourrir le monde demain ?* ». La souveraineté alimentaire c'est la « *nécessité d'être capable de produire ce dont le pays a besoin pour l'alimentation de base de sa population* ». Où en est la France dans ce domaine ? Suivant les productions, notre pays est autonome, exportateur, ou dépendant des importations. Cette question de la souveraineté doit par ailleurs se faire dans le cadre d'une double transition agroécologique et alimentaire. Plusieurs autres sujets ont été abordés dans le cadre de ce Medfel : la gestion de l'eau ; les perspectives pour le marché bio ; comment remettre de la valeur dans l'alimentation ? ; ou encore le développement de l'agrovoltatisme. Medfel a accueilli 3 400 visiteurs professionnels (+7 % par rapport à 2022) qui sont venus à la rencontre de 200 exposants français & internationaux. Marque de fabrique de Medfel, les rendez-vous d'affaires. Cette année, près de 1 000 rendez-vous d'affaires ont eu lieu durant les 2 jours de salon, permettant la rencontre entre tous les acteurs de la filière. Une hausse significative de la présence internationale (+8 % vs) confirme le développement business de l'événement.

L'édition 2024 de Medfel est d'ores et déjà annoncée : elle aura lieu les 24 et 25 avril 2024. ■

Olivier MASBOU

AGENDA

1^{er} juin 2023

Assemblée générale électorale de Fedepom


Paris

www.fedepom.fr 

5-7 juin 2023

Congrès Europatat

Gdansk (Pologne)

www.europatatcongress.eu 

14-15 juin 2023

Les Culturelles

Congerville-Thionville (Essonne)

www.lesculturelles.com 

28 juin 2023

« Réunion stratégique filière : rôle et place de la pomme de terre vendue sur le marché du frais » organisée par le CNIPT

Paris

27-28 juin 2023

Réunion des sections EAPR

« Agronomie/Physiologie » et « Post-Récolte »

Villers-Saint-Christophe

EN BREF...

Filière

L'eau au programme de l'AG de Fedepom

L'Assemblée Générale de Fedepom aura lieu le 1er juin à Paris. Le débat de cette AG aura pour thème « L'eau : les évolutions agro climatiques et climatiques de vos territoires de productions ».

Production

Phytosanitaires : la planification officiellement lancée

Le gouvernement a annoncé le 2 mai le lancement du « *chantier de planification écologique sur les produits phytopharma-*

ceutiques ». Cette planification a pour but de réduire, voire retirer les substances actives jugées « *les plus préoccupantes* » et « *renforcer la mobilisation* » autour des alternatives « *chimiques et non chimiques* ». Sept groupes de travail sont installés pour les sept filières qui ont été identifiées : « *grandes cultures* » (céréales, oléoprotéagineux, betterave à sucre, pommes de terre), « *fruits et légumes* », « *plantes à parfum aromatiques et médicinales* », « *vigne* », « *horticulture* », « *semences* », « *cultures ultramarines* », ainsi qu'un groupe sur les « *cultures biologiques* ». « *Ce plan d'action est la première composante du plan Ecophyto 2030, annoncée par la Première ministre, qui devrait être finalisé pour la rentrée 2023* ».

Commerce extérieur

La pomme de terre dans le top 20 des filières exportatrices

En 2022, l'excédent agroalimentaire français a « *atteint son plus haut niveau depuis 2013* » annonce Agreste, le service statistique du ministère de l'Agriculture. Cet excédent a augmenté de 2,1 milliards d'euros pour atteindre 10,3 Md€. Le total des exportations agroalimentaires françaises atteint 83,5 Md€ contre 73,3 Md€ pour les importations. Avec un solde positif de 675 millions d'euros (contre 469 Md€ en 2022, + 44 %), la pomme de terre est classée au 16^{ème} rang des filières agricoles exportatrices.



Cliquez sur les liens pour en savoir plus

LES MARCHÉS PHYSIQUES

Cotations France (RNM)

En €/tonne

Marché français - Stade expédition - Semaine 18

Variétés de consommation courantes

Frites div.var.cons France lavée cat.I 50-75mm filet 2,5kg	780 (↗)
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	440 (=)
Div.var.cons France lavée cat.I 40-75 mm filet 10 kg consommation	546,67 (↗)

Variétés à chair ferme

Peau jaune France lavée cat.I + 35 mm filet 2,5 kg	780 (↗)
Rouge France lavée cat. I + 35 mm filet 2,5 kg	780 (↗)

Marché français Bio-Stade expédition - Semaine 18

Conservation France biologique	1050 (↘)
--------------------------------	----------

Export-Stade expédition - Semaine 18

Agata lavée cat.I +40 mm filet 10 kg consommation	nc.
Agata France lavable cat.I 40-70 mm sac 1 tonne	nc.
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	510 (↗)
Monalisa France lavable cat.I +45 mm sac 1 tonne	nc.
Rouge div.var.cons France lavable +45 mm sac 1 tonne	nc.

Rungis - Semaine 18

Charlotte France cat. I carton 12,5 kg	nc.
Div. var. cons France lavée cat. I 40-70 mm sac 10 kg	650 (↗)
Div. var. cons France non lavée cat. I 40-70 mm sac 10 kg	600 (↗)

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

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

	Mars 2023	Variation en % sur un an
Indice mensuel général	137,5	+ 3 %

Source : INSEE

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

	Mars 2023	Variation en % sur un an
Pommes de terre	242,2	+ 19 %

Source : INSEE

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

	Semaines 15 et 16
Consommation polyvalente	485 (↗)
Chair ferme blanche	470 (↗)
Chair ferme rouge	nc.

Source : Courtiers assermentés français

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

	Mars 2023	Variation en % sur un an
Pommes de terre	134,19	+ 16,5 %

Source : INSEE

Prix de vente consommateurs en GMS - €/kg

Formats compris entre 2 kg et 3 kg (cœur de gamme) - hors BIO	Avril 2022	Avril 2023	Évol. avril 2023 vs avril 2022
Eau / vapeur / rissolées	1,35	1,49	+ 10 %
Four	1,20	1,35	+ 13 %
Frites	1,18	1,42	+ 20 %

Source : Évaluations GIE Interfel/CNIPT (265 points de vente en avril 2022, 225 points de vente en avril 2023)

Cotations marchés étrangers

En €/tonne

Pays-Bas (cotation NAO + VTA) - Semaine 18

Frites 40 mm+	290-305 (=)
NAO Export 40 mm, vrac fritable	225-240 (=)

Belgique (Fiwap/PCA) - Semaine 18

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

Grande-Bretagne (Cours BPC) - Semaine 17

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

Avancée des produits de saison

L'assortiment dans les rayons des magasins laisse de plus en plus de place aux produits de saison nouvellement récoltés, au fur et à mesure de l'avancée des cultures. Cette montée progressive des produits de saison, au niveau national, va permettre d'apporter un nouveau souffle dans le rayon, après un mois d'avril où la demande française a été en recul (-1,2 % des volumes d'achat sur la période mensuelle se terminant au 16 avril 2023, d'après le panel Kantar). D'ailleurs, les offres nouvellement récoltées, issues des bassins nationaux, se multiplient et tendent à se généraliser au niveau national, notamment avec des unités de vente proposées sur des petits formats de conditionnement auprès des consommateurs (500 g, 750 g, 1 kg entre autres).

Plusieurs bassins de production française viennent, d'ailleurs, de démarrer leur pleine période de commercialisation, comme Noirmoutier/Ré ou la région Bretagne. Dans le bassin Perpignan/Roussillon, la production de primeurs sous abri bat son plein et, pour le plein champ, les premières récoltes sont attendues pour fin mai, mais une grande inquiétude plane en raison du manque d'eau et des restrictions (renforcées cette semaine) en matière d'irrigation, qui pourraient impacter les rendements et la qualité des cultures.

Conjoncture UE (semaines 18-19 - source : CNIPT d'après Business France et World Potato Markets)

Allemagne : début mai, la demande de pommes de terre primeurs importées augmente, mais elle varie selon les régions. Au nord et à l'ouest, il reste des pommes de terre de l'ancienne récolte, qui s'y vendent encore bien. Dans le sud et l'est, où les stocks sont réduits, la demande de pommes de terre précoces importées est proportionnellement plus importante. La commercialisation des pommes de terre précoces cultivées en Allemagne a débuté au cours de la deuxième semaine de mai, mais sur des volumes limités à ce stade.

Espagne : un nouveau record de température a été établi pour le printemps en Espagne fin avril, les thermomètres sont montés à 38,7°C à Cordoue, dans le sud du pays. Parallèlement à des températures records, la sécheresse frappe le pays, avec 27 % du territoire espagnol en état d'alerte ou en situation d'urgence en raison de pénuries d'eau. Le ministre espagnol de l'Agriculture, Luis Planas, a demandé au commissaire européen à l'Agriculture, Janusz Wojciechowski, le 25 avril, de soutenir les agriculteurs et éleveurs espagnols dans cette situation de sécheresse « exceptionnelle ». Il a également demandé l'activation de la réserve de crise de la PAC et la possibilité pour les communautés autonomes d'utiliser les fonds non exécutés du Feader (programme de développement rural) afin de soutenir les exploitations agricoles touchées par la sécheresse.

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

