

UNE STRATÉGIE OFFENSIVE PAYANTE : L'EXEMPLE DE L'UNPT

CONTEXTUALISATION

L'**Union nationale des producteurs de pommes de terre** est le principal syndicat de la filière. L'UNPT est créé en 2002 par la réunification entre la FNPTI et la FNTPC.

Il représente l'ensemble des marchés : la féculé, la primeur, le frais et l'industrie de transformation.

LES CHIFFRES CLÉS :

- **1945** : Naissance de 3 fédérations de pommes de terre (FNPPTI, FNPTC, FNPPPT)
- **2002** : unification FNPTI et FNTPC en l'Union nationale des producteurs de pomme de terre

L'UNPT représente une filière :

- **16 500** producteurs
- **8 millions** de tonnes de pommes de terre produites
- Entre **3 et 4 milliards** d'euros de chiffre d'affaire

ORGANISATION ET REPRÉSENTATION

L'ensemble des décisions sont prises par le Conseil d'Administration, constitué de 24 représentants des différents secteurs (8 féculé, 8 frais, 8 industries) et 11 représentants territoriaux.

L'UNPT est **intégrée au sein de 3 interprofessions** de la pomme de terre : CNIPT, GIPT, SEMAE.

L'UNPT est présent à l'**échelle européenne** également avec le NEPG (producteurs français, belges, allemands et néerlandais) ; le COPA (Comité des Organisations Professionnelles Agricoles de l'UE) et le CESPU (producteurs européens de féculé).

MISSIONS

L'UNPT, représentant des producteurs de pomme de terre, poursuit 3 missions principales pour pérenniser la filière.

L'idée est d'agir sur les 2 facteurs clés du marché, l'offre en optimisant la production, et la demande, permettant de garantir des revenus aux producteurs.

Concernant l'offre, l'UNPT veille à rendre un **contexte réglementaire favorable aux producteurs** et à protéger les producteurs des menaces exogènes à la filière.

Ainsi, l'UNPT est particulièrement attentif aux différentes annonces à l'échelle nationale et européenne, sur l'interdiction de certains herbicides (prosulfocarbe et métribuzine) qui pourrait affaiblir les rendements.

Ensuite, la filière de la pomme de terre étant également vulnérable face aux aléas climatiques (sécheresse, inondations,...), l'UNPT souhaite imposer un **système de compensations financières**, en soutien aux producteurs.

Enfin, l'UNPT s'attaque également au facteur de la demande. L'évolution de la consommation de la pomme de terre reste fragile (tendance long terme à la baisse en France), tout l'enjeu pour l'UNPT est de **redorer l'image du produit** pour ancrer la pomme de terre au cœur de la consommation future.

ÉVITER L'APPROBATION PRÉMATURÉE D'HERBICIDES

Pour garantir la pérennité de la filière de production, l'UNPT a bien identifié la **menace** que constituerait **l'interdiction totale et soudaine d'herbicides** (prosulfocarbe et métribuzine).

Ainsi, par la veille réglementaire (et donc la maîtrise de l'espace informationnel), ainsi que les négociations avec les institutions politiques (principalement le Ministère de l'Agriculture), l'UNPT doit limiter les impacts que cette mesure pourrait prendre.

L'UNPT a agit efficacement via une **campagne médiatique** en avril dernier, par une hyperprésence sur le segment des médias spécialisés et généralistes, pour mettre en avant les conséquences de l'arrêt immédiat des herbicides.

UNE STRATÉGIE OFFENSIVE PAYANTE : L'EXEMPLE DE L'UNPT

Ces actions médiatiques intègrent les mêmes éléments de langage, visant à jouer sur la **criticité de la situation** (lexique de la menace, de la peur) et des **conséquences** préjudiciables pour les producteurs.

De plus, l'UNPT a directement adressé un courrier au ministre de l'agriculture (annonce également relayée dans les médias) pour faire pression sur le gouvernement à prendre position **contre le retrait des herbicides** au niveau européen.

Enfin, le soutien aux actions sociales des producteurs par l'UNPT, a structuré les protestations et fait gagner en légitimité les revendications de la filière.

Résultat obtenu :

La filière a obtenu un "sursis", puisqu'**aucune interdiction n'est prévue** pour l'instant, même si des mesures (très) restrictives ont été mises en place. Cela reste un **gain de temps pour les producteurs**, et une victoire à court terme.

PROTÉGER LE PRODUCTEUR FACE AUX ALÉAS CLIMATIQUES

En 2022, la récolte des pommes de terre n'a pas été bonne et a fragilisé la filière.

Pour réagir, l'UNPT a adopté une stratégie offensive visant à limiter les dommages mais également à ouvrir une brèche pour protéger les producteurs à l'avenir. L'idée ici est d'axer la compensation par un **principe d'indemnisation**, limitant ainsi les pertes des producteurs face aux aléas climatiques.

L'UNPT a donc **interpellé directement le Ministre de l'agriculture** des difficultés rencontrées par les producteurs (via des articles de presse, des prises de contact directe) tout en démontrant une certaine proactivité (proposition concrète de solutions pouvant résoudre la crise). C'est grâce à son réseau structuré et son intégration à la FNSEA, lui octroyant plus de pouvoir, que l'UNPT a obtenu des avancés auprès du ministère de l'agriculture.

ECOLE DE GUERRE ÉCONOMIQUE - DÉCEMBRE 2023

Résultat obtenu :

- **Prêt garanti d'Etat** (pour maintenir les surfaces de pomme de terre)
- **Aide financière exceptionnelle** aux producteurs les plus impactés

REDORER L'IMAGE DE LA POMME DE TERRE

Conscient d'une baisse de la demande française pendant la crise du COVID, et de sa timide croissance actuelle, l'UNPT a entrepris une campagne de communication impactante visant à **replacer la pomme de terre au cœur des habitudes de consommation** des français.

Procédé :

- **Compréhension de la demande**

Réalisation (par Kantar) d'une enquête relative aux profils des ménages acheteurs (qui consomme ? quels impacts sur le futur ?...).

- **Action immédiate et véritable stratégie d'influence**

Une campagne intense de communication a été lancée (par le CNPIT) sur différents supports (TV, radio, youtube).

Des recettes culinaires sont mises en avant, l'objectif est d'**influencer la perception** qu'ont les consommateurs de la pomme de terre, et de rendre celle-ci compatible avec une alimentation équilibrée.

Veille réglementaire, maîtrise de l'espace informationnel, stratégie d'influence via une structuration des réseaux, bataille sur les perceptions... Autant d'éléments démontrant la prise en compte des enjeux IE au sein de l'UNPT.

Recommandations

Consolider l'offre : pénétrer les instances politiques nationales et européennes. Dynamiser le réseau d'élus locaux pour une production législative plus favorable aux producteurs.

Relancer la demande : intensifier les campagnes de communication. Faire appel à des experts scientifiques pour contrer la perception biaisée de l'incompatibilité d'un équilibre nutritif avec la consommation de la pomme de terre.