



Interprofession des Oeufs

## ŒUFS : SUR UN MARCHÉ EN CROISSANCE LA FILIÈRE LANCE « ŒUFS DE FRANCE » ET POURSUIT SA MUTATION

### UN NOUVEAU GAGE D'ORIGINE ET D'EXCELLENCE POUR DES ŒUFS 100% FRANÇAIS

DOSSIER DE PRESSE

Chaque jour, les Français achètent près de 20 millions d'œufs en magasins. Il faut dire que ce grand incontournable des cuisines est consommé par 96% d'entre eux<sup>1</sup> ! En 2017, près de 15 milliards d'œufs ont ainsi été vendus sur le marché français (+5% vs 2016), aussi bien aux consommateurs qu'aux professionnels de la restauration et de l'industrie. Avec 15 milliards d'œufs également produits sur son territoire (+4,3% vs 2016), la France est la championne d'Europe de la production ! La filière française, reconnue pour son excellence, produit des œufs d'une qualité sanitaire optimale, dans le respect des normes européennes de bien-être animal, mais aussi environnementales les plus exigeantes du monde. À l'écoute du marché, les professionnels se mobilisent pour répondre aux attentes des consommateurs. Et, parmi leurs critères de choix lorsqu'ils achètent des œufs figurent : en premier, leur mode de production et, en deuxième, leur origine France<sup>1</sup>. C'est pourquoi la filière s'engage sur ces deux points : elle vient de fixer dans son Plan de Filière son objectif d'1 poule sur 2 élevée en élevage alternatif à la cage aménagée d'ici 2022 et lance le nouveau logo « Œufs de France » pour garantir des œufs 100% Made in France.



### « Œufs de France » : la confiance tout au long de la filière

Pour valoriser son savoir-faire exemplaire et faciliter l'identification de ses œufs « Made in France », la filière française lance le logo « Œufs de France ». Cette démarche collective, portée par l'Association des produits agricoles de France, garantit l'origine française des œufs : de la poule à l'œuf et de l'œuf à la poule. Avec ce nouveau logo connu et reconnu des Français, la filière des œufs garantit l'engagement de l'ensemble des maillons de la filière : accoueurs, éleveurs de poulettes, éleveurs de poules pondeuses, centres d'emballage et de transformation des œufs. La démarche de traçabilité, qui intègre également qualité sanitaire et alimentation des animaux, est étroitement contrôlée par des organismes tiers.

<sup>1</sup> Source : Enquête CNPO/CSA 2017

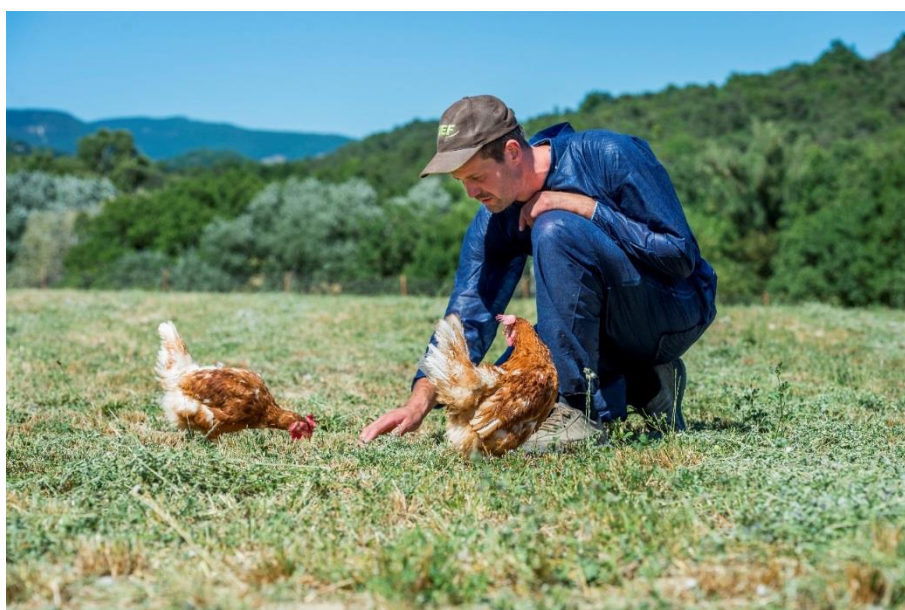
Une initiative qui répond aux attentes des Français : 85% d'entre eux estiment important que les œufs qu'ils achètent soient pondus en France et 89% sont même favorables à l'unique commercialisation des œufs d'origine française<sup>1</sup> !

## Une transition des élevages traduite dans le plan de filière

En complément de cette garantie d'origine, les professionnels se sont également engagés dans une démarche de transition de leurs élevages. D'ici 2022, au moins 1 poule pondeuse sur 2 sera élevée dans un élevage alternatif à la cage aménagée. Il pourra s'agir d'élevages au sol, en plein air ou bio. Pour le moment, un tiers des poules sont élevées dans ce type d'élevages. Cette démarche volontaire, initiée dès octobre 2016, est aujourd'hui traduite dans le Plan de Filière à 5 ans élaboré en concertation avec l'ensemble des acteurs du secteur. Il s'agit d'investir au moins 277 millions d'euros pour arrêter la production de près de 9 millions de poules élevées actuellement en cages et mettre en place 9 millions de poules en systèmes « alternatifs ». L'objectif est ambitieux et les Français la savent. 79% estiment ainsi nécessaire pour les éleveurs de demander un délai aux enseignes de la grande distribution afin de s'adapter. Ils sont également 79% à trouver normal que les éleveurs demandent une aide financière aux distributeurs pour réaliser les investissements nécessaires à cette transition.

## Des ventes en magasins à la hausse en début d'année

Selon Kantar Worldpanel, le début de l'année 2018 est marqué par une augmentation des achats des ménages en magasins (50% du marché en volume). Les ventes d'œufs enregistrent ainsi une hausse de +1,4% sur les 3 premiers mois de l'année par rapport à la même période de l'année précédente. Si les œufs standards représentent 1 œuf sur 2 vendu en magasins (52% en 2017), les œufs issus des élevages alternatifs constituent les moteurs de la progression. Sur le début de l'année 2018, les œufs issus de poules élevées au sol progressent ainsi de +10,6%, les œufs de plein air de +9,8% et les œufs bio de +9,8%, tandis que les œufs standards se replient à -3,5%.



Les œufs  
sur le web et  
les réseaux  
sociaux :



**lesoeufs.fr :**

le nouveau site internet  
de l'œuf

**oeuf-info.fr :**

le nouveau site internet  
des Professionnels de l'œuf

**leblogdeloeuf.com :**

un blog entièrement dédié  
à l'œuf



**@BlogOeuf :**

actus, conseils, recettes,  
infos pratiques, etc.



**pinterest.com/blog**

**oeuf :**  
des photos, des idées  
avec les œufs.



**instagram.com/blog**

**oeuf :**  
de magnifiques photos  
créatives et originales.



**facebook.com/fans**

**doeufs :**

page officielle des fans  
d'œufs. Pour découvrir  
des recettes, conseils,  
actualités, événements,  
etc.



**youtube.com/Les**

**OeufsFr :**

des vidéos  
informatives et des  
recettes animées.



Flasher-nous !  
[www.leblogdeloeuf.com](http://www.leblogdeloeuf.com)



Interprofession des Œufs

L'équipe ADOCOM, *Sandra, Jennifer, Anaïs & C°*, vous remercie de votre attention  
et de la mention CNPO comme source des différentes informations contenues dans ce dossier :

Tél. : 01.48.05.19.00 – Courriel : [adocom@adocom.fr](mailto:adocom@adocom.fr)

**ADOCOM®-RP**

AGENCE DOGNIN COMMUNICATION

11 rue du Chemin Vert - 75011 Paris - Tél : 01.48.05.19.00 - Fax : 01.43.55.35.08

e-mail : [adocom@adocom.fr](mailto:adocom@adocom.fr) - site : [www.adocom.fr](http://www.adocom.fr)

Qualification : Agence Certifiée OPQCM