



ÉDITO DU PRÉSIDENT

Le Président Luc Chatelain s'adresse à vous

Une fois n'est pas coutume, je m'adresse, en tant que président de votre interprofession, directement à vous, chers collègues, chers amis producteurs, acteurs de la filière pomme de terre. Nous, producteurs, sommes un maillon essentiel et indispensable de la filière pomme de terre, le socle de la chaîne de valeur. C'est pourquoi, ne nous voilons pas la face, notre responsabilité est majeure, en particulier sur les surfaces emblavées, et donc in fine sur les volumes produits.

Le constat, à ce stade de la campagne, est simple : nos débouchés, qu'ils soient sur le marché intérieur, à l'export ou pour l'industrie, ne sont pas en capacité d'absorber la totalité des pommes de terre produites en 2025.

Deux alternatives s'offrent donc à nous :

- Soit une régulation par le marché ;
- Soit une politique volontariste de maîtrise de nos emblavements.

Certains d'entre vous défendent la régulation par le marché. Vous en connaissez les conséquences : des pertes de 8 000 à 10 000 €/ha pour chaque surface ne trouvant pas de débouché, et une destruction totale de relations contractuelles déjà fortement fragilisées. En tant que responsable, si cette option devait être retenue, je vous inviterais à prendre rapidement contact avec vos interlocuteurs financiers et à réfléchir à de nouvelles lignes de crédit.

Vous l'aurez compris, ce n'est pas cette option qui est à privilégier.



> Luc Chatelain, Président du CNIPT

Seule une offre en adéquation avec la demande, et donc une prise de conscience collective permettra de recréer de la valeur dans notre filière. Or, l'augmentation considérable de nos surfaces (en deux ans seulement), qui ont atteint près de 200 000 hectares en 2025, combinée à un rendement moyen de 43,5 t/ha, nous place déjà dans de grandes difficultés commerciales.

Je vous laisse faire le calcul des volumes nationaux que nous aurions produits cette année si nous avions atteint le rendement moyen de 48 t/ha, comme en 2014. C'est une réalité, qui ne concerne d'ailleurs pas que la France.

(Suite page 2)

À DÉCOUVRIR

Édito du président

1-2

Le Président Luc Chatelain s'adresse à vous

Salon International de l'Agriculture

3

Les pommes de terre au Salon International de l'Agriculture 2026

Informations économiques

4

L'export diminue fortement en valeur, baisse plus mesurée en volume

Marché français : des volumes achetés en hausse sensible et des prix toujours en (forte) baisse

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



(Suite de la page 1)

À ce jour, tout laisse à penser que la campagne 2026-27 pourrait être encore plus dramatique que la campagne actuelle.

Les contrats à destination de l'industrie sont en forte baisse, tant en prix qu'en volumes. Le marché libre aura une place plus importante. En termes de consommation, le marché intérieur est mature, avec peu de perspectives de développement. Le marché export s'est clairement développé ces dernières années, mais reste fragile. Les outils de transformation ne tournent pas à pleine capacité, certains ferment (les moins compétitifs) en Europe, et les projets industriels en développement sont reportés ou revus à la baisse.

Ne nous voilons pas la face.

Il est encore temps d'ajuster et d'arbitrer nos assolements. Je le sais : un hectare de céréales de printemps ou de maïs ne fera pas exploser nos recettes à l'hectare. Mais ce que je sais aussi, et j'en suis convaincu, c'est que chaque hectare de pommes de terre ne trouvant pas sa place sur le marché se traduira par des pertes considérables sur nos comptes d'exploitation, avec des conséquences durables, fragilisant un peu plus encore nos exploitations.

Si nous avons une responsabilité en tant que premier maillon de la chaîne, nous les agriculteurs, je souhaite également m'adresser à l'ensemble des acteurs de la filière directement liés à ces niveaux d'emblavement : semenciers, courtiers, négociants. Vous avez, vous aussi, un rôle essentiel dans la sauvegarde de notre belle filière. Les discours excessivement optimistes du type « *la nature remettra les choses en place* » ou « *fais le contraire de ce qui t'est demandé* » sont irresponsables.

Je m'adresse ici également à nos partenaires financiers et aux centres de gestion, dans le cadre de leur devoir de conseil. Peut-on réellement fonder la rentabilité d'une filière sur l'hypothèse d'un accident climatique (sécheresse, inondation, grêle...) ?

Soyons collectivement et individuellement responsables pour faire en sorte que, demain, notre filière pomme de terre française permette encore aux femmes et aux hommes qui la font vivre de s'épanouir sereinement.

En un mot : planter un hectare de trop, c'est se planter à coup sûr. ■

Luc CHATELAIN - Président du CNIPT

« À ce jour, tout laisse à penser que la campagne 2026-27 pourrait être encore plus dramatique que la campagne actuelle. »

EN BREF...

Interprofession

Le GIPT demande des négociations commerciales équilibrées

À l'approche de la clôture des négociations commerciales, « *la filière française de la pomme de terre transformée appelle à une mobilisation responsable et collective* ». « *La priorité doit être donnée à la recherche d'accords commerciaux équilibrés* » dans un contexte où la consommation en France ralentit. Alors qu'en moyenne pluriannuelle, 80 % des volumes transformés sont contractualisés, cette année « *compte tenu de la récolte et des surfaces de plantations en hausse, la proportion atteint quasiment les 100 %* ». Il n'y a quasiment aucun achat sur le marché libre », constate le GIPT. « *Les adhérents du GIPT appellent les pouvoirs publics à veiller au respect effectif des accords interprofessionnels par l'ensemble des acteurs, de la production, de la transformation et de la distribution agissant sur le territoire national* ». « *Les demandes de la GMS à leurs fournisseurs industriels sont excessives, entre déflation injustifiée et menaces de déréférencement* »,

constate le GIPT. Ses adhérents appellent les clients de la grande distribution « *à mettre en cohérence leurs pratiques avec les engagements qu'ils ont pris, en appliquant la charte signée au niveau national et en respectant leurs propres déclarations publiques en faveur du respect des lois EGAim* ».

Organisations professionnelles

UNPT : « Ne pas accepter l'inacceptable »

« *Les annonces contractuelles intervenues ces derniers jours pour la campagne 2026-27 dans le secteur de la transformation européenne de la pomme de terre font l'effet d'un véritable séisme pour la production française* » écrit l'UNPT dans un communiqué, daté du 5 février. L'Union dénonce « *une dérive préoccupante de dé-contractualisation, matérialisée par une réduction significative des volumes contractualisés à l'hectare, pouvant atteindre jusqu'à - 20 %* ». Selon l'UNPT, cette dérive serait accentuée « *par la structure de certains contrats, qui permettra à certains opérateurs de se replier sur le marché*

libre en cas de retournement conjoncturel défavorable au producteur ». Le ralentissement actuel du marché des produits finis (frites) « *relève avant tout d'un contexte conjoncturel, inscrit dans un environnement géopolitique et commercial instable, résultant d'anticipations industrielles qui ne se sont pas confirmées et dont les producteurs supportent aujourd'hui l'essentiel des conséquences* » estime l'UNPT. « *Plus grave encore, l'UNPT constate que les prix contractuels proposés sont largement inférieurs aux coûts de production sur la partie engagée avec des niveaux annoncés en recul de - 25 %* ».

Cette situation pèse sur toutes les productions, frais et féculé. L'UNPT appelle « *les producteurs à la plus grande vigilance dans leurs décisions individuelles de plantation* » et alerte « *avec gravité : s'engager dans un schéma de marché fondé sur des prix déconnectés des coûts de production et une désattribution organisée des équilibres de filière, c'est mettre en danger nos fermes et compromettre durablement l'avenir de la filière pomme de terre française dans son ensemble* ».



SALON INTERNATIONAL DE L'AGRICULTURE

Les pommes de terre au Salon International de l'Agriculture 2026

Cette année encore, le CNIPT sera présent au Salon International de l'Agriculture pour mettre en lumière les acteurs de la filière pomme de terre fraîche. Le Salon se tiendra du 21 février au 1^{er} mars au Parc des Expositions - Porte de Versailles à Paris.

Un stand tourné vers les consommateurs

Fort du succès de l'édition 2025 où le stand du CNIPT a reçu le prix du stand avec « la » campagne de communication. En 2026, le stand de la filière pomme de terre fraîche va être complètement restructuré pour mettre en avant la campagne « La pomme de terre, c'est la base. » qui s'adresse aux familles afin de booster leur consommation de pommes de terre.

Côté animations

Les visiteurs pourront remplir des bulletins de jeu pour en apprendre plus sur notre cher tubercule (segmentation, conservation, histoire...). Grâce aux cloisons du stand, ils sauront tout sur la pomme de terre. Trois air fryers pourront être gagnés par les plus chanceux et



pour les autres, ils auront des petits goodies (économies, tote bags...). Enfin, pour démontrer que la pomme de terre est facile à cuisiner, avec un micro-ondes ou un air fryer et quelques ingrédients, un animateur fera des dégustations de recettes du quotidien. Le CNIPT bénéficie de l'implication des professionnels de la filière Pommes de terre, présents sur le stand pour toute la durée du salon. Leur présence sur le stand reste un atout majeur de la rencontre avec le public. Rendez-vous Hall 4 pour une édition festive au service de la filière. ■

Sarah Taleb - CNIPT

SIA 2026 : « Venir, c'est soutenir »

Entre les travaux du Parc des Expositions et l'absence des bovins pour cause de crise sanitaire, l'édition 2026 du SIA sera inédite. Les organisateurs ont dû repenser complètement le parcours du visiteur. Le Hall 3 sera fermé, quant au Hall 2 il n'y aura pas d'exposants. Le 1 devra pallier à l'absence de quelque 500 bovins et du Concours Général Agricole de cette filière. Les Régions et le pavillon international occuperont les trois étages du Hall 7. Trente pays seront représentés, dont un nouveau venu : la Mongolie. La Côte d'Ivoire sera le pays à l'honneur. Une partie du 4 et les Halls 5.1 et 5.2 sont consacrés aux services à l'agriculture, aux interprofessions (lire ci-dessus), à l'enseignement agricole et aux filières végétales. Plusieurs animations sont programmées, du traditionnel baptême de Moiss'Bat' à la création d'un Poney Club. Autre nouveauté, un espace « agricole » (Hall 2.2) avec salle de cinéma, librairie, cabinet de curiosités, kiosque à musique... « Ce salon doit être un lieu de rassemblement de tous les agriculteurs, un espace de reconnaissance, de visibilité, et de dialogue », conclut Jérôme Despey, Président du CENECA. Et de rappeler le slogan retenu : « Venir c'est soutenir ». « C'est un message collectif, simple et sincère. Venir, c'est soutenir les éleveurs, les agriculteurs, les filières. Ce salon sera le salon du rebond. » Olivier MASBOU

AGENDA

21 février au 1^{er} mars 2026

Salon International de l'Agriculture

Paris
www.salon-agriculture.com

17 mars 2026

Forum Végétal

Paris
www.forum-vegetable.fr

28-29 avril 2026

Medfel

Perpignan
www.medfel.com

30 Mai

Journée Internationale de la Pomme de Terre

3-4 juin 2026

Europatat Congress 2026

Bruxelles
www.europatat.eu

16 juin 2026

Congrès Fedepom

Lyon
www.fedepom.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

EN BREF...

Programmes européens

Une dotation exceptionnelle pour les appels à projets en 2026

Le 5 février, le ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire a organisé une demi-journée d'information dédiée au cofinancement européen des actions de promotion des produits agricoles et alimentaires. À cette occasion, Diego Canga Fanfo, Directeur Général adjoint de la DG AGRI, a

fait part de « bonnes nouvelles » : une dynamique soutenue de ces dispositifs, avec près de 700 campagnes cofinancées depuis 2016, et surtout une hausse significative du budget (+55 % par rapport à 2025), portant l'enveloppe globale à 205 M€, dont 160 M€ consacrés aux programmes de promotion. Il a également souligné la qualité des projets portés par les filières européennes et leur excellent retour sur investissement, estimé à 176 € générés pour 1 € investi. Le

CNIPT a déjà bénéficié de ce soutien européen à travers deux programmes de communication arrivés à échéance au 31 décembre 2025. Les équipes travaillent actuellement à la préparation d'un nouveau dossier de candidature, qui sera soumis aux autorités européennes d'ici le 23 avril 2026, date limite de dépôt. Ce projet vise à soutenir la consommation de pommes de terre auprès d'une cible familiale, à travers un plan d'actions déployé en France.



Cliquez sur les liens pour en savoir plus

INFORMATIONS ÉCONOMIQUES

L'export diminue fortement en valeur, baisse plus mesurée en volume

Source : CNIPT, d'après les données des Douanes Françaises et Belges/TDM

Les exportations de pommes de terre de conservation sont en diminution. En cumul, sur les cinq premiers mois de la campagne, la baisse des volumes exportés s'élève à - 12 % vs N-1 : on se rapproche des niveaux de 2023 mais on reste malgré tout sur la deuxième meilleure campagne depuis 5 ans en termes d'export, à date. L'Europe de l'Est et l'Italie sont à contre-courant de la tendance baissière.

Exportations françaises (en tonnes) - période août 2025 à décembre 2025 (en cumul)						
Pays	Période Août 2021 à Décembre 2021	Période Août 2022 à Décembre 2022	Période Août 2023 à Décembre 2023	Période Août 2024 à Décembre 2024	Période Août 2025 à Décembre 2025	Évolution Août 2025 à Oct. 2025 vs Août 2024 à Octobre 2024
Espagne	202 715	286 948	269 496	323 329	280 259	- 13 %
Italie	107 266	112 716	146 094	133 081	142 000	+ 7 %
Belgique	518 510	600 450	605 129	733 267	637 944	- 13 %
Portugal	34 025	66 004	64 447	81 158	77 546	- 4 %
Allemagne	31 588	40 339	43 280	62 897	59 296	- 6 %
Royaume Uni	3 773	489	798	6 407	1 460	- 77 %
Pays-Bas	21 006	33 527	59 810	88 467	39 827	- 55 %
Grèce	30 101	22 344	34 072	33 218	24 991	- 25 %
Europe de l'Est	93 236	61 723	66 415	67 746	82 923	+ 22 %
Autres	14 349	23 189	16 237	17 038	11 454	- 33 %
Dont Etats péninsule Arabique	3 431	4 386	890	1 329	829	- 38 %
Total	1 056 569	1 247 729	1 305 778	1 546 608	1 357 700	- 12 %

En valeur, sur les cinq premiers mois de la campagne, la baisse des exportations s'élève à - 32 % vs N-1. Toutes les destinations sont dans le rouge. Les importations, quant à elles, depuis le début de campagne, augmentent de 13 % sur un an en volume, et de 11 % en valeur. Les importations en provenance d'Allemagne (+ 81 %), d'Italie (+ 55 %) et de Belgique (+ 17 %) ont progressé en volume. Détail disponible sur [La France, premier exportateur mondial de pommes de terre.](#)

Marché français : des volumes achetés en hausse sensible et des prix toujours en (forte) baisse

Source : analyse CNIPT (chiffres myworldpanel)

En cumul, depuis le début de la campagne, soit de la période du 11 août 2025 au 28 décembre 2025, les achats des ménages augmentent en volume de 2,8 % vs N-1, avec une dynamique intéressante sur le drive (+ 16,6 %) et dans les EDMP* (+ 10,4 %). Les hypermarchés souffrent particulièrement, à - 4,7 %, comme les primeurs (- 5,4 %) et les marchés/foires (- 12,7 %). Avec un prix moyen de 1,11 €/kg, les prix sont sensiblement baissiers, en GMS, par rapport à l'année dernière, avec - 16,1 % (- 20,8 % vs N-1 dans les EDMP*). Détail disponible sur [Les données consommation - CNIPT.](#)

François-Xavier BROUTIN - CNIPT

* EDMP = Enseigne à Dominante Marque Propre

Quantités achetées en cumul (en tonnes) - Du 11 août 2025 au 28 décembre 2025 - selon circuit			
Circuit de distribution	Cumul depuis le début de la campagne - du 11 août au 28 décembre 2025	% Évol. N-1	% Évol. N-2
Total retailers	291 694	+ 2,8%	+ 1,4%
Circuits généraliste	236 229	+ 2,2	+ 1,2 %
Magasins Hypers (surfaces)	96 375	- 4,7 %	- 7,1 %
Magasins Supers (surfaces)	47 049	+ 4,2 %	- 6,8 %
EDMP (Enseigne à Dominante Marque Propre)	54 578	+ 10,4 %	+ 20 %
Proximité	18 069	+ 0,2 %	+ 16 %
OnLine Généralistes	20 158	+ 16,6 %	+ 11,4 %
Circuits spécialisés	55 465	+ 5,1	+ 2,4 %
Primeurs	7 457	- 5,4 %	- 24,2 %
Grandes surfaces frais	15 399	0 %	+ 15,9 %
Marchés / foires	9 698	- 12,7 %	- 26 %
Autres spécialités	5 034	+ 26,3 %	+ 90,1 %