



**“ Rester leader  
Dans les 10 ans  
à venir ”**

**Un pari réalisable si la compétitivité s’améliore**

**“ Remain leader  
For the next 10 years  
yes, if competitiveness improves ”**



## **Agriculture Internationale - Quel a été l'impact de la réforme de la PAC (découplage des aides directes et régionalisation) sur le secteur de la pomme de terre ?**

**Patrick Trillon** - Par rapport à la réforme de 1992, nous avons subi peu d'impact sur le secteur de la pomme de terre de conservation car nous avons su anticiper les risques de fort développement de nos surfaces en mettant des garde-fou : exclusion des fruits, légumes et pommes de terre du régime dans un premier temps, programme spécifique d'attribution de DPU pour les fermures d'usines ensuite. Aujourd'hui, nous sommes à l'intégration complète du secteur avec ouverture des surfaces à l'activation et attributions de DPU correspondants pour la prochaine campagne. Cette situation gommara la distorsion que l'on connaît actuellement avec l'Allemagne principalement qui a choisi un régime régionalisé.

Le secteur qui a subi de plein fouet la réforme de la PAC est celui de la pomme de terre féculière. Ce régime très spécifique voit son organisation commune de marché disparaître complètement en 2012 : plus de quota de production, découplages des paiements spécifiques, suppression du prix minimum, de l'obligation de contractualisation... Je ne comprends pas la volonté de la commission européenne de supprimer tous les outils de régulation du marché. La désorganisation de ce marché risque de créer de fortes perturbations sur l'ensemble des marchés de pommes de terre.

## **A.I. - Quelles réponses pouvez-vous apporter, face au développement du « hard-discount » dont la pression s'est accrue avec la crise économique ?**

**P.T.** - Le développement du hard-discount n'est pas un problème en soi. Après tout, les hard discounters répondent à l'attente d'une partie des consommateurs, de plus en plus grande avec la crise, qui veut essentiellement des produits aux meilleurs prix, et qui accepte un choix réduit et une ambiance spartiate. La qualité, du moins en pommes de terre, y est souvent bonne et les gammes cohérentes. Leur fonctionnement « low cost » leur permet de fait du « low price » sans exagérer à l'achat.

Le problème émane davantage des formats traditionnels, hypermarchés surtout, qui ont voulu se replacer en termes de prix, en conservant des coûts de fonctionnement élevés et une politique de marge gourmande. Les dégâts sur les fournisseurs ont été indéniables et la situation s'aggrave encore avec la crise, et cela se répercute

au final sur les agriculteurs. D'où les difficultés actuelles, amplement médiatisées. La seule réponse selon nous, concernant la filière pomme de terre tout au moins, est de poursuivre dans une politique de qualité rigoureuse et une segmentation de l'offre dynamique, susceptible de fédérer la filière toute entière, et surtout d'arriver à faire passer ce discours dans la distribution, qui ne peut qu'y trouver son compte : les consommateurs de pommes de terre sont fidèles au produit et réceptifs aux démarches différenciantes.

## **A.I. - Comment s'est traduite concrètement votre nouvelle stratégie, basée sur la segmentation de l'offre et a-t-elle donné des résultats significatifs ?**

**Face aux dérégulations du marché imposées par Bruxelles, aux stratégies commerciales des hypermarchés, déconnectées des réalités de la chaîne de production, les professionnels de la pomme de terre, toutes filières confondues, doivent élaborer une stratégie collective de développement des méthodes et des débouchés, mais aussi de mise en adéquation du produit avec les nouveaux modes de consommation. Patrick Trillon, Président de l'UNPT, nous en donne les grandes lignes.**

**P.T.** - La stratégie de segmentation de l'offre basée sur les usages culinaires, que la filière a lancé en 1990 a donné d'excellents résultats jusqu'au début des années 2000, avec une stabilisation des ventes en volume, après une longue période de forte baisse, et une valorisation spectaculaire. Cette stratégie fonctionne encore, mais elle s'est grippée avec la situation évoquée plus haut. Dans le même temps, l'effet innovant s'est estompé et la segmentation du rayon pommes de terre est aujourd'hui banalisée, ce qui a contribué à relancer la concurrence sur les prix. Il faut donc réinventer quelque chose et le CNIPT préconise d'élargir cette notion de segmentation en répondant aux attentes différentes des consommateurs : accessibilité, surtout en ce moment, authenticité (terroirs, variétés) et modernité, ce dernier segment s'appuyant sur des innovations produits, comme le sachet micro-ondeables ou des présentations nouvelles. La réflexion sur cette nouvelle orientation

est en cours avec les opérateurs et les distributeurs.

## **A.I. - La filière a-t-elle accru son effort en direction des solutions de transformation de la pomme de terre et de ses produits dérivés : amidon (bioplastiques), fécule, sucre ?**

**P.T.** - Ces nouveaux débouchés au niveau de la chimie verte sont l'avenir du secteur féculier. En l'absence de toute régulation, il nous faut développer ces nouveaux marchés pour assurer une valorisation économique de la fécule. En effet, du fait de la suppression de l'OCM, la fécule va être très fortement concurrencée par les amidons de céréales sur des débouchés traditionnels comme la papeterie.

L'avenir appartient à la chimie verte et à nos deux industriels : Roquette et Haus-simont qui travaillent très activement sur ce sujet. Je regrette aujourd'hui le peu de courage des politiques qui n'ont pas su traduire l'interdiction des sacs plastiques non biodégradable votée par le parlement il y a plus de deux ans. Cette interdiction nous aurait permis de prendre un peu d'avance par rapport à nos principaux concurrents.

## **A.I. - Quel est le poids de la concurrence internationale sur l'optimisation des filières de transformation ?**

**P.T.** - Le marché de la pomme de terre de transformation est européen. Les principaux industriels sont de taille internationale. La concurrence s'exerce donc pleinement. On constate en France que l'on est capable de produire des pommes de terre pour l'industrie de transformation. On en exporte d'ailleurs de plus en plus, en particulier vers la Belgique. Mais nous ne sommes pas capables de toutes les transformer en France. Notre balance commerciale en produits transformés est négative, sur l'ensemble des segments : frites surgelées, chips, produits sous-vide. Nous avons d'ailleurs alerté les pouvoirs publics sur ce sujet. Nous devons gagner en compétitivité et gommer les distorsions de concurrence. Une harmonisation de la réglementation en matière de transport à 44 tonnes irait dans le bon sens.

## **A.I. - La production d'éthanol destiné à entrer dans la composition d'agro-carburant peut-elle dynamiser le secteur sans brouiller l'image de la pomme de terre ?**

**P.T.** - En France, à l'heure actuelle, on n'utilise pas ou très peu de pommes de terre

pour produire de l'éthanol. Les déchets d'entreprises de transformation sont en général destinés à l'alimentation du bétail et il n'existe pas de filière pomme de terre destinée à l'éthanol. Par contre, la production d'éthanol à partir de betterave permet à nos producteurs de diversifier leur assolement et de respecter un équilibre des surfaces. Cet équilibre des surfaces est primordial pour l'aspect économique dans un marché d'offre et de demande comme le marché de la pomme de terre de consommation.

**A.I. - Le salon « Potato 2009 » se tiendra les 8 et 9 septembre prochain aux Pays-Bas. Peut-on s'attendre à d'importantes nouveautés, que ce soit en termes de matériels, de techniques culturales ou de fournitures ?**

**P.T. -** On peut effectivement s'attendre à d'importantes nouveautés mais nous ne connaissons pas encore lesquelles. Un trophée de l'innovation sera d'ailleurs remis lors de ce salon. La France sera bien représentée au niveau des exposants à travers un « Pavillon France » coordonné par le GNIS.

**A.I. - La pomme de terre peut-elle accéder à une situation de leadership dans le challenge annoncé : nourrir 9 milliards d'êtres humains en 2050 ?**

**P.T. -** La pomme de terre a un rôle extrêmement important à jouer pour assurer une alimentation saine à 9 milliards d'êtres humains. L'année internationale de la pomme de terre, coordonnée en 2008 par la FAO a permis de mettre en exergue le rôle prépondérant de ce tubercule comme aliment de base pour la population mondiale. La pomme de terre, aujourd'hui première production végétale hors céréales, présente de nombreux atouts. On peut la cultiver dans des régions très variées, sur les 5 continents. C'est une culture qui permet de bons rendements à l'hectare en terme de matière sèche. De plus, le tubercule contient beaucoup de glucides, source d'énergie et de très bons nutriments comme de la vitamine C et le potassium.

Depuis quelques années, elle progresse très fortement dans les pays en développement et permet de nourrir des populations rurales pauvres. En effet, elle est adaptée aux sites où les terres sont peu abondantes mais où la main d'œuvre est disponible. De plus, contrairement aux céréales, il n'existe pas de marché mondial. Les prix dépendent en général des coûts de production locaux.

C'est donc une culture recommandée pour atteindre la sécurité alimentaire. La consommation dans les pays en développement a plus que doublée en 40 ans pour atteindre 22 kg en 2005. On est encore loin de la consommation moyenne européenne avec 93 kg par an et par habitant, ce qui montre le potentiel de développement de cette culture de par le monde.

**In the face of EU-imposed market deregulation and the large supermarket chains' sales strategies, which are completely out of touch with the realities of the production chain, professionals from all the different sectors of the potato industry must prepare a collective strategy for developing new methods and markets, but also for adapting the product to the new consumption habits. Patrick Trillon, Chairman of the UNPT (national potato producers' union), gives an overview of the situation.**

**Agriculture Internationale - What was the impact of the CAP reform (decoupling of direct aid and regionalisation) on the potato sector?**

**Patrick Trillon -** Compared with the 1992 reform, the sector felt little impact as far as potatoes for storage were concerned, as we were able to anticipate the risks of large increases in our surface areas by introducing safeguards: fruit, vegetables and potatoes were initially excluded from the system and a specific programme was then introduced for attributing Single Payment Entitlements (SPE) for factory closures. Today, the sector is fully integrated with the opening of areas for the activation of entitlements and attributions of the corresponding SPEs for the coming season. This situation will put an end to the current distortions with Germany in particular, which chose a regional approach.

The sector which was worst hit by the CAP reform was the starch potato sector. In this very specific system, the common market organization will end completely in 2012, with no more pro-

duction quotas, the decoupling of specific payments, the end to minimum prices, compulsory contracts, etc. I do not understand why the European Commission wants to do away with all the market regulation tools. If this market is disorganized, there is a risk of severe disruption in potato markets as a whole.

**A.I. - What are your solutions to the development of hard discount sales, which have increased with the economic crisis?**

**P.T. -** The development of hard discount sales is not a problem in itself. After all, hard discount stores are simply responding to the demands of a category of consumers - which is growing with the crisis - who basically want to pay the lowest possible price and who accept having less choice and stark surroundings. At least as far as potatoes are concerned, the quality is often good and the product ranges coherent. By operating on a 'low cost' basis, they are able to obtain a 'low price' without exaggerating at the purchasing end. It is the traditional stores, particularly the large supermarkets, which pose the most problems, as they want to reposition themselves in terms of prices, whilst still having high operating costs and greedy margins.

The suppliers have undeniably suffered and the situation is getting worse with the crisis, and in the end, this has repercussions on the farmers. This is the reason for the current difficulties which have had so much media coverage. In our view, the only solution, at least in the potato sector, is to continue our policy of rigorous quality and dynamic market segments, which bring together the whole sector; and above all to pass this message on to the retail distributors, who can only stand to gain in the process: potato consumers are loyal to pro-





ducts and receptive to well-differentiated market segments.

**A.I. - In practice, how did you implement your new strategy of market segmentation and has it paid off?**

**P.T.** - Launched in 1990, the strategy which consisted in product segmentation depending on culinary uses, gave excellent results until the beginning of the 2000s, with stable sales in volume after a long period of strong decline, and spectacular added value. The strategy is still working, but has slowed down in the context mentioned earlier. At the same time, the impact of the innovation has worn off as potatoes are almost always segmented at the point of sale; this has helped re-launch price-based competition.

We must therefore invent something new, and the joint trade organization for the potato sector (CNIPT) recommends widening the notion of segmentation by meeting various different consumer demands: accessibility, particularly at the moment, authenticity (regional labels, varieties) and modernity, the latter based on product innovations, such as the micro-wave sachets and new presentations. This new approach is currently being discussed with the operators and the retail distributors.

**A.I. - Has the sector made new efforts in processing potatoes and their by-products: starch (bioplastics), potato flour, sugar?**

**P.T.** - These new 'green chemistry' outlets are the future of the potato flour sector. In the absence of regulation of any sort, we must develop these new markets to ensure the economic development of potato flour. With the end of the CMO, potato flour will suffer strong competition from starch from cereals, in traditional markets such as the paper industry.

There is a bright future for green chemistry and for our two manufacturers, Roquette and Haussimont who are working very hard on the subject. Today, I deplore the fact that the politicians were not courageous enough to adopt the ban on non biodegradable plastic bags voted by the Parliament over two years ago. This ban would have given us a short lead over our main competitors.

**A.I. - What place do international competitors hold in the processing sectors?**

**P.T.:** The processed potato market is a European market. The main manufacturers work on an international scale. There is therefore fierce competition. In France, we are capable of producing

the processing industry and we are exporting more and more, particularly to Belgium. However, we are incapable of processing them in France. We have a negative trade balance for processed products in all the different segments: frozen chips, crisps and vacuum-packed products. In fact, we have warned the authorities about this. We must improve our competitiveness and do away with distortions of competition. Harmonizing transport regulations regarding the 44 tonne limit would be a step in the right direction.

**A.I. - Is it possible to produce ethanol for agrofuels to make the sector more dynamic without tarnishing the image of potatoes?**

**P.T.** - In France, hardly any potatoes are used to produce ethanol. Waste from processing companies is generally used in animal feed and the potato industry does not have a segment devoted to ethanol. However, the production of ethanol from beet helps our producers diversify their cropping plans and respect the balance in the surface areas. This balance is vital in economic terms in a market ruled by supply and demand such as the market for consumer potatoes.

**A.I. - The Potato 2009 trade show is to be held on 8 and 9 September in the Netherlands. Will there be major innovations, in terms of equipment, farming techniques or supplies?**

**P.T.** - We can indeed expect to see major innovations, but we do not have any information on them yet. A trophy for innovation will be awarded during the exhibition. France will be well represented as far as exhibitors are concerned in the 'Pavillon France', coordinated by the national union of seed and plant producers (GNIS).

**A.I. - Can potatoes have a leading position in the major challenge of the future, i.e. to feed 9 billion human beings in 2050?**

**P.T.** - Potatoes have an extremely important role to play in providing healthy food for 9 billion human beings. The international year of the potato, coordinated by the FAO in 2008, helped underline the leading role played by the tuber as basic food for the world population. Apart from cereals, potatoes are the leading vegetable produced and have a number of advantages. They can be cultivated in a wide range of regions, on the 5 continents. They offer high yields per hectare in terms of dry materials. In addition, the tubers contain a high amount of carbohydrates, a source of energy, and excellent nutrients such as vitamin C and potassium.

Production has increased very significantly in the past few years in developing countries where they help feed poor rural populations. They are well-suited to locations with little land but with abundant labour. In addition, contrary to cereals, there is no world market for potatoes. Prices generally depend on the local production costs. The cultivation of potatoes is therefore recommended in terms of food safety. Consumption in developing countries more than doubled in 40 years, reaching 22 kg in 2005. This is still a long way from the average European consumption of 93 kg per capita, per year, which shows its potential for development throughout the world.

Interview Christian Monvoisin

