

+1,9% DE VENTES EN 1 AN : LES FRANÇAIS ACHÈTENT TOUJOURS PLUS D'ŒUFS ET PRIVILEGIENT L'ORIGINE FRANCE

À quelques jours de sa première participation au Salon International de l'Agriculture (Pavillon 4 – Stand D 105), l'interprofession française des œufs affiche le dynamisme du marché et de la filière. 2018 confirme l'engouement des consommateurs pour ce produit incontournable du quotidien avec des achats des ménages qui continuent de progresser en grande distribution de +1,9 % en volume et +3,5 % en valeur par rapport à 2017.¹

Pour la première fois, les œufs issus d'élevages alternatifs représentent plus de la moitié des œufs vendus en hypers et supermarchés, avec 51,8 % de part de marché volume, contre 49,1% en 2017. Afin de répondre à cet accroissement de la demande, les professionnels avancent à grands pas vers l'objectif qu'ils se sont fixés : 50 % de poules pondeuses en élevages alternatifs d'ici 2022. Compte tenu de la dynamique qu'ils ont mise en place, ils devraient même atteindre leur objectif avant l'échéance. De plus, afin que les consommateurs puissent être assurés de l'origine française de leurs œufs, ils travaillent également au déploiement du logo « Œufs de France ». À ce jour, 17 centres d'emballage, 7 fabricants d'ovoproduits et 3 distributeurs sont déjà engagés dans la démarche. La liste actualisée des entreprises engagées est disponible sur le site oeufs-infos.fr. Pour aller plus loin, l'interprofession devrait également lancer, d'ici fin 2019, le cahier des charges « Œufs de France » spécifique aux produits transformés.

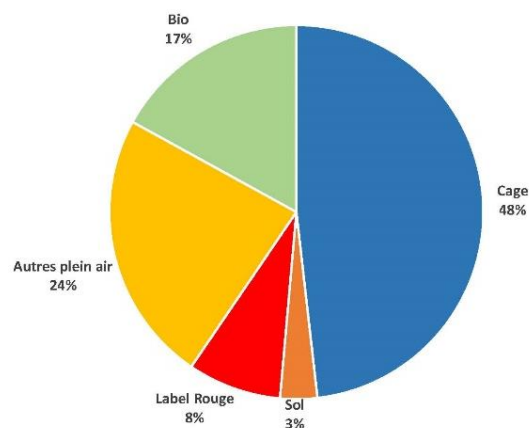


Les œufs alternatifs moteurs de la consommation

La progression des ventes d'œufs en grande distribution est marquée par la croissance des ventes des œufs alternatifs. Les œufs issus des poules élevées au sol progressent à +15,8% en volume, les œufs bio à +12,4% et les œufs de plein air à +6,3%. Quant aux œufs standard, ils enregistrent un recul de -3,4% en volume sur 1 an.

Les œufs alternatifs représentent désormais la majorité des œufs vendus en grande distribution (51,8%), vs 49,1% en 2017.

Répartition des achats œufs en 2018 en hypers et supermarchés en France



Source : IRI

¹ Source : Iri - Supers et Hypermarchés 2018

Les œufs de plein air et Label Rouge arrivent en seconde position, à 31,6% des parts de marché, suivis des œufs bio (17%) puis des œufs issus de poules élevées au sol (3,2%).

1 poule sur 2 en élevage alternatif d'ici 2022

Afin de répondre aux attentes sociétales, les professionnels de la filière se sont engagés dans une démarche volontaire de transition des élevages dès 2016. Ils l'ont traduite dans leur Plan de Filière à 5 ans avec pour principal objectif d'atteindre 1 poule sur 2 en élevage alternatif d'ici 2022. Les éleveurs français se sont engagés dans de coûteux aménagements, évalués à 277 millions d'euros pour arrêter la production de près de 9 millions de poules élevées en cages et mettre en place 9 millions de poules en systèmes « alternatifs ». À ce stade et compte tenu de la forte dynamique de transition en cours, les éleveurs devraient atteindre cet objectif ambitieux avant 2022.

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

Dans le but de valoriser son savoir-faire exemplaire et de faciliter l'identification de ses œufs « Made in France », la filière française a lancé le logo « Œufs de France ». Cette démarche collective, portée par l'APAF (Association des Produits Agricoles de France), garantit l'origine française des œufs. 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.



Les Œufs de France pour la première fois au Salon International de l'Agriculture

Pour la première fois, l'interprofession française des œufs (CNPO) sera présente au Salon International de l'Agriculture, avec la grande famille de la Volaille Française (Pavillon 4 – Stand D 105). Cet événement représente l'occasion inédite pour les visiteurs de venir à la rencontre des professionnels et d'échanger avec eux sur l'évolution de la filière, la transition de ses modes d'élevages, la qualité des œufs, leurs bienfaits nutritionnels, etc. Les consommateurs pourront savourer les célèbres « œufs mayonnaise » selon des recettes revisitées. Ils seront également invités à participer au grand jeu proposé sur une borne interactive afin de tenter de gagner des centaines de cadeaux. De plus, les professionnels leur distribueront des documents d'information complets pour tout savoir sur les œufs et la filière française, dont une version ludique et pédagogique spécialement conçue pour les enfants.



**Les œufs
sur le web et les
réseaux sociaux :**



lesoeufs.fr :

*le site internet
de l'œuf*

oeuf-info.fr :

*le site internet
des Professionnels de l'œuf*

@FansDoeufs

**facebook.com/
fansdoeufs**

**youtube.com/
LesOeufsFr**

**instagram.com/
blogoeuf**

**pinterest.com/
blogoeuf**

**L'équipe ADOCOM vous remercie de votre attention.
Tél. : 01.48.05.19.00 – Courriel : 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 - site : www.adocom.fr

Qualification : Agence Certifiée OPQCM