



Pomme de terre

hebdo

LE JOURNAL DE LA POMME DE TERRE - n°1465 - 4 juin 2026

FILIÈRE

La filière pomme de terre s'organise pour réussir la transition de campagnes

Face à une situation de marché particulièrement tendue, les acteurs de la filière française de la pomme de terre de consommation ont décidé d'agir collectivement. Réunis sous l'égide du CNIPT, producteurs, conditionneurs et commerçants sont parvenus à un accord sur un plan d'actions coordonnées visant à assurer une transition sereine entre la récolte 2025 et la nouvelle campagne 2026.

Trois secteurs, trois engagements complémentaires

Le plan adopté repose sur des engagements coordonnés des trois grands maillons de la filière.

Du côté des producteurs, l'objectif est de retirer du marché les volumes résiduels de la récolte 2025 qui ne trouvent plus de débouchés commerciaux viables. Ces volumes pourront être orientés vers des usages alternatifs

alimentaires ou non alimentaires, voire détruits dans un cadre encadré. Les professionnels estiment que cette mesure permettra d'alléger la pression exercée sur le marché et de faciliter l'installation de la nouvelle récolte dans de meilleures conditions économiques.

Les négociants-conditionneurs s'engagent quant à eux à accompagner cette transition en réservant progressivement leurs opérations commerciales à la pomme de terre primeur puis à la nouvelle récolte 2026. Les produits de l'ancienne récolte ne bénéficieront

plus d'opérations de communication afin de ne pas brouiller le message adressé aux consommateurs et de permettre une meilleure différenciation des primeurs et nouvelle récolte.

La campagne 2025-26 se caractérise par des volumes exceptionnellement élevés encore présents dans les entrepôts alors que les premières pommes de terre primeurs arrivent sur le marché.

Cette situation exerce une forte pression sur les prix et fragilise l'ensemble de la chaîne de valeur.

Le risque est désormais clairement identifié : la coexistence prolongée des pommes de terre de l'ancienne récolte avec les produits de la nouvelle campagne pourrait

compromettre la valorisation de la primeur puis de la récolte 2026. Or, ces produits bénéficient traditionnellement d'une image de fraîcheur et de saisonnalité qui constitue un levier essentiel de création de valeur.

« La transition entre deux campagnes est toujours un moment stratégique.

Cette année, compte tenu des excédents disponibles, elle nécessite une mobilisation collective sans précédent », souligne Luc Chatelain, Président du CNIPT.

À DÉCOUVRIR

Filière

1-2

La filière pomme de terre s'organise pour réussir la transition de campagnes

Récoltes 2026

3

Un plan de communication ambitieux pour faire rayonner les nouvelles récoltes

Informations économiques

4

Exportations à fin mars 2026 : recul des exports vs N-1 mais positions confortées, et hausse des importations

Niveau des stocks producteurs à fin avril 2026

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 page 2)

(Suite de la page 1)

Enfin, les commerçants et distributeurs se sont engagés à donner une place croissante à la primeur et à la nouvelle récolte dans leurs rayons par le référencement, de la signalétique et le remplacement progressif des références issues de la campagne précédente, en particulier dans le cadre des approvisionnements MDD en centrales/ plateformes et sous réserves de disponibilité, de qualité de respect des cahiers des charges. Cela doit permettre d'accompagner la montée en puissance des volumes disponibles tout en valorisant l'origine et la fraîcheur des produits.

Une stratégie collective de création de valeur

Au-delà de la gestion immédiate des excédents, les signataires considèrent que cette coordination constitue un véritable outil dont l'ambition est de restaurer un signal marché plus favorable, de soutenir la valorisation des produits tout en assurant un approvisionnement qualitatif des consommateurs.

Le calendrier prévoit une montée en puissance progressive du dispositif tout au long du mois de juin, avant une bascule plus marquée à partir de début juillet (semaine 28), au fur et à mesure de l'arrivée des volumes de primeur et nouvelle récolte.

Cette initiative témoigne d'une volonté partagée de dépasser les logiques individuelles pour répondre collectivement à une conjoncture exceptionnelle. Dans un contexte européen marqué par une forte disponibilité de l'offre, les organisations professionnelles misent sur cette discipline collective pour préserver la valeur créée par la production française et préparer dans les meilleures conditions l'entrée en campagne 2026.

Pour la filière, l'enjeu dépasse la seule gestion de la transition estivale : il s'agit également de démontrer la capacité des différents acteurs à construire des réponses concertées face aux déséquilibres de marché et à renforcer la résilience économique du secteur. ■

Florence ROSSILLION - Directrice du CNIPT

Les interprofessions unies pour gérer la situation exceptionnelle

Face à la situation exceptionnelle de la campagne 2025-2026, ayant conduit à l'absence de débouchés pour certains volumes de pommes de terre, le CNIPT et le GIPT se sont coordonnés pour proposer une prise en charge forfaitaire destinée à contribuer aux coûts engagés par les producteurs pour la destruction sécurisée de ces volumes. Le dispositif s'applique exclusivement lorsque les opérations sont réalisées conformément au protocole sanitaire défini dans la note technique « Gestion des excédents de pommes de terre – Valoriser les volumes excédentaires de pommes de terre au sein de la filière » (version avril 2026). Il vise notamment les destructions par mise en tas avec couverture par film plastique noir, afin de garantir le respect des exigences sanitaires et de limiter les risques phytosanitaires. Les producteurs éligibles peuvent ainsi bénéficier d'une indemnisation forfaitaire couvrant une partie des coûts liés à cette sortie de marché, dans la limite des crédits mobilisés par la filière.

Les interprofessions utilisent des voies différentes :

Pour le CNIPT un [Accord Interprofessionnel soumis à l'extension](#).

Pour le GIPT un [protocole privé avec les Industriels](#).

EN BREF...**Production****Cadmium : un vote à l'encontre de la souveraineté alimentaire**

Les organisations représentatives des grandes cultures françaises (AGPB, AGPM, CGB, FOP, UNPT) dénoncent « avec consternation » l'adoption par l'Assemblée nationale de la proposition de loi visant à abaisser les seuils de cadmium dans les engrais phosphatés. Les députés « ont choisi d'imposer à l'agriculture française une surtransposition supplémentaire » en adoptant « des seuils purement franco-français » déplorent les 5 organisations. Elles appellent le Sénat « à mettre un terme à cette nouvelle surtransposition et à replacer au cœur du débat la

science, les faits, ainsi que les enjeux stratégiques et géopolitiques pour la France, en s'en tenant strictement à la règle européenne, rien que la règle européenne ».

Politique**La loi d'urgence agricole adoptée par l'Assemblée nationale**

Les députés ont adopté le 2 juin en première lecture le projet de loi d'urgence pour la protection et la souveraineté agricoles. Ce texte propose des mesures de simplification et de sécurisation pour la ferme France. Il s'articule autour de plusieurs piliers visant à restaurer la compétitivité des exploitations : simplifier le stockage de l'eau ; simplifier la

construction de bâtiments d'élevage ; prix plancher dans les négociations commerciales,... Le texte va être examiné par le Sénat à partir du 17 juin.

État**Un nouveau conseiller agricole à l'Élysée**

Xavier Vant est le nouveau conseiller agriculture au cabinet d'Emmanuel Macron. Il succède à Mathias Ginet. Ingénieur agronome, Xavier Vant a effectué toute sa carrière dans l'administration en France et à l'étranger. Il était, depuis août 2021, directeur de la direction départementale des territoires du Gers.



Cliquez sur les liens pour en savoir plus

RÉCOLTES 2026

Un plan de communication ambitieux pour faire rayonner les nouvelles récoltes

Le CNIPT déploie un plan de communication de forte ampleur afin de renforcer la visibilité des pommes de terre de printemps et de soutenir leur consommation pendant toute la période de commercialisation.

Avec plus de 113 millions de contacts prévus en radio, 10 millions sur les réseaux sociaux et plusieurs partenariats médias d'envergure, la campagne entend installer durablement la primeur et les nouvelles récoltes dans l'esprit des consommateurs.

Le dispositif s'appuie d'abord sur une campagne radio nationale puissante, diffusée du 21 mai au 14 juin sur NRJ et les Indés Radios. Au total, 255 spots sont programmés sur quatre semaines afin de toucher les consommateurs au plus près de l'acte d'achat. Cette stratégie permettra d'atteindre 48 millions de contacts auprès des 25-49 ans et 113 millions sur l'ensemble des 15 ans et plus. La radio reste un média particulièrement pertinent pour accompagner les produits saisonniers. Média de proximité, elle favorise les achats en magasin et permet de créer un effet d'urgence autour de la courte disponibilité de la primeur.

« Le prime de la primeur : c'est maintenant ! » est le slogan adopté sur les réseaux sociaux, deuxième pilier de la campagne. L'influenceuse @jemangequicoesoir (250 000 fans sur les réseaux sociaux) met en avant les bassins de production français à travers des recettes créatives et gourmandes. Un fil rouge éditorial baptisé « Primeur Reminder » rythmera la saison par des rappels ancrés dans le quotidien des consommateurs. Des formats courts et humoristiques sur les réseaux sociaux viendront renforcer la viralité et sensibiliser les consommateurs à la fraîcheur et à la temporalité spécifique de la pomme de terre primeur.

Afin de renforcer la visibilité des pommes de terre nouvelles récoltes auprès du grand public, plusieurs partenariats média à forte audience seront déployés tout au long de la campagne. Un premier dispositif mené avec Le Parisien autour d'un contenu digital diffusé le 30 mai 2026. Ce format éditorial, conçu sous la forme d'un carrousel social, permettra de rappeler les atouts des pommes de terre primeurs et de mettre en avant plusieurs recettes de sai-



> Pommes de terre primeurs rissolées au beurre d'algue et sardines @jemangequicoesoir

son afin d'inspirer les consommateurs au moment de l'achat. Grâce à la puissance des audiences du média, cette opération bénéficiera d'une visibilité importante auprès des 12,8 millions de fans et abonnés du groupe.

Un partenariat avec le média Brut. est également prévu : le tournage d'un contenu immersif mi-juin chez un producteur, en présence du chef Camille Delcroix, gagnant de Top Chef 2018 et chef étoilé du restaurant Le Bacôve à Saint-Omer. Ce format mettra en lumière le savoir-faire des producteurs, la qualité des pommes de terre françaises ainsi que les nouvelles récoltes de pommes de terre. Diffusée sur Facebook, Instagram et TikTok, cette opération touchera une audience très large grâce aux 30 millions d'abonnés du média et à un objectif garanti d'un million de vues vidéo.

Enfin, un dispositif de portage a permis de valoriser la saisonnalité, les bassins de production et les usages culinaires des pommes de terre françaises, tout en générant des retombées éditoriales qualitatives dans la presse culinaire grand public.

À travers ce plan d'action 2026, la filière renforce la présence des pommes de terre de printemps auprès des consommateurs et valorise l'engagement des producteurs sur l'ensemble des bassins de production. ■

Laure PAYRASTRE - CNIPT

AGENDA

16 juin 2026

Congrès Fedepom

Lyon

www.fedepom.fr

30 juin 2026

Les 6^e 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

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



INFORMATIONS ÉCONOMIQUES

Exportations à fin mars 2026 : recul des exports vs N-1 mais positions confortées, et hausse des importations

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

En cumul, sur les huit mois analysés, à fin mars 2026, la baisse des volumes exportés s'élève à - 8 % vs N-1 : on se rapproche des niveaux de 2023/2024 mais on reste toujours, malgré tout, sur la deuxième meilleure campagne depuis 5 ans en termes d'export, à date. L'Eu-

rope de l'Est (+ 8 %) et l'Italie (+ 1 %) restent à contre-courant de la tendance baissière, comme sur les précédents mois. La France maintient donc un certain nombre de positions à l'export, malgré le contexte difficile de cette campagne.

Exportations françaises (en tonnes) - période août 2025 à mars 2026 (en cumul)

Pays	Période Août 2021 à Mars 2022	Période Août 2022 à Mars 2023	Période Août 2023 à Mars 2024	Période Août 2024 à Mars 2025	Période Août 2025 à Mars 2026	Évolution Août 2025 à Mars 2026 vs Août 2024 à Mars 2025
Espagne	418 912	543 144	527 843	588 135	550 283	- 6 %
Italie	193 291	205 315	242 780	239 253	242 500	+ 1 %
Belgique	952 059	1 102 238	1 123 648	1 198 271	1 102 409	- 8 %
Portugal	91 764	138 168	134 412	161 564	151 618	- 6 %
Allemagne	58 285	78 685	76 636	104 210	100 143	- 4 %
Royaume Uni	4 113	795	5 272	12 881	1 942	- 85 %
Pays-Bas	49 000	66 963	117 018	152 532	82 379	- 46 %
Grèce	42 734	28 672	40 633	44 911	39 310	- 12 %
Europe de l'Est	203 260	129 222	162 039	168 886	182 941	8 %
Autres	28 198	31 901	32 818	27 668	16 680	- 40 %
<i>Dont Etats péninsule Arabique</i>	3 745	4 898	978	1 389	1 091	- 21 %
Total	2 041 616	2 325 103	2 463 099	2 698 311	2 470 205	- 8 %

En valeur, en cumul depuis le début de campagne, la baisse des exportations s'élève à - 31 % vs N-1. Toutes les destinations sont dans le rouge.

Les importations, quant à elles, depuis le début de campagne, augmentent de 34 % sur un an en volume, et de 21 % en valeur.

Les importations en provenance d'Allemagne (+ 135 %), d'Italie (+ 47 %) et de Belgique (+ 26 %) ont progressé en volume.

Rappelons ici qu'un certain nombre d'origines (plutôt Nord Europe) sont des volumes destinés à alimenter les outils industriels (les chiffres du GIPT montrent également une hausse des importations de pommes de terre en l'état pour l'alimentation des usines en France).

Détail disponible sur [La France, premier exportateur mondial de pommes de terre.](#) 🍷 🍷

François-Xavier BROUTIN - CNIPT

Niveau des stocks producteurs à fin avril 2026

Source : analyse UNPT, pour le CNIPT

A fin avril 2026, les stocks de pommes de terre de conservation chez les producteurs français* s'élèvent à 1 850 195 t, contre 1 196 441 t à fin avril 2025 et 899 363 t à fin avril 2024. Ce volume regroupe toutes les pommes de terre destinées au marché du frais et à la transformation, en libre ou déjà engagées/contractualisées. En ce qui concerne les pommes de terre destinées au marché du frais spécifiquement, les stocks à fin avril 2026 sont de 417 182 t (dont 43 432 t déjà engagées).

Les stocks pour le frais s'élevaient à 465 128 t à fin avril 2025 (ils étaient donc finalement plus élevés l'année dernière !) et 119 305 t à fin avril 2024. La dynamique de marché, à l'export en particulier, et les nombreux dégagements alternatifs mis en œuvre expliquent la situation de stock à date, pour le frais. ■

François-Xavier BROUTIN - CNIPT

*Sur les cinq régions couvertes par le panel UNPT/CNIPT : Nord-Pas de Calais, Picardie, Haute-Normandie, Champagne-Ardenne et Centre.

