



Pomme de terre

hebdo

LE JOURNAL DE LA POMME DE TERRE - n°1294 - 24 juin 2021

À DÉCOUVRIR

Communication

1

Potatoladays : une activation estivale ambitieuse pour toucher les Millennials européens

Communication

2

La Bio a la patate pour le Printemps BIO !

CIPC

3

Dernière ligne droite avant la mise en application de la nouvelle LMR

Marchés

4

Ralentissement des flux commerciaux intra-européens

DOSSIER DU MOIS



Recommandations interprofessionnelles Campagne primeur 2021

En savoir plus sur cnipt.fr

Pomme de terre hebdo est 100 % numérique.
Pour le recevoir par mail, veuillez vous inscrire sur cnipt.fr dans l'onglet « Newsletter ».

COMMUNICATION

Potatoladays : une activation estivale ambitieuse pour toucher les Millennials européens

De 2020 à 2022, le programme européen *Prepare to be surprised* vise à promouvoir les pommes de terre vendues sur le marché du frais auprès de la cible des Millennials, âgée de 18 à 34 ans.

Dès juin 2021, le programme surperforme avec de très bons résultats pour sa 2^{ème} année et avec un dépassement d'objectifs en terme de visibilité (43 millions d'impressions) et de répétition auprès de la cible (la cible est touchée en moyenne 6 fois par la campagne). La campagne de communication se poursuit avec un temps fort estival impactant.

Potatoladays : une activation 100 % estivale

Le mois de juin est marqué par une nouvelle activation au thème estival, qui invite à l'évasion en cuisinant les pommes de terre. Ce temps fort met en avant une cuisine légère, de saison et l'utilisation des pommes de terre de primeur.

Un jeu concours est organisé avec des dotations attractives pour encourager la participation des Millennials (cf. illustration). Pour tenter de remporter l'un des lots mis en jeu, les participants doivent cuisiner une recette à base de pomme de terre invitant au voyage et



la poster sur leur story Instagram en identifiant le compte [@lespommesdeterre.eu](https://www.instagram.com/lespommesdeterre.eu).

La mécanique de jeu est intéressante car elle implique un fort engagement de la part de la cible, elle invite à cuisiner des pommes de terre, et elle permet de récupérer du contenu image et recette créés par les Millennials, qui pourront être repartagés sur le compte européen.

Pour le lancement de l'activation un partenariat exclusif est réalisé avec l'influenceuse Foodalix qui va cuisiner 3 recettes de saison et inviter à participer au concours. Ce profil ciblé Millennials s'adresse à une grande communauté de

plus de 36 000 abonnés. Les contenus seront diffusés à la fois sur son compte Instagram et sur le compte [@lespommesdeterre.eu](https://www.instagram.com/lespommesdeterre.eu) à travers des formats multiples (story, darkpost, instant experience et IGTV) et soutenus par un budget de sponsoring pour en optimiser la visibilité. Rendez-vous en octobre pour de nouvelles surprises !

Juliette DEPRez
CNIPT



> La pétillante Foodalix, profil parfait pour engager les Millennials.

COMMUNICATION



La Bio a la patate pour le Printemps BIO !

Le Printemps BIO est un temps fort national d'information et de valorisation de l'Agriculture Biologique, de ses produits et de ses professionnels auprès du grand public. Pour sa 22^{ème} édition, le Printemps BIO s'est tenu du 13 mai au 13 juin 2021 dans toute la France, et pour la première fois les professionnels de la pomme de terre ont été représentés par 2 opérateurs et leurs producteurs. L'événement s'est inscrit sur la période de la Semaine de l'Agriculture, un temps fort organisé en remplacement du Salon de l'Agriculture 2021, annulé pour cause de crise sanitaire. Ce dispositif, en complément de la communication de l'Agence Bio et des relais régionaux, a permis une large visibilité à l'événement.

Première participation de la filière pomme de terre

Pour sa première édition, 2 opérateurs conditionneurs et leurs producteurs se sont mobilisés sur les régions Centre et Hauts-de-France, afin de sensibiliser le grand public sur les exigences associées à la production de pommes de terre bio et au fort engagement que cela représente pour les professionnels. L'événement est piloté par l'Agence Bio, l'agence française pour le développement et la promotion de l'Agriculture Biologique, et est soutenu par les relais régionaux (notamment les interprofessions bio régionales, les Groupements Régionaux des Agriculteurs BIO, les Chambres

d'Agriculture, etc.), en l'occurrence Centre Bio et A Pro Bio qui coordonnent et développent des opérations avec les acteurs locaux. À cette occasion, des familles se sont déplacées pour participer aux portes ouvertes des fermes et des centres de conditionnement. Au programme : visite d'exploitation et de centre de conditionnement, échanges avec les producteurs, animations ludiques, dégustations de produits... un parcours complet à la découverte du parcours de la pomme de terre bio du champ à l'assiette et des exigences liées à l'Agriculture Biologique. L'annonce et la diffusion de ces animations ont été assurées à travers les sites internet et réseaux sociaux de l'Agence Bio, de la Semaine de l'Agriculture et des entreprises concernées. Les relais régionaux ont également annoncé les événements en digital, et ont réalisé des supports de promotion diffusés en points de vente bio dans leur région respective (leaflets, posters...).

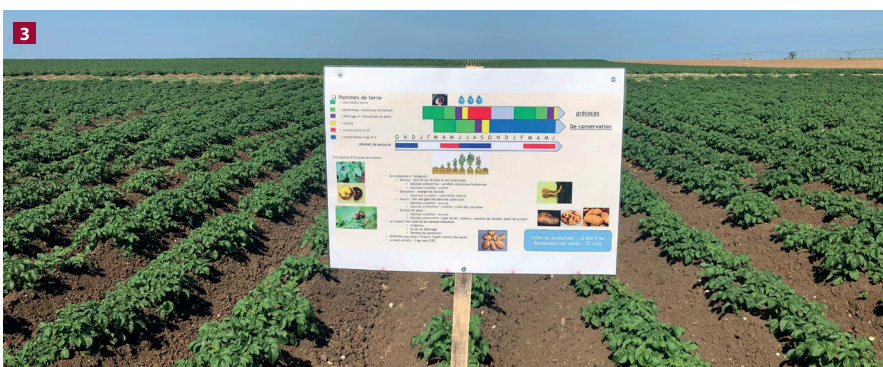
Nouvelle brochure « La Bio a la patate ! » à disposition des professionnels

Afin de soutenir la démarche pédagogique de l'événement et accompagner les professionnels participants, le CNIPT a créé une brochure dépliant de 8 pages sur la pomme de terre issue de l'Agriculture Biologique. À travers un format ludique et qualitatif, le support explique ce qu'est une pomme de terre bio, les engagements des producteurs pour une agriculture durable, retrace l'itinéraire culturelle et évoque ainsi la saisonnalité du produit. Un 2^{ème} volet davantage axé sur la consommation explique la segmentation culinaire des pommes de terre à travers les 3 grandes familles adaptées à différents modes de cuisson. Et bien entendu, des idées de recettes simples et adaptées pour le quotidien sont partagées pour inviter les visiteurs à consommer des pommes de terre bio. ■

Laure PAYRASTRE - CNIPT



1 - Visite du centre de conditionnement Fort&Vert
2 - Animation « déterrage de slip » chez Ferme de la Motte
3 - Le parcours de la pomme de terre de Ferme de la Motte



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

CIPC

Dernière ligne droite avant la mise en application de la nouvelle LMR

Votée en septembre 2020, la limite maximale de résidus temporaire (LMR-t) du chlorprophame (CIPC) passera de 10 mg/kg à 0,4 mg/kg à partir du 2 septembre 2021. Voici quelques conseils avant d'entamer la nouvelle campagne pour minimiser les risques de dépassement de la LMR-t.

La transition de campagne est l'occasion de procéder à un nettoyage des équipements et bâtiments de stockage, d'autant plus si celui-ci n'a pas été réalisé de manière approfondie au cours de la précédente intersaison. Privilégiez un nettoyage à sec éliminant les dépôts sans émission de poussières (aspiration) avant de réaliser un nettoyage liquide à haute pression.

- Un nettoyage rigoureux dans les zones à risque notamment les organes de distribution d'air (couloir technique, caisson de ventilation, ventilateurs, gaines, etc.) est fortement recommandé. Ces zones sont généralement les plus contaminées.

- Une fois les bâtiments et palox vidés, il est également conseillé d'aérer l'ensemble des installations et équipements pendant toute la période précédant un prochain remplissage.
- Les outils et équipements de transport

(bennes agricoles, bandes transporteuses, chargeur, repreneur de tas, remplisseur de caisse, camions, etc.) doivent faire l'objet d'un nettoyage scrupuleux.

Pour compléter les actions de nettoyage d'intercampagne, une documentation éditée en 2020 par la PVC est toujours téléchargeable en ligne à partir de l'article : <https://www.arvalis-infos.fr/l-apres-cipc-comment-s-organiser-@view-30943-arvarticle.html>

Enfin, l'hydrazide maléique est l'une des solutions antigerminatives possibles pour la conservation des pommes de terre. Dans le cas où les agriculteurs utilisent cette solution, les conditions d'application exigent une rigueur importante pour obtenir une bonne efficacité : température inférieure à 25°C, hygrométrie élevée, calibre des tubercules compris entre 30 et 35 mm, maintien en végétation de la culture d'au moins 2 à 3 semaines avant défanage... Il est indispensable de respecter les bonnes doses d'application pour garantir l'efficacité sans dépassement de LMR : 5 kg/ha pour Fazor Star (fractionnable en deux passages à 2,5 kg/ha), 11 l/ha en une application pour Itcan. ■

Benjamin LOUVRIER, CNIPT

AGENDA

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

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 au 11 Février 2022

Fruit Logistica

Berlin

www.fruitlogistica.com

30 Mai au 2 Juin 2022

World Potatoe Congress

(Dublin) Irlande

www.wpc2022ireland.com

10 au 12 Juin 2022

Terres en Fêtes

(Arras)

www.terres-en-fete.com

15 au 19 Octobre 2022

SIAL (Salon international de l'Alimentation)

Paris

www.sialparis.fr

EN BREF...

Traitement des sols

Un nouveau président pour le Contrat de solutions

Président de la FDSEA de la Marne et de la FRSEA Grand-Est, secrétaire général adjoint de la FNSEA, Hervé Lapie a été élu président de l'Association Contrat de solutions, lors de l'Assemblée Générale qui s'est tenue le 22 juin. Il succède à Éric Thirouin, président depuis le lancement du projet en novembre 2017. Outre le président, le bureau de l'Association comprend cinq administrateurs : Benoît Piètrément (AGPB), secrétaire général, Royan Goff (industries du biocontrôle), vice-président, Jean-François Roussel (président de la Section Plantes de pommes de terre de Semae, représentant les interprofessions), vice-prési-

dent, Philippe Noyau (APCA), et Denis Velut (viticulture). Hervé Lapie a fixé deux perspectives pour le Contrat de solutions : l'enrichissement du socle de solutions proposées aux agriculteurs en misant encore plus sur l'innovation, et l'amplification du déploiement des solutions auprès de tous les agriculteurs grâce à la mobilisation de tous les acteurs.

Salon

10 000 visiteurs aux Cultureles

Les 15^{èmes} Cultureles, qui se sont tenues à Reims du 15 au 17 juin, ont accueilli 10 000 visiteurs. Les agriculteurs ont ainsi répondu présents malgré un contexte marqué par un protocole sanitaire très strict et une température quasi canicu-

laire. Ces professionnels agricoles ont pu découvrir, sur les stands des 300 exposants, les solutions proposées pour les accompagner dans leur transition agroécologique. En effet, les Cultureles 2021 étaient orientées autour de deux messages techniques : l'adaptation au changement climatique ; et la mise en œuvre de systèmes résilients, durables, économiques à faible impact environnemental. « C'est une nécessité pour répondre aux besoins des filières agricoles, des consommateurs et aux attentes sociétales » souligne Arvalis. « Je suis une présidente heureuse, et fière que notre institut ait réussi ce premier salon agricole dont nous étions privés depuis presque un an et demi » a conclu Anne-Claire Vial, présidente d'Arvalis-Institut du végétal, organisateur de l'événement.



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

LES MARCHÉS PHYSIQUES

Cotations France (RNM)

En €/tonne

Marché français - Stade expédition - Semaine 24

Variétés de consommation courantes

Bintje France non lavée cat. II 40-75 mm filet 25 kg	130 (=)
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	120 (=)
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	nc.
Rouge France lavée cat. I + 35 mm filet 2,5 kg	650 (=)

Marché français Bio-Stade expédition - Semaine 24

Conservation France biologique	1080 (↗)
--------------------------------	----------

Export-Stade expédition - Semaine 24

Agata lavée cat. I +40 mm filet 10 kg consommation	nc.
Agata France lavable cat. I 40-70 mm sac 1 tonne	nc.
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	nc.
Monalisa France lavable cat. I +45 mm sac 1 tonne	nc.
Rouge div.var.cons France lavable +45 mm sac 1 tonne	nc.

Rungis - Semaine 24

Charlotte France cat. I carton 12,5 kg	nc.
Div. var. cons France lavée cat. I 40-70 mm sac 10 kg	320 (=)
Div. var. cons France non lavée cat. I 40-70 mm sac 10 kg	220 (=)

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

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

	Avril 2021	Variation en % sur un an
Indice mensuel général	107,8	+ 6

Source : INSEE

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

	Avril 2021	Variation en % sur un an
Pommes de terre	188,2	- 6

Source : INSEE

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

	Semaines 23 et 24
Consommation polyvalente	161 (↘)
Chair ferme blanche	206 (=)
Chair ferme rouge	nc.

Source : Courtiers assermentés français

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

	Mai 2021	Variation en % sur un an
Pommes de terre	113,63	- 2,6

Source : INSEE

Prix au détail en GMS - €/kg

	Semaine 24	Variation en % sur 1 an
Conservation France lavée filet 5kg	0,72	-
Four, frites ou purée de conservation France filet 2,5kg	1,1	-
Vapeur ou risolée de conservation France filet 2,5kg	1,19	-

Source : RNM

Cotations marchés étrangers

En €/tonne

Pays-Bas (cotation NAO + VTA) - Semaine 25

Frites 40 mm+	100-130 (=)
NAO Export 40 mm, vrac fritable	70-80 (↘)

Belgique (Fiwap/PCA) - Semaine 25

Fontane, Challenger (tout venant 35 mm+, vrac, départ)	100-110 (=)
--	-------------

Grande-Bretagne (Cours BPC) - Semaine 22

Prix moyen marché libre, départ ferme (sac ou vrac), toutes variétés	20,35..
--	---------

Ralentissement des flux commerciaux intra-européens

Concernant les bassins précoces de France, la Bretagne intensifie ses volumes avec une transition qui s'opère sur un produit mature. Les bassins du Sud tels que le Val de Saône, la Camargue, Marmande, commercialisent leurs premiers volumes récoltés. La montée des volumes se réalise actuellement dans plusieurs bassins français, et de manière conjointe, ce qui devrait permettre de satisfaire aux besoins du marché national, sur l'ensemble des segments, et ce jusqu'à la pleine arrivée des récoltes automnales.

À l'export, les derniers chiffres des Douanes (à fin avril) sur les pommes de terre vendues à l'état frais montrent, depuis le début de la campagne, des volumes de France en baisse de 8 % par rapport à l'an dernier (année de pleine crise de Covid). Les ventes françaises à l'international, en comparaison à la moyenne 3 ans, restent en progression de 2,2 %, avec un pic qui se fait, comme à l'accoutumée, au début du printemps. Les prix moyens à l'export de 2020-21 sont cependant en forte baisse, de 20 % vs à l'année n-1 et de 32 % vs à n-2. Les autres « grands » exportateurs européens ont également connu un décrochage de leurs ventes, vs à n-1 en volume : - 6 % pour l'Allemagne (à fin mars), - 24 % des Pays-Bas (à fin mars), - 19 % de la Belgique (à fin mars) et - 8 % de l'Espagne (à fin mars). Les échanges intra-européens, ayant pour objectif de compléter les offres nationales (tant en frais que pour l'industrie) ont été moins denses, en raison du contexte sanitaire et du ternissement de la demande dans plusieurs débouchés.

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

Conception graphique:

Aymeric Ferry

Dépôt légal: à parution

ISSN n° 0991-3351



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