

Communiqué de presse • Décembre 2023



## Retour sur un an de campagne autour de la pomme de terre durable

La pomme de terre, on l'aime pour son bon goût et ses recettes gourmandes. Mais c'est également un aliment produit de manière durable, dans le respect de l'environnement et sur ce point, près de  $\frac{3}{4}$  des Français (72 %<sup>1</sup>) aimeraient en savoir plus. C'est justement pour cette raison que la campagne « POTATOES FOREVER ! » a vu le jour en 2023. Zoom sur une première année riche en actions, qui amorce deux autres années de communication et annonce le prochain temps fort : le Salon International de l'Agriculture !

### La campagne qui nous dit tout sur la pomme de terre durable

Au quotidien, les acteurs de la filière pomme de terre s'engagent pour proposer aux consommateurs un produit aussi délicieux que durable. Seulement, les Français comme les Européens ne connaissent pas toujours les **bonnes pratiques**, qui sont mises en place depuis le champ jusqu'aux points de vente.

En effet, selon une enquête récente<sup>1</sup>, 94 % des Français accordent toute leur confiance à la pomme de terre et 69 % en mangent au moins une fois par semaine. Mais **seulement 30 % ont le sentiment d'être informés sur les**

**engagements environnementaux du secteur** et 72 % voudraient en savoir plus !

La campagne d'information « POTATOES FOREVER ! » a donc été lancée début 2023 avec un cofinancement de l'Union européenne à hauteur de **3,2 millions d'euros sur 3 ans**. Orchestrée en France par le CNIPT (Comité National Interprofessionnel de la Pomme de Terre) et en Italie par l'UNAPA (Unione Nazionale tra le Associazioni dei Produttori di Patate), elle met en lumière les 6 piliers d'une pomme de terre durable.



**Favoriser la biodiversité**



**Préserver l'eau et le sol**



**Lutter contre le gaspillage**



**Agir pour le climat**



**Garantir qualité et quantité**



**Soutenir les professionnels**

<sup>1</sup>Enquête Occurrence pour la campagne « POTATOES FOREVER ! », menée en ligne du 18 avril au 2 mai 2023, auprès d'un échantillon de 1 000 Français âgés de 35 à 49 ans, consommateurs de pomme de terre et responsables des achats alimentaires dans leur foyer.

\*Les pommes de terre pour toujours

# « POTATOES FOREVER !\* »

## Le point sur la première année

Afin de lancer cette campagne d'envergure, la filière s'est demandé ce que les consommateurs savaient de la pomme de terre, de son mode de production, de son caractère durable... C'est ainsi que le **Pota'Talk, un forum consommateur en digital**, a été créé en mars 2023 : pendant 12 jours, un panel de 84 consommateurs a donc pu s'informer et échanger sur un site dédié. L'occasion de constater qu'ils s'intéressent à la pomme de terre, mais qu'elle a encore des secrets pour eux ! Et c'est sur la base de ces échanges que la campagne « POTATOES FOREVER !\* » s'est construite, afin d'apporter des réponses précises aux interrogations des consommateurs.

### Dans la peau d'une pomme de terre, du champ à l'assiette...

Pour tout savoir de la pomme de terre durable, un [site Internet trilingue](#) (anglais, français et italien) a été créé. En France, le CNIPT a également communiqué de manière régulière auprès des médias, en diffusant [un dossier de presse complet](#) et [des communiqués thématiques](#). Enfin, plus de 17 millions d'impressions ont été générées sur les réseaux sociaux français via des **publications pédagogiques postées sur Facebook** et [X \(ex-Twitter\)](#).

### ... Et dans le quotidien des professionnels

Désireux de partager leur quotidien, des professionnels de la filière ont participé à la création de **capsules vidéo pédagogiques à retrouver** sur [YouTube](#) et [Facebook](#). On y découvre [David Deprez](#), producteur en Normandie, très attentif à la protection de la

biodiversité (publiée le 01/08/23 - 393 000 vues); [Alain Blanquart](#), producteur du Pas-de-Calais, qui développe des méthodes agro-écologiques (publiée le 01/11/23 - 266 000 vues) ; [Benoît Decoëne](#), conditionneur du Pas-de-Calais, qui explique ce qui se passe après la récolte (publiée le 07/12/23 - 196 000 vues) et Arnaud Lezie, primeur à Boulogne-sur-Mer et amoureux de la pomme de terre, à découvrir bientôt.

### Dans les médias...

En complément, **trois partenariats avec des médias phares** ont permis de relayer les messages de la campagne. Une parution dans [Le Parisien/Aujourd'hui en France](#) le 31 octobre revient sur les bonnes pratiques culturelles. Une vidéo [Brut.](#), partagée sur Instagram et Facebook le 30 novembre, évoque le métier de conditionneur. Et une publication dans [Le Parisien week-end](#) du 15 décembre aborde l'aspect consommation.

### ... Et sur les réseaux

Enfin, **trois influenceuses food et lifestyle**, sont venues sur le terrain pendant la récolte et ont également partagé leurs meilleures astuces et recettes autour de la pomme de terre, générant environ 30 contenus pour plus de 180 000 impressions et 231 000 interactions. Il s'agit de Margot, sensible aux questions environnementales, sur son compte [Biendansmonsliip](#) ; Lydie, maman passionnée de cuisine et de nutrition, sur [BienMangerAvecLydie](#); Céline, maman gourmande, à retrouver sur [LesPépitesDeNoisette](#).



### Prochain rendez-vous : le SIA 2024 !

Après cette année de lancement déjà riche en actions, **la campagne se poursuivra donc encore deux ans**, jusqu'à fin 2025, avec la volonté de partager avec les consommateurs tout ce qu'il faut savoir sur la pomme de terre durable.

Prochaine étape : « POTATOES FOREVER !\* » bénéficiera d'un espace dédié de 50 m<sup>2</sup> sur le stand

« Les pommes de terre » (CNIPT - stand 2.2 D017), lors de la prochaine édition du **Salon International de l'Agriculture**, qui se déroulera du 24 février au 3 mars 2024 à Paris Expo. Les visiteurs pourront ainsi découvrir le parcours complet de la pomme de terre, depuis le champ jusqu'à l'assiette, tous les maillons de la filière, ainsi que les bonnes pratiques environnementales déployées à chaque étape. Au programme : des animations, des rencontres avec des professionnels et de nombreuses surprises...

Suivez les actualités de la campagne sur :

 [potatoesforever.eu/fr](https://potatoesforever.eu/fr)

 [PotatoesForeverFR](https://www.facebook.com/PotatoesForeverFR)

 [Cnipt](https://twitter.com/Cnipt)

 [PotatoesForeverFrance](https://www.youtube.com/PotatoesForeverFrance)

---

## À propos du CNIPT

Le Comité National Interprofessionnel de la Pomme de Terre (CNIPT) a pour objectif de valoriser la pomme de terre de consommation française sur le marché du frais. Il est reconnu comme interprofession nationale par les pouvoirs publics depuis 1977. Il agit dans le cadre du règlement de l'Union européenne n°1308/2013 du 17 décembre 2013 et du code rural. Le CNIPT représente tous les opérateurs du secteur de la pomme de terre, de la production au commerce. [www.cnipt.fr](https://www.cnipt.fr)

### Contacts médias CNIPT - Campagne *POTATOES FOREVER* !

Agence VFC Relations Publics

Cynthia Barbe : [cbarbe@vfcrp.fr](mailto:cbarbe@vfcrp.fr) - 06 77 94 70 69

Jessica Novelli : [jnovelli@vfcrp.fr](mailto:jnovelli@vfcrp.fr) - 06 09 13 71 07

Financé par l'Union européenne. Cependant, les positions et opinions exprimées appartiennent aux auteurs et ne reflètent pas nécessairement celles de l'Union européenne ou de l'Agence exécutive européenne pour la recherche (REA). Ni l'Union européenne ni l'autorité chargée de l'octroi ne sauraient en être tenues pour responsables.