



Pomme de terre

hebdo

LE JOURNAL DE LA POMME DE TERRE- n° 1198 - 21 septembre 2018

ÉTUDE SUR LA MÉTÉO-SENSIBILITÉ

Forte météo-sensibilité des ventes sur le marché

Le CNIPT a mandaté la société Weathernews afin de mieux connaître les enjeux liés à l'exposition des achats de pommes de terre aux aléas météorologiques. Plus précisément, l'objectif est de mieux comprendre et surtout quantifier la météo-sensibilité des ventes sur le marché français des pommes de terre fraîches (suivant le périmètre suivi par le panel Kantar), et de parvenir à expliquer les ventes et ses variations à partir de la météo.

Pour cela, une modélisation a été menée, basée sur l'analyse statistique des données historiques de vente (les données du panel Kantar préalablement agrégées par semaine), sur la période de janvier 2010 à juillet 2017, et des données historiques météorologiques sur une même période.

L'étude permet également d'établir le lien entre les historiques des ventes et les variables explicatives quantifiables comme les données calendaires, les promotions, les prix de vente, la saisonnalité, la tendance du marché et les données météo.

Cette étude fait la démonstration de l'influence indéniable de la météo sur les ventes. **La météo, et plus précisément la température maximum, a un impact significatif sur la variation des ventes hebdomadaires.**

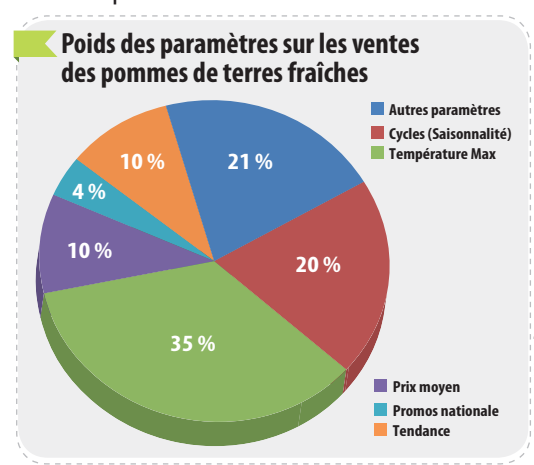
Le poids de la météo sur la variation des ventes est la variable la plus importante parmi toutes celles étudiées (saisonnalité, prix moyen, promotions...). Sur la base d'un historique de plusieurs campagnes étudiées (2010 à 2017), cette étude a permis de démontrer que la campagne 2012-2013 est celle où la météo a été la plus favorable sur les ventes, à

l'inverse des quatre dernières campagnes étudiées, de 2013-2014 à 2016-2017. Sur la base de cet historique, l'étude fait ressortir une variation moyenne du volume des ventes, liée aux impacts de la météo, de plus ou moins 7 % chaque semaine.

En mode observation, l'analyse des impacts de la météo permet de comprendre, *a posteriori*, le comportement des ventes au regard des opportunités météo. En mode prévision, les décideurs peuvent anticiper et analyser le comportement futur des ventes relatif aux conditions météorologiques, pour profiter des opportunités de ces variations naturelles plutôt que de les subir.

Poids des paramètres sur le marché global de la pomme de terre

La température maximum (paramètre le plus pertinent retenu par le modèle parmi toutes les données météo) pèse pour 35 % dans la variation des ventes hebdomadaires par rapport à la moyenne des ventes sur l'historique.



À DÉCOUVRIR

Étude sur la météo-sensibilité 1-2

Forte météo-sensibilité des ventes sur le marché

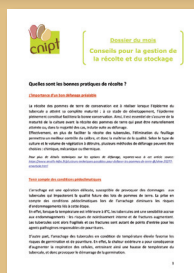
PotatoEurope 2018 3

Zoom sur les systèmes alternatifs de production

Marchés 4

Meilleure valorisation des prix

DOSSIER DU MOIS



Conseils pour la gestion de la récolte et du stockage

En savoir plus sur cnipt.fr

(Suite page 2)

(Suite de la page 1)

Sur le marché au global de la pomme de terre fraîche, le cycle (ou la saisonnalité – qui est différente de toute notion météo) et d'autres facteurs d'influence ("autres paramètres") pèsent environ 20 % chacun dans l'explication moyenne des ventes hebdomadaires. Le prix pèse seulement 10 % dans la variation des ventes sur le marché national.

La météo joue donc un rôle significatif sur les ventes des pommes de terre fraîches en France, en comparaison des autres variables sélectionnées ci-dessus. Cette part de 35 % correspond à une part relative par rapport aux variables. Elle ne doit pas être confondue avec le niveau de météo-sensibilité (étudié ci-après) qui exprime le pourcentage de volume impacté par la météo.

seule près de 7,5 % des ventes en volume de l'année N-1. Sur cette même période, la météo est à l'origine de 100 % des variations des ventes en volume par rapport à l'année N-1.

Résultats d'impact météo sur l'année

Les impacts météo peuvent aussi être calculés et représentés sur l'ensemble de l'année (ou campagne) en agrégeant tous les impacts hebdomadaires élémentaires. Les résultats montrent que, grâce à une météo favorable, lors de la campagne 2012-2013, 8 929 tonnes ont été vendues en plus, par rapport au volume des ventes selon les normales de saison. *A contrario*, une météo défavorable a eu un impact sur les quatre campagnes suivantes, de 2013-2014 à 2016-2017.

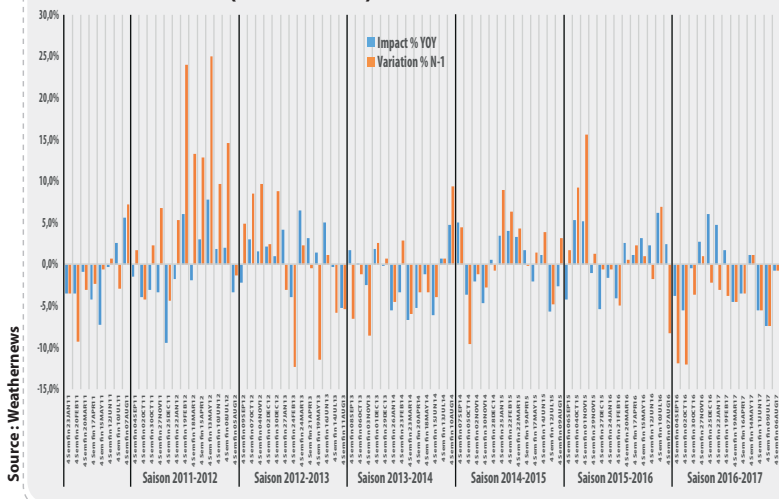
Risques/opportunités d'impact potentiel de la météo sur les ventes

Le graphique ci-dessous (Fig. 2) illustre, toujours pour le marché total de la pomme de terre (suivant le périmètre du panel Kantar), les impacts météo historiques hebdomadaires maximums et minimums observés de 2010 à 2017. Ces impacts maximums et minimums correspondent au "tube" bleu qui évolue autour des volumes de ventes moyens (trait noir).

Ainsi, pour la semaine 17, l'impact météo maximum (positif ou négatif) s'élève à plus ou moins 8,7 % du volume des ventes. Ces chiffres ne signifient pas que, chaque année, la semaine 17 présentera des impacts aussi importants. Ils doivent plutôt être interprétés comme un risque ou une opportunité potentielle maximum puisque, dans le passé, de tels impacts météo se sont déjà présentés. En moyenne, la variation des ventes liée à la météo est de plus ou moins 7 % chaque semaine (par rapport aux ventes suivant les normales de saison). ■

Ali Karacaban

Retrouvez la synthèse complète de l'étude météo sur : www.cnip.fr/economie/etudes/

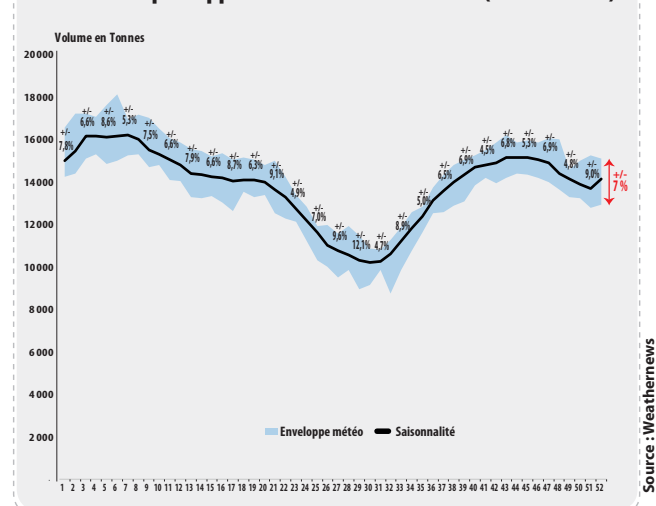
Fig. 1 : Impacts météo mois par mois (Kantar) par rapport à la météo N-1 (Marché total)**Impacts détaillés sur l'historique**

Le graphique ci-dessus (Fig. 1) représente, en pourcentage des volumes, les impacts météo sur chaque période mensuelle de Kantar relativement à l'année précédente.

L'histogramme en orange correspond à la variation des volumes de vente en pourcentage par rapport à l'année N-1 sur la même période. L'histogramme en bleu correspond à l'impact de la météo sur les ventes, exprimé en pourcentage, par rapport à l'année N-1 sur la même période.

Ainsi, sur la période mensuelle se terminant le 13 mai 2012, les ventes ont varié positivement au global de 25 % par rapport à l'année N-1 sur la même période. Sur cette même période, la météo a contribué à elle-même à près de 8 % des ventes en volume, et à près de 33 % des variations des ventes en volume par rapport à l'année N-1.

A contrario, sur la période mensuelle se terminant le 9 juillet 2017, les ventes ont varié (en évolution négative) de 7,5 % au global par rapport à l'année N-1. Sur cette même période, la météo a impacté à elle-

Fig. 2 : Impacts météo minimum et maximum par semaine par rapport aux normales de saison (Marché total)

POTATO EUROPE 2018

Zoom sur les systèmes alternatifs de production

Cette année, le salon **PotatoEurope** s'est déroulé les 12 et 13 septembre à Bockerode, près d'Hanovre, en Allemagne. Durant deux jours, 220 exposants et près de 10 000 professionnels européens et internationaux se sont retrouvés pour échanger sur les dernières tendances et innovations de la filière du frais et de l'industrie.

Lors de cette édition, l'espace "Eco Pavillon" et le point de rencontre "Agriculture biologique" ont permis aux visiteurs un contact direct avec les acteurs de la filière engagés sur les pratiques alternatives et complémentaires aux solutions conventionnelles. Chercheurs, obtenteurs, producteurs, constructeurs, metteurs en marché et conseillers en conversion étaient réunis pour présenter les dernières nouveautés. Des parcelles dédiées ont notamment permis au public d'assister à des démonstrations de machines de désherbage mécanique.

La part belle a été faite aux chantiers dynamiques où 20 hectares de tubercules prêts à être récoltés ont mis en scène les plus récentes planteuses (All in one, AVR, Dewulf, Grimme), arracheuses (AVR, Dewulf, Grimme, Ploeger, Ropa) et lignes de réceptions (AVR,



Bijlsma Hercules, Brettmaister, Dewulf, Grimme, Hawe).

Les visiteurs friands de technologie ont pu apprécier la présentation d'un trieur opto-électronique capable de classer des tubercules lavés et non lavés en fonction de leurs calibres, formes et coloration (Tomra-Visar Sorting). Autre nouveauté lors de la manifestation, les organisateurs ont fait le pari d'un espace de conférence mobile. En effet, le "Speaker's corner" était formé d'une plateforme mobile dotée d'un écran géant qui se déplaçait vers les stands concernés en fonction des sujets développés.

Les professionnels du secteur de la pomme de terre se sont donnés rendez-vous pour la prochaine édition de PotatoEurope, qui se tiendra les 4 et 5 septembre 2019 à Kain, en Belgique. ■

Aude Aznar

AGENDA

Du 21 au 23 septembre

Goût de France

Dans tout le pays

www.economie.gouv.fr

Du 23 au 25 octobre

Fruit attraction

Madrid (Espagne)

www.fruitattraction.com

Le 20 et 21 novembre

Formation "Stockage et qualité de la pomme de terre"

Boigneville (Essonne)

www.formations-arvalis.fr

Du 25 au 27 novembre

Salon européen Interpom Primeurs

Courtrai (Belgique)

www.interpom-primeurs.be

Le 10 décembre

Assemblée Générale du CNIPT

Cité des Sciences et de l'Industrie de La Villette - Paris

www.cnipt.fr

EN BREF...

États Généraux de l'alimentation**Indicateurs de prix : la balle est dans le camp des interprofessions**

Le projet de loi issu des États Généraux de l'alimentation a été adopté le 14 septembre en deuxième lecture à l'Assemblée nationale. Parmi les points qui restaient à débattre, il y avait celui sur les indicateurs de prix pertinents pour une construction des prix tenant compte des coûts de production des agriculteurs. Les députés se sont finalement rangés à la position du Gouvernement : les interprofessions devront élaborer, valider et diffuser ces indicateurs. « On est allé au bout de ce que nous pouvions faire en droit », a déclaré le ministre de l'Agriculture Stéphane Travert. « Ce projet de loi, si on se saisit des outils qui ont été mis en place, donnera des résultats. » Le texte doit

maintenant être examiné par le Sénat à partir du 25 septembre. Puis, il reviendra une dernière fois à l'Assemblée nationale début octobre. La loi devrait être promulguée dans le courant du mois d'octobre.

Europe**La production de pommes de terre passe sous les 24 millions de tonnes**

Le NEPG (North-Western European Potato Growers) estime que la récolte 2018 de pommes de terre de consommation sera en baisse de 18 % par rapport à 2017, et de 8 % par rapport à la moyenne des 5 dernières années. Le NEPG (North-Western European Potato Growers) rassemble les producteurs des 5 pays de l'Europe du Nord-Ouest : Royaume-Uni, France, Belgique, Pays-Bas et Allemagne. En volume, la production est estimée entre 23,5 et

24 millions de tonnes. Pourtant, les surfaces sont en hausse de 8,4 % par rapport à la moyenne quinquennale. « La sécheresse extrême et les températures caniculaires sur toute l'Europe du Nord-Ouest ont mené à une évaluation provisoire de rendement brut moyen entre 40 et 41 t/ha » indique le NEPG. L'organisation ne cache pas ses inquiétudes sur la qualité des pommes de terre : « Tous les pays rapportent des problèmes de repousses au champ, et les producteurs s'inquiètent de la conservation à venir ». Certains industriels ont déjà assoupli leurs normes de qualité, constate le NEPG. Des pommes de terre destinées au marché du frais sont orientées vers les lignes de frites. Mais à cause d'une faible teneur en matière sèche, il faudra davantage de matière première pour fabriquer la même quantité de produit fini.



LES MARCHÉS PHYSIQUES

Cotations France (RNM)

En €/tonne

Marché français-Stade expédition - Semaine 37

Variétés de consommation courantes

Bintje Bassin Nord non lavée cat. II 40-75 mm filet 25 kg	nc.
Div. var. cons France lavée cat. I 40-75 mm filet 10 kg	415
Agata France lavée cat. I 50-75 mm carton 12,5 kg	580

Variétés à chair ferme

Charlotte France lavée cat. I + 35 mm carton 12,5 kg	750
Rouge France lavée cat. I + 35mm filet 2,5 kg	720

Marché français Bio-Stade expédition - Semaine 37

Chair ferme France biologique	1100 (=)
Chair normale France biologique	1060 (↘)

Export-Stade expédition - Semaine 37

Agata France lavable cat. I +45mm sac 1 tonne	nc.
Agata France lavable cat. I 40-70mm sac 1 tonne	nc.
Div.var.cons France lavable cat. I +45mm sac 1 tonne	nc.
Div.var.cons France lavable cat. I 40-70mm sac 1 tonne	nc.
Div. var. cons France non lavée cat. II 50-75 mm sac 20 kg	nc.
Rouge France non lavée cat. II 50-75 mm sac 20 kg	nc.

Rungis - Semaine 37

Charlotte France cat. I carton 12,5 kg	910 (↘)
Div. var. cons France lavée cat. I 40-70 mm sac 10 kg	500 (=)
Div. var. cons France non lavée cat. I 40-70 mm sac 10 kg	450 (=)

Industrie - Semaine 37

Bintje Bassin Nord non lavée + 35 mm fritable	250
Div. var. cons. Bassin Nord non lavée, tout venant 35 mm et + fritable	260

N.B. : entre parenthèses, la tendance du marché.

Cotations marchés étrangers

En €/tonne

Cotation VTA (Verenigde Telers Akkerbouw) - Semaine 38

Destination industrie frites : tout-venant, vrac, fritable, départ, 40 mm +	nc.
Var export 45 mm +, en sac	nc.

Belgique (Fiwap/PCA) - Semaine 38

Bintje tout venant 35 mm + fritable vrac	250-270 (=)
--	-------------

Grande-Bretagne (Cours BPC) - Semaine 38

Prix moyen production	nc.
-----------------------	-----

LES MARCHÉS À TERME

Eurex Francfort (€/t) Bintje, Agria et var. apparentées pour transfo, 40 mm, min 60 % 50 mm +

	11/09/18	12/09/18	13/09/18	14/09/18	17/09/18
Novembre 2018	289	289	278	279	272
Avril 2019	315	310	306	309	308
Juin 2019	320	320	304	310	313

Editeur CNIPT

43-45 rue de Naples
75008 Paris
Tél : 01 44 69 42 10
Fax : 01 44 69 42 11

Directrice de publication
Rédactrice en chef :
Florence Rossillion

Prix du numéro : 2 €
Abonnement 1 an : 53 €

Impression-Routage :

Rivet Presse Edition
24, rue Claude-Henri Gorceix
87022 Limoges Cedex 9

Conception graphique :
Aymeric Ferry

Dépôt légal : à parution
ISSN n° 0991-3351

