



Pomme de terre



LE JOURNAL DE LA POMME DE TERRE - n°1463 - 30 avril 2026

COMMUNICATION

Le prime de la primeur : un dispositif de communication pour créer l'urgence d'achat

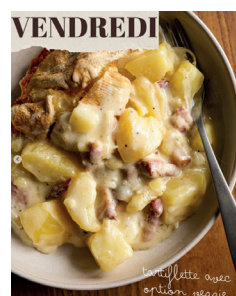
À l'approche de la saison des pommes de terre primeurs, la filière déploie en 2026 un plan de communication renforcé et multicanal, structuré autour d'une signature claire : « Le prime de la primeur, c'est maintenant ! ». Objectif : installer un réflexe de consommation immédiat autour de ce produit saisonnier.



La création de ce logo vise à donner de la lisibilité et de la cohérence à l'ensemble des prises de parole. En mettant en avant les primeurs, la filière insiste sur la fraîcheur, la saisonnalité et le caractère éphémère du produit, autant d'éléments clés pour déclencher l'achat.

auprès des cibles familiales et à ancrer la primeur dans les moments de consommation du quotidien.

Enfin, des **activations médias et influence ciblées** viennent compléter le dispositif. Une collaboration avec l'influenceuse **@jemangequicoeso**ir (252 000 abonnés) proposera



> Exemple de post de @jemangequicoesoir avec de la pomme de terre

huit recettes mettant en avant les bassins de production. Un partenariat avec Le Parisien permettra une prise de parole le 30 mai, en écho à la Journée internationale de la pomme de terre. Un projet avec Brut, autour d'une immersion chez un producteur avec le chef

Éloi Spinnler, vise quant à lui à valoriser le savoir-faire et la qualité des primeurs.

À travers ce dispositif, la filière poursuit un objectif clair : **créer un temps fort identifiable, générer du trafic en point de vente et installer durablement la pomme de terre primeur comme un produit incontournable du début de saison.**

Sarah TALEB - CNIPT

À DÉCOUVRIR

Communication

1

Le prime de la primeur : un dispositif de communication pour créer l'urgence d'achat

Filière

2

C'est l'heure de la primeur !

Journée internationale de la pomme de terre

3

Le 30 mai 2026 : toute la filière appelée à faire rayonner la pomme de terre

Filière

4

Felcoop milite en faveur d'une « vision stratégique » à long terme pour l'agriculture française

Premier pilier du dispositif : **une campagne radio puissante orientée drive-to-store**. Diffusée du 21 mai au 14 juin sur NRJ et les Indés Radios, elle cible les consommateurs au plus près de l'acte d'achat, notamment en fin de semaine. Le message met en avant la saisonnalité et l'urgence de consommation (« la primeur, c'est maintenant »), tout en proposant des idées de recettes. Avec **255 spots pour 107 millions de contacts, dont 44 millions sur les 25-49 ans**, cette campagne marque une montée en puissance significative, avec un budget en hausse de 45 % par rapport à 2025.

Deuxième axe : un **dispositif digital et social media déployé de mai à fin juillet**.

Sur **Facebook**, **Instagram** et **TikTok**, un fil rouge éditorial valorise le retour des beaux jours et les usages en cuisine estivale à travers des contenus « reminder » et décalés (posts, micro-trottoirs...). Sponsorisés, ces contenus visent à assurer une large visibilité

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

FILIÈRE

C'est l'heure de la primeur !

2025 n'avait pas été une campagne de tout repos pour la primeur française, côté commercialisation. Place désormais à la campagne 2026 pour les pommes de terre de primeur et nouvelle récolte.

Début de campagne 2026

Selon les bassins de production, la pomme de terre de primeur est principalement disponible à la vente du milieu du printemps jusqu'à fin juillet/début août. Cette année, (à l'heure où nous écrivons ces lignes), les chantiers de plantations ont souvent été perturbés par les conditions météorologiques aléatoires du début d'année. En effet, selon MétéoFrance, l'hiver 2025-26 figure parmi les 10 hivers les plus arrosés depuis 1959. Il se classe également au 4^e rang des hivers les plus doux depuis 1900. Malgré ces péripéties liées aux emblavements (qui se sont souvent déroulés en deux phases comme en Bretagne ou dans le Roussillon, ou avaient pris 10-15 j de retard comme dans le Sud-Ouest), les températures propices observées en avril devraient engendrer une arrivée des produits dans le planning habituel pour les principaux bassins de production.

Compte tenu des niveaux de stocks de pommes de terre de conservation de la récolte 2025 (mais les qualités dans les bâti-

ments ne sont pas toujours en adéquation avec les exigences et les cahiers des charges du marché du frais), et des inquiétudes globales liées à la mise en marché des produits, les surfaces en primeur sont souvent en baisse de 5 à 10 % dans les principales régions de production cette année. Mais en parallèle, la demande en pomme de terre, en ce printemps 2026, était toujours au rendez-vous sur le marché intérieur.

Calendrier prévisionnel 2026

Chaque année, dans le cadre de la Commission primeurs animée d'avril à août (commission désormais présidée par Jessica Tessier, Présidente de la Coopérative de Noirmoutier), le CNIPT remet à jour un calendrier théorique de plantation et de commercialisation, qui permet ainsi à l'ensemble des acteurs de la filière d'appréhender au mieux la campagne de l'année en cours.

Le CNIPT va poursuivre, dans les semaines et mois à venir, son travail de récolte et de partage d'informations autour de la pomme de terre primeur, sur l'ensemble des maillons de la chaîne, pour que ce produit si particulier trouve toute sa place dans les rayons et soit correctement mis en avant auprès des consommateurs. ■

François-Xavier BROUTIN - CNIPT

RAPPEL : n'est pas primeur qui veut !

Selon l'arrêté de commercialisation du 3 mars 1997 modifié par l'arrêté du 18 février 2009 (textes à retrouver sur [Réglementation - CNIPT](#))

- Elles doivent avoir été récoltées dans l'année, avant leur complète maturité,
- Leur peau doit pouvoir être enlevée aisément sans épluchage,
- Elles sont inaptes à une longue conservation,
- Elles doivent être commercialisées rapidement après l'arrachage,
- Elles ne peuvent être commercialisées que jusqu'au 15 août de chaque année.

Calendrier théorique de plantation et de commercialisation des primeurs françaises en 2026

90 à 120 jours entre plantation et récolte (moy 100 jours)

	Janv	Fév	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
Val de Loire - Ré - Noirmoutier								
Bretagne								
Perpignan / Roussillon								
Sud-Est (Provence/Camargue)								
Sud-Ouest (Aquitaine/Marmande)								
Rhône-Alpes								
Normandie								
Alsace								
Centre*								
Champagne-Ardenne*								
Picardie*								
Nord-Pas de Calais								

*Uniquement de la Nouvelle Récolte

■ Période de plantation et culture ■ Récolte et présence sur le marché ■ Pic de commercialisation ■ Absence sur le marché



Cliquez sur les liens pour en savoir plus

JOURNÉE INTERNATIONALE DE LA POMME DE TERRE

Le 30 mai 2026 : toute la filière appelée à faire rayonner la pomme de terre

Le 30 mai 2026, la filière pomme de terre a rendez-vous pour la 3^e édition de la Journée internationale de la pomme de terre. Initiée par l'ONU en 2024, cette date vise à rappeler le rôle essentiel de ce produit dans l'alimentation mondiale. Quatrième culture alimentaire, la pomme de terre nourrit des milliards de personnes et constitue un levier majeur de souveraineté alimentaire.

Après deux premières éditions réussies, le CNIPT appelle cette année à une **mobilisation encore plus large** pour franchir un cap : toucher davantage de consommateurs et installer durablement ce rendez-vous dans les esprits des consommateurs.

En point de vente, chacun peut agir concrètement. **Le kit PLV sera à nouveau déployé** pour dynamiser les rayons tout au long du mois de mai. Affiches, recettes, stop-rayons... autant d'outils pour valoriser la pomme de terre au moment clé de l'achat et rappeler ses atouts : un produit **accessible, pratique, moderne et dans l'air du temps**. Téléchargez le kit sur cnipt.com.

Pour amplifier la visibilité, un kit graphique complet est mis à disposition de tous les opérateurs. Relais sur les réseaux sociaux, communication locale, animation commerciale : **chaque initiative compte** pour faire émerger un message collectif fort.

Un dispositif média sera également au rendez-vous. Le CNIPT déploie un **plan de relations presse**, en ciblant des médias culinaires et grand public. Recettes et contenus éditoriaux, permettront de valoriser une image **moderne, créative et inspirée des cuisines du monde**.

Trois partenariats structurants viennent amplifier la portée de la campagne : J'aime Lire et Sciences et Vie Junior pour sensibiliser les plus jeunes, et Le Parisien Week-end pour toucher un large public. À cela s'ajoute des collaborations avec des influenceurs comme [@whoogy's](#) et [@dricecook](#) : tout est mis en œuvre pour **faire entrer la pomme de terre dans le quotidien des Français**.

Le fil rouge « **La pomme de terre, c'est la base partout** » viendra illustrer, de manière créative, son universalité et sa capacité à s'adapter à tous les usages.

Le 30 mai est plus qu'une date : c'est une opportunité collective. Producteurs, metteurs en marché, distributeurs : **chacun a un rôle à jouer** pour faire de cette journée un succès et renforcer l'image de la pomme de terre. **Mobilisons-nous pour faire du 30 mai 2026 un temps fort visible, partagé et fédérateur.** ■

Sarah TALEB - CNIPT

AGENDA

30 Mai

Journée Internationale de la Pomme de Terre

[Téléchargez le kit de communication](#)

3-4 juin 2026

Europatat Congress 2026

Bruxelles

www.europatat.eu

16 juin 2026

Congrès Fedepom

Lyon

www.fedepom.fr

30 juin 2026

Les 6e Rendez-vous Techniques Pomme de terre de Villers

Villers-Saint-Christophe (02)

www.arvalis.fr

9-10 septembre 2026

Potato Europe

Allemagne

www.potatoeurope.de

EN BREF...

Recherche appliquée

Paul Auffray, nouveau Président de l'Acta

Paul Auffray a été élu Président de l'Acta (Association de coordination technique agricole qui réunit l'ensemble des instituts techniques dont ARVALIS). Il succède à Anne-Claire Vial qui était en poste depuis février 2020. Paul Auffray est éleveur de porcs et céréalier en Bretagne. Il a été notamment Président la Fédération nationale porcine (2014-2019). Il est Président de l'Institut du porc depuis 2019. Paul Auffray inscrit son action dans un contexte de défis majeurs pour la souveraineté alimentaire et la compétitivité des exploitations. Il entend placer la recherche « appliquée » au cœur de son

action, affirmant que la science ne trouve sa valeur que si elle est « validée sur le terrain et utile aux agriculteurs ». Sous son impulsion, l'Acta devrait renforcer sa mission de trait d'union entre la R&D et les filières pour transformer la connaissance en leviers de développement économique concrets.

Maladies de quarantaine

La campagne de déclaration est ouverte

Nématodes, galle verruqueuse, pourritures... en cas de détection d'une maladie de quarantaine en pommes de terre, « les conséquences peuvent conduire à la destruction totale de la récolte et à plusieurs années d'interdiction de culture, avec des pertes économiques

majeures » rappelle l'Union nationale des producteurs de pommes de terre (UNPT). À son initiative et avec le soutien des interprofessions CNIPT et GIPT. L'ASPDT rattachée au FMSE a été créée en 2015 pour indemniser les producteurs touchés par des organismes nuisibles réglementés, en couvrant jusqu'à 100 % des pertes économiques, selon le cahier des charges. Toutefois, pour pouvoir prétendre à une indemnisation en cas de sinistre, les producteurs doivent impérativement souscrire à deux obligations : déclarer toutes leurs surfaces plantées en pommes de terre (hors plants) avant le 30 juin 2026 ; être à jour de leurs cotisations ; et respecter le cahier des charges de la section pomme de terre du FMSE. La déclaration doit se faire sur la plateforme en ligne.

FILIÈRE

Felcoop milite en faveur d'une « vision stratégique » à long terme pour l'agriculture française

Felcoop, la Fédération des coopératives de fruits, légumes, pommes de terre et de l'horticulture, a tenu son Assemblée générale le 22 avril dernier à Paris.

À l'issue de la partie publique de cette AG, consacrée à l'attractivité des métiers (cf. encadré), Christophe Rousse, Président de Felcoop a évoqué l'actualité, difficile, des filières : « Les entraves auxquelles nous sommes confrontés sont bien connues, car vécues au quotidien ». Et d'évoquer des sujets connus par tous : surtranspositions, concurrences déloyales, perte de compétitivité Sur ce sujet, il a tenu à remercier publiquement le Sénateur Laurent Duplomb « pour son engagement constant et sa détermination à défendre notre agriculture. Nous lui devons notamment l'obtention du dispositif TO-DE pour les coopératives de fruits et légumes, ainsi que sa vigilance quant aux distorsions européennes en matière de produits phytosanitaires ». Les filières des fruits, légumes, pommes de terre, frais et transformés, sont particulièrement affectées par ces distorsions. De nombreuses productions se retrouvent aujourd'hui dans des impasses techniques. « Comment en sommes-nous arrivés à une telle situation, où certaines molécules sont interdites en France tout en restant autorisées ailleurs en Europe ? » s'interroge le Président qui rappelle que la plupart des exploitations sont « contraintes de

survivre grâce à des dérogations annuelles, en contradiction avec les engagements pris selon lesquels aucune interdiction ne devait intervenir sans solution alternative ». De plus « nous importons des produits traités avec des substances interdites sur notre territoire. Nous attendons toujours ces 'clauses miroir' que l'on nous promet depuis trop longtemps ».

Face à ce constat préoccupant, mais lucide, « il est encore possible d'inverser la tendance, espère Christophe Rousse. Cela suppose la mise en œuvre urgente d'une politique nationale et européenne claire, fondée sur une vision stratégique de long terme, construite en concertation avec le monde agricole ». « Plusieurs mesures s'imposent pour restaurer notre compétitivité » souligne le président : mettre fin aux surtranspositions françaises ; notamment en matière phytosanitaire ; garantir un accès prioritaire à l'eau, ressource indispensable et non négociable ; simplifier les procédures administratives et lever les contraintes excessives ; sanctionner plus fermement les recours abusifs ainsi que les pratiques de francisation frauduleuses.

« Notre filière ne manque ni de compétences, ni d'engagement, ni de volonté, conclut Christophe Rousse. Mais aujourd'hui, elle ne pourra continuer à avancer seule. Elle a besoin d'un cadre clair, équitable et cohérent, tant au niveau national qu'europpéen ». ■

Olivier MASBOU

« Les filières des fruits, légumes, pommes de terre, frais et transformés, sont particulièrement affectées par les distorsions de concurrence. »

Une nouvelle convention collective pour renforcer l'attractivité des métiers

Felcoop a signé, en mars 2025, une nouvelle convention collective nationale (CCN) qui concerne les coopératives agricoles de fleurs, fruits, légumes, pommes de terre, frais, transformés et conserveries, mais aussi celles de teillage de lin-chanvre, et de déshydratation. Cette CCN est entrée en vigueur le 1^{er} janvier 2026. « Elle redessine en profondeur le paysage conventionnel des coopératives de fruits et légumes et contribue à renforcer l'attractivité du secteur grâce à des progrès sociaux » rappelle Christophe Belloc, président de la commission sociale de Felcoop. Cette CCN encadre désormais les relations de travail des coopératives concernées avec leurs salariés (au nombre de 8 000). Les objectifs de la nouvelle convention visent à harmoniser les règles sociales entre les différentes filières agricoles concernées ; simplifier le paysage conventionnel en regroupant plusieurs textes sectoriels ; adapter les règles de travail aux réalités des coopératives agricoles, notamment en matière de saisonnalité et d'activités de transformation. La convention collective fixe notamment : la classification des emplois ; les minima salariaux conventionnels ; les règles relatives au temps de travail ; les primes et majorations ; les règles relatives à la formation professionnelle ; certaines dispositions relatives aux conditions de travail et à la santé au travail ; un nouveau dispositif de prévoyance.

« En négociant cette CCN avec les partenaires sociaux, Felcoop a, d'une part, voulu faciliter le recrutement de main d'œuvre notamment pour les métiers en tension par des garanties sociales plus favorables et actuelles ; et d'autre part, maintenir la compétitivité et les acquis économiques de ses adhérents » conclut Christophe Belloc.

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



Cliquez sur les liens pour en savoir plus