



Centre de référence en agriculture
et agroalimentaire du Québec

Comité pomme de terre

Colloque sur la pomme de terre LA POMME DE TERRE : NOURRIR SON MONDE

Le vendredi 14 novembre 2008, Hôtel Québec Inn, Québec

Situation de la pomme de terre au Canada et dans le monde

Mark DROUIN, M.Sc.

Université Victoria du Manchester, Royaume-Uni

Conseiller principal en développement des marchés

Agriculture et Agroalimentaire Canada

Division de l'horticulture et des cultures spéciales

Ottawa

Note : Cette conférence a été présentée lors de l'événement et a été publiée dans le cahier des conférences.



Pour commander le cahier des conférences, consultez

[le catalogue des publications du CRAAQ](http://www.agrireseau.qc.ca)

TITRE DE LA PRÉSENTATION :

Situation de la pomme de terre au Canada et dans le monde



AUTEUR :

Mark DROUIN, M.Sc.

Université Victoria du Manchester, Royaume-Uni
Conseiller principal en développement des marchés
AAC, Division de l'horticulture et des cultures spéciales
Ottawa

SITUATION CANADIENNE

La pomme de terre est la culture légumière la plus importante du Canada. En 2007, elle représentait 33 % de l'ensemble des recettes monétaires tirées de la culture des légumes, soit 846 millions de dollars canadiens.

À la fin des années 1980, l'industrie canadienne de la pomme de terre a connu une expansion spectaculaire avec l'entrée en vigueur de l'Accord de libre-échange Canada-États-Unis, précurseur de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA). La production annuelle de pommes de terre a presque doublé, passant de 2,88 millions de tonnes métriques (tm) en 1989 à 5,283 millions de tm en 2003. Durant la même période, la surface récoltée augmentait de 58 %, passant de 114 500 à 181 100 ha. Aussi, la production de pommes de terre a connu une expansion remarquable dans les Prairies. Plusieurs facteurs ont contribué à cela, notamment la proximité de l'Ouest canadien par rapport aux marchés nord-américains de produits transformés, la disponibilité des terres qui se prêtent à la culture des pommes de terre et la disponibilité du capital nécessaire pour investir dans l'équipement et les entrepôts spécialisés.

En 2007, les producteurs canadiens ont planté des pommes de terre sur une superficie de 160 787 hectares (ha), nombre qui représente 1 % de moins qu'en 2006, 2 % de moins qu'en 2005 et 13 % de moins qu'en 2003 (l'année où la superficie d'ensemencement a atteint un maximum avec 185 200 hectares). En 2007, les producteurs ont récolté 99 % de la surface cultivée, soit 158 966 hectares. La production a augmenté de 12 % par rapport à 2005 et diminué de 2,3% par rapport à 2006. La production en 2007 a diminué de 1,2 % par rapport à la moyenne des cinq années précédentes, elle est passée de 5 032 075 tm à 4 969 506 tm. En termes de rendement, on a atteint un record en passant de 28,22 tm/ha en 2005 à 31,88 tm/ha en 2006, ce qui constitue une hausse de 13 %. En 2007, le rendement moyen a augmenté encore une fois de 1,2 % à 31,26 tm/ha.

La production est surtout concentrée sur l'Île-du-Prince-Édouard (26 %), au Manitoba (20 %), en Alberta (17 %), et au Nouveau-Brunswick (16 %). La région de l'Atlantique compte pour 42 % de la production canadienne, l'Ouest pour 41 %, et la région centrale pour 17 %.

LE CANADA DANS LE MONDE

Production

Le secteur de la pomme de terre est en pleine évolution au niveau mondial. Selon la FAO, jusqu'au début des années 1990, l'essentiel de la production et de la consommation de pommes de terre était concentré en Europe, en Amérique du Nord et dans les pays de l'ex-Union soviétique. Depuis lors, la production et la demande ont augmenté en Asie, en Afrique et en Amérique latine où la production est passée de moins de 30 millions de tonnes au début des années 1960 à plus de 165 millions de tonnes en 2007. Les données de la FAO montrent qu'en 2005, pour la première fois, la production de pommes de terre des pays en voie de développement a dépassé celle des pays développés. La Chine, qui est aujourd'hui le premier producteur mondial de pommes de terre, ainsi que l'Inde, représentent ensemble le tiers de la production mondiale de pommes de terre.

La comparaison entre le Canada et les plus grands producteurs mondiaux de pommes de terre révèle des faits intéressants. Le Canada ne représente que 1,5 % de la production mondiale de pommes de terre, alors que la Chine représente 22 %, suivie de l'Union européenne avec 19 %, de la Russie avec 11 %, de l'Inde avec 8 %, de l'Ukraine avec 6 % et des États-Unis avec 5,4 %.

En termes de rendement, le Canada se classe au 18^e rang mondial avec 31,26 tonnes métriques à l'hectare (t/ha), alors que les États-Unis occupent le 9^e rang avec un rendement moyen de 38,71 t/ha, l'Union européenne se classe au 20^e rang avec 27,8 t/ha, l'Inde au 78^e rang avec 16,4 t/ha, la Chine au 90^e avec 14,4 t/ha, l'Ukraine au 101^e rang avec 13,1 t/ha et enfin la Russie au 106^e rang avec 12,85 t/ha.

Les cinq pays producteurs ayant les rendements les plus élevés sont les Pays-Bas (44,7 t/ha), la France (43,24 t/ha), la Belgique (42,25 t/ha), la Nouvelle-Zélande (42,08 t/ha) et l'Allemagne (41,99 t/ha). Les rendements au Canada sont inférieurs de 27 % à la moyenne des rendements des cinq pays affichant les rendements les plus élevés. Bien que le Canada ne soit pas un des plus importants producteurs de pommes de terre dans le monde, il reste bien placé au niveau de la production et jouirait même d'un certain avantage comparatif par rapport à bon nombre de ses concurrents.

Prix

Le Canada se place bien pour ce qui est des prix (données de 2005), puisqu'il occupe le 87^e rang avec un prix moyen à la tonne de 154 \$US, qui bien qu'inférieur à celui de l'Union européenne (15^e rang avec 203 \$US/t) et de la Russie (73^e rang avec 185 \$US/t), est plus élevé que les prix moyens en Chine (99^e rang avec 81 \$US/t), en Inde (104^e rang avec 104 \$US/t) et aux États-Unis (89^e rang avec 152 \$US/t).

Une étude détaillée révèle que les pays suivants enregistrent les prix les plus élevés : la Syrie (861 \$US/t), le Panama (685 \$US/t), l'Islande (628 \$US/t) et le Sri Lanka (529 \$US). Ces pays mériteraient peut-être de faire l'objet d'une étude pour savoir si le Canada pourrait être compétitif dans ces marchés relativement profitables.

Consommation

En 2007, le volume des pommes de terre représentait 35 % de tous les légumes frais et transformés consommés au Canada. La consommation annuelle de pommes de terre a décliné au cours des dernières années, passant de 75,09 kg par personne en 1996 à 65,07 kg en 2007, malgré un sommet de 77,30 kg atteint en 1997. La diminution de la consommation de pommes de terre résulte de diverses tendances alimentaires et de perceptions négatives de la part des consommateurs concernant la valeur nutritive du tubercule, même si les pommes de terre demeurent un aliment sain. Le déclin de la consommation totale de pommes de terre tient essentiellement au fait que les Canadiens font cuire moins de pommes de terre fraîches. Entre 1996 et 2007, la consommation de pommes de terre fraîches a régressé de 26 %. En se basant sur la consommation apparente équivalente de produits frais, la consommation de pommes de terre fraîches représente 45 % de la consommation totale de pommes de terre, tandis que celle des pommes de terre transformées telles que les frites, les croustilles et autres produits transformés atteint 55 %.

La consommation des produits congelés de la pomme de terre, particulièrement des frites, a aussi reculé depuis 2002. La consommation de croustilles ralentit depuis 2000, mais s'est quelque peu stabilisée au cours des trois dernières années.

Sur la base des données mondiales les plus récentes (2003), une comparaison de la consommation canadienne de pommes de terre avec celle des autres pays montre que le Canada occupe le 14^e rang pour ce qui est de la quantité totale consommée (2 816 723 tonnes) et le 15^e rang sur le plan de la consommation annuelle par habitant (89 kg par personne). La Chine occupe le 1^{er} rang pour la quantité totale consommée (46 168 314 tonnes), mais le 65^e rang pour la consommation par habitant (35 kg par personne), suivie des États-Unis qui occupent le 2^e rang pour la quantité totale consommée (18 730 891 tonnes) et le 38^e rang pour la consommation par habitant (63 kg par personne), de l'Inde occupant le 3^e rang pour la quantité totale (18 730 891 tonnes) et le 94^e rang pour la consommation par habitant (17 kg par personne), de la Russie classée 4^e pour la quantité

totale (17.997.258 tonnes) et 5^e pour la consommation par habitant (125 kg par personne) et des pays membres de l'Union européenne. La quantité totale consommée et la consommation par habitant étaient respectivement de 7 184 729 tonnes et 120 kg par personne pour le Royaume-Uni, de 5 946 674 tonnes et 72 kg par personne pour l'Allemagne, de 5 021 874 tonnes et 130 kg par habitant (4^e rang mondial) pour la Pologne et de 3 896 050 tonnes et 64 kg par personne pour la France. L'Europe (EU 27), dans son ensemble, consomme 68 128 502 tonnes, ce qui la placerait au premier rang mondial si on considérait l'ensemble des pays la formant comme une région, alors que sa consommation par habitant est de 78 kg par personne, la plaçant au 21^e rang mondial.

La consommation de pommes de terre fraîches qui, à une époque, représentait la principale utilisation de la pomme de terre dans le monde, est en train de diminuer dans de nombreux pays développés. Selon la FAO, des quantités croissantes de pommes de terre sont destinées à la transformation pour satisfaire la demande grandissante provenant de la restauration rapide et des industries des grignotines et des aliments prêts à servir. Les principaux facteurs responsables de ces changements comprennent l'accroissement des populations urbaines, l'augmentation des revenus, la diversification des régimes alimentaires et des modes de vie qui laissent de moins en moins de temps pour préparer le produit frais.

MARCHÉ INTERNATIONAL

Pour la campagne agricole 2006-2007, les exportations totales de pommes de terre fraîches et transformées du Canada se sont élevées à 1,125 milliard \$. Les importations ont atteint 275 millions de dollars canadiens, ce qui se traduit par une balance commerciale positive nette de 850 millions de dollars canadiens. La valeur à l'exportation des pommes de terre fraîches et transformées représentait environ 50 % de toutes les exportations de légumes frais et transformés canadiens. Les États-Unis constituent le principal marché d'exportation du Canada.

Le World Trade Atlas nous révèle que le Canada occupe le 5^e rang mondial pour ce qui est de la valeur des exportations (1,125 milliard \$) et le 26^e rang pour les quantités exportées (610 000 tonnes); cela représente 6 % de la valeur des pommes de terre exportées dans le monde, mais moins de 1 % de la quantité totale exportée. De 85 à 90 % des exportations canadiennes de pommes de terre sont habituellement expédiées vers les États-Unis. Néanmoins, le Canada a commencé récemment à diversifier ses marchés d'exportation et les marchés non traditionnels ont connu une croissance plus rapide que le marché des États-Unis. La part de nos exportations de pommes de terre vers les États-Unis, qui représentait 78 % de toutes nos exportations de pommes de terre en 2006, a chuté de 5 %, pour s'établir à 73 % en 2007. Durant la même période, nos exportations vers l'Uruguay, l'Indonésie, le Brésil, Cuba, le Guatemala, l'Afrique et la Turquie ont grimpé de 46 %.

Entre 2006 et 2007, la quantité de pommes de terre exportée par le Canada a bondi de 41 % passant de 432 000 t à 610 000 t, sous l'effet de la croissance de la demande aux États-Unis et dans les nouveaux marchés. Durant cette même période pendant laquelle les exportations vers de nouveaux marchés étaient en hausse, celles vers les États-Unis ont augmenté de 35 %, passant de 371 000 tm à 501 000 tm. Reconnaisant ces changements, Agriculture et Agroalimentaire Canada, en partenariat avec l'industrie de la pomme de terre, a récemment complété une analyse comparative (*benchmarking*) de notre performance sur certains marchés d'exportation de la pomme de terre. Utilisant des indicateurs de performance variés, tels que les traits caractéristiques de la pomme de terre (taille, couleur, etc.), des caractéristiques agronomiques (dormance, rendement, etc.) et des éléments tels que les prix ou le service après vente, l'étude s'est attardée à montrer comment les secteurs de la pomme de terre de semence et de la pomme de terre de consommation au Canada se mesurent en termes de performance comparée à celle de nos principaux concurrents dans des marchés d'intérêt comme les États-Unis, la République dominicaine, Cuba, l'Uruguay et le Venezuela. Les résultats de cette étude ont permis de formuler des recommandations visant le développement de ces marchés et notamment la sélection des variétés susceptibles de contribuer à une croissance des ventes.

La Chine est le premier exportateur mondial en termes de quantité (363 593 000 tm, soit 27 % des exportations mondiales) et le 10^e en termes de valeur (86 110 000 \$US, soit 3 % de la valeur des exportations mondiales). Les États-Unis se placent au second rang juste derrière la Chine pour ce qui est de la quantité (292 670 000 tm soit 21 % des exportations mondiales) et au 7^e rang pour ce qui est de la valeur des exportations (139 750 000 \$US, soit 4 % de la valeur des exportations mondiales). La Russie se place au 4^e rang mondial pour la quantité exportée (116 622 000 tm soit 9 % des exportations mondiales) et au 16^e rang pour ce qui est de la valeur des exportations (19 391 000 \$US, soit moins de 1 % de la valeur des exportations mondiales). Enfin, l'Inde avec 92 392 tm d'exportations (7 % du total mondial) se place au 5^e rang mondial pour la quantité et au 19^e rang pour la valeur des exportations (14 522 000 \$US, soit moins de 1 % du total mondial).

DÉBOUCHÉS ET ENJEUX

Mise en marché

Les pommes de terre sont en concurrence directe avec d'autres sources d'amidon telles que les pâtes et le riz, dont la consommation est répandue. Cependant, la pomme de terre possède une excellente qualité nutritive et constitue une excellente source de vitamines. Pour répondre aux attentes des personnes en quête d'une saine alimentation, l'industrie doit continuer à créer des produits novateurs et faire la promotion de la pomme de terre en tant qu'aliment facile à préparer, abordable et bon pour la santé. L'innovation dans la mise en marché, la création de nouveaux produits et le travail en réseaux sont des éléments

pouvant permettre le maintien et le développement du marché de la pomme de terre vis-à-vis de ses concurrents.

Concentration des secteurs de la transformation et de la vente :

La concentration accrue des secteurs de la transformation et de la vente au détail au Canada préoccupe les producteurs qui, après avoir connu des hausses du coût des intrants pendant plusieurs années, souhaiteraient un marché plus concurrentiel et un raffermissement des prix. Le mouvement récent de concentration des grossistes et des magasins d'alimentation à succursales multiples, au Canada et aux États-Unis, aboutit à la formation de centrales d'achat plus vastes et plus puissantes qui traitent généralement avec un petit nombre de fournisseurs fiables et concurrentiels. La concentration du secteur de la distribution s'accompagne d'un regroupement des fournisseurs (transformateurs et emballeurs), ce qui rend l'accès au marché plus difficile. Cette situation oblige certains producteurs, emballeurs et marchands à former des alliances pour approvisionner collectivement des détaillants et des distributeurs particuliers en gros volumes de produits.

Tendances alimentaires

Au cours des dernières années, les changements démographiques et la popularité des questions liées à la santé, dont l'obésité et les maladies cardiovasculaires, ont joué un rôle important dans les décisions alimentaires des consommateurs et sur les tendances à cet égard. Les dernières études démontrent que les pommes de terre possèdent des caractéristiques nutritionnelles enviables pour le consommateur averti.

Les changements de mode de vie des consommateurs influent sur la consommation des pommes de terre au Canada. Les connaissances et les habiletés culinaires plus restreintes des consommateurs pour la préparation de certains aliments, dont les pommes de terre, limitent leur consommation. Par ailleurs, l'accélération du rythme de vie a contribué à réduire les occasions de partager un repas familial traditionnel (viande et pommes de terre). Aujourd'hui, les consommateurs réclament davantage de repas à la fois santé et de préparation rapide. Ils recherchent des aliments versatiles offrant une diversité de choix culinaires. Pour ce qui est des habitudes alimentaires des Nord-Américains, on constate chez eux une plus grande tendance à la consommation d'aliments faits à l'extérieur du foyer.

Afin de garantir son essor, l'industrie de la pomme de terre doit stimuler la demande par la mise au point de nouveaux produits à valeur ajoutée et par la pénétration de nouveaux marchés. De nouveaux créneaux potentiels existent pour les pommes de terre fraîchement coupées et les produits préparés, et ce, dans les hôtels, les restaurants, les institutions et à domicile.

La contraction du marché nord-américain révèle l'urgence d'adopter pour le secteur, des mesures concertées pour la promotion de la pomme de terre. L'industrie poursuit des efforts simultanés de commercialisation afin d'accroître la consommation de pommes de terre et de souligner les bienfaits nutritionnels du tubercule. La publicité pour la bonne alimentation et la santé présente souvent et injustement la pomme de terre sous son mauvais jour. Cette image doit être contrée. Les pommes de terre sont perçues comme lentes à préparer et engraisantes. Peu d'efforts coordonnés ont été consacrés à l'amélioration de cette image et à la recherche d'autres marchés. On peut également faire la promotion de la pomme de terre et de ses produits pour leur goût, leur côté amusant et pratique, leurs avantages pour la santé et leurs éléments nutritifs. La pomme de terre est nutritive et facile à se procurer, elle se présente sous diverses couleurs et saveurs. Elle est facile à préparer, et cette polyvalence offre aux consommateurs et aux transformateurs de multiples possibilités de préparation. L'industrie de la pomme de terre gagnerait à veiller à toujours présenter la pomme de terre et ses produits comme un choix censé pour le consommateur.

La consommation de pommes de terre dans les pays en développement et les marchés non traditionnels

La consommation de pommes de terre dans les pays en développement continue d'augmenter et la consommation à l'état frais devrait continuer de dominer. Bien que les pays en développement aient accru leur production de pommes de terre, la demande est largement supérieure à l'offre. La demande de produits transformés, particulièrement de frites congelées, progressera en fonction de l'évolution du secteur de la restauration rapide, créant des débouchés pour l'industrie, et plus particulièrement pour le secteur de la transformation. Les pays d'Asie, où la population est dense et qui, traditionnellement, consomme du riz, ajoutent de plus en plus les pommes de terre à leur ordinaire pour le diversifier et améliorer leur système national de sécurité alimentaire.