



Pomme de terre

hebdo

LE JOURNAL DE LA POMME DE TERRE - n°1467 - 2 juillet 2026

FILIÈRE

Le CNIPT, une interprofession au service de tous les acteurs

La campagne 2025-26 restera sans doute comme l'une des plus douloureuses de ces dernières années pour la filière de la pomme de terre de consommation. Entre volumes élevés, marchés saturés, difficultés d'écoulement et nécessité de préserver la valeur du produit, producteurs, négociants, conditionneurs et distributeurs ont dû faire face à une situation particulièrement tendue.

Dans ce contexte, le CNIPT a pleinement joué son rôle d'interprofession au service des acteurs de la filière de la pomme de terre vendue sur le marché du frais : créer du dialogue, favoriser les échanges d'information et coordonner les actions entre les différents maillons de la chaîne.

Une interprofession au service permanent des acteurs de la filière et mobilisée pour les accompagner dans les moments clés

Le CNIPT réunit les acteurs de la production, du négoce, du conditionnement, de la commercialisation et de la distribution. Sa mission première est de maintenir un dialogue permanent entre les professionnels afin d'accompagner les évolutions du marché, aussi bien français qu'à l'export, pour les débouchés du frais comme pour ceux de la transformation. Cette fonction de coordination prend tout son sens lors des périodes de tension. La campagne écoulée en a été une illustration concrète.

Dès l'été 2025, l'équipe du CNIPT a organisé des réunions régulières de suivi de la campagne primeur et de la nouvelle récolte, tout en anticipant déjà les enjeux de la campagne de conservation à venir. L'objectif était clair : partager l'information le plus tôt possible afin de permettre à chacun d'adapter ses décisions de commercialisation et de stockage.

Préserver la valeur dans un marché encombré

Face à l'importance des volumes disponibles, le maintien de la valeur économique de la pomme de terre est rapidement devenu un enjeu central.

À l'automne, Joanny Dussurgey, alors Président du CNIPT, accompagné de la Directrice de l'interprofession, a rencontré les principales enseignes de la grande distribution afin de rappeler les réalités de la campagne et l'importance d'une commercialisation équilibrée et valorisante pour les producteurs.

Durant l'hiver, de nouvelles réunions ont permis d'analyser les flux commerciaux, en France comme à l'international, et de mieux comprendre les capacités d'absorption des différents marchés.

Puis est arrivée la question sensible de la transition entre les récoltes 2025 et 2026. Comment éviter que les stocks encore importants de la campagne précédente ne pénalisent l'arrivée des nouvelles pommes de terre sur le marché ?

À DÉCOUVRIR

Filière

1-3

Le CNIPT, une interprofession au service de tous les acteurs

Journée internationale de la pomme de terre

4

30 mai : une célébration internationale autour d'un produit universel

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

Ce numéro est le dernier de la campagne 2025-2026. Pomme de terre hebdo s'interrompt pendant l'été. Rendez-vous le 3 septembre 2026. Bel été à tous.

(Suite page 2)

(Suite de la page 1)

Élu à la présidence du CNIPT en janvier dernier, Luc Chatelain a conduit les échanges entre les différentes familles professionnelles afin d'aboutir à [un plan d'actions partagé par l'ensemble de la filière](#) 🍏.

Des engagements coordonnés pour fluidifier le marché

Le dispositif mis en place repose sur des engagements pris par chacun des maillons de la chaîne.

- Les producteurs se sont engagés à rechercher [des débouchés alternatifs](#) 🍏 afin de désengorger le marché lorsque cela était nécessaire : dons aux associations caritatives, valorisation en alimentation animale, méthanisation, concassage ou épandage. La mise au tas n'est envisagée qu'en ultime recours, dans des conditions sanitaires strictement encadrées et avec [un accompagnement de la filière](#) 🍏.
- De leur côté, les négociants et conditionneurs ont accepté de limiter les opérations promotionnelles portant sur les pommes de terre de récolte 2025 afin de favoriser une meilleure mise en avant des productions issues de la récolte 2026.
- Les commerçants se sont également engagés à faire progressivement de la place aux nouvelles récoltes à mesure de leur arrivée sur le marché.

Cette coordination interprofessionnelle devrait permettre de limiter les effets d'engorgement et d'accompagner une transition de campagne aussi sereine que possible dans un contexte particulièrement difficile.

Mieux anticiper pour éviter une nouvelle saturation

L'une des leçons de cette campagne concerne la nécessité d'améliorer encore les capacités d'anticipation de la filière.

Le CNIPT finance ainsi l'enquête menée sur le terrain par l'UNPT afin de mesurer les emblavements et d'établir les prévisions de récolte les plus fiables possibles. Ces données constituent aujourd'hui un outil indispensable pour préparer les campagnes à venir, ajuster les stratégies commerciales et éviter qu'une situation de saturation comparable ne se reproduise.

Car si les marchés agricoles restent par nature soumis aux aléas climatiques et économiques, disposer d'une information fiable et partagée permet aux opérateurs de prendre leurs décisions plus tôt et avec davantage de visibilité.

Un cadre d'action encadré de façon réglementaire

Pour mener ses missions, le CNIPT s'appuie sur un cadre juridique strict défini par le Code rural ⁽¹⁾ et par la réglementation européenne ⁽²⁾.

Ce cadre autorise l'interprofession à conclure des accords interprofessionnels qui, une fois validés par les pouvoirs publics et reconnus conformes à la réglementation, peuvent être étendus à l'ensemble des opérateurs de la filière.

C'est dans ce cadre que s'inscrivent les cotisations interprofessionnelles qui permettent de financer les différentes actions collectives menées au bénéfice de tous.

Recherche, innovation et adaptation climatique

Une part importante du budget du CNIPT est consacrée à la recherche agronomique et au financement des travaux conduits par ARVALIS.

Face au changement climatique, aux évolutions réglementaires et à la réduction progressive des solutions phytosanitaires disponibles, l'innovation est devenue un enjeu stratégique pour la filière.

Recherche variétale, alternatives aux produits phytosanitaires, amélioration des techniques culturales ou encore gestion de la ressource en eau : ces investissements visent à garantir la durabilité économique et environnementale de la production française de pommes de terre.

Soutenir la consommation et valoriser l'image du produit

Produire ne suffit pas : encore faut-il maintenir une consommation dynamique.

Le CNIPT investit ainsi dans des campagnes de communication destinées à renforcer la présence de la pomme de terre fraîche dans l'esprit des consommateurs et à déclencher l'acte d'achat.

Les campagnes radio permettent de toucher un public très large tandis que les réseaux sociaux offrent la possibilité de dialoguer plus directement avec les consommateurs, notamment les jeunes générations.

Ces actions permettent également de valoriser les différents segments du marché : pommes de terre de conservation, primeurs, produits biologiques ou usages culinaires spécifiques.

Des données économiques pour éclairer les décisions

L'interprofession joue également un rôle essentiel dans la collecte et la diffusion d'informations économiques. Suivi des indicateurs de marché, études conjoncturelles et structurelles, veille internationale, analyses des tendances de consommation ou missions ponctuelles à l'étranger : ces travaux fournissent aux opérateurs des éléments précieux pour comprendre les évolutions des marchés et adapter leurs stratégies.

Dans un environnement de plus en plus concurrentiel, disposer d'informations fiables et partagées constitue un véritable outil d'aide à la décision.

(1) Code Rural : art. L.632-1 et suivants

(2) Règlement de l'Union européenne 1308/2013 du 17 décembre 2013



(Suite de la page 2)

Porter la voix de la filière auprès des pouvoirs publics

Le CNIPT assure enfin un rôle de représentation auprès des pouvoirs publics français et européens.

Ses actions visent à défendre les intérêts de la filière lorsque des évolutions réglementaires, environnementales ou commerciales sont susceptibles d'avoir des conséquences directes sur l'activité des producteurs et des opérateurs.

Faire entendre la voix de la pomme de terre française est aujourd'hui plus que jamais une nécessité dans un contexte de profondes transformations agricoles.

Les cotisations interprofessionnelles sont au service de toutes ces actions concrètes

Les cotisations interprofessionnelles sont décidées par le Conseil d'administration du CNIPT, où siègent les représentants des différentes familles professionnelles composant l'interprofession.

Elles se décomposent actuellement en trois niveaux :

- une cotisation de base de 1,76 € HT par tonne ;
- une cotisation « publi-promotion » de 1,00 € HT par tonne ;
- une cotisation « industrie » de 0,88 € HT par tonne, définie en accord avec le GIPT.

Le montant effectivement dû dépend de l'activité de chaque opérateur ainsi que de la fréquence de ses déclarations, qui peut être mensuelle, trimestrielle, semestrielle ou annuelle selon les volumes concernés.

Déclarer, c'est contribuer au développement collectif

Toutes les actions menées par le CNIPT reposent sur l'engagement collectif de la filière et sur les cotisations qui les financent. Remplir régulièrement ses déclarations d'activité sur son espace personnel permet de donner à l'interprofession les moyens d'agir, qu'il s'agisse d'accompagnement des marchés, de recherche, de communication, de veille économique ou de représentation auprès des pouvoirs publics. Le service opérateurs et cotisations reste à la disposition des professionnels pour les accompagner dans leurs démarches.

Il est enfin important de rappeler que la déclaration d'activité demeure obligatoire pour l'ensemble des opérateurs du commerce de pommes de terre de consommation et que des contrôles sont régulièrement réalisés afin de vérifier leur conformité.

Chaque déclaration participe ainsi à financer des actions concrètes, visibles et utiles à l'ensemble de la filière. Une contribution individuelle qui permet de construire une réponse collective aux défis d'aujourd'hui et de préparer ceux de demain. ■

Florence ROSSILLION - Directrice du CNIPT

AGENDA

9-10 septembre 2026

Potato Europe

Allemagne

www.potatoeurope.de

26 septembre 2026

Championnat du Monde de la Frite 2026

Arras

www.arraspaysdarts.com

6-8 octobre 2026

Fruit Attraction 2026

Espagne

www.ifema.es

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 2027 le CNIPT fête ses 50 ans !

Un événement exceptionnel sera organisé le **jeudi 28 janvier 2027** à Paris pour réunir tous les acteurs et partenaires de la filière.

Réservez dès à présent cette date dans vos agendas !

Programme et modalités d'inscriptions communiquées prochainement.

EN BREF...

Fruit Attraction 2026

La pomme de terre française à l'honneur

Du 6 au 8 octobre, le salon Fruit Attraction réunira à Madrid les acteurs des filières fruits et légumes et pomme de terre. L'édition 2026 mettra la pomme de terre à l'honneur. À cette occasion, le CNIPT valorisera les pommes de terre françaises sur le pavillon France à travers des démonstrations culinaires organisées les 6 et 7 octobre à 12h, animées par trois chefs de la Maison Lenôtre. Relayée auprès de la presse spécialisée espagnole, cette opération vise à promouvoir la qualité, la diversité, la segmentation et les spécialités de l'offre française. Dans le prolongement de cette action, le CNIPT organisera également des rencontres BtoB à Barcelone en fin d'année, à une période clé où les tendances de récoltes en France et en Espagne sont connues, permettant de croiser les analyses de marché et d'alimenter les échanges entre opérateurs.



Cliquez sur les liens pour en savoir plus

JOURNÉE INTERNATIONALE DE LA POMME DE TERRE

30 mai : une célébration internationale autour d'un produit universel

À l'occasion de la Journée internationale de la pomme de terre, célébrée le 30 mai à l'initiative des Nations unies, le CNIPT a déployé un large dispositif de communication pour mettre en lumière les qualités nutritionnelles, environnementales et culturelles de ce produit incontournable.

Sur le terrain, 300 kits d'animation ont été distribués aux conditionneurs, négociants, aux artisans primeurs et aux experts qualité du CNIPT afin de valoriser la pomme de terre en points de vente. Affiches, stop-rayons, guirlandes et livrets de recettes ont permis de créer un temps fort visible auprès des consommateurs. Ces kits ont également été relayés au sein des entreprises de la filière pour fédérer autour de cet incontournable de notre alimentation.

La presse et les médias ont également été mobilisés ce qui a généré plus de 15 retombées presse avec plus de 11 millions d'audience cumulée. Par ailleurs, 10 rédactions de la presse culinaire ont reçu un portage contenant tous les ingrédients nécessaires à la réalisation d'une recette inspirée des saveurs du monde : des pommes de terre laquées à la sauce soja. Des partenariats éditoriaux avec *J'aime Lire*, *Sciences et Vie Junior* et *Le Parisien Week-end* ont permis de sensibiliser près de 6 millions de lecteurs, des plus jeunes au grand public.

Sur les réseaux sociaux, un fil rouge éditorial a été animé sur les comptes @lespommesdeterre. Recettes du monde ainsi que vidéos humoristiques mettant en scène des moments de consommation insolites de la pomme de terre ont fait sensation. Deux collaborations avec des créateurs de contenus ont rencontré un vif succès. Whoogy's a réalisé une recette exclusive de **salade de pommes de terre japonaise**, tandis que Dricecook a mis à l'honneur des spécialités libyennes (**mbatten**) et colombiennes (**papas chorreadas**). Ces contenus ont généré près de 10 millions de contacts et une forte viralité.

D'autres initiatives ont marqué cette édition 2026, comme la **vidéo produite par Europatat** en collaboration avec EUPPA, ESA, Starch Europe. Le film illustre le parcours de la pomme de terre de la création variétale à sa consommation et a déjà été visionné plus de 300 000 fois. À Arras, une animation était organisée autour du botaniste Charles de L'Écluse, figure arragoise historique associée à l'essor de la pomme de terre en Europe, dans le cadre des 500 ans de sa naissance.

Autant d'actions qui rappellent la place centrale de la pomme de terre dans les cultures alimentaires du monde et la capacité de la filière à la faire rayonner auprès de tous les publics.

Laure PAYRASTRE et Sarah TALEB - CNIPT



PUBLIC-COMMUNIQUÉ

POMME DE TERRE VRAI/FAUX QUI DONNE LA PATATE

Le 30 mai est la Journée internationale de la pomme de terre, une date initiée par l'ONU en 2024. Originaire du Pérou, elle a conquis le monde par ses qualités nutritives et culinaires. Mais la connais-tu vraiment, au-delà de la purée et des frites ? Fais le test !

VRAI 1 LA POMME DE TERRE AIDE À MOINS GRIGNOTER

Les fibres présentes dans la pomme de terre apportent une sensation de satiété. Une fois qu'elle est cuite puis refroidie, une partie de l'amidon devient « résistante » et ralentit la digestion.

FAUX 2 IL FAUT TOUJOURS ÉPILCHER UNE POMME DE TERRE

La pomme de terre contient des vitamines (B1, B5, B6, B9 et C) ainsi qu'une douzaine de minéraux : du potassium en grande quantité, super utile pour la fonction musculaire et nerveuse, mais aussi du magnésium, du calcium, du fer, etc. Et certains de ces nutriments, ainsi que des fibres, se trouvent justement dans la peau. Pour en profiter, il suffit de bien la laver. Mais ne lui fais pas la peau, car elle a plein de qualités !

FAUX 3 LA POMME DE TERRE EST RICHE EN MATIÈRES GRASSES

La pomme de terre contient très peu de matières grasses, qu'on appelle aussi « lipides ». Elle ne fait donc pas spécialement gras. Mais tout dépend de la façon dont tu la cuisines. Prépare-la à l'eau, 100 g de pommes de terre ne contiennent qu'environ 0,30 g de lipides. Quantément rien ! Mais à la friteuse, après un bon bain d'huile, pour 100 g, il y en a 12 !

VRAI 4 LA POMME DE TERRE EST UN FÉCULENT

Comme la pomme de terre, les pois, mais aussi les lentilles, l'avoine ou le riz, la pomme de terre est un féculent, c'est-à-dire un aliment d'origine végétale riche en amidon. Cependant, du point de vue biologique, c'est un légume, une réserve de nourriture que la plante cache sous terre.

VRAI 5 LA POMME DE TERRE DONNE DE L'ÉNERGIE

La pomme de terre est pleine d'amidon. Elle est constituée de glucides complexes, ou « sucres lents ». Ils fournissent une forme d'énergie que l'organisme peut utiliser progressivement pour fonctionner. Elle est donc particulièrement adaptée, par exemple, aux sportifs. Les glucides simples, que tu trouves dans les desserts ou les sodas, sont plus rapidement absorbés : c'est pour ça qu'ils te donnent l'impression d'avoir la patate, mais que tu es à plat une heure après !

Garde la peau pour cuire la pomme de terre ! Mais, une fois cuite, enlève-la avant de manger pour éviter la digestion !

Assiette de purée super-appétissante

© PIRELLA GÖTTSCHE LOWE

> les influenceurs rivalisent de créativité pour le 30 mai

> insertion dans Sciences et Vie Junior



Cliquez sur les liens pour en savoir plus