



POMMES DE TERRE DE FRANCE

FRAÎCHES ET TRANSFORMÉES



DOSSIER DE PRESSE
2024

Pommes de Terre de France

UN MARCHÉ FRANÇAIS LARGEMENT AUTO-SUFFISANT :



1^{ER} EXPORTATEUR
MONDIAL



6.5 MILLIONS
DE TONNES PRODUITES
PAR AN



152 000
HECTARES CULTIVÉS
EN POMMES DE TERRE

LES CHIFFRES CLÉS DU CNIPT - LA FILIÈRE DU FRAIS



2,4 MILLIONS
DE TONNES VENDUES SUR LE MARCHÉ DU FRAIS
Dont : 130 000 tonnes de pommes de terre
primeurs ; 62 000 tonnes en bio



2^{EME} PRODUCTEUR
D'EUROPE DE L'OUEST



+ DE 200 VARIÉTÉS
DE POMMES DE TERRE



250 ENTREPRISES
DE CONDITIONNEMENT



8 500 EXPLOITATIONS
PRODUISANT DES POMMES DE TERRE
DE CONSERVATION

LA CONSOMMATION



50 KG
DE POMMES DE TERRE PAR AN ET
PAR HABITANT DONT 19 KG EN FRAIS



97%
DES FOYERS FRANÇAIS CONSOMMENT
DES POMMES DE TERRE FRAÎCHES



94%
DES FRANÇAIS ONT CONFIANCE DANS
LES POMMES DE TERRE FRAÎCHES



LES CHIFFRES CLÉS DU GIPT - LA FILIÈRE DU TRANSFORMÉ



1 MILLIARD D'EUROS
700 MILLIONS D'EUROS
À L'EXPORT*



4 MILLIONS
DE TONNES DE POMMES DE TERRE DESTINÉES À LA
TRANSFORMATION



PLUS DE 2 MILLIONS
TRANSFORMÉES EN FRANCE

LA CONSOMMATION



31 KG DE POMMES DE TERRE
PAR AN ET PAR HABITANT SOUS FORME DE PRODUITS TRANSFORMÉS



FRANCISCO MOYA
Président du CNIPT



ARNAUD DELACOUR
Président du GIPT

La production de pommes de terre en France est largement excédentaire et les filières sont fières de pouvoir afficher leur origine France grâce au logo « Pommes de terre de France »

Pour ce qui est des pommes de terre consommées sur le marché du frais, 98% sont origine France et apposent le logo dès lors que l'étiquette réglementaire de désignation d'origine porte la mention France.*

Pour ce qui est des pommes de terre transformées, le logo est apposé si les pommes de terre ont été produites, récoltées et transformées en France. Dans un contexte de balance commerciale déficitaire pour les produits transformés, ce logo est essentiel pour que les produits d'origine France puisse être parfaitement identifiés.

Ce logo est un atout d'identification au service des consommateurs et des filières

Francisco Moya, Président du CNIPT
Arnaud Delacour, Président du GIPT

**Source : estimations CNIPT*



POMMES DE TERRE DE FRANCE : UNE SIGNATURE DE CONFIANCE

La pomme de terre est le légume préféré des Français, ils sont 94% à avoir confiance dans les pommes de terre qu'ils consomment, et ce chiffre monte à 97% lorsque l'origine France est garantie. L'origine France est gage de qualité et un critère de sélection important pour le consommateur. Par le logo « *Pommes de terre de France* », le consommateur peut clairement identifier l'origine des produits en point de vente et être rassuré quant à leur qualité.

Qu'est-ce que le logo « *Pommes de terre de France* » ?

- > Un élément d'identification clair et efficace en point de vente, pour guider le consommateur vers la qualité française.
- > L'engagement des professionnels de la filière que leurs produits ont bien été cultivés, conditionnés (et le cas échéant transformés) en France et dans le respect de réglementations exigeantes.



LA GARANTIE DU CAHIER DES CHARGES DE LA FILIÈRE

« *Pommes de Terres de France* » l'origine et la traçabilité de la filière

Choisir les produits « *Pommes de terre de France* » c'est la garantie d'une origine certifiée et contrôlée soit par l'Etat soit par des organismes certificateurs et/ou par des autocontrôles de la filière.

C'est donc la certitude du respect :

- > d'une production raisonnée et responsable
- > d'une préservation de la souveraineté alimentaire
- > du maintien des productions en France et du respect du travail des producteurs

RECENSEMENT DES OPÉRATEURS

CNIPT

Filière	Total
Les pommes de terre fraîches	250 opérateurs engagés

GIPT

Filière	Total
Pommes de terre transformées	<p><u>13 industriels engagés :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> > ALLAIRE > ALTHO > CHIPS EN NORD > CITE GOURMANDE > EUREDEN > EURO 5 > INTERSNACK > LE GOUESSANT > LUNOR > MC CAIN > ROQUETTE FRERES > TEREOS > TERR'LOIRE <p><u>Catégories principales de produits :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> > Frites surgelées et autres produits surgelés > Purées déshydratées > Chips > Pommes de terre sous-vide > Fécule

RÈGLEMENT D'USAGE

Le logotype « *Pommes de terre de France* », ses déclinaisons et les logos annexés ne peuvent être utilisés pour l'identification, la promotion ou l'information de produits transformés à base de pommes de terre, que pour des pommes de terre cultivées, préparées et transformées dans des unités de production situées en France métropolitaine, sans aucun passage à aucun moment de la filière logistique par des unités de préparation ou fabrication en dehors de la France.

Les pommes de terre devant être produites sur le territoire français, les industriels qui souhaitent pouvoir utiliser ce logo doivent pouvoir être en mesure d'assurer la traçabilité de chaque lot de pommes de terre prouvant cette origine.

Tout bénéficiaire du logotype « *Pommes de terre de France* » fait l'objet d'un contrôle de la traçabilité amont/aval sur la base d'un échantillon représentatif des produits portant le logotype sur l'emballage confié à un organisme certifié.





CNIPT

Comité National Interprofessionnel de la Pomme de Terre
43-45 rue de Naples, 75008 Paris
www.cnipt.fr

Contact : communication@cnipt.com
Tel: 01 44 69 42 20

GIPT

Groupement Interprofessionnel pour la Valorisation de la Pomme de Terre
43-45 rue de Naples,, 75008 Paris
www.gipt.net

Contact : bertrand.ouillon@gipt.net
Tel: 06 23 17 39 61