Comité National Interprofessionnel de la Pomme de Terre

Communiqué de presse
Paris, le 05 novembre 2025

Pomme de terre Bio : un produit qui doit trouver toute sa place auprès du consommateur

La campagne 2025-26 s'annonce comme une année charnière pour la pomme de terre biologique. Après plusieurs campagnes contrastées, les acteurs de la filière retrouvent des perspectives plus favorables : les volumes seront au rendez-vous et la qualité aussi. Dans un contexte où la consommation amorce une légère reprise, il est essentiel d'encourager cette dynamique et de redonner à la pomme de terre bio toute la place qu'elle mérite dans le panier des Français.

Contexte de production 2025

Les surfaces emblavées en 2025 pour les volumes contractualisés en circuit long, pour la pomme de terre biologique, sont estimées en hausse modérée (+ 5 %) *, pour la deuxième année consécutive, faisant suite à deux campagnes de baisse marquée (- 4,1 % en 2022-23 et - 17,1 % en 2023-24). Ce phénomène est dû principalement à la progression des surfaces à destination de l'industrie, qui augmentent de + 13 % entre 2024 et 2025, sachant que les pommes de terre bios destinées à l'industrie représentent 20 % du marché bio. **Les surfaces destinées au marché du frais sont relativement stables par rapport à 2024.** (Cette augmentation des surfaces plutôt liée à l'industrie est également observée sur le conventionnel).
D'après le croisement des données de l'enquête AND-CNIPT et de l'Agence Bio, l'évolution des emblavements sous contrat et sur le libre/circuit court suivent des tendances similaires.

Caractéristiques générales de l'offre et contexte de marché

La production origine France est ultra-majoritaire dans l'offre de pomme de terre biologique en France (99 % sur la campagne 2024-25**). Par ailleurs, **25 % des lots sont proposés en vrac**, contre 75 % en format préemballé**. Il est également important de noter que **le non-lavé représente 90 % des lots**, contre 10 % pour le lavé**.
Dans le contexte de production 2025, avec des rendements globalement dans la moyenne (mais hétérogènes selon les régions, les variétés, …), **l'offre sera, en quantité comme en qualité, au rendez-vous pour répondre à la demande.** On devrait se diriger vers un équilibre de marché, sous réserve que la demande soit bien présente tout au long de la campagne.
La transition avec la précédente campagne, a été difficile pour plusieurs raisons : stock de la campagne précédente encore élevé, baisse de la consommation pendant la période estivale et l'arrivée précoce des pommes de terre bios sur le marché. A cela s'ajoute le contexte général de la pomme de terre, à savoir un déséquilibre offre/demande. Pour la bio, on constate ainsi une baisse du prix payé au producteur, sur le marché libre (alors que le marché est fortement contractualisé) depuis quelques semaines, par rapport à l'année dernière.

La demande a été au rendez-vous sur août/septembre…ce qui ne semble pas avoir été le cas sur le mois d'octobre. Tout doit être fait pour que le produit trouve sa place sur le marché.
Cette année, les lots récoltés auraient tendance à germer plus vite, ce qui pourrait entraîner l'application plus précoce de produits pour la conservation.

Conclusion

Alors que la consommation de pommes de terre fraîches, d'une manière générale, poursuit une dynamique plutôt satisfaisante en ce début de campagne 2025-26, en volume (ce n'est pas le cas sur le prix), la demande en pommes de terre biologique est également au rendez-vous, mais elle ne doit pas s'essouffler. La pomme de terre bio doit revenir dans les habitudes d'achat des Français. A peine plus d'un foyer sur 10 a acheté de la pomme de terre bio sur la précédente campagne***. **Il est important que le produit « Pomme de Terre bio » soit correctement mis en avant, et que l'ensemble des acteurs de la filière puissent rendre le produit attractif pour le consommateur (pas uniquement par le prix).**

**Selon le panel AND-International/CNIPT relatif à la pomme de terre bio*
*** Selon les données du GIE CNIPT/INTERFEL*
****Selon les données Kantar-MyWorldpanel*

A propos du CNIPT :
Le Comité National Interprofessionnel de la Pomme de Terre (CNIPT) a pour objectif de valoriser la pomme de terre de consommation sur le marché du frais en France et à l'export. Il est reconnu comme interprofession nationale par les pouvoirs publics depuis 1977. Il agit dans le cadre du règlement de l'Union européenne n°1308/2013 du 17 décembre 2013 et du code rural. Le CNIPT représente tous les opérateurs du secteur de la pomme de terre, de la production au commerce.

Contact :
Sarah TALEB
staleb@cnipt.fr - 06 99 42 79 45