

Chronique du Marché

Par le SNCPT



David Storper*
Maison Mendel



La campagne pommes de terre 2026 s'annonce très différente de celle de l'an dernier. Après une saison 2025 marquée par une offre largement excédentaire, le contexte a radicalement changé. La sécheresse et les conditions climatiques difficiles ont pesé sur les cultures et les premiers constats font apparaître une baisse des rendements.

Au 24 août 2026, l'UNPT annonçait ainsi des rendements en recul de 14 % à 24 % selon leurs prévisions. Ces chiffres devront naturellement être affinés au fil de l'arrachage, mais ils donnent déjà une indication claire : cette campagne ne sera pas une campagne d'abondance.

Dans ce contexte, le marché européen commence à réagir. L'Italie est à l'achat et l'Espagne regarde également en direction de la France. Pour autant, les niveaux de prix actuellement proposés restent, pour une partie du marché espagnol, en inadéquation avec les possibilités de ses clients.

Sur le marché français, les premiers lots commercialisés montrent par ailleurs une qualité qui n'est pas toujours au rendez-vous, notamment des problèmes de taupins signalés.

Les conditions climatiques de cette année ont laissé des traces et la qualité sera un élément déterminant dans la valorisation des marchandises.

Enfin, les conditionneurs sont encore en pleine sortie de leurs contrats. Le marché est donc loin d'avoir trouvé son équilibre. Entre baisse des rendements, exigences de qualité, demande européenne et niveaux de prix, les prochaines semaines seront particulièrement importantes.

Cette campagne 2026 démarre ainsi avec moins de volume, davantage d'incertitudes et un marché qui devra trouver rapidement son nouveau point d'équilibre. Rendez-vous à Madrid !

Plus d'info sur www.sncpt.org

** David Storper (membre du SNCPT) est dirigeant de la Maison Mendel, spécialisée dans le courtage de pommes de terre et d'oignons sur le marché national, l'import (Israël, Maroc, Sud Europe) et l'export (toute l'Europe).*