



G I P T

Bilan de campagne Transformation 2012-13

Un approvisionnement en légère baisse avec moins de volumes sous contrat

L'approvisionnement 2012-13 des industriels français en pommes de terre transformées est en légère baisse pour la seconde année consécutive, revenant ainsi au niveau de la **moyenne des 5 dernières campagnes, à 1,1 Mt**. La baisse constatée porte essentiellement sur les tonnages sous contrat, qui passent de 740 000 t à 730 000 t. Ils restent cependant majoritaires dans l'approvisionnement total, à hauteur de 67%. Les volumes importés sont globalement stables, de l'ordre de 215 000 t, avec une part inchangée de 20 % du total utilisé par les usines. Ces éléments s'expliquent notamment par les faibles volumes de matières premières disponibles sur la campagne du fait de rendements moindres, tant au niveau français que sur la zone des cinq principaux pays producteurs de produits transformés à base de pomme de terre : France, Belgique, Pays-Bas, Allemagne, Royaume-Uni.

En termes de débouchés, la répartition des tonnages de pommes de terre mises en œuvre évolue avec une part des produits surgelés en hausse à 65%, suivis des produits déshydratés, des chips et des autres produits (5^e gamme, etc...).

Une balance commerciale stable en volume mais qui se creuse en valeur

Sur la campagne 2012-13, les **imports** en volume de produits transformés à base de pomme de terre sont en **baisse de 2 %**. 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 370 000 t connaissent une diminution de 4%. Les produits surgelés en représentent plus de 90%. Ils sont destinés principalement à l'Italie, l'Espagne et aux Pays-Bas.

Au final, la balance commerciale est du même niveau que celle de la campagne précédente. Elle s'établit à -338 000 t qui se répartissent ainsi : -211 000 t pour les produits surgelés, -43 000 t pour les produits cuits sous-vide, -74 000 t en chips et -10 000 t en produits déshydratés, chaque solde étant globalement stable par rapport à celui de la campagne précédente.

En valeur, les importations sont en hausse à +4 % pour 570 M€ tandis que les exportations augmentent également mais dans une moindre mesure, à 2 % pour atteindre 310 M€. La balance commerciale se creuse par rapport à la campagne précédente et atteint près de - 260 M€.

Des achats des ménages modérés sauf en chips

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 stables pour les produits surgelés**, en baisse respectivement de 2,4 % et 3,1 % pour les purées déshydratées et les produits cuits sous-vide. **Les chips continuent leur progression** avec une évolution des quantités achetées de +3,7 %. Elles bénéficient toujours de ménages acheteurs en augmentation, dans la continuité de ces dernières campagnes.

En termes de prix moyen d'achat par les consommateurs, les évolutions par rapport à 2011-12 sont positives principalement pour les pommes de terre sous-vide (+ 3,4 %) et les chips (+ 1,6%) ou globalement stables pour les produits surgelés et les purées déshydratées.
