



Pomme de terre

hebdo

LE JOURNAL DE LA POMME DE TERRE - n°1377 - 19 octobre 2023

COMMUNICATION DU CNIPT

« Prepare to be surprised » : Retour du programme européen dédié aux Millennials

Lancée en 2020 pour une durée de 3 ans, la campagne de communication « Prepare to be surprised » est de retour de 2023 à 2025 afin de promouvoir les pommes de terre vendues sur le marché du frais auprès des 18 - 34 ans. L'objectif est d'intégrer les pommes de terre dans les habitudes alimentaires quotidiennes des jeunes européens. Cofinancée à 80 % par l'Europe, elle est le fruit de la collaboration du CNIPT, du VLAM, de Bord BIA et d'Europatat*.



Communication 2021 pour son originalité et ses performances.

La campagne, qui a pour volonté d'inspirer les jeunes pour la cuisine du quotidien, véhicule efficacement les messages de diversité de recettes (93 %), facilité de préparation (85 %), praticité (85 %) avec notamment des vidéos récurrentes sur le format micro-ondable.

Elle a également d'excellentes notes d'incitations : plus on est exposé à la campagne

et plus elle impacte positivement l'intégration des pommes de terre dans les habitudes de consommation quotidienne (de 73 % à 79 % selon le degré d'exposition), l'envie d'en consommer plus souvent (71 % à 84 %) et l'intention d'en cuisiner pour un prochain repas (69 % à 77 %). Au vu de ces résultats, il est tout à fait pertinent de poursuivre les efforts à travers un dispositif optimisé à partir de 2023.

L'Europe signe à nouveau pour 2023-25

Le dispositif 100 % digital se réactive à partir de mi-avril 2023, sur [Instagram](#) 🍷, [YouTube](#) 🍷 et le site internet dédié [preparetobesurprised.eu](#) 🍷. Il capitalise sur les contenus existants et se renouvelle avec 20 nouvelles recettes par an et 3 temps forts sur l'année.

(Suite page 2)

À DÉCOUVRIR

Communication du CNIPT

1-2

Retour de la campagne européenne ciblant les Millennials

Information

3

Et pour quelques patates de plus

Marchés

4

Quelques nouvelles de nos voisins européens

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)

La dimension humaine est renforcée pour créer l'adhésion de la cible, par la création de vidéos communes à tous les partenaires du programme et aussi par la présence d'influenceurs particulièrement appréciés du cœur de cible et qui peuvent inciter les jeunes à consommer davantage de pommes de terre fraîches et donc à avoir un impact sur leurs habitudes de consommation.

La campagne française s'axe en 2023 sur la thématique du voyage et de la découverte culinaire afin de surprendre avec des saveurs exotiques, tout en veillant à proposer des recettes faciles à faire à la maison, en peu de temps, avec des ingrédients accessibles et de saison. Dans ce contexte, une première activation digitale est lancée en mai-juin 2023, animée par l'influenceur [@Whoogy's](#). Il anime une communauté de plus de 600 000 fans sur Instagram et crée des vidéos culinaires aussi gourmandes qu'impactantes. Il réalise 2 recettes à base de pommes de terre primeurs : une salade de pommes de terre primeurs pour un voyage culinaire au cœur des régions de production françaises et un gamja jorim de pommes de terre d'inspiration coréenne. Avec la création de recettes de pommes de terre nouvelles et des publications pédagogiques sur les spécificités de ce produit de saison, le temps fort a généré 21 millions de contacts sur Instagram, plus de 110 000 vues sur YouTube et près de 4 000 visites vers le site internet du programme. Les publications de Whoogy's ont également dépassé le million de contacts parmi ses fans, une belle performance.

Le dispositif se poursuit en septembre 2023 avec la création d'une vidéo commune à la France, les Flandres et l'Irlande. Elle met en avant la versatilité de la pomme de terre et sa capacité à rassembler autour de recettes simples et gourmandes au quotidien. Sponsorisée en digital à l'occasion des récoltes, la vidéo permet d'atteindre une audience de

560 000 contacts et 300 000 vues à 100 % sur YouTube. Elle est également adaptée en différentes versions de langues par Europatat (italien, espagnol, allemand, polonais...) pour étendre les performances de l'action à une cible européenne plus large.

Enfin, une nouvelle activation digitale « *Potato explorer* » démarre le 19 octobre 2023 sur le compte Instagram [@lespommesdeterre.eu](#). Pour l'occasion Whoogy's enfile à nouveau son tablier et part à la rencontre de 2 autres influenceurs populaires auprès des jeunes : [@Marcwiner](#) et [@Cuisinonsencouleurs](#) (respectivement 60 000 et 155 000 fans sur Instagram). En duo, ils cuisinent 2 recettes originales issues de la cuisine du monde : des pommes de terre à la chermoula aux accents marocains et des pommes de terre rissolées façon tantanmen inspirées du Japon. Suite à la publication des vidéos culinaires et pour donner envie aux 18-34 ans de cuisiner des pommes de terre fraîches à la maison, la liste de course nécessaire pour réaliser les recettes sera diffusée. Courte, précise et donnant des indications pour bien choisir ses pommes de terre, la liste est à la fois un rappel de la vidéo et une incitation à reproduire les recettes chez soi. Pour compléter le dispositif, des publications ludiques et pédagogiques autour de la cuisine des pommes de terre à travers le monde seront diffusées jusqu'à mi-novembre.

Les contenus « *Potato explorer* » sont sponsorisés à hauteur de 60 000 € et devraient permettre d'atteindre plus de 30 millions de contacts de la cible sur Instagram et 4 millions sur YouTube à l'automne 2023.

Abonnez-vous au compte Instagram [@lespommesdeterre.eu](#) pour de nouvelles surprises ! ■

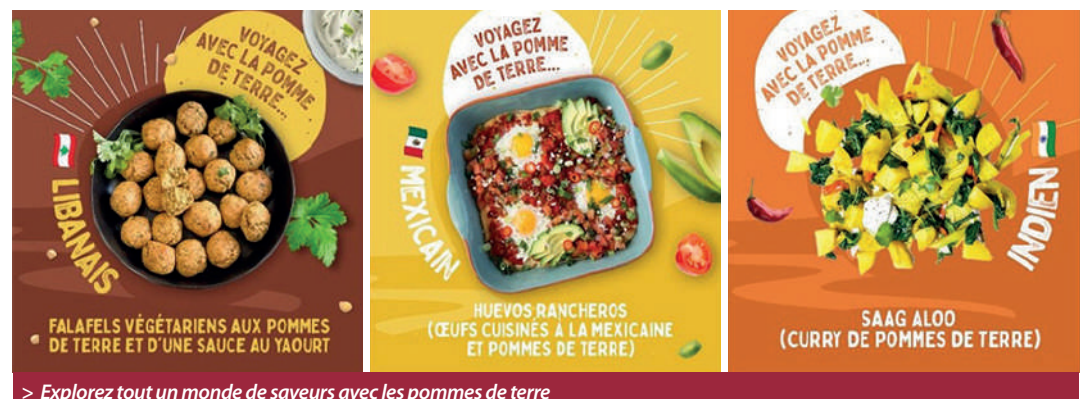
Laure Payrastré - CNIPT

* VLAM (office flamand d'agro-marketing), Bord BIA (agence de l'État irlandais pour la promotion de produits alimentaires), Europatat (association européenne du commerce de la pomme de terre).

** post-test OpinionWay réalisé en novembre 2020, 2021 et 2022.



> Les influenceurs [@Whoogy's](#), [@Marc.Winer](#) et [@Cuisinonsencouleurs](#) subliment les pommes de terre



> Explorez tout un monde de saveurs avec les pommes de terre

INFORMATION

Et pour quelques patates de plus

Le 12 octobre dernier, l'émission « Envoyé spécial » sur France 2 a présenté un reportage sur le glanage des pommes de terre.

Aux confins de la France, du côté de Dunkerque, un agriculteur offre son champ au glanage pour ramasser ce qui reste après le passage des récolteuses. Le producteur explique qu'il mène ainsi une opération gagnant-gagnant où les glaneurs nettoient son champ tout en se faisant plaisir.

Malheureusement, et le reportage l'indique bien, il y a aussi des incidents de vol lorsque les glaneurs se permettent des arrachages dans des champs non encore récoltés.

Selon le commentaire, sur un champ d'un hectare la machine du producteur engloutit 50 tonnes de pommes de terre et en laisse plus de 1 000 kg qui restent pour les glaneurs. Dans le schéma gagnant-gagnant, les glaneurs de leur côté, racontent aux journalistes avides d'histoires et de sensationnel qu'ils viennent aux champs, entre amis, en famille, par tradition, par goût de la chasse au trésor, ils cherchent, dans le lot de petites et difformes, la « pépite » : une pomme de terre parfaite en calibre et en forme !

Jusque-là, tout va bien, tout le monde il est beau, tout le monde il est gentil. Mais, en réponse à une question, le producteur annonce un prix, en libre, de 100 € la tonne et se plaint

que les commerçants gagnent leur vie sur le dos des producteurs, puisque les pommes de terre sont revendues 1 € le kilo au consommateur. Le journaliste enchaîne sur le thème : achats à prix bas vs revente à prix élevés, au risque d'une destruction de la confiance au sein de la filière et auprès des consommateurs. Ce producteur oublie seulement d'indiquer que quelques semaines en arrière, les pommes de terre valaient le triple, voire le quadruple à la tonne.

La consommatrice invite ensuite les journalistes à déguster les pommes de terre qu'elle vient de glaner. À cette occasion elle explique, que, cette année, avec l'augmentation des prix, elle ne peut pas toujours se payer ce qu'elle veut, le glanage lui permet de mettre des pommes de terre dans son assiette. Elle complète en regrettant le blocage des salaires et la contraction du niveau de vie de sa famille. Il y a encore du travail pour faire comprendre que, malgré des variations importantes dans les cours du tubercule vendu en brut pour le frais ou l'industrie, les pommes de terre restent parmi les « légumes » les plus accessibles pour les consommateurs.

La pomme de terre c'est la base ! ■

Florence ROSSILLION

<https://www.france.tv/france-2/envoye-special/5345829-et-pour-quelques-patates-de-plus.html>

AGENDA

15 et 16 novembre 2023

Formation Arvalis « Stockage et qualité de la pomme de terre »

Boigneville (Essonne)

www.arvalis.fr

Pour tout renseignement et inscription, contact :

Isabelle DECROCK - 0164992316

21 novembre 2023

Réunion protection de la culture organisée par Arvalis

Amiens

23 novembre 2023

Congrès Fedepom

Orléans

www.fedepom.fr

6 décembre 2023

Congrès FN3PT

Paris

www.plantdepommeeterre.org

15 décembre 2023

Assemblée générale du GIPT

Salons Hoche à Paris (75008)

10 janvier 2024

Assemblée générale du CNIPT

Paris

www.cnipt.fr

EN BREF...

Mouvement

François-Xavier Broutin rejoint le CNIPT

François-Xavier Broutin est le nouveau Responsable des Affaires Économiques du CNIPT. Il succède à Ali Karacoban qui a rejoint la FNSEA pour prendre les fonctions de Chef du service Economie. Au cours de sa carrière, François-Xavier Broutin a été notamment Chargé de mission d'études économiques et communication à l'UNPT (de 2010 à 2020), puis responsable de l'approvisionnement France et Belgique chez Aviko (de 2020 à 2023).

Rendez-vous

Forum Végétal le 28 mars

Le prochain Forum Végétal aura lieu le 28 mars 2024 à Paris et aura pour thème

« Demain les modèles gagnants ». Ce sujet sera décliné en trois parties : Dans quelle révolution sociétale sommes-nous ? Comment conjuguer transition écologique et économique ? Comment reconstruire la compétitivité ?

Filière

Congrès de Fedepom à Orléans

Fedepom organise son congrès le 23 novembre prochain à Orléans. Le thème principal de ce congrès « Pourquoi le prix n'est ni le problème, ni la solution » sera introduit par une présentation préparée par le Cabinet Pricing One. Ce débat sera suivi par une intervention de Malakoff Humanis sur « Partage de la valeur et les nouvelles obligations en matière d'épargne ». Le congrès sera suivi le 24 novembre, toujours à Orléans, par le colloque FC2A qui aura pour thème

« Le commerce agricole et agroalimentaire renforce l'attractivité de ses métiers ».

À noter

Rendez-vous proximité pommes de terre d'Arvalis le 21 novembre

Arvalis propose une matinée « protection de la culture en pomme de terre » le 21 novembre à Amiens. Au programme : désherber en s'adaptant aux conditions de l'année et bilan de 2 années d'expérimentation sur les alternatives ; réduire l'IFT en combinant les acides gras à une spécialité du marché ou au broyage ; évaluation du risque et lutte contre les ravageurs en pommes de terre – taupins, pucerons & cicadelles ; combiner les leviers pour une protection durable du mildiou de la pomme de terre ; conservation (évolutions réglementaires et optimisation des solutions antigerminatives).

LES MARCHÉS PHYSIQUES

Cotations France (RNM)

En €/tonne

Marché français - Stade expédition - Semaine 41

Variétés de consommation courantes

Frites div.var.cons France lavée cat.I 50-75mm filet 2,5 kg	830
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	nc.
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	1080
Rouge France lavée cat. I + 35 mm filet 2,5 kg	1100

Marché français Bio-Stade expédition - Semaine 41

Conservation France biologique	1330 (↘)
--------------------------------	----------

Export-Stade expédition - Semaine 41

Agata lavée cat.I +40 mm filet 10 kg consommation	nc.
Agata France lavable cat.I 40-70 mm sac 1 tonne	340
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	nc.
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 41

Charlotte France cat. I carton 12,5 kg	1500
Div. var. cons France lavée cat. I 40-70 mm sac 10 kg	800 (↘)
Div. var. cons France non lavée cat. I 40-70 mm sac 10 kg	900 (↘)

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

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

	Juillet 2023	Variation en % sur un an
Indice mensuel général	130,9	- 7 %

Source : INSEE

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

	Août 2023	Variation en % sur un an
Pommes de terre	285,5	+ 32 %

Source : INSEE

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

	Semaines 39 et 40
Consommation polyvalente	308
Chair ferme blanche	513
Chair ferme rouge	nc

Source : Courtiers assermentés français

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

	Septembre 2023	Variation en % sur un an
Pommes de terre	157,81	+ 22 %

Source : INSEE

Prix de vente consommateurs en GMS - €/kg

Formats compris entre 2 kg et 3 kg (cœur de gamme) - hors BIO	Juin 2022	Juin 2023	Évol. juin 2023 vs juin 2022
Eau / vapeur / rissolées	1,36	1,65	+ 21 %
Four	1,30	1,73	+ 33 %
Frites	1,39	1,83	+ 32 %

Source : Évaluations GIE Interfel/CNIPT (240 points de vente en juin 2022, 261 points de vente en juin 2023)

Cotations marchés étrangers

En €/tonne

Pays-Bas (cotation NEPG)

	Semaine 39	Semaine 40
Innovator	125	130
Fontane	110	105

Belgique (Fiwap/PCA) - Semaine 40

Hâtives	100
---------	-----

Grande-Bretagne (Cours BPC) - Semaine 40

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

Quelques nouvelles de nos voisins européens (d'après Business France)

Allemagne :

La récolte est quasi terminée, une première évaluation de la production totale fait état d'une légère augmentation des volumes disponibles (1 à 2 %, tendance à confirmer). Les conditions de stockage devraient s'améliorer avec l'arrivée de conditions météorologiques plus fraîches mais, jusqu'ici, certains lots avaient dû être déstockés de manière anticipée, pour cause de pourriture. Côté commerce, la demande n'est pas assez présente, malgré certaines « actions spéciales » mises en place par les supermarchés. Les acteurs de la filière s'attendent à des prix relativement stables d'ici la fin définitive de la récolte, prévue pour début novembre. Il faudra attendre les fêtes de fin d'année pour envisager une demande plus soutenue en pommes de terre « premium ».

Espagne :

En Castille et León, on note une augmentation significative de la production par rapport à l'année dernière, liée à la hausse sensible des rendements (passant de 34 à 50 t/ha). Les prix satisfont, à ce stade, la filière sur le marché de gros, en particulier pour les lots de bonne qualité et de calibre soutenu.

Italie :

L'amont agricole signale des baisses de production liées à la diminution des surfaces dédiées à la culture de la pomme de terre (De 10 à 25 % selon les bassins de production) et aussi à des rendements impactés par les conditions pendant le cycle végétatif (Ex. fortes pluies, ...). Les prix au stade production oscillent entre 400 et 500 €/t. Les récoltes vont se poursuivre jusqu'à novembre en Calabre, alors que les autres régions ont terminé ou sont en train de terminer les arrachages. Côté commerce, les lots de bonne qualité semblent plutôt limités, et sont plutôt bien valorisés. De l'import (très majoritairement de France, à hauteur de 80 %, complété par l'Allemagne et les Pays-Bas, mais sur des bases de prix plus élevées pour ce dernier) est signalé depuis fin août sur les marchés de gros.

Editeur CNIPT

43-45 rue de Naples

75008 Paris

Tél: 01 44 69 42 10

Directrice de publication

Rédactrice en chef :

Florence Rossillion

Conception graphique :

Aymeric Ferry

Dépôt légal : à parution

ISSN n° 0991-3351

