



Pomme de terre

hebdo

LE JOURNAL DE LA POMME DE TERRE - n°1288 - 22 avril 2021

À DÉCOUVRIR

Communication primeur 2021

1-2

Un plan de communication d'envergure pour les primeurs

Export

3

La chute se poursuit en février

Marchés

4

Pommes de terre bio : un marché national attendu à l'équilibre pendant l'intersaison

COMMUNICATION PRIMEUR 2021

Un plan de communication d'envergure pour les primeurs

Si l'hirondelle ne fait le printemps, la pomme de terre de primeur en est un marqueur bien plus emblématique ! Comme chaque année, ce véritable bijou de nos terroirs est attendu au printemps pour renouveler l'offre pomme de terre en point de vente. Cette année son retour sera associé à un plan média ambitieux afin de booster les ventes, et également à un plan d'action digital mettant à l'honneur les spécificités du produit, les terroirs de production et de nombreuses recettes de saison. Les performances du plan d'action sont estimées à 17 millions de contacts.

Les primeurs en replay TV et sur les réseaux sociaux

Afin de développer la fréquence d'achat, une vague média est programmée pour toucher une large audience de manière puissante et efficace. Ce dispositif est d'autant plus pertinent que la première raison de non-achat de pommes de terre de primeur est le manque de présence à l'esprit du consommateur en point de vente* (cela concerne 33 % des interrogés). Le film publicitaire de 14 secondes issu de la campagne « Il y a de la pomme de terre dans l'air ! » et mettant en scène un moment de consommation gourmand et convivial autour des pommes de terre de primeur, sera de retour de mi-mai à mi-juin. Il sera diffusé en Replay TV sur MY TF1 et 6Play, afin d'atteindre 4,7 millions de spots vus à 100 %. L'avantage de ce dispositif est d'assurer un visionnage du



spot en entier par le consommateur et une assimilation optimale des messages diffusés. Il sera couplé à une vague publicitaire sur les réseaux sociaux, générant 4 millions d'impressions auprès de la cible 25-49 ans.

L'association des médias replay TV et réseaux sociaux permet d'optimiser la couverture de la campagne de communication et donc de s'adresser à une cible très large pour annoncer l'arrivée des premières pommes de terre de l'année, fraîchement récoltées.

*Etude Usages et Attitudes Primeur menée par Opinion Way en juin 2019.

2^{ème} édition de la « Faites la primeur »

Délicates et raffinées, leur retour se doit d'être célébré ! Après sa première édition de mai à juillet 2020, le temps fort événementiel « Faites de la pomme de terre de primeur » sera de retour à partir de mai 2021 sur la page Facebook @lespommesdeterre et sur les site lespommesdeterre.com.

(Suite page 2)



Conseils pour la gestion de la récolte et du stockage

En savoir plus sur cnipt.fr

Depuis la rentrée, Pomme de terre hebdo est 100 % numérique. Il ne sera donc plus envoyé en version papier à nos abonnés. Si vous souhaitez continuer à le recevoir par mail, veuillez vous inscrire sur cnipt.fr dans l'onglet « Newsletter ».



1

Sa particularité ? Une peau très fine et un goût exceptionnel.

2



3

1 - La chef Justine Piluso détaille les spécificités des primeurs

2 - Pommes de terre de primeur rôties, burrata et pesto de cresson

© Fraise et Basilic

3 - Salade de pommes de terre de primeur « Il était une fois dans l'Ouest »

© Dorian cuisine

(Suite de la page 1)

20 recettes de blogueurs seront mises en avant pour montrer la diversité de recettes de saison réalisables avec les pommes de terre récoltées au printemps. L'ambassadrice Justine Piluso (célèbre participante d'une émission de cuisine en 2020) sera également de retour avec une série de 4 vidéos en rediffusion et relatant avec enthousiasme et légèreté les atouts du produit et sa facilité d'utilisation en cuisine.

Une série d'animations pédagogiques intitulée « c'est l'heure de l'école primeurs » viendra rappeler de manière ludique et pédagogique toutes les spécificités des pommes de terre de printemps, notamment les aspects de fraîcheur et de saisonnalité. Enfin, des publications mettront en lumière les différents terroirs de production primeur à travers des témoignages de producteurs. Elles éduqueront les consommateurs sur la richesse des terroirs français et les inviteront à un véritable voyage gustatif en cette période troublée par la crise sanitaire.

La primeur à l'honneur en partenariat TV

L'émission Petits Plats en Equilibre, présentée par Laurent Mariotte sur TF1, mettra à l'honneur toutes les spécificités de la primeur lors d'un épisode diffusé en mai (et en rediffusion en mai et juin). À cette occasion, le chef médiatique sublimera le produit en réalisant une recette de cocotte de pommes

de terre de primeur aux fèves (cuisson vapeur puis rissolées), en expliquant pas à pas les étapes de préparation. Le dispositif permettra d'atteindre un minimum de 8 millions de téléspectateurs. À noter que l'émission rencontre un grand succès d'audience dans ce contexte où le télétravail des Français est fortement recommandé, ce qui apporte une belle visibilité à cette recette de saison autour des pommes de terre nouvelles.

Un dossier de presse et des actions pour générer des interviews autour de la primeur

Pour annoncer la saison et donner l'envie aux Français de cuisiner les pommes de terre de primeur, un dossier de presse sera proposé aux journalistes. Presse nationale, régionale, presse spécialisée cuisine avec des recettes inédites, il y en aura pour tous les goûts. Ces relations presse ont deux objectifs : faire de la pédagogie, avec la présentation du produit et des différents bassins de production, ainsi que booster la consommation et la présence à l'esprit avec les contenus culinaires. Au fil de l'avancée de la saison, des producteurs et coopératives seront mis en avant pour provoquer les interviews et les retombées dans la presse.



La Semaine de l'agriculture et le site immersif au service de la primeur



À l'occasion de la Semaine de l'Agriculture française, du 13 au 24 mai 2021, événement organisé par le Salon international de l'agriculture, le site immersif www.ceuxquifont.lespommesdeterre.com sera de nouveau mis en avant avec l'organisation d'un jeu concours et d'une vague de médiatisation. Les visiteurs pourront découvrir l'interview d'un producteur de pommes de terre de primeur qui présente les spécificités de ce produit de saison. ■

Laure PAYRASTRE, Sabrina ADAM - CNIPT



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

EXPORT

La chute se poursuit en février

La campagne 2020-2021 sera marquée d'une pierre noire pour la pomme de terre de conservation sur le plan des exportations françaises. Sur fond de Covid et de mesures sanitaires restrictives (fermeture ou réduction d'activité des restaurants, confinements successifs, limitation des déplacements...), les flux transnationaux se sont ralentis, et ce sur l'ensemble des pays internationaux dont l'Europe, notre cœur de marché.

Les ventes françaises de pommes de terre de conservation sont ainsi en recul de 11 % en février 2021, par rapport à l'an dernier sur le même mois, avec près de 191 000 tonnes exportées (soit sur ce mois, un niveau inférieur à 15 000 tonnes comparé aux exportations moyennes des 3 précédentes années). En valeur, le retrait est de 30 % avec des ventes évaluées à 39 millions d'euros, avec un prix de vente moyen (toutes destinations et toutes gammes de produits) de 204 euros (- 22 %) par tonne. La baisse des volumes exportés de France, sur le mois de février, a été observée vers la quasi-totalité des

destinations : - 6,7 % vers l'Espagne, - 22 % vers l'Italie, - 27 % vers l'Allemagne, - 93 % vers le Royaume-Uni, - 51 % vers l'Europe de l'Est et - 71 % vers la péninsule Arabique.

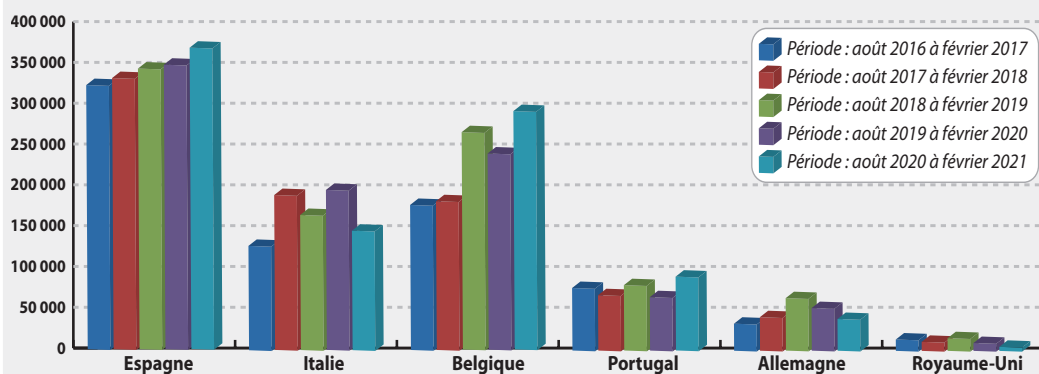
Comme sur les précédents mois, la Belgique a renforcé ses achats en février en provenance de France (+ 21 %), principalement avec des volumes engagés contractuellement pour alimenter ses usines.

Les exportations vers le Portugal montrent une croissance de 9 % en volume, portée principalement par des pommes de terre multi-usages à peau rouge.

En cumul, depuis le début de la campagne 2020-2021, soit sur la période d'août 2020 à fin février 2021, les ventes françaises à l'export totalisent 1 million de tonnes (- 3,28 %) et un montant de 223,5 millions d'euros (- 23 %). Du côté des importations françaises, elles sont évaluées à près de 135 000 tonnes (- 31 %) depuis le début de la campagne (en cumul), pour un montant total de 20,8 millions d'euros (- 43 %).

Ali KARACOBAN - CNIPT

Exportation auprès de nos principaux partenaires (en tonnes) sur la période d'août 2020 à février 2021 (en cumul)



Source : CNIPT d'après les Douanes françaises

AGENDA

Compte tenu des incertitudes liées à la crise sanitaire, des manifestations sont susceptibles d'être reportées ou annulées.

4, 11 et 25 Mai 2021

Les Mardis de Medfel
Événements en ligne
www.medfel.com

13 au 24 Mai 2021

Semaine de l'agriculture française
dans toute la France
www.semainedelagri.fr

13 Mai au 13 Juin 2021

Printemps BIO
dans toute la France
www.agencebio.org

10 Juin 2021

Europatat (édition virtuelle)
www.europatatcongress.eu

12 au 16 Juillet 2021

EAPR 2021
Cracovie (Pologne)
www.eapr.net

1^{er} et 2 Septembre 2021

Potato Europe
Flevoland (Pays-Bas)
www.potatoeurope.nl

28 au 30 Novembre 2021

Salon Interpom
Courtrai (Belgique)
www.interpom.be/fr

9-11 Février 2022

Fruit Logistica
Berlin
www.fruitlogistica.com

EN BREF...

Événement

Emmanuel Macron va intervenir sur la souveraineté alimentaire

Le Conseil de l'Agriculture française (CAF) qui réunit la FNSEA, Jeunes Agriculteurs et la Confédération Nationale de la Mutualité, de la Coopération et du Crédit Agricoles (les Chambres d'agriculture étant membre associé) et le Ceneca (Salon International de l'Agriculture...) organisent le 18 mai « Le Grand Rendez-vous » sur la souveraineté alimentaire sur une plateforme dédiée. « Depuis la crise covid-19, les

acteurs de la chaîne agricole et alimentaire ont fait la démonstration de leur capacité à nourrir la population. Leur mobilisation a fait prendre conscience de la nécessité de faire de la souveraineté alimentaire une cause stratégique » écrivent les organisateurs. Le Président de la République, Emmanuel Macron, interviendra à cette occasion.

Solidarité

Hausse des dons agricoles en 2020

Dans son rapport d'activités, Solaal

annonce avoir distribué 4 111 tonnes de dons alimentaires en 2020, ce qui représente une hausse de 89 % par rapport à 2019. Cela a permis de fournir l'équivalent d'environ 8,2 millions de repas. 97 % de ces dons sont constitués de produits frais, dont 82 % de légumes frais. Les pommes de terre arrivent largement en tête des dons avec 1 358 tonnes, devant les endives (546 tonnes), et les tomates (331 tonnes). Les dons de produits laitiers s'élèvent à 581 tonnes. Viennent ensuite les viandes, les poissons... Le CNIPT est membre de Solaal.



: 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	120 (↘)
Agata France lavée cat. I 50-75 mm carton 12,5 kg	510 (=)
Div.var.cons France non lavée cat.II 40-75 mm filet 25 kg	125 (=)
Div.var.cons France lavée cat.I 40-75 mm filet 10 kg consommation	230 (=)

Variétés à chair ferme

Charlotte France lavée cat.I +35mm filet 2,5kg	570 (↘)
Rouge France lavée cat.I + 35 mm filet 2,5 kg	626 (↗)

Marché français Bio-Stade expédition - Semaine 15

Conservation France biologique	1050 (↘)
--------------------------------	----------

Export-Stade expédition - Semaine 15

Agata lavée cat.I +40 mm filet 10 kg consommation	220 (=)
Agata France lavable cat.I 40-70 mm sac 1 tonne	180 (=)
Div.var.cons France lavable cat.I +45 mm sac 1 tonne	nc.
Div.var.cons France lavable cat.I 40-70 mm sac 1 tonne	180 (↗)
Monalisa France lavable cat.I +45 mm sac 1 tonne	nc.
Rouge div.var.cons France lavable +45 mm sac 1 tonne	250 (↗)

Rungis - Semaine 15

Charlotte France cat. I carton 12,5 kg	800 (↗)
Div. var. cons France lavée cat. I 40-70 mm sac 10 kg	340 (=)
Div. var. cons France non lavée cat. I 40-70 mm sac 10 kg	200 (=)

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

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

	Février 2021	Variation en % sur un an
Indice mensuel général	106	+ 3

Source : INSEE

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

	Février 2021	Variation en % sur un an
Pommes de terre	195,3	- 0,5

Source : INSEE

Cotations des courtiers assermentés - lavabilité 7,5, vrac nu, départ ferme (€/T)

	Semaines 13 et 14
Consommation polyvalente	185 (↘)
Chair ferme blanche	220 (↘)
Chair ferme rouge	350 (↘)

Source : Courtiers assermentés français

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

	Février 2021	Variation en % sur un an
Pommes de terre	110,86	- 2,6

Source : INSEE

Prix au détail en GMS - €/kg

	Semaine 15	Variation en % sur 1 an
Conservation France lavée filet 5kg	0,71	-
Four, frites ou purée de conservation France filet 2,5kg	1,04	-
Vapeur ou risolée de conservation France filet 2,5kg	1,11	-

Source : RNM

Cotations marchés étrangers

En €/tonne

Pays-Bas (cotation NAO + VTA) - Semaine 16

Frites 40 mm+	62,5-85 (↗)
NAO Export 40 mm, vrac fritable	70-85 (↗)

Belgique (Fiwap/PCA) - Semaine 16

Fontane, Challenger (tout venant 35 mm+, vrac, départ)	60-75 (↗)
--	-----------

Grande-Bretagne (Cours BPC) - Semaine 14

Prix moyen marché libre, départ ferme (sac ou vrac), toutes variétés	195,3 (↗)
--	-----------

Pommes de terre bio : un marché national attendu à l'équilibre pendant l'intersaison

Sur le marché français des pommes de terre bio, les stocks devraient être suffisants afin de répondre aux besoins des consommateurs pendant cette période d'intersaison. Les metteurs en marché disposeront en effet de capacités afin de satisfaire à la demande nationale avec un produit d'origine France et des offres répondant aux standards de qualité des clients.

En termes de conjoncture, le marché du retail en pommes de terre bio a connu une hausse des achats sur les 2 premiers mois de l'année 2021, par rapport à 2020, puis une baisse en mars notamment en grande distribution. Globalement, au 1^{er} trimestre 2021, les quantités achetées de pommes de terre bio par les ménages français, sont en recul de 14 % sur cette gamme de produits dans la grande distribution.

Au niveau des emblavements pour la récolte 2021, en pommes de terre bio, des alertes sont émises de la part de la filière pour ne pas planter plus que ce que le marché peut absorber (d'où un message à la contractualisation entre le producteur et le metteur en marché pour garantir les débouchés et sécuriser les revenus des producteurs). L'équilibre du bio est en effet très fragile et le moindre excédent pourrait fortement déstabiliser le marché et les acteurs de cette filière. Le potentiel de débouchés est limité sur le marché national. L'activité en restauration restera pénalisée par la Covid, même en cas de sortie de crise. En GMS, l'assortiment est caractérisé par un nombre restreint de références, la taille de clientèle stagnant à moins de 10 % sur ces 5 dernières années dans ce circuit... Le marché a atteint une maturité dans les circuits spécialisés, la croissance des achats en pommes de terre bio a été nulle en moyenne annuelle sur ces 5 dernières années (nombre limité de clients et de références), et les volumes commercialisés le sont quasi-exclusivement sous contrat. Les débouchés sont quasi-nuls à l'export, les besoins étant limités et la préférence étant portée aux offres nationales, mais également en raison des décalages de compétitivité avec nos voisins européens.

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

