

## LA FILIÈRE DES ŒUFS ENGAGÉE POUR UN PRODUIT PLÉBISCITÉ !

A partir de demain, l'interprofession française des œufs sera présente au Salon International de l'Agriculture (Pavillon 4 – Stand C 069). L'occasion de faire le point sur cette filière exemplaire qui met tout en œuvre pour répondre aux nouvelles attentes des consommateurs, de plus en plus fans d'œufs ! D'après la dernière enquête CNPO/CSA du mois d'avril 2019, 98 % d'entre eux affirment en consommer et les ventes 2019 confirment leur engouement pour ce produit incontournable du quotidien. Les achats des ménages continuent de progresser en grande distribution à +0,8 % en volume et +3,2 % en valeur par rapport à 2018.<sup>1</sup>

Les œufs issus d'élevages alternatifs représentent désormais 6 œufs vendus sur 10 en hypers et supermarchés, contre encore 52 % en 2018<sup>1</sup>. Il faut dire que les professionnels se sont largement mobilisés pour répondre à la demande. Le grand objectif de dépasser 50 % de productions alternatives à la cage à l'horizon 2022 devrait être atteint avant cette échéance.

De plus, afin que les consommateurs puissent être assurés de l'origine française de leurs œufs, le CNPO continue de travailler au déploiement du logo « Œufs de France ». Il est à ce jour utilisé par 37 entreprises du secteur et 14 enseignes de distribution et de restauration. La liste actualisée des entreprises engagées est disponible sur le site [œufs-infos.fr](http://œufs-infos.fr).

À l'écoute des attentes sociétales, la filière soutient également les expérimentations visant à déterminer le sexe des poussins de façon suffisamment précoce avant leur éclosion pour éviter l'élimination des mâles, en droite ligne avec la volonté du ministre de l'Agriculture d'y mettre fin d'ici décembre 2021. À ce titre, la filière se félicite de la création du consortium de recherche franco-allemand, dans lequel le CNPO est pleinement investi, qui devrait permettre d'avancer plus rapidement sur le sujet.



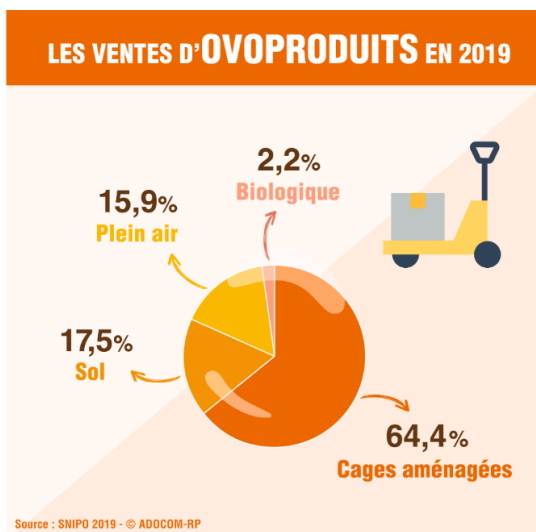
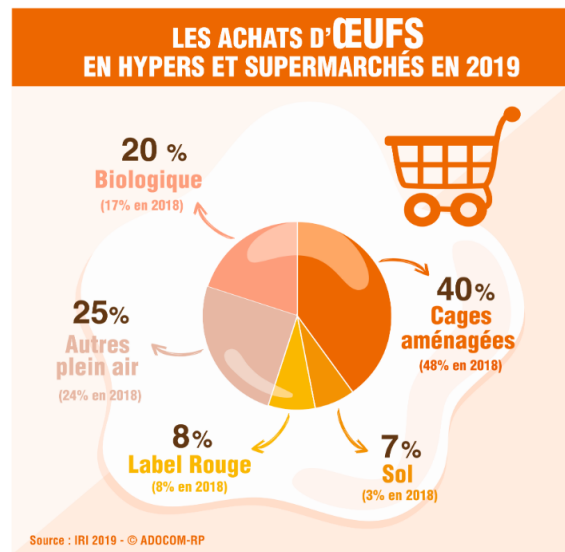
## Les œufs alternatifs moteurs de la consommation des ménages

La progression des ventes d'œufs en grande distribution est portée par la croissance des ventes des œufs alternatifs. Les œufs issus des poules élevées au sol progressent à +85,2 % en volume, les œufs bio à +15,3 % et les œufs de plein air à +9,7 %. Quant aux œufs standard, ils enregistrent un recul de -14,9 % en volume sur 1 an.

Les œufs alternatifs représentent désormais la majorité des œufs vendus en hypers et supermarchés (60 %), vs 52 % en 2018.

Les œufs de plein air et Label Rouge arrivent en première position, à 33 % des parts de marché, suivis des œufs bio (20 %) puis des œufs issus de poules élevées au sol (7 %).

(Source : IRI – Hypers et supermarchés)



## Ovoproduits : les œufs alternatifs poursuivent leur progression

Du côté des ovoproduits, destinés à la restauration hors domicile et à l'industrie agroalimentaire (près de 40 % du marché), les œufs issus de poules élevées en cages représentent désormais 64,4 % de part de marché en volume, contre encore 71 % en 2018 et 90 % en 2011. Les ovoproduits issus d'œufs alternatifs représentent donc, en 2019, 46,6 % des ventes aux professionnels : 17,5 % pour le sol (vs 13 % en 2018), 15,9 % pour le plein air (vs 14 %) et 2,2 % pour le bio (vs 2 %).

(Source : Syndicat National des Industriels et Professionnels des Œufs)

## « 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.

Le déploiement de ce logo une très bonne nouvelle pour les Français, qui sont de plus en plus attachés à l'origine française de leurs œufs. En effet, 87 % des consommateurs confient qu'il s'agit d'un critère important pour leur achat, soit 2 points de plus qu'en 2017 (85 %).<sup>2</sup>

## Sexage in-ovo : des expérimentations en cours

La filière française des œufs soutient les expérimentations menées actuellement pour mettre fin à l'élimination des poussins mâles, en droite ligne avec l'objectif fixé à fin 2021 par le ministre de l'Agriculture. Dans ce cadre, la filière française des œufs se félicite de la création d'un consortium franco-allemand en matière de technologie et de recherche afin de trouver une solution alternative durable en concertation avec des ONG. Le CNPO est pleinement engagé dans cette démarche et salue également la mise en place d'une plateforme qui permettra des échanges d'informations en matière scientifique et de recherche. La mise en place d'un système de sexage in ovo représente de lourds investissements qui ne pourront pas être renouvelés avant des délais raisonnables. Il s'agit donc d'adopter un ou des systèmes qui puissent convenir de façon durable à l'ensemble des acteurs, applicable à l'ensemble de la filière, et répondant aux attentes sociétales.

## Les Œufs de France au Salon International de l'Agriculture

L'interprofession française des œufs (CNPO) sera présente au Salon International de l'Agriculture du 22 février au 1<sup>er</sup> mars, aux côtés de la Volaille Française (Pavillon 4 – Stand C 069). Cet événement représente l'occasion pour les visiteurs de rencontrer les 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 même déguster de savoureuses recettes les mercredi 26 et samedi 29 février de 11 h à 15 h. Les préparations à base d'œufs seront réalisées spécialement pour les visiteurs : omelettes roulées aux herbes, frittatas, œufs durs sauce aux herbes, œufs durs sauce à la moutarde.

Les professionnels distribueront également 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.



<sup>2</sup> Enquête CNPO/CSA avril 2019

Les œufs  
sur le web et les  
réseaux sociaux :



[lesoeufs.fr](http://lesoeufs.fr) :

*le site internet  
de l'œuf*

[oeuf-info.fr](http://oeuf-info.fr) :

*le site internet  
des Professionnels de l'œuf*

[@FansDoeufs](https://twitter.com/FansDoeufs)

[facebook.com/  
fansdoeufs](https://facebook.com/fansdoeufs)

[youtube.com/  
LesOeufsFr](https://youtube.com/LesOeufsFr)

[instagram.com/  
blogoeuf](https://instagram.com/blogoeuf)

[pinterest.com/  
blogoeuf](https://pinterest.com/blogoeuf)

---

L'équipe ADOCOM vous remercie de votre attention.

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