



Pomme de terre

hebdo

LE JOURNAL DE LA POMME DE TERRE - n°1471 - 1^{er} octobre 2026

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 communiqués prochainement.



Comité National
Interprofessionnel
de la Pomme de Terre

CHAMPIONNAT DU MONDE DE LA FRITE

Le CNIPT au cœur d'une édition qui a réuni 70 000 visiteurs

Le 26 septembre, la Grand'Place d'Arras a une nouvelle fois célébré la frite et, par conséquent, la pomme de terre. Avec 70 000 visiteurs réunis pour cette 4^e édition du Championnat du Monde de la Frite, le rendez-vous a confirmé son succès populaire. Partenaire de l'événement pour la 2^e année consécutive, le CNIPT s'est fortement mobilisé tout au long de la journée, entre rencontres institutionnelles, animations grand public, relations presse et valorisation des professionnels de la filière.

Échanger sur les enjeux de la campagne 2026

La journée a débuté par un **petit-déjeuner institutionnel organisé par le CNIPT**, réunissant élus, représentants des services de l'État et acteurs agricoles des Hauts-de-France. Les échanges ont permis de dresser un premier bilan des **conditions météorologiques exceptionnelles de l'été et de leurs conséquences sur la production de pommes de terre dans les Hauts-de-France**, et plus particulièrement dans le Pas-de-Calais. Au-delà du constat, les discussions ont porté sur les



> Un petit-déjeuner institutionnel organisé par le CNIPT

enseignements à tirer de cette campagne et sur les leviers permettant de renforcer l'adaptation de la filière face à la multiplication des épisodes de sécheresse et, plus largement, des aléas climatiques.

Autour de la table étaient notamment présents **Agnès Pannier-Runacher, députée du Pas-de-Calais, Christian Vedelago, sous-préfet et directeur de cabinet du préfet du Pas-de-Calais, Simon Ammeux, président de la Chambre d'agriculture du Nord-Pas-de-Calais**, ainsi que des représentants de la DDTM, de la DRAAF et du Conseil régional des Hauts-de-France.

(Suite page 2)

À DÉCOUVRIR

Championnat du Monde de la Frite

1-2

*Le CNIPT au cœur
d'une édition qui a réuni
70 000 visiteurs*

Communication du CNIPT

3

*Récolte 2026 : la radio au
service de la consommation*

Informations économiques

4

*Marché intérieur : volumes et
prix en hausse sur la première
période la campagne 2026-27*

*Production sur le périmètre
de l'UE-4 (France, Belgique,
Allemagne et Pays-Bas)*

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)**La pomme de terre sous toutes ses formes**

Tout au long de la journée, le stand du CNIPT a permis d'aller à la rencontre du grand public avec un objectif : **faire découvrir la pomme de terre au-delà de l'incontournable frite.**

Un quiz pédagogique invitait les visiteurs à tester leurs connaissances, tandis que des ateliers culinaires permettaient de découvrir d'autres façons de cuisiner la pomme de terre. Une manière gourmande de mettre en lumière la diversité de ses usages culinaires et de rappeler l'importance de choisir des pommes de terre adaptées à chaque recette.

Air Frite : faire le show pour faire parler de la filière

> Chris Marques co-préside le tout premier concours de Air Frite

Temps fort pour le CNIPT : le lancement du **tout premier concours de Air Frite, co-présidé par Luc Chatelain et Chris Marques.** Sur le principe du *Air Guitar*, les participants étaient invités à mimer toutes les étapes de préparation de la frite parfaite, de l'épluchage à l'assaisonnement... sans pomme de terre ni friteuse. Une quinzaine de candidats se sont prêtés au jeu devant le public.

Mais derrière le show et le ton volontairement décalé, l'objectif était aussi de **créer un temps fort médiatique pour porter les messages de la filière.** Plusieurs journalistes présents ont ainsi interrogé **Luc Chatelain, président du CNIPT,** sur les difficultés de la cam-

pagne en cours et les conséquences des conditions climatiques sur la récolte.

Les premières retombées ont été au rendez-vous, avec notamment des sujets consacrés à l'événement sur **France 3 Hauts-de-France et au JT de 20 heures de TF1.** L'opération a ainsi permis d'attirer l'attention autour d'une animation grand public avant d'aborder les réalités de la production et le travail des professionnels.

La filière à l'honneur

Le CNIPT a également été associé à plusieurs moments marquants du Championnat. **Luc Chatelain a été intronisé au sein de la Confrérie de la Frite Fraîche d'Arras,** créée en 2023 pour défendre et promouvoir ce patrimoine emblématique des Hauts-de-France. Il a également remis le prix de la **Frite authentique,** catégorie phare de la compétition.



> Luc Chatelain a été intronisé au sein de la Confrérie de la Frite Fraîche d'Arras

De son côté, **Florence Rossillion, directrice du CNIPT, a présidé le jury du concours culinaire organisé par le Kiwanis,** destiné aux jeunes de 13 à 16 ans. Une initiative en parfaite résonance avec les valeurs de transmission, de pédagogie et d'éducation au bien manger portées par la filière.



> Florence Rossillion, directrice du CNIPT, a présidé le jury du concours culinaire organisé par le Kiwanis

Elle a également remis le **Prix Clusius,** qui rend hommage à Charles de l'Écluse, dit Clusius. Né à Arras en 1526, ce botaniste a contribué dès la Renaissance à l'étude et à la diffusion de la pomme de terre en Europe. En 2026, le prix qui porte son nom met à l'honneur la diversité des variétés et les savoir-faire agricoles.

Enfin, **deux professionnels de la filière sont montés sur le podium.** Producteur de pommes de terre et agri-influenceur, **Thierry Bailliet** a terminé troisième dans la catégorie *Frite familiale*. **Isabelle Loingeville, de La Chips Bellevue,** a elle aussi décroché la troisième place dans la nouvelle catégorie *Chips artisanale*.

Entre dialogue avec les pouvoirs publics, rencontre avec les consommateurs, visibilité médiatique et mise à l'honneur des professionnels, cette nouvelle édition aura permis au CNIPT de profiter d'un rendez-vous populaire pour faire passer un message simple : derrière la frite, c'est toute une filière qui se mobilise pour offrir aux Français des pommes de terre toujours aussi savoureuses. ■

Sarah TALEB - CNIPT



: Cliquez sur les liens pour en savoir plus

COMMUNICATION DU CNIPT

Récolte 2026 : la radio au service de la consommation

Du 24 septembre au 18 octobre 2026, la campagne radio « La pomme de terre, c'est la base. » reprend la parole auprès des consommateurs avec un dispositif d'envergure destiné à soutenir la consommation au moment clé de la récolte.

Diffusés du jeudi au dimanche sur Les Indés Radios, Europe 2 et Radio Nova, les deux spots de 20 secondes rappellent les principaux atouts de la pomme de terre : un produit gourmand, accessible et adapté à de nombreuses recettes du quotidien. La campagne bénéficie également d'un excellent potentiel de mémorisation grâce à sa signature sonore devenue emblématique. La ritournelle « Pom pom pomme de terre » contribue à installer durablement le message dans l'esprit des auditeurs et participe au succès de cette prise de parole.

Un puissant dispositif média

Cette vague automnale s'appuie sur un plan radio ambitieux. Au total, près de 160 millions de contacts seront générés sur la période, permettant d'assurer une présence forte et régulière auprès des consommateurs. La campagne cible prioritairement les 25-49 ans, cœur de cible de la communication « La pomme de terre, c'est la base. ». Cette population, en quête de solutions pratiques pour les repas du quotidien, est particulièrement réceptive aux inspirations culinaires et aux produits faciles à cuisiner. L'enjeu est de faire de la pomme de terre un réflexe au moment du choix du repas, afin qu'elle s'impose naturellement comme une réponse à l'éternelle question : « Qu'est-ce qu'on mange ce soir ? ». Grâce à la diffusion sur



3 groupes radio, les personnes exposées seront touchées en moyenne 8 fois par la campagne, un niveau particulièrement favorable à la mémorisation et à l'efficacité des messages. Au-delà de sa puissance de diffusion, la campagne « La pomme de terre, c'est la base. » a démontré son efficacité auprès des consommateurs : 88 % des personnes interrogées* déclarant avoir l'intention d'acheter des pommes de terre après exposition à la campagne.

Un levier au service de la consommation

Programmée du jeudi au dimanche, la diffusion accompagne les moments où les Français préparent leurs repas et réalisent leurs achats alimentaires. L'objectif est clair : faire émerger la pomme de terre dans les arbitrages du quotidien et rappeler sa place incontournable dans les menus familiaux. La dynamique se poursuivra dans les prochains mois avec 2 nouvelles vagues radio prévues en hiver puis au printemps. Chacune bénéficiera de quatre semaines de diffusion afin d'accompagner les temps forts de la filière et de maintenir un soutien régulier à la consommation tout au long de l'année. ■

Laure PAYRASTRE - CNIPT

*Post-test publicitaire OpinionWay, novembre 2024.

AGENDA

6-8 octobre 2026

Fruit Attraction 2026

Espagne

www.ifema.es

26 novembre 2026

1/2 journée technique pomme de terre ARVALIS

Amiens

www.arvalis.fr

Du 29 novembre

au 1^{er} décembre 2026

Interpom 2026

Belgique

www.interpom.be

3 décembre 2026

Congrès FN3PT

Chartres

www.fn3ppt.fr

11 décembre 2026

AG GIPT

Paris

www.gipt.net

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...

Filière

Taupin : votre retour d'expérience est essentiel

Vous constatez une forte pression taupin cette année ? Participez à l'enquête ARVALIS pour aider à mesurer les pertes et alimenter les recherches en cours.

Contacts : p.larroude@arvalis.fr

f.ghigonis@arvalis.fr

Presse

Au sommaire de La Pomme de terre française

Le numéro 667 (septembre-octobre 2026) vient de paraître. Le dossier du magazine est revient sur l'édition 2026 de Potato Europe : « Une belle affluence ». Une partie du chapitre Actualités est consacrée aux optenteurs : « Des variétés porteuses d'es-

poir ». En filières, un point est proposé sur le projet Covalo Hauts de France : « Premiers résultats du programme ».

Un article Technique évoque le changement climatique : « Mieux comprendre la physiologie grâce aux capteurs ».



INFORMATIONS ÉCONOMIQUES

Marché intérieur : volumes et prix en hausse sur la première période de la campagne 2026-27

Source : analyse CNIPT (chiffres Numerator/myworldpanel)

Les achats de pommes de terre en l'état, de la part des ménages français, sont en hausse sur la dernière période analysée, du 10 août au 06 septembre 2026 (soit la première période de la campagne 2026-27). L'augmentation des achats s'élève à + 3,2 % vs N-1 en volume, en moyenne, dans tous les circuits de distribution (hausse de 9,2 % vs N-2), et à + 2,5 % en GMS (hausse de 10 % vs N-2). Sur cette période P09, tous les circuits de distribution tirent leur épingle du jeu, sauf les enseignes à dominante marque propre

(-19,3 %) et le circuit Online (-11,8 %). Les magasins de proximité sont en très forte hausse (+ 68,6 %), tout comme les hypermarchés (+ 10,6 %). Dans les circuits spécialisés, qui connaissent une hausse des ventes de 6,5 % en volume vs N-1, les Grandes Surfaces Frais sont particulièrement dynamiques, avec + 16,9 %. Avec un prix moyen de 1,35 €/kg, les prix sont en hausse de 12,4 % en GMS, par rapport à la même période sur la précédente campagne, mais en baisse de 15,9 % par rapport à N-2. Détail disponible sur [les données consommation - CNIPT](#).

Production sur le périmètre de l'UE-4 (France, Belgique, Allemagne et Pays-Bas)

Source : NEPG (estimations à date)

Les producteurs du nord-ouest de l'Europe ont planté 13,7 % de pommes de terre en moins au printemps 2026. Il s'agit d'une baisse historique de 82 700 ha, la superficie totale s'établissant désormais à 521 500 ha contre 604 000 ha en 2025. Les rendements moyens, qui seront

finalisés dans les jours ou les semaines à venir, seront nettement inférieurs à la moyenne sur cinq ans. Comme à l'accoutumée, le NEPG communiquera les chiffres définitifs plus tard dans la saison.

François-Xavier BROUTIN - CNIPT

UE-04 Pdt de conso (hors plants et féculé) au 14 septembre 2026

Années	2025	2026	2026 vs 2025	moy. 5 ans	2026 vs moy. 5 ans %
Pays NEPG					
Production - x 000 t) moy.5 ans	23 137	23 986			
Variation annuelle	12,4%	- 25,4%			
Récolte totale	27 750	20 695	- 25,4%	23 986	- 13,7%
BE - Belgique	5 301	3 431	- 35,3%	4 459	- 23,1%
DE - Allemagne	9 967	7 550	- 24,3%	8 795	- 14,2%
FR - France	8 260	6 485	- 21,5%	7 155	- 9,4%
NL - Pays-Bas	4 221	3 229	- 23,5%	3 577	- 9,7%
Hectares, moy. 5 ans	524 488	540 866			
Variation annuelle	6,1%	- 13,7%			
Total	604 162	521 455	- 13,7%	524 488	15,2%
BE - Belgique	107 962	89 105	- 17,5%	97 605	- 8,7%
DE - Allemagne	221 000	188 750	- 14,6%	198 994	- 5,1%
FR - France	192 100	173 400	- 9,7%	167 240	3,7%
NL - Pays-Bas	83 100	70 200	- 15,5%	77 027	- 8,9%
Rdt - t/ha) moy. 5 ans	44,3	44,7			
Variation annuelle	8,7%	- 13,9%			
Total	47,0	40,5	- 13,9%	44,7	5,2%
BE - Belgique	49,1	38,5	- 21,6%	45,6	- 15,6%
DE - Allemagne	45,1	40,0	- 11,3%	44,2	- 9,5%
FR - France	43,0	37,4	- 13,0%	42,5	- 12,1%
NL - Pays-Bas	50,8	46,0	- 9,4%	46,4	- 0,8%

Détail disponible sur [NEPG](#).



: Cliquez sur les liens pour en savoir plus