



Bilan de campagne Transformation 2011-12

Un approvisionnement en très légère baisse

Avec -2%, l'évolution de l'approvisionnement des industriels français en pommes de terre transformées est quasi stable, à 1,1 Mt. Les tonnages de pommes de terre sous contrat augmentent de 70 000 t pour atteindre 740 000 t : ce sont les plus importants des cinq dernières campagnes avec 68% du total. Les volumes de pommes de terre importés, avec 19 % de l'approvisionnement total pour 208 000 t, reviennent au niveau relativement bas de la campagne 2009-10. Ces deux dernières tendances peuvent s'expliquer notamment par les rendements élevés constatés sur la campagne française 2011-12, associés à la mise en place du « contrat hectare » par le principal industriel du secteur.

En termes de débouchés, 62% des tonnages de pomme de terre transformées sont destinés aux produits surgelés, suivis des produits déshydratés, des chips et des autres produits (5^e gamme, etc...).

Une balance commerciale qui se creuse

Sur la campagne 2011-12, les imports en volume de produits transformés à base de pomme de terre ont augmenté de 2% poussés par les produits surgelés. Ils représentent environ 700 000 t, dont plus des trois quarts concernent les produits surgelés. La Belgique, suivie loin derrière des Pays-Bas, sont les principaux fournisseurs de la France.

Les exports, de l'ordre de 393 000 t sont globalement stables. Les produits surgelés en représentent plus de 90%. Ils sont destinés principalement à l'Italie, l'Espagne et aux Pays-Bas.

La balance commerciale, déficitaire, dans la lignée des années précédentes, se creuse en volume à -306 000 t au global (contre -292 000 t en 2010-11) qui se répartissent ainsi : -184 000 t pour les produits surgelés (déficit de plus de 20 000 t par rapport à la campagne précédente), -42 000 t pour les produits cuits sous-vide à base de pomme de terre (amélioration du déficit de 5 000 t), -73 000 t en chips (déficit d'environ 1 000 t par rapport à 2010-11) et -7 000 t en produits déshydratés (amélioration du déficit d'environ 1 000 t).

En valeur, les importations sont en très légère hausse à +0,5% pour 537 M€ tandis que les exportations baissent de 4% à 307 M€, pour aboutir à une balance commerciale déficitaire de 229 M€, soit 14 M€ de déficit supplémentaire par rapport à celle de la campagne précédente.

Des achats des ménages globalement en hausse

Selon les données issues du panel qui suit les achats des ménages dans tous les circuits de distribution pour une consommation à domicile, le panier d'achats se compose principalement des frites et spécialités surgelées (76% des achats), puis viennent les chips, les produits déshydratés et les produits cuits sous-vide.

Par rapport à la campagne précédente, les quantités achetées sont globalement en hausse : +2% pour les produits surgelés (frites et garnitures) et +3,4% pour les chips. Par contre, les purées déshydratées, qui s'étaient maintenues en 2010-11, voient leurs quantités achetées baisser de 6,8% sur 2011-12. Quant aux achats de produits cuits sous-vide, après la forte baisse de 2010-11, ils sont à nouveau en régression, mais de façon moins marquée à -1,2%. Ces deux dernières catégories sont pénalisées par de moindres ménages acheteurs.

Les chips bénéficient toujours de ménages acheteurs en augmentation, dans la continuité de ces dernières campagnes.

En termes de prix moyen d'achat par les consommateurs, toutes les évolutions sont positives par rapport à 2010-11 : +5% pour les produits surgelés, +4,9% pour les purées déshydratées, +3,9% pour les produits sous-vide et + 3% pour les chips.
