

Accord interprofessionnel sur les promotions

L'accord interprofessionnel destiné à encadrer les promotions sur les pommes de terre a été adopté pour la année consécutive par le Conseil d'administration du CNIPT et ensuite rendu obligatoire par les Pouvoirs Publics avec parution aux JO du 16 septembre dernier. Ainsi, la pomme de terre peut faire l'objet de publicité à l'avance sur catalogue, mais les opérations doivent « rester en cohérence avec les conditions économiques du marché ». Toute opération promotionnelle devra avoir

fait l'objet d'un contrat préalable entre le distributeur et son fournisseur, précisant les quantités et le prix de cession. Le contrôle sera assuré par le CNIPT et les infractions seront sanctionnables. Par ailleurs, les allégations d'utilisation culinaire portées sur les emballages ou en rayon, doivent avoir été vérifiées par des tests ou respecter les critères établis par le CNIPT et l'Institut Technique. Des contrôles et vérifications pourront être réalisés sur les lots. ✱

Achats des ménages : poussée des spécialistes

D'après Secodip, sur la période comprise entre le 14 juillet 2008 et le 12 juillet 2009, les achats de pommes de terre fraîches par les ménages français diminuent de 2,4 % en volume par rapport à la même période un an plus tôt. Le circuit des GMS (78 % de parts de marché 2008-2009) est en recul de 4,6 % avec -9,3 %

pour les supermarchés, -8,6 % pour les discounts et + 1 % pour les hypers. Les autres circuits (marchés, magasins de détail, grandes surfaces spécialisées sur le frais...) qui représentent 22 % de parts de marché contre 20 % durant la campagne précédente, connaissent une progression de 6,2 %. ✱

Demex investit dans Campéol

Le groupe du Nord Pas-de-Calais Demex, spécialisé dans le négoce et le conditionnement de fruits, légumes et pommes de terre, a fait appel à deux sociétés spécialisées dans le capital investissement, Unigrains et Finorpa, pour élargir ses activités. En effet, il investit dans sa filiale pommes de terre Campéol avec un programme de modernisation de 8 M € à Carvin (59).

Il est prévu de doubler la surface du centre et d'y installer de nouvelles lignes de conditionnement pour porter le nombre total à 7 (toutes possibilités dont des pommes de terre grammées). Tous les moyens sont mis en œuvre pour une mise en service des lignes avant la fin de l'année. L'équipe commerciale a été renforcée de même que l'équipe d'approvisionnement qui assure les relations avec l'amont.

Sur le même site, Demex crée une nouvelle structure dédiée aux fruits et légumes bio : Vibio, avec une marque transversale dénommée Be Yoh.

Enfin une filiale destinée à conditionner une large gamme de légumes et de fruits, BeFresh produce, est installée à Roulers en Belgique, sachant que Campéol commercialise également un certain nombre de légumes, notamment les pondéreux comme les oignons. ✱



Notre réputation se bâtit autour de de votre travail de qualité et de votre production.

Merci à nos producteurs partenaires.

TOUQUET SAVOUR

LA PASSION DES VARIÉTÉS DEPUIS 1967