



Pomme de terre

hebdo

LE JOURNAL DE LA POMME DE TERRE - n°1422 - 19 décembre 2024

COMMUNICATION DU CNIPT

Cet hiver, la pomme de terre c'est la base !

La pomme de terre fraîche est un incontournable en cuisine. Afin qu'elle devienne la réponse évidente à la question « qu'est-ce qu'on mange ce soir », le CNIPT a lancé en janvier 2024 la campagne « La pomme de terre, c'est la base. ». Ce slogan affirme avec humour et audace que la pomme de terre est la base d'une alimentation équilibrée ; la base de recettes modernes et exotiques ; et la base de l'assiette (pas seulement un accompagnement).

La campagne cible en priorité les familles avec enfants et vise à développer la consommation des Français. D'abord déclinée en 3 spots publicitaires diffusés en TV, replay et digital, la campagne a été adaptée pour une diffusion radio en octobre 2024.

Succès de la campagne radio d'automne

Les 2 spots radio de la pomme de terre ont marqué les esprits avec la ritournelle « pomme pomme pomme de terre... ». Mémorable, rythmée, positive, cette musique fait la force de la campagne. Le 1^{er} script met en scène un consommateur

qui s'interroge sur son repas du soir et auquel la réponse paraît comme une évidence : la pomme de terre, qui permet de cuisiner des recettes variées, simples et modernes. Le second script duplique la même scène avec une consommatrice. La campagne a été diffusée du 29 octobre au 16 novembre 2024 sur NRJ et le réseau des Indés Radio, totalisant 58 millions de contacts de la cible familiale 25-49 ans (et près de 137 millions de contacts de 15 ans et +). 42 % de la cible a été touchée par la campagne et a été exposée en moyenne 7 fois aux spots sur la période. Le post-test publicitaire de la campagne,

mené par le cabinet OpinionWay en novembre, montre des résultats très positifs :

- 1 interrogé sur 2 reconnaît au moins un des 2 spots
- La campagne plaît avec une note d'appréciation moyenne de 7,2/10 (équivalente sur les 2 spots)
- La campagne donne envie de consommer plus souvent des pommes de terre (82%) et d'aller en magasin pour acheter des pommes de terre (78 %).

À DÉCOUVRIR

Communication du CNIPT

1

Cet hiver, la pomme de terre c'est la base !

Communication export du CNIPT

2

Les pommes de terre françaises à l'honneur à Prague

Évènement

3

Assemblée générale et conférence du CNIPT

Commerce extérieur

4

Octobre 2024, des exportations toujours haussières

Pomme de terre hebdo est 100 % numérique.

Pour le recevoir par mail, veuillez vous inscrire sur cnipt.fr dans l'onglet « Newsletter ».

L'équipe du CNIPT vous souhaite de passer de bonnes fêtes de fin d'année. Retrouvez Pomme de terre Hebdo le 16 janvier 2025.

(Suite page 2)

(Suite de la page 1)**Retour des pommes de terre sur les ondes cet hiver**

Afin de booster la consommation de pommes de terre fraîches cet hiver, le CNIPT mise à nouveau sur la radio, un média qui favorise le trafic vers les points de vente. Les 2 spots radio seront diffusés du 16 janvier au 9 février 2025 sur des blocs de fin de semaine : une période propice aux achats des ménages. Ils seront entendus sur NRJ/Chérie FM/ Nostalgie, RTL2/Fun Radio/M radio et les Indés Radio. La campagne devrait toucher 86 millions de contacts du cœur de cible, soit 73 % de la cible, avec une répétition plus soutenue que cet automne pour favoriser la mémorisation et les actes d'achat.

En complément de ce dispositif, et afin d'optimiser la couverture sur les 25-35 ans (une cible jeune moins consommatrice de radio), la campagne sera également diffusée sur les plateformes audio digitales Spotify et Deezer, et totalisera 1,7 millions de contacts supplémentaires.

Un dispositif digital attractif pour inspirer en cuisine

En complément du dispositif audio, des actions sont mises en place sur les réseaux sociaux pour inspirer en cuisine au quotidien. Sur le compte Facebook [@lespommesdeterre](#), 2 influenceurs relèveront un challenge culinaire 100 % pomme de terre en janvier et seront départagés par les consommateurs dans le cadre d'un jeu concours. À gagner : des places pour le Salon de l'Agriculture. Cette action devrait permettre de toucher 5 millions de contacts sur les réseaux sociaux. Les influenceurs seront invités à cuisiner en direct sur le stand des pommes de terre sur le Salon et réaliseront des recettes en phase avec les attentes culinaires des jeunes.

Sur Instagram [@lespommesdeterre.eu](#), des influenceurs démontreront la versatilité des pommes de terre à travers des recettes créatives et gourmandes, et feront la promotion du tout nouveau calendrier digital « un jour : une recette de pommes de terre » qui sera lancé dès janvier 2025. ■

Laure PAYRASTRE - CNIPT

COMMUNICATION EXPORT DU CNIPT**Les pommes de terre françaises à l'honneur à Prague**

En 2024, le CNIPT mène des actions de communication à l'export sous la bannière de Taste France*. Ces actions ciblent les consommateurs ainsi que les prescripteurs de l'offre française sur des marchés clés des pommes de terre françaises à l'export. Avec près de 230 000 T exportées vers les pays de l'Est en 2023-24, la zone des Pays de l'Est a été désignée par les membres de la Commission Export du CNIPT comme territoire à fort potentiel de développement pour les exportations françaises. La République Tchèque fait partie des 3 principaux pays à potentiel avec 30 000 T exportées en 2023-24.

Les pommes de terre françaises étaient à l'honneur lors de l'atelier culinaire Taste France en République Tchèque le 03 décembre. Animé par le Chef Jean-Charles Berger auprès d'une dizaine d'influenceurs et de journalistes, l'atelier met en lumière la diversité et la qualité de l'offre à travers la réalisation de 4 recettes gourmandes à base de pommes



> Le Chef Jean-Charles Berger lors de l'atelier culinaire à Prague

de terre françaises : une salade de grenailles avec une sauce à la moutarde, un gratin de pommes de terre infusées à l'huile de noisette, un parmentier de bœuf bourguignon et des gaufres à base de pommes de terre.

La réalisation de la salade de grenailles a été particulièrement appréciée, offrant une alternative goûteuse et originale à cette recette incontournable des fêtes localement.

Suite à cet atelier, 3 influenceurs locaux présents lors de l'atelier ([@Izickacukru](#) 122K fans, [@naskokvkuchyni](#) 75K fans, [@Mydlinkakarolinka](#) 6K fans) mettront en pratique leurs apprentissages pour réaliser 3 recettes en vidéo à diffuser auprès de leur communauté, assurant ainsi de nouvelles retombées de l'événement. ■

Laure PAYRASTRE - CNIPT

*Marque institutionnelle Taste France dédiée à la promotion de la gastronomie et des produits français à l'international.

ÉVÉNEMENT

Assemblée générale et conférence
du CNIPT

Le mardi 7 janvier prochain le CNIPT tiendra son Assemblée Générale annuelle traditionnellement suivie d'une conférence ouverte à tous.

Le thème de cette année s'intéresse aux comportements alimentaires des millennials. Alors que pour les générations précédentes cuisiner voulait dire partager, pour cette génération ultra-connectée, partager passe souvent avant l'envie de cuisiner. Les jeunes consomment davantage l'idée d'un plat que le plat lui-même. Des vidéos du quotidien sur TikTok aux contenus plus léchés sur Instagram, les Chefs, influenceurs et amateurs de bonne cuisine, alimentent les écrans avec leurs recettes. Le repas devient une mise en scène, une expérience visuelle et culturelle avant d'être une nécessité.

Les réseaux sociaux permettent de briser les frontières, amplifiant le phénomène de mondialisation qui a profondément transformé nos assiettes. Les millenials ont un accès instantané à des milliers de recettes dont certaines deviennent de véritable « banger » (hit ou tendances incontournables). Ainsi, les jeunes façonnent une nouvelle ère alimentaire : plats photogéniques, livraisons express et recettes healthy qui rivalisent avec l'héritage des repas faits maison.

Dans cette quête d'esthétique et de praticité, quelle est la place des pommes de terre ? Ce sera le thème de la conférence « **Génération Insta-Food : où sont les pommes de terre ?** ». Grâce aux intervenants, nous plongerons au

cœur des comportements alimentaires des millennials, entre patchwork culinaire et uniformisation des goûts. Experts en nutrition, anthropologue et planner stratégie d'une agence média, partageront leurs analyses pour mieux comprendre cette génération connectée et leurs choix parfois contradictoires.

Ensemble, nous explorerons des pistes pour réconcilier ces jeunes avec une alimentation saine, locale et accessible en valorisant des ingrédients simples, comme les pommes de terre. L'objectif : faire rimer créativité culinaire avec équilibre alimentaire dans la cuisine quotidien.

Rendez-vous le 7 janvier, sur invitation uniquement, s'adresser à information@cnipt.com

Florence ROSSILLION - CNIPT

Les Intervenants

Richard Delerins, anthropologue et chercheur (ESSEC et Université de Californie), mettra en lumière les comportements et les attentes actuelles des millenials en France et fera un parallèle avec les États-Unis.

Guillaume Théaudière, planneur stratégique chez Monolith identifiera les comportements contradictoires et indiquera quels sont les bons médias pour toucher la cible afin de réduire les freins à la consommation.

Vicky Bismuth, une influenceuse et nutritionniste rappellera les atouts nutritionnels de la pomme de terre et partagera son expérience sur l'appétence des Millennials pour les recettes sur les réseaux sociaux et leur rapport à l'alimentation. Animation et témoignage par Léa Roussineau, courtière en pomme de terre (SNCPT).

AGENDA

7 janvier 2025

Assemblée générale du CNIPT

Paris

www.cnipt.fr

4 février 2025

Assemblée générale de L'UNPT

Paris

www.unpt.fr

5 février 2025

Journée Technique Nationale
Pomme de terre

Amiens

www.arvalis.fr

Du 22 février au 2 mars 2025

Salon International de
l'Agriculture

Paris

www.salon-agriculture.com1^{er} avril 202517^{ème} édition du Forum végétablewww.forum-vegetable.fr

23-24 avril 2025

Medfel

Perpignan

www.medfel.com

EN BREF...

Consommation

Pas de raclette sans pommes
de terre !

Selon l'étude de décembre 2024 menée par OpinionWay pour HelloFresh :

- la pomme de terre est indispensable à 74 % pour une raclette réussie (devant la charcuterie).
- pour 27 % des Français, le pire c'est de manquer de pommes de terre (30 % pour les 18-24 ans).
- pour 47 % le pire faux pas, c'est de ne pas faire assez cuire les pommes de terre.

N'en déplaise aux amateurs de raclette au chou-fleur ou encore à la patate douce, la pomme de terre fraîche reste la star incontestée de cette spécialité hivernale !

Découvrir [l'étude complète](#)

Production

Journée technique nationale
pomme de terre à Amiens

La prochaine Journée nationale technique pomme de terre se déroulera le 5 février à Amiens. À cette occasion, ARVALIS présentera les dernières informations techniques et les résultats de l'année 2024.



ARVALIS annonce que le Guide de Culture de la Pomme de Terre est offert pour chaque inscription à la journée !

Inscription [ici](#)

LES MARCHÉS PHYSIQUES

Cotations France (RNM)

En €/tonne

Marché français - Stade expédition - Semaine 50

Variétés de consommation courantes

Frites div.var.cons France lavée cat.I 50-75mm filet 2,5 kg	740 (↘)
Agata France lavée cat. I 50-75 mm carton 12,5 kg	nc.
Div.var.cons 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 consommation	nc.

Variétés à chair ferme

Peau jaune France lavée cat.I + 35 mm filet 2,5 kg	820 (=)
Rouge France lavée cat.I + 35 mm filet 2,5 kg	830 (=)

Marché français Bio-Stade expédition - Semaine 50

Conservation France biologique	1340 (↗)
--------------------------------	----------

Export-Stade expédition - Semaine 50

Agata lavée cat.I +40 mm filet 10 kg consommation	nc.
Agata France lavable cat.I 40-70 mm sac 1 tonne	350 (↗)
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	330 (=)
Monalisa France lavable cat.I +45 mm sac 1 tonne	nc.
Rouge div.var.cons France lavable +45 mm sac 1 tonne	300 (=)

Rungis - Semaine 50

Charlotte France cat. I carton 12,5 kg	nc.
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	500 (=)

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

Indice mensuel des prix d'achat des moyens de production agricole (IPAMPA) base 100 en 2020

	Octobre 2024	Variation en % sur un an
Indice mensuel général	124,4	- 3,9 %

Source : INSEE

Indice des prix des produits agricoles à la production (IPPAP) base 100 en 2020

	Octobre 2024	Variation en % sur un an
Pommes de terre	161,2	+ 3,3 %

Source : INSEE

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

	Semaines 49 et 50
Consommation polyvalente	345
Chair ferme blanche	359
Chair ferme rouge	340

Source : Courtiers assermentés français

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

	Novembre 2024	Variation en % sur un an
Pommes de terre	147,87	- 0,6 %

Source : INSEE

Prix de vente consommateurs en GMS - €/kg

Formats compris entre 2 kg et 3 kg (cœur de gamme) - hors BIO	Octobre 2023	Octobre 2024	Évol. oct. 2024 vs oct. 2023
Eau / vapeur / rissolées	1,81	1,74	- 4 %
Four	1,45	1,65	+ 14 %
Frites	1,65	1,59	- 4 %

Source : Evaluations GIE Interfel/CNIPT (161 points de vente en octobre 2023, 232 points de vente en octobre 2024)

Cotations marchés étrangers

En €/tonne

Pays-Bas (PotatoNI) Semaine 50 Semaine 51

Frites 35mm+	nc.	nc.
Innovator	nc.	nc.
Fontane	nc.	nc.
Export	nc.	nc.

Allemagne (Reka) Semaine 49 Semaine 50

Rhénanie (marché du frais)	260	260
Rhénanie-Palatinat (marché du frais)	280-300	280-300
Basse-Saxe (marché du frais)	240	240

Belgique (Fiwap/Viaverda) Semaine 50 Semaine 51

Fontane / Challenger	150-200	200
Bintje	150-180	200

Octobre 2024, des exportations toujours haussières

(Source : Données Douanes Françaises, TDM / Analyse CNIPT)

Les exportations de pommes de terre de conservation poursuivent leur belle dynamique en octobre 2024. Sur ce mois, les volumes sont en hausse de 15 % par rapport à octobre 2023, avec plus de 236 000 t exportées. En valeur, la hausse sur un an, sur ce même mois, s'élève à 7 %.

En volume, les deux principales destinations pour la pomme de terre française sont l'Espagne et la Belgique, avec environ 64 000 t chacune, suivies de l'Italie avec près de 30 000 t.

La dynamique impulsée depuis plusieurs mois sur le Royaume-Uni se confirme de nouveau (mais sur des volumes limités), alors que les Pays-Bas (+ 29 %), le Portugal (+ 28 %) et les autres destinations (+ 57 % : Israël, Sénégal, Suisse, ...) ont contribué à animer le marché. Quelques destinations sont malgré tout en retrait, sur un an, par rapport à l'année dernière : Allemagne, Italie, Grèce et Pays de l'Est.

En cumul, malgré les éventuels problèmes de transport et certaines discussions autour de la qualité qui peuvent apparaître, la demande ne faiblit pas depuis plusieurs mois. Sur les trois premiers mois de la campagne (août à octobre), la hausse des volumes exportés s'élève à 17 % en un an. Il s'agit du meilleur démarrage de campagne à l'exportation sur les 5 dernières années.

En valeur, la hausse s'élève à + 7 % en un an, pour ce mois d'octobre, avec l'Espagne, suivie de la Belgique et de l'Italie, sur le podium.

En cumul, sur les trois premiers mois de la campagne (août à octobre), la hausse des volumes exportés s'élève à 10 % en un an. Même si la valorisation moyenne à la tonne est en léger retrait par rapport à l'année dernière, il s'agit là-aussi du meilleur démarrage de campagne à l'exportation depuis 5 ans.

Éditeur CNIPT

43-45 rue de Naples

75008 Paris

Tél. : 01 44 69 42 10

Directrice de publication

Rédactrice en chef :

Florence Rossillion

Conception graphique :

Aymeric Ferry

Dépôt légal : à parution

ISSN n° 0991-3351

