



Pomme de terre

hebdo

LE JOURNAL DE LA POMME DE TERRE - n°1449 - 16 octobre 2025

L'ensemble des informations économiques et statistiques sur la production, la consommation sur le marché du frais français, l'export et toutes les autres informations économiques (tableaux de bord mensuels, cotations hebdomadaires, etc.) peuvent être retrouvées sur cnipt.fr 🍷

COMMUNICATION DU CNIPT

Trois campagnes complémentaires pour faire rayonner la pomme de terre

Afin de soutenir la consommation de pommes de terre fraîches, le CNIPT déploie simultanément trois plans de communication complémentaires. Ces campagnes valorisent le produit en France et à l'international tout en mettant en avant les pratiques durables de la filière. Ces actions permettent de booster la consommation tout en apportant une image dynamique et moderne du secteur.

« La pomme de terre, c'est la base ! »



Lancée en 2024, la campagne nationale « La pomme de terre, c'est la base. » s'adresse à deux cibles clés : les familles avec enfants et les jeunes de 18 à 34 ans. Elle s'articule autour de deux leviers de communication majeurs : la radio et le digital. Sur les ondes, deux vagues de diffusion rythment l'automne : du 18 septembre au 19 octobre, puis du 6 au 23 novembre. Les spots diffusés sur NRJ et les Indés Radio rappellent que la pomme de terre



> Lancement du compte TikTok @lespommesdeterre.fr lors du Mondial de la frite à Arras

reste un produit cœur de repas, gourmand, pratique et accessible. L'an passé, la campagne avait fait mouche : un Français sur deux s'en souvenait, et 88 % déclaraient vouloir en acheter. Deux nouvelles vagues sont déjà prévues en 2026, en hiver et au printemps, pour accompagner notamment l'arrivée des primeurs. Côté digital, le dispositif s'étoffe dès novembre : lancement du compte TikTok [@lespommesdeterre.fr](https://www.tiktok.com/@lespommesdeterre.fr) 🍷 lors du Championnat du monde de la frite à Arras le 27 septembre, avec un ton jeune, décalé et pédagogique. En janvier 2026, le compte [Instagram](https://www.instagram.com/lespommesdeterre.fr) 🍷 adoptera lui aussi les couleurs de la campagne.

(Suite page 2)

À DÉCOUVRIR

Communication du CNIPT

1-2

Trois campagnes complémentaires pour faire rayonner la pomme de terre

Actualités réglementaires

3

Substances actives : une réglementation européenne de plus en plus contraignante

Fruit Attraction 2025

4

La pomme de terre française à l'assaut du marché espagnol

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)

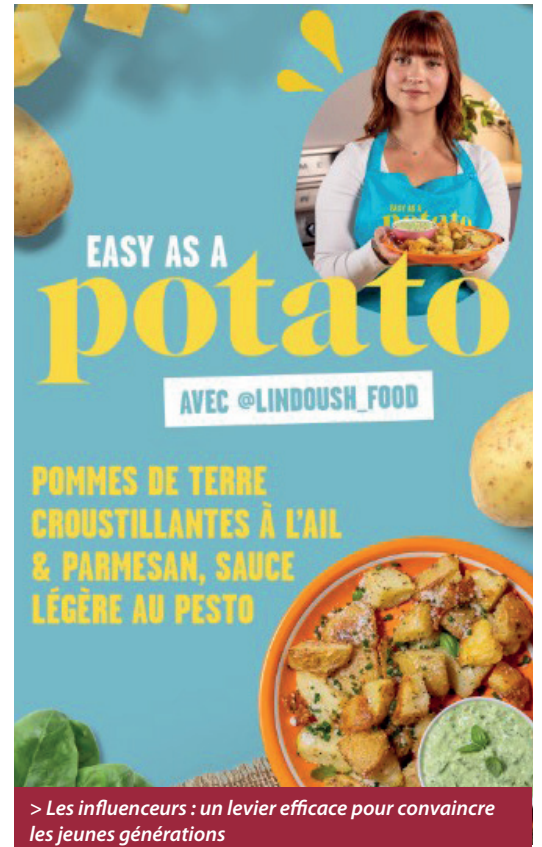
Deux plateformes d'opportunité – [Facebook](#) et [YouTube](#) – diffusent également les contenus de la campagne, afin de capitaliser sur l'existant et renforcer la couverture auprès des cibles. Une évaluation barométrique mesurera l'efficacité du dispositif : mémorisation de la campagne, perception de la pomme de terre comme plat principal (et non en simple accompagnement) et intention d'achat.

« Potatoes Forever ! » : la durabilité à l'honneur

Deuxième pilier de la stratégie : le programme « Potatoes Forever ! », cofinancé à 80 % par l'Union européenne, est mis en œuvre en France et en Italie par le CNIPT et l'UNAPA. Objectif : sensibiliser les 35-49 ans aux pratiques durables de la filière pour rassurer sur la qualité des pommes de terre consommées, leur impact sur l'environnement et la santé. Pour cette dernière année de programme, plusieurs actions phares jalonnent 2025 : publication d'un article dans [Le Parisien](#) 🍷, conférence de presse nationale, partenariat média avec Le Monde autour de la décarbonation. Quatre vidéos témoignages viennent incarner les engagements de la filière : Jérôme Eudier, producteur en Seine-Maritime, sur la protection raisonnée des cultures ; Clément Mabire, du Comité Nord, sur la création variétale ; et la diététicienne Nathalie Majcher (@drbonnebouffe 🍷) sur les bienfaits nutritionnels de la pomme de terre. En décembre, une vidéo tournée à Arras mettra en scène un duo producteur-Chef pour illustrer l'alliance entre durabilité et plaisir culinaire.

**« Prepare to be surprised » : séduire les jeunes Européens**

Enfin, la campagne européenne « [Prepare to be surprised](#) » 🍷, menée avec le VLAM, Bord BIA et Europatat, cible les 18-34 ans pour ancrer la pomme de terre dans leurs habitudes alimentaires. Chaque année, 30 nouvelles recettes et trois collaborations avec des influenceurs rythment le programme.



Pour clôturer en beauté ce programme qui prend fin en décembre 2025, l'opération « Easy as a potato » mise sur la simplicité. L'influenceuse [Lindoush food](#) 🍷 (281 000 abonnés sur Instagram) signe trois recettes de saison pensées pour lever les freins à la consommation identifiés par sa communauté : temps de préparation, corvée d'épluchage, ou peur des calories. Ses contenus, diffusés en octobre-novembre sur [@lespommesdeterre.eu](#) 🍷, mêlent astuces anti-gaspillage et conseils pour bien choisir ses pommes de terre.

Une stratégie globale et complémentaire

Ces trois campagnes, dont deux cofinancées par l'Europe, traduisent une même ambition : faire redécouvrir la pomme de terre sous toutes ses facettes, du champ à l'assiette. À la clé : une image modernisée, une visibilité accrue et une consommation stimulée, en France comme à l'étranger.

Alors que les programmes européens s'achèveront fin 2025, le CNIPT prépare déjà la suite : renforcer dès 2026 la campagne nationale « La pomme de terre, c'est la base ! » et poursuivre la dynamique collective pour faire rayonner la pomme de terre française toute l'année, en restant à l'écoute de nouvelles opportunités de communication en France comme en Europe. ■

Laure PAYRASTRE - CNIPT

« Trois campagnes complémentaires, un même objectif : faire rayonner la pomme de terre française, du champ à l'assiette, auprès de tous les publics. »



: Cliquez sur les liens pour en savoir plus

ACTUALITÉS RÉGLEMENTAIRES

Substances actives : une réglementation européenne de plus en plus contraignante

Face à l'évolution du cadre réglementaire européen, producteurs et consommateurs s'inquiètent de la réduction progressive des solutions disponibles pour la protection des cultures, alors même que la demande de garanties sanitaires et environnementales ne cesse de s'intensifier.

Au niveau européen, les substances jugées dangereuses, notamment celles classées CMR1 (cancérogènes, mutagènes ou toxiques pour la reproduction) et perturbateurs endocriniens, font désormais l'objet de retraits systématiques. Chaque État membre est tenu de retirer du marché les produits phytopharmaceutiques contenant ces substances, sur la base d'un règlement de non-approbation qui fixe les délais à respecter pour le retrait des autorisations de mise sur le marché ainsi que les périodes de grâce accordées aux utilisateurs.

En janvier 2025, seulement 28 % des molécules demeurent approuvées au niveau européen pour la culture de la pomme de terre. Cela représente 422 substances actives encore autorisées, dont 46 déjà identifiées comme candidates à la substitution. Le calendrier d'évaluation des substances actives prévoit un pic d'expiration des approbations en 2026, avec 119 molécules concernées, annonçant ainsi de nouvelles restrictions majeures dans les prochaines années.

En France, seulement 62 substances actives sont actuellement autorisées sur pomme de terre. Les évolutions des approba-

tions et autorisations pour 2024 et 2025 confirment la tendance observée à l'échelle européenne. Du côté des herbicides, la métribuzine et le flufénacet ne bénéficieront pas de renouvellement d'autorisation. Du côté des fongicides, le diméthomorphe et le métiram verront leur approbation retirée, tandis que le flutolanil et le fludioxonil figurent parmi les substances dont le renouvellement est compromis, voire déjà refusé.

Dans ce contexte de contraintes réglementaire, la recherche d'alternatives devient une priorité stratégique pour la filière. C'est pourquoi, plusieurs projets ont été déposés et approuvés dans le cadre de la 1^{ère} vague du PARSADA*, avec des projets sur le taupin (TAUPIFAST), la lutte contre les graminées (GRAMICIBLE et GRAMICOMBI) ou encore la lutte contre les bioagresseurs (ASAP). D'autres projets sont déposés dans le cadre de la 2^{ème} vague du PARSADA sur la lutte contre le mildiou et les celles sur les pucerons. Enfin, la filière pomme de terre investit dans la recherche pour trouver des alternatives aux produits phytopharmaceutiques en investiguant systématiquement sur les produits de biocontrôle, l'adaptation des itinéraires techniques ou encore l'utilisation de nouvelles technologies. ■

Hanine IDELBI - CNIPT

*Plan d'action stratégique pour l'anticipation du potentiel retrait européen des substances actives et le développement de techniques alternatives pour la protection des cultures.

EN BREF...

Union européenne

Une réforme de l'OCM favorable aux producteurs de pommes de terre

Le Parlement européen a adopté le 8 octobre une réforme de l'organisation commune des marchés (OCM). Le texte prévoit la possibilité pour les producteurs de pommes de terre d'adhérer à plusieurs organisations de producteur « dès lors que leur production est destinée à des marchés distincts et non concurrents ». Jusqu'à présent, la réglementation européenne impose une règle stricte : un producteur ne peut adhérer qu'à une seule OP par produit (ou par culture). Or, une même culture de pommes de terre « peut répondre à des logiques économiques et agronomiques très différentes selon sa destination : pommes de terre de consommation, frites, chips, flocons ou encore usages non alimentaires » rappelle l'UNPT qui soutient le nouveau règlement. « En intégrant la possibilité de multi-appartenance à plusieurs OP non

concurrentes pour un même produit, dans un cadre juridiquement sécurisé, le Parlement européen reconnaît enfin les spécificités de la pomme de terre - et d'autres cultures concernées - et offre aux producteurs de nouveaux leviers pour renforcer leur structuration collective par débouchés » se félicite l'UNPT.

Le texte adopté par le PE doit maintenant faire l'objet d'une discussion finale en trilogue (PE, Commission et Conseil).

Production

Les AS grandes cultures s'inquiètent des futurs critères de classement des captages d'eau potable

Les associations spécialisées grandes cultures (AGPB, AGPM, CGB, FOP et UNPT) viennent d'adresser un courrier au Premier ministre Sébastien Lecornu. « Les agriculteurs partagent pleinement l'objectif de protection durable de la ressource en eau et ont engagé des transitions mesurables » rappellent les signataires. Mais, à la veille de

la publication d'arrêtés ministériels définissant de nouveaux critères de classement des captages d'eau potable dits « sensibles », les AS s'inquiètent sur les projets d'arrêtés préparés. « Les premières propositions qui ont été mises sur la table par l'État se basent sur des normes de potabilités de l'eau, dites EDCH (eau à destination de la consommation humaine). Or, il n'est pas concevable de reprendre les normes d'eau potable dans les eaux brutes en faisant reporter l'entière responsabilité sur l'activité agricole. C'est pourquoi, il est indispensable de conserver les seuils définis pour les eaux brutes » écrivent-elles. De plus, « ces nouvelles références de classement des zones de captage entraîneraient la mise en œuvre de mesures radicales sur de vastes surfaces agricoles. Les conséquences seraient immédiates : l'interdiction ou la très forte restriction de certains moyens de production, en particulier pour des cultures stratégiques telles que le blé, le maïs, la betterave, la pomme de terre ou le colza, sur plus d'un million d'hectares ».



Cliquez sur les liens pour en savoir plus

AGENDA

18 novembre 2025

Assises de l'Export - CNPAMaison de la Chimie - Paris
www.export-agroagri.fr

26 novembre 2025

ARVALIS : Rendez-vous technique pomme de terre

Amiens (auditorium)

4 décembre 2025

Congrès de la FN3PT

(Parc Astérix, Plailly, Oise)

www.plantdepommedeterre.org

12 décembre 2025

AG du GIPT

(Paris)

www.gipt.net

14 janvier 2026

AG du CNIPT

(Paris)

www.cnipt.fr

28 janvier 2026

Journée de l'innovation - pomme de terre

Amiens

29 janvier 2026

Salon Pro Pom'

Arras (Pas-de-Calais)

www.unpt.fr**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



FRUIT ATTRACTION 2025

La pomme de terre française à l'assaut du marché espagnol

Du 30 septembre au 2 octobre 2025, Madrid a accueilli la 17^e édition de Fruit Attraction. Ce Salon international offre un carrefour unique pour la filière fruits et légumes. Parmi les 2 460 exposants, 136 entreprises françaises étaient présentes sous la bannière « Taste France », dont une part significative dédiée à la commercialisation de pommes de terre.

L'Espagne demeure le premier marché d'exportation des pommes de terre françaises, avec des volumes en constante augmentation. Dans un contexte européen où la production française atteint 197 000 hectares en 2025, la sécurisation des débouchés devient cruciale.

Les exposants ont utilisé le salon pour développer des relations commerciales avec la distribution espagnole et les importateurs, négocier des contrats, et présenter leurs produits sous différents calibres et conditionnements adaptés aux besoins du marché ibérique. Ces échanges illustrent l'importance stratégique du marché espagnol pour la pomme de terre française, qui joue un rôle clé dans l'export européen et bénéficie de la proximité géographique et saisonnière.

Les entreprises françaises ont abordé Fruit Attraction avec un objectif double : sécuriser des débouchés commerciaux immédiats tout en positionnant des offres différenciées. Elles ont mis en avant des variétés adaptées aux



besoins spécifiques du marché espagnol. Ces échanges ont permis de renforcer les partenariats existants et d'en établir de nouveaux, assurant ainsi une continuité dans l'approvisionnement et une diversification des produits proposés.

Comme chaque année, les jardins de la Résidence de l'ambassadeur, qui depuis 7 mois est une Ambassadrice, Madame Kareen Rispal, ont accueilli, à l'initiative d'INTERFEL, un magnifique et convivial cocktail autour des fruits et légumes français.

Fruit Attraction confirme ainsi sa place comme plateforme essentielle pour promouvoir la pomme de terre française, renforcer les partenariats transfrontaliers et anticiper les évolutions d'un marché en tension mais porteur d'opportunités. Entre présence commerciale, valorisation produit et échanges stratégiques, la filière française y affirme sa position de leader européen. ■

Florence ROSSILLION - Directrice du CNIPT

EN BREF...

Formation**ARVALIS propose 3 sessions sur « Stockage et qualité de la pomme de terre »**

ARVALIS organise plusieurs sessions de formation dédiées au « Stockage et qualité de la pomme de terre ». « Les techniques de conservation de longue durée de la pomme de terre sont de plus en plus distinctes selon des débouchés : conservation en vrac ventilée pour les pommes de terre de consommation destinées à l'industrie, conservation réfrigérée en caisses palettes pour les plants et les tubercules de consommation vendus à l'état

frais après lavage. La prise en compte des exigences liées à la segmentation culinaire pour le marché du frais, les alternatives aux inhibiteurs chimiques de germination, la conservation sous éthylène sont autant de nouveautés abordées dans cette formation » explique ARVALIS. Trois rendez-vous sont programmés : les 18 et 19 novembre 2025 à Boigneville (Essonne) ; les 9 et 10 décembre 2025 à Villers-Saint-Christophe (Aisne) ; et les 17 et 18 novembre 2026 à Boigneville (Essonne).

Pour en savoir plus : www.arvalis.fr

À noter : ARVALIS organise également, le 26 novembre à Amiens, une après-midi technique pommes de terre. Rens : j.mercier@arvalis.fr



: Cliquez sur les liens pour en savoir plus