Pomme de terre hebdo

LE JOURNAL DE LA POMME DE TERRE - n° 1222 - 19 avril 2019

À DÉCOUVRIR

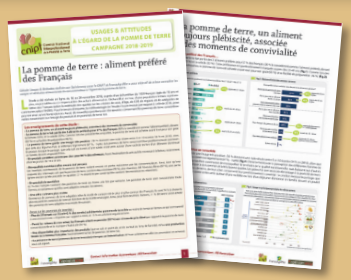
Pommes de terre de primeur 1
Un « très bon moment » de communication

Commerce extérieur français 2
La progression des ventes se poursuit se poursuit en février 2019

Assemblée Générale de FELCOOP 3
Les coopératives « un modèle d'économie sociale, durable et solidaire »

Marchés 4
Animation attendue pour les fêtes pascales

DOSSIER DU MOIS



La pomme de terre : aliment préféré des français

En savoir plus sur cnipt.fr

Pomme de terre hebdo ne paraîtra pas pendant les vacances de Pâques. **Rendez-vous le 17 mai 2019.**

POMMES DE TERRE DE PRIMEUR

Un « très bon moment » de communication

« Il y a de la pomme de terre dans l'air ! » Si le slogan de la nouvelle campagne de communication du CNIPT est déjà sur toutes les lèvres, il y aura, à n'en pas douter, « de la pomme de terre de primeur dans l'air » d'avril à juillet 2019, grâce à une stratégie de communication complète alliant médias traditionnels et supports digitaux performants. Une première !

> La campagne mettra en avant un spot publicitaire dédié à la pomme de terre de primeur.

Le 21 mars, premier jour du printemps, un dîner de presse a été organisé au restaurant Papillon à Paris. Plusieurs journalistes y étaient conviés afin de découvrir un menu original concocté par le chef Christophe Saintagne. L'occasion pour eux d'échanger avec un producteur autour d'un produit de qualité, synonyme de fraîcheur et de saveur délicate. Les recettes dégustées ont été, tout comme les informations diffusées, une belle source d'inspiration pour de futurs articles.

Une présence en TV renforcée, un plan média dédié

Construite à la manière d'une mini-saga de films publicitaires autour du partage, de la gourmandise et de la convivialité, la nouvelle campagne comprend un spot dédié à la pomme de terre de primeur. Avec son ton léger et décalé, il est construit autour d'une recette adaptée à la primeur et donne à voir un joli moment de partage et de bonne humeur. Il sera diffusé à la télévision du 18 mai au 3 juin 2019 sur des chaînes grand public (France 2, 3 et 5, BFM, C8, TMC…).

Afin de renforcer ce plan média, le spot sera diffusé et médiatisé sur les réseaux sociaux et la pomme de terre de primeur sera également mise en valeur sur les pages Facebook et Instagram grâce à une série de posts thématiques. Ludiques et incitatifs, ils encourageront également les internautes à participer à l'opération « Very Good Moment ».

« Very Good Moment » : devenez ambassadeur de la pomme de terre de primeur

« Very Good Moment » ? Traduisez « très bon moment » ! La plateforme digitale du même nom permet aux marques et aux produits de recruter des « ambassadeurs ». 300 d'entre eux, et 20 micro-influenceurs (c'est-à-dire ayant une communauté comprise entre 1 000 et 30 000 abonnés) seront ainsi sélectionnés et recevront une box remplie de goodies et bien entendu… de pommes de terre de primeur. Ils devront ensuite inviter plusieurs amis, relever des défis culinaires créatifs et ludiques, les photographier ou les filmer puis les poster sur leurs réseaux sociaux en utilisant des hashtags dédiés. Cette opération, qui aura lieu de mai à juin 2019, offre la possibilité de créer un contenu varié, authentique, générateur de viralité, capable de toucher aussi bien la communauté Online que Offline tout en démultipliant les contacts.

Caroline Bodin, CNIPT

Informer la filière, une nécessité toujours d'actualité
Comme chaque année, une page de publicité sera diffusée dans plusieurs supports de la presse professionnelle. Elle permettra aux opérateurs et aux enseignes de s'informer sur l'ensemble de la communication mise en place auprès du grand public.

BILAN DU COMMERCE EXTÉRIEUR FRANÇAIS EN FÉVRIER 2019

La progression des ventes se poursuit

La campagne 2018-2019 sera, à n'en pas douter, un grand millésime pour la filière française des pommes de terre fraîches à l'international. Les ventes ont à nouveau bondi en février, de +17 % en volume à 214 571 tonnes. En valeur, les ventes ont atteint sur ce mois 71,6 millions d'euros, soit une progression de +128 % par rapport à l'an dernier sur le même mois.

Les ventes françaises ont atteint des niveaux historiques notamment vers l'Espagne (71 498 t. / +5 %), l'Allemagne (16 520 t. / +177 %) et les pays d'Europe de l'Est (28 000 t. / +49 %). Trois autres marchés ont servi de locomotives : l'Italie (35 137 t. / +3 %), la Belgique (32 118 t. / +21%) et le Portugal (18 274 t. / +21 %). La France a également gagné des volumes vers les Pays-Bas (+15 %) et la Grèce (20 %).

Seul bémol : les niveaux de ventes sont en-deçà en volume vers le Royaume-Uni (-38 %) et les États de la péninsule Arabique (-75 %). Vers cette dernière destination, l'effet prix (avec un prix de vente moyen en hausse de 103 % sur ces pays) a probablement été un facteur décisif face à des concurrents mondiaux axés principalement sur le positionnement prix.

En valeur, les pommes de terre françaises sur ce mois de février se sont valorisées en moyenne à 334 euros la tonne (départ France, moyenne toutes destinations, toutes variétés et tous calibres), soit une progression de +95 % par rapport à février 2018.

En cumul, depuis le début de la campagne (soit sur la période d'août 2018 à fin février 2019), les ventes de la filière française de pommes de terre fraîches ont représenté 1,1 million de tonnes (+10 % vs 2017/2018) et un chiffre d'affaires de 342 millions d'euros (+96 % vs 2017/2018).

Sur ces dernières semaines, les prix de vente à l'export sont restés soutenus du fait notamment d'une juxtaposition de demandes provenant de différents pays acheteurs, et ce malgré une qualité moyenne des produits. Les flux commerciaux vers l'étranger devraient se poursuivre encore quelques semaines mais sur des quantités moindres.

Ali Karacoban, CNIPT

Exportations françaises (en tonnes) en février 2019

	FÉVRIER 2015	FÉVRIER 2016	FÉVRIER 2017	FÉVRIER 2018	FÉVRIER 2019	EVOL. FÉV. 2019/ FÉV. 2018
Espagne	57 771	66 947	68 239	67 781	71 498	5 %
Italie	37 000	39 688	29 450	34 150	35 137	3 %
Belgique	27 482	22 048	36 263	26 555	32 118	21%
Portugal	14 094	16 291	20 996	15 128	18 274	21 %
Allemagne	5 137	4 276	5 745	5 961	16 520	177 %
Royaume-Uni	4 347	3 913	4 042	2 213	1 374	- 38 %
Pays-Bas	2 330	2 353	3 408	4 409	5 055	15 %
Grèce	6 652	3 691	2 554	2 496	2 984	20 %
Europe de l'Est (1)	14 345	15 230	8 705	18 854	28 001	49 %
Autres	8 291	7 163	4 960	6 355	3 626	- 43 %
Dont États péninsule arabique (2)	3 801	1 483	441	1 949	488	- 75 %
Total campagne	177 450	181 600	184 363	183 902	214 587	17 %

(1) Bulgarie, Hongrie, Lituanie, Pologne, République tchèque, Roumanie, Russie, Slovaquie, Slovénie, Serbie, Croatie.
(2) Émirats arabes unis, Oman, Arabie saoudite, Qatar, Koweït, Bahreïn.

Source : CNIPT d'après Douanes françaises

Exportations françaises (en tonnes) en cumul - période août à février 2019

	PÉRIODE AOÛT À FÉVRIER 2015	PÉRIODE AOÛT À FÉVRIER 2016	PÉRIODE AOÛT À FÉVRIER 2017	PÉRIODE AOÛT À FÉVRIER 2018	PÉRIODE AOÛT À FÉVRIER 2019	ÉVOL. 2018-2019/ 2017-2018
Espagne	255 846	299 945	327 829	336 494	347 916	3 %
Italie	186 189	197 33	129 518	192 228	166 407	- 13 %
Belgique	133 820	128 954	179 996	184 604	267 977	45 %
Portugal	49 021	66 205	77 592	68 723	80 382	17 %
Allemagne	35 550	34 595	33 585	41 583	65 175	57 %
Royaume-Uni	15 940	15 685	14 072	11 197	15 689	40 %
Pays-Bas	31 227	18 827	18 180	31 237	35 519	14 %
Grèce	32 343	20 185	18 689	19 056	33 833	78 %
Europe de l'Est (1)	66 353	39 811	24 012	74 941	70 240	- 6 %
Autres	59 027	59 398	61 848	57 202	34 535	- 40 %
Dont États péninsule arabique (2)	27 732	16 509	14 830	26 239	14 123	- 46 %
Total campagne	865 315	880 938	885 321	1 017 266	1 117 673	10 %

(1) Bulgarie, Hongrie, Lituanie, Pologne, République tchèque, Roumanie, Russie, Slovaquie, Slovénie, Serbie, Croatie.
(2) Émirats arabes unis, Oman, Arabie saoudite, Qatar, Koweït, Bahreïn.

Source : CNIPT d'après Douanes françaises

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

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE DE FELCOOP

Les coopératives « un modèle d'économie sociale, durable et solidaire »

« Comment les coopératives agricoles répondent aux objectifs de la loi Egalim ? » était le thème de l'Assemblée générale de Felcoop, la fédération des coopératives de fruits et légumes, de l'horticulture et des pommes de terre, qui s'est tenue le 10 avril à Paris. L'enjeu : les ordonnances sur le statut des coopératives (en cours de finalisation). Pour Dominique Chargé, président de Coop de France, ces textes « dénaturent le modèle coopératif et déresponsabilisent l'adhérent et les administrateurs face à leurs missions et face aux risques qu'ils doivent parfois prendre pour maintenir l'activité agricole sur leur territoire ». Les textes actuels organisent le partage de la valeur, qui est le principe de base de la coopération agricole. Ils permettent « d'assurer la transparence avec les associés coopérateurs » rappelle Marine Nossereau, directrice juridique de Coop de France. Pour Henri Biès-Péré, vice-président de la FNSEA, « il faut saisir l'occasion de la loi pour renouveler le dialogue avec les agriculteurs ». « Les jeunes ne se sont pas tous reconnus dans le système coopératif tel qu'il est aujourd'hui », ajoute Jérémy Dutour, secrétaire général adjoint des Jeunes Agriculteurs.

Il revenait à Jean-Baptiste Moreau, député de la Creuse, rapporteur de la loi Egalim, agriculteur lui-même (et ancien président de coopérative) de calmer les inquiétudes de l'assistance. Le modèle coopératif est « un modèle à part, vertueux » a-t-il déclaré. « La loi Egalim n'est pas une remise en cause du statut des coopératives » a-t-il assuré. Car ces dernières demeurent « l'ultime organisation pour les producteurs », explique-t-il. L'objectif des ordonnances est plutôt de « revenir à l'esprit du modèle coopératif, à sa pureté initiale », ajoute le député. Il a annoncé qu'une commission d'enquête parlementaire sur le déroulé des négociations commerciales a été mise en place à l'Assemblée nationale. Il a incité les dirigeants de coop présents à la saisir et à témoigner devant elle. En conclusion, Jean-Michel Delannoy, président de Felcoop a insisté sur le fait que les coopératives agricoles constituent « un modèle d'économie sociale durable et solidaire ». Malgré les assurances de Jean-Baptiste Moreau, il a mis en garde contre des ordonnances qui « détricoteraient le modèle coopératif ». « Cela serait contre-productif ».

Olivier Masbou

AGENDA

Du 24 au 26 avril
Medfel
Perpignan
www.medfel.com/fr

Du 6 au 7 juin
Congrès Fedepom
Strasbourg
http://www.fedepom.fr

Les 12 et 13 juin
Assemblée générale de la Coordination Rurale
www.coordinationrurale.fr

Du 12 au 14 juin
Europatat
Oslo, Norvège
www.europatat.eu/europatat-event

Du 14 au 23 juin
Fête des fruits et légumes frais
Dans toute la France
www.lesfruitsetlegumesfrais.com

Le 26 juin
QualiPom'
Aubers (Nord)
wwww.nord-pas-de-calais.chambre-agriculture.fr

EN BREF…

Europe

Décision finale sur le CIPC toujours en attente

Le Comité d'Appel de la Commission du 11 avril dernier n'a pas pu statuer, encore une fois, sur le non renouvellement de l'homologation du Chlorprophame (CIPC), compte tenu de l'absence d'une majorité qualifiée pour adopter cette proposition. Cette décision pourrait intervenir d'ici 2 mois par une prise de position officielle de la Commission. Il est vraisemblable qu'il soit encore possible d'utiliser la molécule pour la dernière fois lors de la prochaine campagne de conservation. Les filières travaillent dès à présent à l'obtention d'une LMR temporaire après l'interdiction d'utilisation de la molécule pour garantir le risque futur de contamination croisée par l'usage des installations existantes.

Aide humanitaire

Hausse des dons agricoles

Durant l'année 2018, 1 454 tonnes de produits ont été données par le secteur agricole (agriculteurs, coopératives, magasins de producteurs, etc.) aux associations d'aide alimentaire nationales habilitées, via SOLAAL. Ce volume de dons représente l'équivalent de 2,9 millions de repas distribués aux bénéficiaires. Les dons de légumes sont en hausse : + 45 % par rapport à 2017. Certains dons ont eu lieu dans le cadre d'événements : 107 tonnes ont été données lors de la Journée nationale du don agricole, 650 kg à l'occasion du Salon International de l'Agriculture, le glanage d'une centaine de kilos de pommes de terre réalisé dans la Ferme Kabocha (Côtes d'Armor) et donné à la Banque alimentaire de Saint-Malo (Ille-et-Vilaine) ; 293 kg de fruits et légumes ainsi que quelques centaines de barquettes ont été donnés respectivement par Interfel et l'Association des Maires d'Île-de-France à l'occasion du Salon des Maires. SOLAAL est l'association qui facilite le don alimentaire, dont le CNIPT est membre. SOLAAL a participé à la création d'une application (sur smartphone et ordinateur) pour proposer vos dons.

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

LES MARCHÉS PHYSIQUES

Cotations France (RNM)

En €/tonne

Marché français-Stade expédition - Semaine 15

Variétés de consommation courantes	
Bintje France non lavée cat. II 40-75 mm filet 25 kg	nc.
Div. var. cons France lavée cat. I 40-75 mm filet 10 kg	420 (=)
Agata France lavée cat. I 50-75 mm carton 12,5 kg	624 (↘)
Variétés à chair ferme	
Charlotte France lavée cat. I + 35 mm carton 12,5 kg	732 (↗)
Rouge France lavée cat.I + 35mm filet 2,5 kg	736 (↗)

Marché français Bio-Stade expédition - Semaine 15

Chair ferme France biologique	nc.
Chair normale France biologique	nc.

Export-Stade expédition - Semaine 15

Agata France lavable cat.I +45mm sac 1tonne	nc.
Agata France lavable cat.I 40-70mm sac 1tonne	385 (↗)
Div.var.cons France lavable cat.I +45mm sac 1tonne	nc.
Div.var.cons France lavable cat.I 40-70mm sac 1tonne	370 (↗)
Monalisa France lavable cat.I +45mm sac 1tonne	nc.
Rouge France non lavée cat. II 50-75 mm sac 20 kg	300 (↗)

Rungis - Semaine 15

Charlotte France cat. I carton 12,5 kg	700 (↘)
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	480 (=)

Animation attendue pour les fêtes pascales

L'activité commerciale reste assez modérée sur le marché intérieur du frais. Quelques opérations de mises en avant menées par les distributeurs peuvent amener des volumes, mais sur des niveaux globalement limités. Les stocks chez plusieurs opérateurs se réduisent. Dans le même temps, la qualité des offres commercialisées en magasins tend à se dégrader en conservation… Le rayon pommes de terre devrait s'animer pour les fêtes pascales, notamment grâce à la mise en avant de produits premium en conservation et en primeur. Les volumes de primeurs françaises montent progressivement dans les bassins de Noirmoutier, du Roussillon et de Bretagne (avec une offre de plein champ qui a démarré cette semaine). À l'export, une demande subsiste de la part de certains acheteurs, mais le ratio qualité/prix des offres actuellement disponibles peut rendre difficile la réalisation de certaines opérations.

Conjoncture UE – Semaine 15 (source : CNIPT d'après AMI et Business France)

Allemagne : trois distributeurs (Aldi, Lidl et Netto) ont démarré la commercialisation de pommes de terre bio en provenance d'Égypte et d'Israël. Pour des raisons de qualité, toutes les chaînes de détaillants ne peuvent pas compter sur une quantité suffisante de pommes de terre bio allemandes. Le marché bio des pommes de terre est dynamique sur ce début d'année civile (hausse de 45% des volumes achetés par les ménages sur les deux premiers mois de 2019, d'après le panel GfK).

Espagne : les Espagnols attendent des pommes de terre de Murcie et de Séville pour la semaine 18 et vont essayer de travailler avec uniquement de la pomme de terre espagnole à partir de la semaine 19.

Portugal : sur le début du mois d'avril, l'offre composée principalement de conservation et de primeurs d'origine portugaise est toujours suffisante. Une présence d'offres française et espagnole est également observée dans les magasins avec des volumes plus importants que le mois dernier.

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

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

	Février 2019	Variation en % sur un an
Pommes de terre	194,5	+ 64

Source : INSEE

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

	Mars 2019	Variation en % sur un an
Pommes de terre	111,62	+ 18

Source : INSEE

Prix au détail GMS - €/kg

	Semaine 15 - 2019	Variation en % sur un an
Vapeur ou rissolée France filet 2,5kg	1,23	32
Four, frites ou purée France filet 2,5kg	1,26	30
Basique France lavée sac 5kg	0,81	35

Source : RNM

Cotations marchés étrangers

En €/tonne

Cotation VTA (Verenigde Telers Akkerbouw) - Semaine 14

Destination industrie frites : tout-venant, vrac, fritable, départ, 40 mm +	300-330 (=)
Var export 45 mm +, en sac	nc.

Belgique (Fiwap/PCA) - Semaine 15

Bintje tout venant 35 mm + fritable vrac	200-250 (=)

Grande-Bretagne (Cours BPC) - Semaine 13

Prix moyen production	255,82

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

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