



Pomme de terre

hebdo

LE JOURNAL DE LA POMME DE TERRE - n°1254 - 14 mai 2020

À DÉCOUVRIR

Filières

1-2

Comment cette pandémie et ce confinement bouleversent notre marché, au risque de le rendre fou !

Achats des ménages en France

3

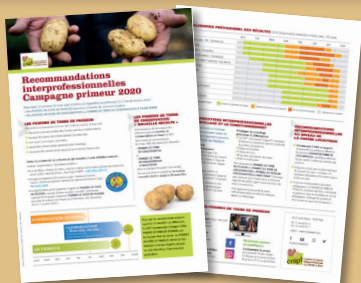
L'envolée des achats se poursuit sur mars-avril

Marchés

4

Transition progressive vers les primeurs

DOSSIER DU MOIS



Recommandations primeur 2020

En savoir plus sur cnipt.fr

Notre imprimeur étant actuellement fermé, Pomme de terre hebdo paraîtra en format numérique uniquement, jusqu'à nouvel ordre.

Pomme de terre hebdo ne paraîtra pas la semaine prochaine. Rendez-vous le 28 mai.

FILIÈRES

Comment cette pandémie et ce confinement bouleversent notre marché, au risque de le rendre fou !

Le confinement est intervenu à un moment critique de la campagne : celui où les stocks de pommes de terre de la récolte d'automne se terminent, où les premières pommes de terre de primeur vont arriver pour renouveler l'intérêt des consommateurs pour la pomme de terre et où les producteurs sont en train d'emblaver pour la récolte de l'automne suivant.

Dans les premiers temps du confinement la demande s'est révélée très importante, ce qui a dopé de façon inespérée la consommation sur le marché du frais. Les stocks se sont écoulés plus rapidement sans qu'à aucun moment il n'y ait eu de risque de pénurie de pommes de terre pour le marché du frais.

D'une manière générale et globalement responsable, la filière de la pomme de terre vendue à l'état frais a été en capacité de répondre rapidement et efficacement à la demande, sans augmentation des prix aux consommateurs, afin de permettre à tout un chacun de se

nourrir de façon saine et variée à un coût abordable. Et ce, bien que quelques tensions se soient faites sentir : sociales (manque de personnel,...), logistiques (manque de transport, d'emballage,...) et commerciales.

Dans ce contexte, la campagne de pommes de terre de primeur et nouvelle récolte s'annonçait favorablement, puisque les stocks de

pommes de terre de l'automne dernier devaient être bien écoulés au moment de leur arrivée sur le marché.

Parallèlement, la fermeture de la restauration hors-foyer a engendré un arrêt des fabrications de pommes de terre transformées, en particulier les frites. Ces pommes de terre, qui ont des caractéristiques spécifiques à l'industrie, à la fois en qualité et en calibres, se sont retrouvées sans débouchés : une offre

très importante de pommes de terre, non destinées initialement sur les marchés du frais s'est trouvée disponible, et vient perturber le bon déroulé de la campagne. À partir de là, tout a dérapé.



> Luc Chatelain, Président du CNIPT

(Suite page 2)

(Suite de la page 1)

Entre opérations de dégagement de pommes de terre à bas prix, ventes à la ferme sans encadrement qualitatif et une grande amplitude de prix en magasins ; le marché fait le grand écart. **Bien qu'ils aient été recherchés, les accords entre la filière pommes de terre d'industrie et la pomme de terre à destination du marché du frais n'ont pas pu être trouvés au niveau collectif.**

Alors chacun, dans son coin, cherche à faire face.

Certains proposent des pommes de terre pour des opérations solidaires, dont l'ambition ne peut être que louable mais la réalisation, dans certains cas, a fini par complètement échapper à la logique et au droit. Des dérapages inacceptables ont été constatés.

Le CNIPT rappelle que la loi doit être respectée dans toutes les opérations commerciales qui sont menées. Le seuil de revente à perte impose une marge de revente de 10 % supérieure au prix d'achat. Tous les commerçants se doivent de vérifier qu'ils appliquent cette règle. L'UNPT et la Coordination Rurale ont attiré l'attention des services de l'État sur un cas qui ne leur semblait pas respecter cette règle.

D'autres organisent des ventes directes à la ferme sans aucun encadrement réglementaire ou qualitatif.

Le CNIPT tient à faire savoir que tous les producteurs vendeurs doivent s'identifier s'ils ne le sont pas déjà. Les cotisations sur ces ventes sont dues au CNIPT sur le tonnage de base et sur la cotisation publico-promo. Le CNIPT récupérera toutes les cotisations associées à ces ventes, et nous faisons tout ce qu'il faut pour cela. C'est une question d'équité entre tous.

Les services de l'État se sont préoccupés du respect des gestes barrières et de la distanciation sociale, le CNIPT se préoccupe de la qualité des produits. Les pommes de terre qui sont commercialisées lors de ces ventes ont l'obligation de répondre aux exigences qualitatives de l'arrêté de commercialisation (éventuellement en catégorie 2). Le lieu et les modalités de vente doivent également apporter les garan-

ties sanitaires conformes à une marchandise saine, loyale et marchande en frais.

Les comportements ne sont pas meilleurs à l'export et l'on voit apparaître des opérations cherchant à tirer profit de flux d'exportation sans se soucier des équilibres et des relations déjà engagées. Et sans parler des emblavements pour la campagne prochaine vers laquelle nous nous avançons dans ce qui pourrait bien être la « chronique d'une catastrophe annoncée ».

Qu'on le veuille ou non, la situation de la pomme de terre à destination de l'industrie a des répercussions sur le marché du frais et notre interprofession est aussi concernée par des volumes export à destination de l'industrie. Il existe une porosité certaine entre les deux marchés.

Cherchons ensemble des solutions pour limiter au maximum ces répercussions et éviter les images déplorables de dissensions entre filières et au sein de chacune d'elles.

En la matière, unissons nos compétences pour la recherche de solutions sans que cela ne nuise aux intérêts respectifs des filières.

La filière du frais est engagée sur la valeur du produit. Ses efforts importants depuis 20 ans pour imposer

la segmentation culinaire, les investissements annuels en publicité qu'elle y a mis ne doivent pas être balayés en exportant la crise de l'industrie vers le frais.

Parallèlement, la situation de la filière industrie ne peut pas être ignorée et les demandes d'aides que cette filière a faites doivent être soutenues par tous les secteurs d'activité. En effet, il y aura de pommes de terre industrielles retirées du marché, mieux le marché du frais sera assaini.

En ces temps de guerre sanitaire contre cette pandémie, nous avons le devoir de dépasser nos querelles, de penser intérêts communs. Il est temps de reprendre le chemin du collectif dans les interprofessions qui sont le lieu d'un dialogue indispensable entre tous les acteurs de nos filières. ■

Luc CHATELAIN, Président du CNIPT

*« En ces temps
de guerre
sanitaire contre
cette pandémie,
nous avons le devoir
de dépasser
nos querelles,
de penser intérêts
communs. »*



ACHATS DES MÉNAGES EN FRANCE

L'envolée des achats se poursuit sur mars-avril

Les achats des ménages ont continué à progresser sur la période P4, du 23 mars au 19 avril 2020, de 30 % en volume. La période de confinement s'est traduite par un fort engouement des ménages pour la pomme de terre fraîche notamment jusqu'à début avril. Tous les magasins traditionnels ont enregistré une croissance exceptionnelle, avec une évolution notable dans les commerces de proximité et le drive. Les acheteurs ont favorisé les produits préemballés au détriment du vrac. Les principaux points à retenir de cette période :

- La fréquentation d'achats s'est normalisée (+0,7 %) après une période d'agitation au début du confinement. Les acheteurs ont été plus nombreux (+13 %) et ils ont fait de plus gros paniers à chaque passage (+13,7 % en volume).
- Les achats dans la grande distribution ont progressé de 35 % sur un an. La croissance a été particulièrement importante dans les magasins de proximité (+68 %) et les supermarchés (+50 %), en raison de leur accessibilité. Le commerce en ligne (avec la livraison à domicile ou le drive), très prisé par les consommateurs pendant ce confinement, a connu une croissance de 158 %. La croissance est moins spectaculaire dans les hypers (+16 %) et les circuits spécialisés (+8,4 %) dont une part non négligeable a été imputée par les marchés (-41 %).
- Les produits conditionnés ont connu une croissance de 39 % en grande distribution. L'engouement des achats s'est porté sur les principales lignes (petit, moyen et gros for-

mat). La croissance sur le plus de 5 kg (+195 %) est cependant à relativiser au vu de la forte baisse l'an dernier à la même période (-51 %). Le vrac est en recul de 6 %, délaissé par certains acheteurs craignant un risque sanitaire.

• Le prix moyen des pommes de terre achetées, de 1,17 €/kg en GMS, est en baisse de 2,5 % sur cette période, par rapport à l'année précédente. **En cumul depuis le début de la campagne, soit du 12 août 2019 au 19 avril 2020, les quantités achetées sont en hausse de 4,4 % (+5 % en GMS) sur un an.**

Pour cette période de déconfinement progressif, qui a démarré cette semaine, les acteurs du marché sont dans l'expectative quant à l'évolution des comportements des ménages. Une partie des Français ayant subi une perte de revenus, ils se verraient donc obligés de faire des arbitrages dans leurs achats alimentaires. Les clients devraient poursuivre leurs achats dans les magasins qui leur paraissent les plus rassurants. Dans le même temps, beaucoup d'acheteurs sont dans une démarche d'achats plus responsables, qui s'est renforcée pendant cette période, en privilégiant le local/l'origine France, tant pour des questions de réassurance sur le caractère sain/la qualité des produits, que de soutien auprès de l'agriculture française/de proximité. Dans ce contexte, les premiers français, dont les volumes vont atteindre des niveaux significatifs à partir de la mi-mai, pourraient tirer leur épingle du jeu.

Ali KARACOBAN, CNIPT

Évolution des achats des ménages selon le circuit de distribution, du 23 mars 2020 au 19 avril 2020

	Quantités achetées (évolution en %)			Parts de marché volume (en %)	
	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2017-2018	2018-2019
Total France	+ 2,3	- 1,6	+30	100	100
Total Circuits généralistes (GMS)	+ 2,5	- 1,7	+ 34,7	82	82
dont hypermarchés	- 1	+ 3,1	+ 16,3	37	38
dont supermarchés	0	- 7,1	+ 49,6	20	19
dont Enseignes à dominante marques propres (EDMP)	+ 15,2	- 8,2	+ 20,3	16	16
dont proximité	- 2,2	+ 6,7	+ 68,2	5	6
dont online	+ 7,6	- 5,2	+ 158,2	3	4
Total Circuits spécialisés	+ 1,6	- 1,1	+ 8,4	18	18

Source : CNIPT d'après le panel Kantar Worldpanel

AGENDA

Compte tenu de la période de (dé)confinement et de ses aléas, de nombreuses manifestations peuvent être reportées ou annulées

8 juin

Assemblée générale de Saveurs

Commerce

Paris

www.saveurs-commerce.fr

Du 2 au 3 septembre

PotatoEurope

Villers St Christophe (02)

www.potatoeurope.fr

8 septembre

Coordination rurale - Assemblée générale

Nouan-le-Fuzelier (41)

www.coordinationrurale.fr

Du 20 au 22 octobre

Fruit attraction

Madrid

www.ifema.es/fruit-attraction

10 novembre

Forum VEGETABLE

Paris

www.forum-vegetable.fr

17 novembre

Formation « Stockage et qualité de la pomme de terre »

Boigneville (91)

www.formations-arvalis.fr

EN BREF...

Communication

Campagne publicitaire CNIPT x INTERFEL

En cette période qui invite à cuisiner mai-

son, les filières des pommes de terre et des fruits et légumes frais rappellent la mobilisation des professionnels et l'importance d'une alimentation équilibrée à travers une campagne publicitaire. Le spot a été diffusé

du 4 au 13 mai sur France TV et a touché 20 millions de contacts. En digital, il a généré 5 millions d'impressions (replay TV et sites internet).

Voir le spot



Pour les internautes, cliquez sur les liens pour en savoir plus

LES MARCHÉS PHYSIQUES

Cotations France (RNM)

En €/tonne

Marché français-Stade expédition - Semaine 19

Variétés de consommation courantes

Bintje France non lavée cat. II 40-75 mm filet 25 kg	200 (=)
Div. var. cons France lavée cat. I 40-75 mm filet 10 kg	nc.
Agata France lavée cat. I 50-75 mm carton 12,5 kg	585 (↗)
Div.var.cons Bassin Nord non lavée cat.II 40-75mm filet 25 kg	210 (=)
Div.var.cons France lavée cat.I 40-75mm filet 10kg consommation	330 (=)

Variétés à chair ferme

Charlotte France lavée cat. I + 35 mm carton 12,5 kg	nc.
Rouge France lavée cat. I + 35mm filet 2,5 kg	640 (=)

Marché français Bio-Stade expédition - Semaine 19

Chair ferme France biologique	nc.
Chair normale France biologique	nc.
Conservation France biologique	1220 (=)
Primeur France biologique	3130 (↗)

Export-Stade expédition - Semaine 19

Agata France lavable cat.I +45mm sac 1tonne	nc.
Agata France lavable cat.I 40-70mm sac 1tonne	350 (=)
Div.var.cons France lavable cat.I +45mm sac 1tonne	nc.
Div.var.cons France lavable cat.I 40-70mm sac 1tonne	310 (=)
Monalisa France lavable cat.I +45mm sac 1tonne	nc.
Rouge France non lavée cat. II 50-75 mm sac 20 kg	nc.

Rungis - Semaine 19

Charlotte France cat. I carton 12,5 kg	1000 (=)
Div. var. cons France lavée cat. I 40-70 mm sac 10 kg	550 (↗)
Div. var. cons France non lavée cat. I 40-70 mm sac 10 kg	350 (=)

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

Indice mensuel des prix d'achat des moyens de production agricole (IPAMPA) base 100 en 2015

	Mars 2020	Variation en % sur un an
Indice mensuel général	102,4	- 2

Source : INSEE

Indice des prix des produits agricoles à la production (IPPAP) base 100 en 2015

	Mars 2020	Variation en % sur un an
Pommes de terre	187,5	- 5

Source : INSEE

Cotations des courtiers assermentés - lavabilité 7.5, vrac nu, départ ferme (€/T)

	Semaines 18 et 19
Consommation polyvalente	370 (↗)
Chair ferme blanche	331 (↗)
Chair ferme rouge	342 (↗)

Source : Courtiers assermentés français

Indice des prix à la consommation (IPC) base 100 en 2015

	Mars 2020	Variation en % sur un an
Pommes de terre	112,43	+ 0,7

Source : INSEE

Prix au détail drive GMS - €/kg

	Semaine 19	Variation en %
Conservation France lavée filet 5kg	0,78	- 0,02
Four, frites ou purée de conservation France filet 2,5kg	1,2	- 0,02
Vapeur ou risolée de conservation France filet 2,5kg	1,27	- 0,02

Source : RNM Le suivi des prix en rayon est interrompu depuis la semaine 11 dû au confinement.

Cotations marchés étrangers

En €/tonne

Cotation VTA (Verenigde Telers Akkerbouw) - Semaine 19

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

Belgique (Fiwap/PCA) - Semaine 19

Bintje tout venant 35 mm + fritable vrac	nc.
--	-----

Grande-Bretagne (Cours BPC) - Semaine 19

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

Transition progressive vers les primeurs

Sur le marché national du frais, une accalmie des ventes est observée depuis le 20 avril sur l'ensemble des produits de grande consommation. Les pommes de terre fraîches suivent cette trajectoire, après plusieurs semaines d'euphorie notamment au début du confinement (cf page 3 le bilan des achats des ménages) et ce sur l'ensemble des circuits de distribution de la GMS.

Sur le plan de la qualité des pommes de terre mises sur le marché, un vieillissement de certains lots est observé (sur l'ensemble des segments), ce qui montre les premiers signes de la fin de campagne des pommes de terre de l'ancienne récolte.

Cette situation est de bon augure pour la campagne actuelle des primeurs qui devraient bénéficier de conditions favorables pour une commercialisation réussie pendant cette phase de transition.

Avec cette période de déconfinement, l'assortiment des produits proposés aux consommateurs devraient évoluer, d'une logique de rationalisation des offres à une logique progressive d'élargissement des gammes dans les points de vente.

À l'export, le marché est à deux vitesses entre les produits de qualité et les produits plus basiques. Sur les produits conditionnés lavés, la demande reste vive, notamment d'Europe de l'Est et d'Italie. En revanche, les transactions se font plus rares sur les produits basiques, notamment vers l'Espagne qui termine progressivement ses approvisionnements de France. Aussi, la demande à l'export de grenailles reste peu vigoureuse et ce depuis le début la campagne.

Les filières frais et industrie poursuivent le travail de recherche de débouchés alternatifs sur les pommes de terre restant actuellement en stocks destinées initialement à l'industrie : alimentation animale (par la mise en relation des éleveurs avec des producteurs), méthanisation (en facilitant le lien entre producteurs et méthaniseurs...). Des dons alimentaires sont également menés sur ces pommes de terre mais également sur des frites surgelées en collaboration avec les industriels.

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

