



# Pomme de terre

# hebdo

LE JOURNAL DE LA POMME DE TERRE - n°1384 - 14 décembre 2023

## NOUVELLE CAMPAGNE DE COMMUNICATION DU CNIPT

# En 2024 plus que jamais, la pomme de terre, c'est la base

Après 4 ans de campagne de communication, « Il y a de la pomme de terre dans l'air ! », mettant en lumière la pomme de terre comme reine du partage et de la convivialité en TV et digital, et une année de transition « La pomme de terre, elle a tout pour plaire » en radio et digital. Le CNIPT renouvelle sa communication en phase avec les nouveaux enjeux de la filière et les changements de comportement des consommateurs post-Covid.



de terre fraîches sur le marché français, en ciblant en priorité les familles. Pour cela, elle vise à stimuler la présence à l'esprit, à créer un déclic d'envie et d'achat, afin d'ancrer les pommes de terre fraîches dans les habitudes alimentaires des Français.

À l'instar de ce que les pâtes ont réussi, la pomme de terre ambitionne de passer de simple accompagnement à produit principal de l'assiette, en tenant compte et en tirant parti de deux attentes majeures des consommateurs aujourd'hui.

Les Français souhaitent de la modernité dans les recettes, pour cela la pomme de terre doit sortir de son

image traditionnelle au profit d'une cuisine plus actuelle et tendance. Les consommateurs sont également soucieux de leur équilibre alimentaire, à ce titre, la pomme de terre doit contrebalancer les a priori nutritionnels négatifs associés à son statut de féculent et faire valoir ses nombreux atouts nutritionnels. Après plusieurs étapes de sélection, c'est l'agence de communication JOSIANE qui a remporté la compétition. Son parti-pris est simple et ambitieux afin de créer un véritable « réflexe pomme de terre ».

Dans un contexte de baisse de la consommation de pommes de terre fraîches, le nouveau concept utilise l'humour afin de replacer la pomme de terre au centre des repas quotidiens des Français, autour du slogan à la fois populaire et accrocheur : **La pomme de terre, c'est la base.**

### Une campagne audacieuse et innovante pour rendre la pomme de terre incontournable

L'objectif global de la nouvelle campagne de communication du CNIPT est de booster la fréquence de consommation des pommes

## À DÉCOUVRIR

### Nouvelle campagne de communication du CNIPT

1-2

En 2024 plus que jamais, la pomme de terre, c'est la base

### Plants de pommes de terre

3

La FN3PT alerte sur un risque de pénurie en 2024

### Marchés

4

Des nouvelles de nos voisins

Pomme de terre hebdo est 100 % numérique.

Pour le recevoir par mail, veuillez vous inscrire sur [cnipt.fr](http://cnipt.fr) dans l'onglet « Newsletter ».

(Suite page 2)

**(Suite page 2)****3 spots publicitaires audacieux pour booster la consommation**

« Qu'est-ce qu'on mange ce soir ? » C'est la question fatidique qu'on se pose tous quand l'heure est venue de préparer le repas. « Des pommes de terre » est la réponse évidente. Adaptées pour des recettes variées et équilibrées, saines, tendances, accessibles : La pomme de terre, c'est la base !

L'évidence est sous nos yeux, présente dans tous les points de vente et toute l'année, et pourtant les consommateurs n'y pensent pas toujours quand l'heure est venue de cuisiner. C'est pour cela que les pommes de terre prennent la parole avec humour, gourmandise et bonne humeur à travers 3 nouveaux spots publicitaires pour débarquer dans la cuisine des Français.

Ils mettent en scène des situations du quotidien : une famille avec un enfant en balade, des sportifs en train de courir et un jeune couple à tandem. La mise en scène d'une situation absurde et humoristique mène à comprendre que la pomme de terre est LA réponse pour une alimentation équilibrée au quotidien avec un univers infini de recettes. Chaque saynète de la vie quotidienne se termine par une succession de recettes appétissantes où la pomme de terre tient sa place centrale, et se termine sur le slogan de la campagne, élément fort de mémorisation.

Les spots seront bientôt disponibles sur le compte [YouTube](#) 🍷 des pommes de terre.

**Un plan média ambitieux pour soutenir le temps fort hivernal**

Les spots « famille » et « sportifs », adaptés aux pommes de terre de conservation seront diffusés en TV sur les chaînes du groupe M6 du 8 janvier au 4 février 2024 pour toucher une audience 46 millions de contacts estimés parmi les 25-49 ans. En complément, pour optimiser la couverture et assurer la visibilité des spots par la totalité de la cible (notamment les plus jeunes). Une diffusion en TV replay (régie TF1 et M6) et sur YouTube est prévue du 22 janvier au 29 février 2024 et atteindront 4,8 millions de vidéos vues à 100 %.



Le dispositif hivernal sera évalué par un post test publicitaire dont le terrain est prévu début février. Il permettra de mesurer la mémorisation des spots et des messages de la campagne, l'agrément et l'incitation à l'achat.

Ces éléments d'évaluation permettront en outre d'optimiser le plan de communication primeur prévu de mi-mai à mi-juin 2024, avec la diffusion du spot dédié à ce produit de saison.

**Un nouveau territoire graphique en digital**

En digital, l'ambition est d'illustrer que la pomme de terre, c'est la base d'une alimentation équilibrée au quotidien, la base de recettes tendances, la base de nos assiettes. Pour cela un territoire graphique identitaire est exploité pour animer le site internet [lespommesdeterre.com](#) 🍷 le compte Facebook [@lespommesdeterre](#) 🍷. Sur ce dernier, les posts sponsorisés permettront de toucher 10,5 millions de contacts. Abonnez-vous pour suivre le temps fort spécial JO en février 2024. ■

Laure PAYRASTRE - CNIPT



> Spot publicitaires des pommes de terre « la famille »



> Spot publicitaire des pommes de terre « les sportifs »



Le CNIPT sera présent au Salon International de l'Agriculture du 24 février au 3 mars 2024.

**Pavillon 2.2 - Stand D 017**

**Pour participer à l'animation du stand, merci de contacter [communication@cnipt.com](mailto:communication@cnipt.com)** 🍷



## PLANTS DE POMMES DE TERRE

## La FN3PT alerte sur un risque de pénurie en 2024

La Fédération des producteurs de plants de pommes de terre (FN3PT) tenait son congrès le 6 décembre à Paris. La Fédération, qui fêtait ses 90 ans à cette occasion, avait invité des producteurs européens d'Allemagne, de Belgique et d'Écosse. Il s'agissait de faire le point sur la situation paradoxale que connaît la production européenne de plants de pommes de terre. En effet, le nombre de producteurs et les surfaces en production reculent dans quasiment tous les pays alors que la demande en pommes de terre, notamment pour l'industrie, est chaque année de plus en plus importante. La situation est la même partout. Pour la campagne en cours (2023-2024), la production des 6 principaux pays européens producteurs de plants est en recul de 6,46 %. 93 846 ha sont mis en production, dont 38 776 ha aux Pays-Bas (-5,87 %), 21 078 ha en France (-10,44 %) ; 16 860 ha en Allemagne (-7,6 %) ; 9897 ha en Écosse (-3,83 %) et 1847 ha en Belgique (-6,26 %). Seul le Danemark connaît une légère progression des surfaces avec 5392 ha plantés (+5,75 %). Cette production européenne de plants est en recul constant depuis la campagne 2020-2021 où 103 385 ha avaient été plantés. Comme dans beaucoup de grandes cultures, les producteurs doivent faire face à des problèmes sanitaires, et disposent de moins en moins de solutions

pour traiter les parcelles. Par ailleurs, le plant de pomme de terre est moins bien payé au producteur que la pomme de terre. Dès lors, les agriculteurs se détournent de la production de plants pour la pomme de terre de conservation plus rémunératrice. Pourtant, « nous aurons toujours besoin de plants » a souligné Eric Fallou, président de la FN3PT. « C'est bien une question de rentabilité de la production qui est en jeu, rentabilité qui n'est plus au rendez-vous pour nous, producteurs, ajoute Eric Fallou. Les prix payés aux producteurs de plants ne nous permettent pas de vivre décemment de notre production et de faire face à la hausse des coûts de production, aux risques encourus, aux contraintes réglementaires, aux aléas climatiques, etc ».

« La filière frais française est très attentive à ce qui se passe en semence, a indiqué Francisco Moya, président du CNIPT. Nous avons besoin d'une filière semences très forte. Nous avons besoin de plants de qualité, ce que nous avons toujours eu jusqu'à présent ». L'année 2024 « s'annonce avec des pénuries de plants pour les utilisateurs et cette situation risque de durer 4 à 5 ans, car il y a aussi la problématique des souches à renouveler a conclu Eric Fallou. C'est donc la souveraineté du plant, mais aussi, par ricochet, celle des filières aval (pommes de terre pour le frais et l'industrie) qui est remise en question ». ■

Olivier MASBOU

## AGENDA

15 décembre 2023

**Assemblée générale du GIPT**

Salons Hoche à Paris (75008)

10 janvier 2024

**Assemblée générale du CNIPT**

Paris

[www.cnipt.fr](http://www.cnipt.fr)

16 janvier 2024

**Congrès de l'UNPT**

Dunkerque

[www.unpt.fr](http://www.unpt.fr)

31 janvier 2024

**Journée nationale de l'innovation pomme de terre**

Amiens

Contact : j.gallet@arvalis.fr

24 février - 3 mars 2024

**Salon International de l'Agriculture**

Paris

[www.salon-agriculture.com](http://www.salon-agriculture.com)

## EN BREF...

## Communication

**Brut. : le rôle des pommes de terre dans la souveraineté alimentaire**

Dans le cadre de la campagne « Potatoes Forever ! » cofinancée par l'Union européenne, une collaboration avec le webmédia Brut. est signée (8M d'abonnés Facebook et 3M sur Instagram).



Un tournage s'est déroulé mi-novembre chez La Maison Canler pour expliquer comment les centres de conditionnement contribuent à offrir des pommes de terre de qualité et en quantité aux consommateurs.

Alliant qualité, pratiques durables des professionnels, atouts nutritionnels, et accessibilité, la pomme de terre est résolument un aliment essentiel pour la souveraineté alimentaire de la France et de l'Europe. Découvrez le reportage : <https://fb.watch/oEs0iJkF2g/>

## ONU

**Le 30 mai sera la Journée internationale de la pomme de terre**

L'ONU vient de décider que chaque année, le 30 mai, sera la Journée internationale de la pomme de terre. Le principe de cette célébration annuelle avait été défendu par le Pérou. Le but de cette

journée est de « souligner le rôle important de la pomme de terre dans la lutte contre les problèmes mondiaux prédominants, tels que l'insécurité alimentaire, la pauvreté et les menaces environnementales » a indiqué la FAO.

## Rendez-vous

**Europat Congress 2024 aura lieu à Bruxelles**

La prochaine édition d'Europat Congress, le rendez-vous annuel du commerce européen de la pomme de terre, aura lieu les 23 et 24 mai 2024 à Bruxelles et aura pour thème : « Commerce européen de pommes de terre en 2030 : un secteur en transition ».



: Cliquez sur les liens pour en savoir plus

LES MARCHÉS PHYSIQUES

Cotations France (RNM)

En €/tonne

Marché français - Stade expédition - Semaine 49

Variétés de consommation courantes

Frites div.var.cons France lavée cat.I 50-75mm filet 2,5 kg	716,67 (↗)
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	nc.
Div.var.cons France lavée cat.I 40-75 mm filet 10 kg consommation	500 (↗)

Variétés à chair ferme

Peau jaune France lavée cat.I + 35 mm filet 2,5 kg	900 (=)
Rouge France lavée cat.I + 35 mm filet 2,5 kg	920 (=)

Marché français Bio-Stade expédition - Semaine 49

Conservation France biologique	1150 (↘)
--------------------------------	----------

Export-Stade expédition - Semaine 49

Agata lavée cat.I +40 mm filet 10 kg consommation	460 (=)
Agata France lavable cat.I 40-70 mm sac 1 tonne	400 (↗)
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	380 (↗)
Monalisa France lavable cat.I +45 mm sac 1 tonne	nc.
Rouge div.var.cons France lavable +45 mm sac 1 tonne	330 (=)

Rungis - Semaine 49

Charlotte France cat. I carton 12,5 kg	1 500 (=)
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

	Septembre	
	2023	Variation en % sur un an
Indice mensuel général	132,4	- 5,1 %

Source : INSEE

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

	Septembre	
	2023	Variation en % sur un an
Pommes de terre	231,6	+ 1 %

Source : INSEE

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

	Semaines 47 et 48
Consommation polyvalente	364
Chair ferme blanche	548
Chair ferme rouge	565

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	Octobre 2022	Octobre 2023	Évol. oct. 2023 vs oct. 2022
Eau / vapeur / rissolées	1,44	1,81	+ 26 %
Four	1,39	1,46	+ 5 %
Frites	1,46	1,66	+ 14 %

Source : Évaluations GIE Interfel/CNIPT (150 points de vente en octobre 2022, 161 points de vente en octobre 2023)

Cotations marchés étrangers

En €/tonne

Pays-Bas (PotatoNI)

	Semaine 49	Semaine 50
Frites 35mm+	175-240	200-225
Innovator	200-240	225
Fontane	175-200 (sortie champs)	200 (sortie champs)
	200-240 (sortie bâtiment)	200-300 (sortie bâtiment)
Export	230-260	230-280

Belgique (Fiwap/PCA)

	Semaine 49	Semaine 50
Fontane / Challenger	200	200
Bintje	200-230	200-230

Des nouvelles de nos voisins

(Source : CNIPT / Business France)

**En Allemagne**, des qualités plutôt mitigées sont signalées en de nombreux endroits, avec également des calibres plus soutenus et des écarts de tri en tendance plus élevés. La demande de pommes de terre de consommation reste présente, mais varie selon les régions. La demande de pommes de terre « premium », dont la disponibilité est nettement plus limitée, est en hausse et les prix à la production sont stables à légèrement haussiers, et de toutes façons fermes.

**En Italie**, la récolte 2023 est terminée, alors que les plantations de pommes de terre précoces ont commencé en Sicile. Les pommes de terre italiennes ne sont pas beaucoup présentes sur les étalages. Côté importations, les pommes de terre d'origine française sont majoritairement présentes au stade de gros, avec quelques problèmes de qualité parfois relevés. La demande est plutôt stable.

**En Espagne**, la récolte est pratiquement terminée en Castille et Leon. D'une manière générale, l'achat de pommes de terre pour commercialisation directe ou mise en stockage est en cours. Sur les deux principaux marchés de gros de Madrid et Barcelone, la majorité des pommes de terre Monalisa sont d'origine française, à hauteur de 55 %.

**Au Portugal**, la pomme de terre estivale, plantée en juillet-août, commence à être disponible dans certaines régions. De manière plus structurelle, de nombreux producteurs se dirigent de plus en plus vers la pomme de terre d'industrie. La pomme de terre française est présente sur les marchés de gros et en GMS, aux côtés de la pomme de terre espagnole. La consommation en GMS se porte bien et une hausse de la demande est prévue pour Noël.

**En Hongrie**, en 2023, la surface emblavée en pommes de terre a baissé de 13 %, alors que le rendement a augmenté de 23 % par rapport à l'année précédente. Dès janvier 2024, les acteurs locaux prévoient l'importation de pommes de terre étrangères car le stock national n'est pas suffisant.

Éditeur 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

