



Plan d'actions coordonnées de filière pour la revalorisation de la pomme de terre et une transition maîtrisée entre les récoltes 2025 et 2026



PRODUCTEURS

Organisations et syndicats
de producteurs



CONDITIONNEURS

Négociants-stations de
conditionnement



COMMERÇANTS

Distribution et commerce de détail

Contexte et objet

La coexistence prolongée sur les étals entre les pommes de terre de l'ancienne récolte 2025 et la pomme de terre de la nouvelle campagne 2026 constitue un facteur conjoncturel de dépréciation des prix et de perte de valeur pour l'ensemble de la filière.

Cette année, la situation est rendue d'autant plus critique par l'excédent inhabituel des volumes de pommes de terre de la récolte d'automne. En effet, la campagne 2025-2026 constitue le contexte le plus dégradé qu'ait connu la filière depuis plus d'une décennie. La surproduction de la récolte d'automne 2025 aggrave considérablement les enjeux de la transition vers la pomme de terre primeur qui sera suivie de la nouvelle récolte 2026 et rend l'action coordonnée décrite dans ce protocole d'autant plus urgente et nécessaire.

Face à ce constat partagé, les acteurs signataires du présent protocole s'engagent à coordonner leurs actions afin d'assurer une transition ordonnée et valorisante entre les deux récoltes et dans la préparation de la prochaine campagne.

Ce protocole traduit une volonté collective de restaurer des marges équitables à chaque maillon de la chaîne, dans l'intérêt de tous.

I. PRÉAMBULE — POURQUOI AGIR ENSEMBLE ?

La récolte française de pommes de terre 2025 a atteint un niveau record depuis plus de dix ans. La production nationale a bondi à 8,6 millions de tonnes, soit une hausse de près de 15 % par rapport à 2024, portée non par les rendements — restés conformes à la moyenne décennale (environ 43 t/ha) — mais exclusivement par l'explosion des surfaces emblavées, qui ont progressé de 25 % depuis 2023 pour atteindre 197 000 hectares.

Cette dynamique n'est pas propre à la France. L'ensemble des grands bassins producteurs européens ont suivi la même trajectoire, l'Allemagne notamment enregistrant l'une de ses meilleures campagnes depuis vingt-cinq ans.

La campagne de pomme de terre 2026 s'ouvre donc dans un contexte où les entrepôts restent chargés de volumes résiduels d'une ancienne récolte que les opérateurs peinent à écouler.

La pomme de terre primeur est un produit à haute valeur perçue par le consommateur, associé à la saisonnalité, à la fraîcheur et à des qualités gustatives distinctives. Son potentiel de valorisation économique est réel, mais il est systématiquement compromis par la persistance en rayon de produits de l'ancienne récolte au moment de son arrivée.

La campagne commercialisation de la pomme de terre de consommation et à chair ferme de la récolte 2026, doit pouvoir trouver également toute sa place, en nouvelle récolte, au fur et à mesure de son arrivée sur le marché.

Ce protocole repose sur trois constats techniques et économiques fondamentaux :

- Un marché saturé dévalue mécaniquement les prix : la présence simultanée des deux récoltes génère une concurrence interne nuisible, tire les prix vers le bas et brouille le signal de nouveauté auprès du consommateur.
- La transition non gérée fragilise chaque maillon :
 - producteurs qui peinent à écouler la primeur et la nouvelle récolte 2026 au juste prix,
 - conditionneurs qui subissent la pression sur les marges,
 - commerçants qui ratent l'effet d'appel de la nouveauté.
- Une action coordonnée crée de la valeur partagée : en synchronisant les comportements à chaque niveau de la filière, il est possible de restaurer un différentiel de prix favorable, de dynamiser les ventes et de générer des marges équitables pour tous.

II. LES TROIS ENGAGEMENTS DE LA FILIÈRE

ENGAGEMENT N°1 — LES PRODUCTEURS

Retrait du marché et réorientation vers des débouchés alternatifs des volumes excédentaires invendables de l'ancienne récolte, avec une date butoir

Justification

- Les volumes résiduels de l'ancienne récolte, dont il est avéré qu'ils ne trouveront pas preneur pour des raisons de qualité et de débouchés, maintiennent une pression baissière sur le marché, même lorsque la primeur et la nouvelle récolte 2026 est disponible en volume suffisant.
- Le retrait volontaire du marché libère un signal qui permet à la primeur suivie de la nouvelle récolte 2026 de trouver pleinement sa place dans l'offre faite au consommateur.
- Ce geste, économiquement rationnel à l'échelle de la filière, est compensé par la hausse du prix obtenu sur la nouvelle récolte.

Modalités de mise en œuvre

- Dans le cadre du protocole défini par la filière avec l'aide d'ARVALIS et des Pouvoirs Publics (*voir ci-joint*), les pommes de terre de la récolte 2025 qui ne trouvent pas preneur peuvent être orientées vers des destinations alimentaires et non alimentaires alternatives, ou être détruites.
- Un avenant à l'Accord Interprofessionnel étendu de financement des actions de la filière permettra un accompagnement financier encadré en cas de cas de retrait de marché dans les conditions et les délais fixés collectivement.
- Suivi des volumes détruits communiqué à la fédération coordinatrice.

ENGAGEMENT N°2 — LES CONDITIONNEURS

Réserver toute mise en avant commerciale à la pomme de terre primeur et nouvelle récolte 2026 à partir de la date convenue

Justification

- La mise en avant promotionnelle de l'ancienne récolte (têtes de gondole, prospectus, réductions de prix) crée un signal négatif qui déprécie la primeur avant même son lancement et empêche sa mise en avant.
- L'arrêt coordonné de ces pratiques sur les pommes de terre de l'ancienne récolte garantit que l'espace commercial et médiatique est libéré pour la mise en marché de la nouvelle récolte.

Modalités de mise en œuvre

- Engagement à ne plus proposer, à compter de la date définie conjointement, aucune offre promotionnelle sur les produits d'ancienne récolte (ni remise, ni mise en avant visuelle, ni action prix).
- Respect des allégations de segmentation culinaire conformément aux indications interprofessionnelles.
- Communication proactive vers les partenaires commerciaux sur la date de bascule et les arguments qualitatifs de la nouvelle récolte.
- Traçabilité des lots conditionnés permettant de distinguer clairement ancienne et nouvelle récolte.

ENGAGEMENT N°3 — LES COMMERÇANTS

Accueillir la pomme de terre primeur et la nouvelle récolte 2026 comme le produit phare de la saison et lui donner une place croissante en rayon

Justification

- Le référencement immédiat de la primeur crée l'effet de nouveauté auquel le consommateur est sensible, soutenant ainsi un prix de vente premium.
- Une présence croissante en rayon au fil de la campagne avec la primeur suivie des nouvelles récoltes 2026 accompagne la montée en puissance des volumes disponibles et maximise le chiffre d'affaires.
- Le commerçant bénéficie d'un taux de marque plus favorable sur un produit à forte attractivité saisonnière et développe ainsi un positionnement premium sur un produit à plus forte valeur ajoutée.

Modalités de mise en œuvre

- Référencement garanti de la pomme de terre primeur dès au fur et à mesure de l'accroissement des volumes disponibles, dans l'ensemble des points de vente couverts par le présent protocole.
- **remplacement progressif des pdt 2025 par ceux de la nouvelle campagne dans le cadre des approvisionnements MDD en centrales/ plateformes sous réserves de disponibilité, de qualité de respect des cahiers des charges excluant les variétés industrielles**
- Signalétique valorisante précisant les mentions 'Primeur', 'Nouvelle Récolte', origine, avec éventuellement une PLV proposée par le CNIPT.
- Retrait progressif ou relégation des références d'ancienne récolte dans des zones non-promotionnelles dès la date de bascule.

III. GOUVERNANCE ET SUIVI

Calendrier de pilotage

Jalon	Action	Responsable
12 mai 2026	Proposition du Plan d'actions concertées pour une transition de campagne sereine	CNIPT
Début juin 2026	Communication officielle par le biais d'un Communiqué de presse	CNIPT et les acteurs de la filière
Dès que possible après signature d'un avenant à l'AI de financement)	Début du retrait volontaire des volumes excédentaires producteurs	Producteurs / OP
Courant juin 2026	Au fur et à mesure de l'arrivée des pommes de terre de primeur puis nouvelle récolte sur le marché limitation des propositions de mises en avant des pommes de terre de l'ancienne récolte	Conditionneurs

À partir de la semaine 28	Bascule et référencement progressifs pour la mise en avant les pommes de terre de primeur et nouvelle récolte	Commerçants
Hebdomadaire	Remontée des indicateurs de vente pour information	Tous acteurs
Fin de campagne	Bilan collectif et ajustements pour la campagne suivante	CNIPT

Indicateurs de suivi

Par les collaborateurs et les experts-qualité du CNIPT :

- ✓ Nombre de références d'ancienne récolte en promotion chez les conditionneurs
- ✓ Part linéaire occupée par la pomme de terre primeur dans les points de vente signataires.

Sur déclaration auprès des instances du CNIPT et/ou des organisations et syndicats de producteurs :

- ✓ Volumes détruits déclarés par producteur et par organisation de producteurs.

Instances de pilotage

Le CNIPT assure l'animation du dispositif. Un comité de suivi tripartite (un représentant par secteur signataire) se réunit selon la périodicité définie dans le calendrier.

IV. PUBLICITÉ

Les parties s'engagent à assurer une large publicité autour de ce dispositif afin que tous leurs ressortissants dans leurs différentes Associations, Fédérations et Syndicats en prennent connaissance, se l'approprient et l'appliquent.

Le CNIPT diffusera les informations relatives à ce Plan d'action par tous moyens de communication à sa disposition (journaux internes filière, site internet, réseaux sociaux, relations presse, ...), auprès des producteurs, des opérateurs et des commerçants, pour qu'ils en soient bien informés.

Le CNIPT prendra également contact avec les Pouvoirs Publics nationaux et régionaux, au niveau politique ou de l'Administration.

V. DURÉE, RÉVISION ET CONSTATATION DES RÉSULTATS

Le présent document est conclu dans le cadre de la campagne 2026.

Le calendrier de pilotage et les indicateurs feront foi de la bonne exécution du dispositif.

Une réunion est obligatoirement organisée en fin de dispositif afin d'évaluer les résultats obtenus, et si nécessaire d'ajuster les engagements, sur la base des retours d'expérience partagés, pour la prochaine campagne.

Les parties s'engagent à communiquer dans un esprit de transparence et de bonne foi tout élément susceptible d'affecter l'équilibre du présent protocole.

SIGNATURES

Fait à Paris, le 3 juin 2026

Pour les Producteurs	Pour les Conditionneurs	Pour les Commerçants
UNPT	FEDEPOM	FCD
Coordination Rurale	SNCPT	Saveurs Commerce
FelCoop		

Ce plan d'action a été élaboré sous l'égide du CNIPT et reflète un accord volontaire entre ses Associations membres représentées dans les trois secteurs qui le composent. Il ne se substitue pas aux dispositions légales et réglementaires applicables à la filière.