

ÉTATS-UNIS.

Un opérateur de taille

Dans le cadre de sa veille économique permanente, l'UNPT entretient des relations privilégiées avec des organisations de producteurs présentes en Europe, bien sûr, mais aussi dans le monde entier (États-Unis, Canada, Afrique du Sud...). Immersion au cœur de la filière pomme de terre de l'Idaho, premier État producteur des États-Unis.

33 % des
pommes
de terre
américaines
destinées au
marché du frais
sont produites
dans l'Idaho.

La pomme de terre est omniprésente dans l'État américain de l'Idaho. À tel point qu'elle en est son emblème ! Les "famous potatoes" se retrouvent sur l'ensemble des plaques d'immatriculation des véhicules, dans le stade de football américain de sa capitale, Boise, ou encore déclinées en gadgets. Mais en 2004, aux États-Unis, la filière pomme de terre s'est trouvée dans une situation très difficile, pour trois raisons majeures : une baisse généralisée de la consommation (en frais depuis 25 ans, mais aussi en produits transformés depuis 2000), une prise de conscience des Américains de leurs excès alimentaire, et enfin,

une hausse très importante des rendements (doublement depuis 1990).

SE REGROUPER EN COOPÉRATIVE ET CRÉER UN INSTITUT

Suite à cette crise, des réflexions majeures ont été menées dans la filière. Dans l'Idaho en particulier, elle a abouti notamment à la création d'une "coopérative", au sens américain du terme, sans transfert de propriété. Désormais, une rencontre nationale mensuelle se tient au sein de l'UPGA (*United Potato Growers of America*), dont l'objectif premier est de mettre en adéquation l'offre et la demande. Les statistiques, aupa-

ravant uniquement obtenues auprès de l'USDA (*United States Department of Agriculture*), sont depuis réalisées à 75 % par la filière (sur l'ensemble des principaux États producteurs), les 25 % restant provenant de l'USDA.

Plusieurs données sont essentielles dans l'analyse du marché : surfaces (cartographie satellitaire complétée par des opérateurs sur le terrain), rendements (prélèvements en parcelle), mais aussi estimation du déstockage à la semaine et évaluation constante de la demande... Mais ce système n'a pas plu à tout le monde... Accusé d'avoir mené une politique organisée d'arrachage et de destruction de récolte afin de maintenir une production basse et donc des prix élevés, l'UPGA, au terme de longues négociations, a été condamnée à une pénalité de 5,5 millions de dollars. Un montant à mettre en regard des 25 milliards de chiffre d'affaires annuel réalisé par ses adhérents. Au cœur du débat se trouve une loi antitrust adoptée après la Première Guerre mondiale afin de protéger les petits agriculteurs. Ils avaient obtenu de se regrouper en coopératives pour renforcer leur pouvoir de négociation auprès des acheteurs. Sauf que, depuis, les coopératives ont grandi et se sont réunies, créant un déséquilibre sur le marché.



BONNES PRATIQUES / DÉMARCHES DE PROGRÈS

Un choix en toute connaissance

La chaîne de magasin Whole Foods Market, située sur un créneau plutôt haut de gamme et qualitatif, a développé un système de notation de ses produits commercialisés, en fonction des bonnes pratiques mises en œuvre au stade production. Le consommateur a ainsi le choix entre quatre types de produits, en toute connaissance de cause, et dans une démarche positive :

- 1) des produits "Unrated" : sans démarche particulière,
- 2) "Good" : 16 démarches de progrès pour la protection de l'air, des sols, de l'eau et de la santé humaine, transparence sur les OGM, pas d'irradiation, pas de boues d'épuration,
- 3) "Better" = "Good" + travail sur la préservation de l'eau, de l'énergie et de sols, protection des rivières, des lacs et des océans, santé et sécurité au travail,
- 4) "Best" = "Better" + protection des abeilles et des papillons, et démarches avancées sur la gestion des ravageurs et la protection de l'environnement.



Emblème de l'État, les "Famous Potatoes" se retrouvent sur l'ensemble des plaques d'immatriculation des véhicules de l'Idaho.

En 2005, toujours pour répondre à la crise, les commissions pommes de terre de trois États – Washington, Oregon et Idaho – (représentants à eux seuls 57 % de la production américaine de pommes de terre) ont lancé le *Potato Variety Management Institute* (PVMI) pour gérer (droits et redevances), mettre sur le marché et promouvoir les variétés issues de la recherche de ces États. Les liens sont étroits avec la recherche, les universités et l'ensemble de la filière. Quelques exemples de variétés : Classic Russet, Umatilla Russet, Ivory crisp, Yukon Gem... (Plus d'informations sur www.pvmi.org)

TROIS DÉBOUCHÉS PRINCIPAUX

Le marché s'organise principalement autour de trois débouchés : le frais, la déshydratation et l'industrie. Sur dix pommes de terre produites aux États-Unis, deux sont exportées (frais ou industrie). Les principaux industriels sont Conagra/Lambweston, McCain, Simplot, Cavendish et Heinz. Rien que dans l'Idaho, 16 à 18 % des pommes de terre sont spécifiquement destinées à l'export de frites surgelées. C'est l'État de Washington qui est le numéro un pour la production de produits surgelés. Par ailleurs, 33 %

des pommes de terre américaines destinées au marché du frais sont produites dans l'Idaho et 70 % des capacités de déshydratation sont positionnées dans cet État. 90 % du marché de l'industrie est alimenté par la variété Russet, contre 10 % pour des variétés à peau rouge ou jaune. Sur le marché du frais, 72 % des débouchés sont occupés par la variété Russet, contre 17 % pour les variétés à peau rouge, 11 % pour les peaux jaunes. Les usines de transformation se concentrent sur la côte ouest, au détriment de la côte est et du centre du pays.

BELLE MISE EN AVANT DES POMMES DE TERRE EN MAGASIN

D'une manière générale, les pommes de terre sont correctement mises en avant dans les linéaires des grandes surfaces, que ce soit en vrac, en carton, en filet ou en sachet. La patate douce est systématiquement intégrée au rayon aussi bien dans celui du frais que dans celui des produits transformés (frites surgelées notamment). L'origine des produits est un élément omniprésent ("Grown in Idaho") et l'origine locale est privilégiée. Les pommes de terre bios occupent une place importante dans le rayon, où l'on trouve très majoritairement de la Russet Burbank. Les pommes de terre peuvent cependant être à peau rouge ou jaune, parfois même, trois couleurs de peau

(rouge, jaune et violette) sont présentes dans un même emballage. Le micro-ondable est systématiquement présent, mais sous une forme bien particulière : une pomme de terre à l'unité.

Dans un marché globalisé, avec des problématiques finalement identiques d'un bout à l'autre du globe, il convient de se tenir informé des évolutions majeures en termes d'offre et de demande, de structuration de filière, d'innovations technologiques. C'est ce que l'UNPT continuera à faire, au bénéfice de ses membres. *Think global, act local.* / FRANÇOIS-XAVIER BROUTIN, UNPT

Dans les rayons des grandes surfaces, parfois trois couleurs de peau sont présentes dans un même emballage.



TECHNIQUE DE PRODUCTION

UN ITINÉRAIRE PEU DIFFÉRENT

L'itinéraire de production n'est pas fondamentalement différent de ce qui peut s'opérer en Europe. Les différences portent principalement sur la rotation (qui est souvent de deux à trois ans) et sur la variété (souvent Russet). L'irrigation est systématique et permanente dans l'Idaho (c'était encore le désert, ou presque, il y a cinquante ans), et certains traitements phytosanitaires ou certains apports en azote peuvent être effectués en même temps. Les traitements contre le mildiou sont réalisés, assez souvent, en prestation de service, par un avion! Le broyage avant récolte est très développé. D'une manière générale, le matériel est souvent sous marque Spudnik (groupe Grimme). Les stockages s'opèrent à des températures autour de 8-9 °C. L'accès durable à l'eau ne semble pas problématique dans l'Idaho, contrairement à l'État de Washington, et surtout à celui de Californie.