



DOSSIER DE PRESSE

L'ŒUF :

UN INCONTOURNABLE PLÉBISCITÉ EN FRANCE ET DANS LE MONDE, SOUTENU PAR DES PROFESSIONNELS ENGAGÉS

A l'occasion de la Journée Mondiale de l'Œuf du 9 octobre, les professionnels de la filière dressent un bilan plutôt positif de la consommation des œufs depuis le début de la crise et confirment le maintien de cette tendance à la hausse, malgré les difficultés liées à la situation de la restauration hors domicile. En effet, au plus fort de la crise de la Covid-19, durant le confinement, la France a connu une véritable ruée vers l'œuf. En seulement 1 mois, les ventes ont augmenté de +44 % dans les magasins, avec des pointes à +75 % dans les réseaux de proximité¹. Malgré les contraintes du moment, les professionnels français, réunis au sein du CNPO, l'interprofession française des œufs, ont réussi à relever le défi de cette explosion de la demande. Ils se sont organisés pour approvisionner les magasins en œufs français à des prix maîtrisés et les ventes ont continué de progresser. Sur les 7 premiers mois de l'année 2020, les ventes d'œufs en magasins ont augmenté de +15,1 % en volume².



À l'écoute du marché, les professionnels français des œufs savent depuis toujours faire preuve d'une grande agilité. Malgré la tourmente, ils ont réussi à préserver la souveraineté alimentaire du pays tout en maintenant leur cap visant à répondre aux nouvelles attentes des consommateurs-citoyens. Ainsi, c'est avec trois années d'avance qu'ils ont réussi à dépasser leur objectif fixé pour 2022 d'1 poule sur 2 élevée en systèmes alternatifs à la cage. Aujourd'hui, 53 % des poules sont concernées alors qu'elles n'étaient encore que 37 % en 2017³. Cette progression fulgurante prouve la capacité de mobilisation volontaire des professionnels pour répondre aux attentes du marché.

Ainsi, pour garantir aux consommateurs l'origine française de leurs œufs, considérée comme importante par 87 % d'entre eux, l'interprofession a également lancé le logo « Œufs de France »⁴. Il garantit des œufs pondus par des poules nées et élevées sur le territoire et emballés ou transformés en France. Lancée en 2018 sur les boîtes d'œufs, cette démarche de traçabilité a franchi une nouvelle étape cet été : le logo est désormais disponible pour les produits alimentaires, comme les pâtes, crèmes, sauces, plats cuisinés, biscuits, etc. Une initiative qui était attendue par 90 % des Français⁴.

La France, 1^{er} pays producteur d'œufs européen, avec près de 15 milliards d'œufs produits en 2019, confirme ainsi sa démarche exemplaire pour maintenir la souveraineté de la filière française et sa compétitivité.

1 Source : Iri sur P4 2020 vs P4 2019 – 16 mars / 12 avril 2020

2 Source : Kantar Worldpanel

3 Source : Itavi

4 Source : Enquête CNPO / CSA 2019

Transition des modes d'élevages : la filière s'adapte aux nouvelles attentes du marché

La progression des ventes d'œufs en grande distribution est portée par la croissance des ventes des œufs alternatifs, en particulier les œufs issus d'élevages au sol. Fin juillet, 65 % des œufs vendus en magasin étaient issus d'élevages alternatifs, contre 59 % en 2019. Sur les 7 premiers de l'année, la progression des ventes d'œufs en magasins a essentiellement été poussée par les œufs issus d'élevages au sol, qui ont augmenté de +193,8 % en volume par rapport à la même période en 2019, suivis des œufs bio (+24 %) et des œufs de plein air - dont Label Rouge - (+16,5 %)⁵. En phase avec cette demande, le nombre de poules en élevages en cages a diminué de 13 % de 2018 à 2019, tandis que les poules en élevages au sol progressaient de 52 %, les poules élevées en bio de 31% et les poules en plein air de 15 %⁶.

« Œufs de France » : le logo franchit une nouvelle étape pour valoriser le savoir-faire français

Pour les consommateurs, l'origine française des produits est une priorité qui s'est renforcée avec la crise. En 2019, 87 % des consommateurs confiaient déjà qu'il s'agissait d'un critère important pour leurs achats d'œufs, soit 2 points de plus qu'en 2017 (85 %)⁷. Le logo « Œufs de France » répond à cette attente majeure, en garantissant des œufs 100 % français, de la poule à l'œuf. Deux ans après son lancement pour identifier les œufs en magasins, il est présent sur la majorité des boîtes, qu'il s'agisse de marques nationales ou distributeurs. 46 entreprises du secteur et 14 enseignes de distribution l'ont en effet adopté. Pour aller plus loin, les professionnels viennent de l'étendre aux produits alimentaires contenant des œufs, sur lesquels il peut figurer depuis cet été.



Journée Mondiale de l'œuf : des actions pour tous les publics !

Vendredi 9 octobre, l'œuf sera en fête partout dans le monde. En France, l'interprofession a prévu de nombreuses actions pour tous les publics, sur le terrain et les réseaux sociaux. Le CNPO organise notamment un grand événement inédit pour les enfants : une chasse aux œufs virtuelle avec de nombreux lots à gagner, façon de compenser celle qui n'a pas eu lieu dans la vraie vie au printemps dernier pour beaucoup d'entre eux ! Annoncé dès le 9 octobre, le jeu débutera le 1^{er} lundi des vacances, le 19 octobre sur Facebook : @fandoeufs. L'interprofession diffusera également, dès le 8 octobre, une vidéo inédite sur ses réseaux sociaux afin de permettre au grand public de découvrir les coulisses du secteur. Et, pour savourer les œufs autrement, cuisinés par des Chefs, les restaurants du réseau EuroToques proposeront des menus spéciaux. Enfin, les professionnels n'oublient pas les plus démunis et offriront 1 million d'œufs à des associations caritatives, notamment à l'initiative de l'Union des Groupements de Producteurs de Viande de Bretagne (UGPVB).

⁵ Source : Kantar Worldpanel

⁶ Source : Itavi

⁷ Source : CNPO / CSA 2019

Nutrition et cuisine : l'œuf a tout bon !

Le confinement a confirmé le rôle incontournable de l'œuf dans le quotidien des Français. Souvent qualifié de superaliment, il s'agit de la protéine animale la moins chère du marché, qui cumule qualités nutritionnelles et rôle clé en cuisine. Il s'agit notamment d'un formidable compagnon pour la croissance des enfants, qui ont besoin d'aliments à forte densité nutritionnelle. Ses protéines apportent tous les acides aminés essentiels dont le corps a besoin, ses lipides majoritairement insaturés fournissent de l'énergie et ses apports en minéraux, oligoéléments et vitamines sont très complets. L'œuf a tout pour plaire à toute la famille, enfants comme parents, novices en cuisine comme cordons bleus ! Facile à cuisiner, il s'agit d'une source inépuisable de créativité culinaire. Il se cuisine seul, en deux temps trois mouvements en plat principal. Il se glisse également dans des recettes sucrées ou salées plus complexes. Il offre d'innombrables possibilités et inspire toutes les générations de Chefs cuisiniers ou pâtisseries. Au printemps prochain, il tiendra la vedette du *brunch à la française*, revisité par les futurs Chefs participant au *Trophée Œuf de France*. Les apprentis-cuisiniers ont jusqu'au 15 décembre pour envoyer leur candidature sur le thème : « *Au brunch, l'œuf te donne du punch* ».



SOMMAIRE

[INFOGRAPHIE]

CHIFFRES CLÉS EN UN CLIN D'ŒIL

p.5

[CONSOMMATION]

**LES ŒUFS CONFIRMENT LEUR PLACE D'INCONTOURNABLE
DU QUOTIDIEN !**

p.6

[PRODUCTION]

**LA FRANCE : N°1 DE LA PRODUCTION D'ŒUFS EN EUROPE
ENREGISTRE DÉJÀ PLUS D'1 POULE SUR 2 ÉLEVÉES HORS CAGE**

p.11

[ORIGINE]

**ŒUFS DE FRANCE : LE LOGO POURSUIT SON DÉPLOIEMENT
ET S'ÉLARGIT AUX PRODUITS TRANSFORMÉS !**

p.15

[ÉVÉNEMENT]

**JOURNÉE MONDIALE DE L'ŒUF :
CÉLÉBRATION D'UN ALIMENT UNIVERSEL**

p.18

[GASTRONOMIE]

**TROPHÉE ŒUFS DE FRANCE : LES CUISINIERS
DE DEMAIN INVENTENT LE BRUNCH À LA FRANÇAISE !**

p.20

[NUTRITION]

**L'ŒUF : UN ALIMENT À LA HAUTEUR DES BESOINS
DES ENFANTS !**

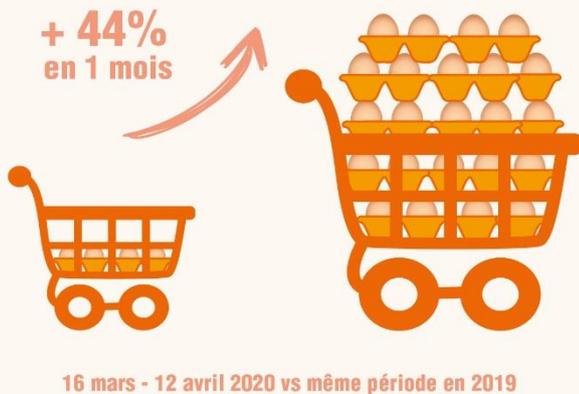
p.21

Les Œufs de France Chiffres clés 2020



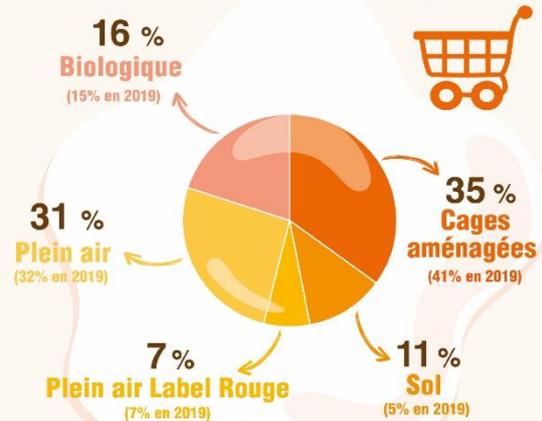
Source : Enquête CNPO / CSA 2019

EXPLOSION DES VENTES DURANT LE CONFINEMENT



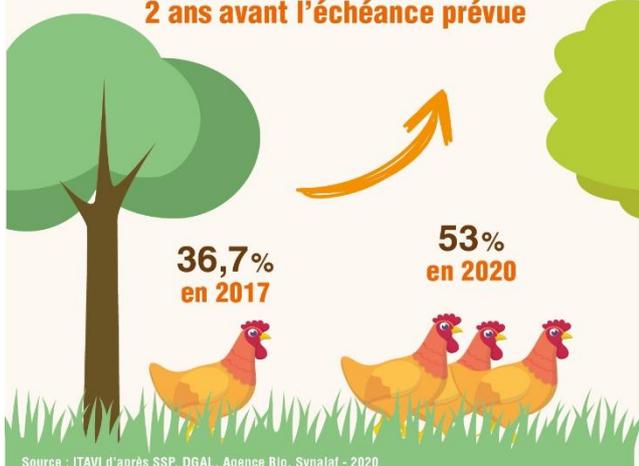
Source : IRI sur P4 2020 vs P4 2019

LES ACHATS D'ŒUFS EN MAGASINS SUR LES 7 PREMIERS MOIS 2020 (part selon les modes d'élevages)



Source : Itavi d'après Kantar Worldpanel. Tous circuits pour consommation à domicile - © ADOCOM-RP

PLUS D'1 POULE SUR 2 EN ÉLEVAGE ALTERNATIF EN 2020 La filière dépasse son objectif 2 ans avant l'échéance prévue



Source : ITAVI d'après SSP, DGAL, Agence Bio, Synalaf - 2020



Une influence positive sur l'achat pour

78% des Français

82% des Français



Source : Enquête CNPO / CSA 2019

[CONSOMMATION]

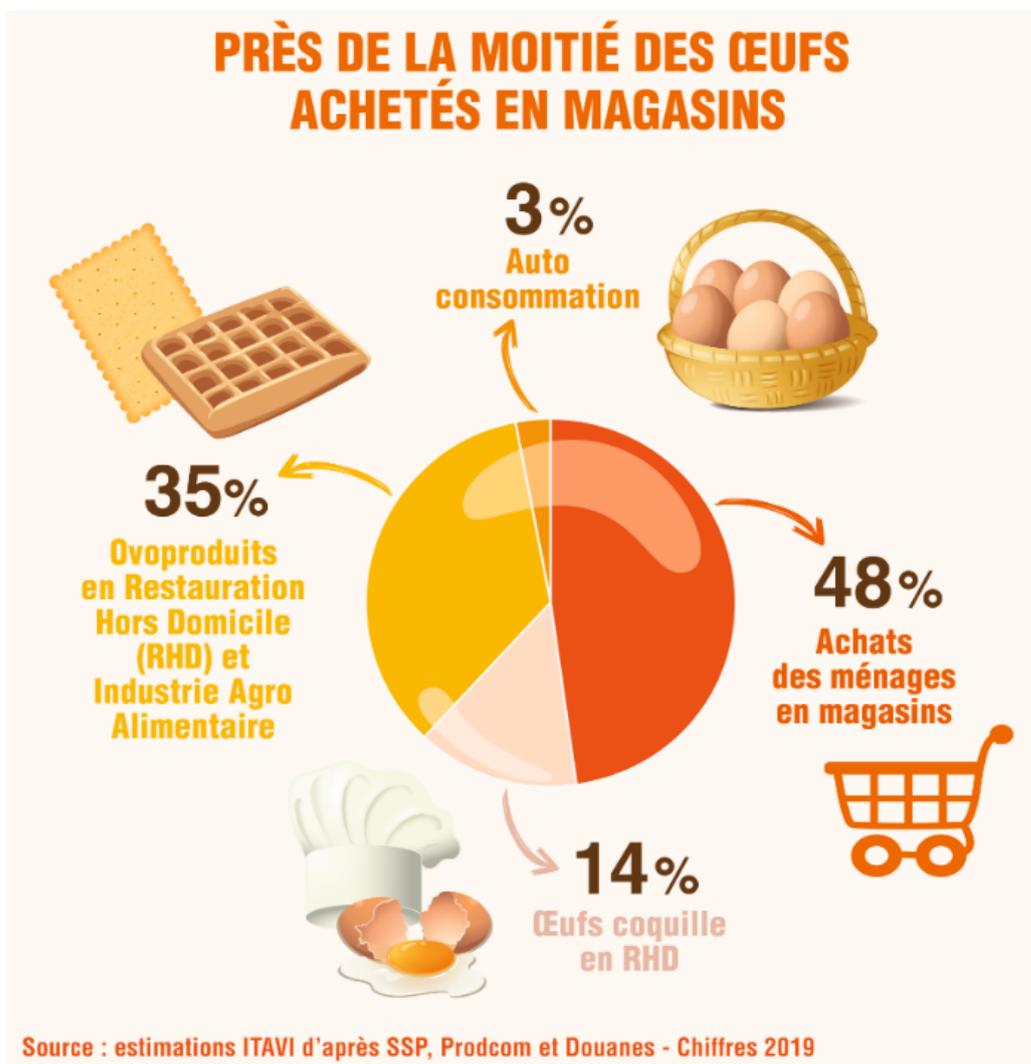
LES ŒUFS CONFIRMENT LEUR PLACE D'INDISPENSABLE DU QUOTIDIEN !

Près d'1 œuf sur 2 acheté en magasins en France

En 2019, le nombre d'œufs consommé en France a progressé de +1,8 % vs 2018. Les achats d'œufs en coquille par les ménages représentent 48% de la consommation globale.

Le reste des œufs est essentiellement consommé sous forme d'ovoproduits en restauration et par l'industrie agro-alimentaire (35 %) où ils sont majoritairement utilisés en tant qu'ingrédients dans les pâtes, biscuits, sauces... La restauration utilise également des œufs coquilles : 14 % des œufs consommés en France.

L'autoconsommation représente quant à elle 3 % de la consommation globale.



Les Français renforcent leur consommation d'œufs en 2020

(Source : FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel)

Sur les 7 premiers mois de l'année 2020, les ventes d'œufs en magasins ont augmenté de +15,1% par rapport à la même période de l'an passé. En valeur, elles progressent de +0,7%.



Confinement : +44 % d'œufs achetés en 1 mois

Durant le confinement, du 16 mars au 12 avril, 611 millions d'œufs ont été vendus aux consommateurs en France ! Les ventes ont fait un bond dans tous les circuits de distribution : + 44 % par rapport à la même période en 2019, atteignant même +75% dans les réseaux de proximité. Ce sont 185 millions d'œufs supplémentaires que la filière française a mis à la disposition des consommateurs en un mois⁸ ! Tous les modes d'élevage ont été concernés : bio, plein air dont Label Rouge, sol ou cage. C'est une véritable prouesse collective qu'ont réalisée les professionnels du secteur pour répondre à cette explosion soudaine de la demande. L'organisation de la filière et la diversité des modes d'élevage ont permis d'assurer l'approvisionnement en œufs d'origine France à un prix toujours aussi abordable et ont contribué à l'autonomie alimentaire du pays.

Les centres d'emballage ont tourné à plein régime, avec un renforcement des équipes et des horaires élargis en 2x8, voire même en 3x8 dans certains cas. L'offre a été renforcée y compris avec des plateaux de 20, 24 voire 30 œufs qui ont permis de répondre aux achats massifs des consommateurs. Les centres se sont également réorganisés pour réorienter vers les magasins les œufs à coquille brune mais également à coquille blanche habituellement destinés à la fabrication d'ovoproduits. Dans le cadre de l'interprofession, l'ensemble des maillons de la filière sont restés mobilisés pour répondre à la demande du consommateur.



⁸ Source : Iri sur P4 2020 vs P4 2019

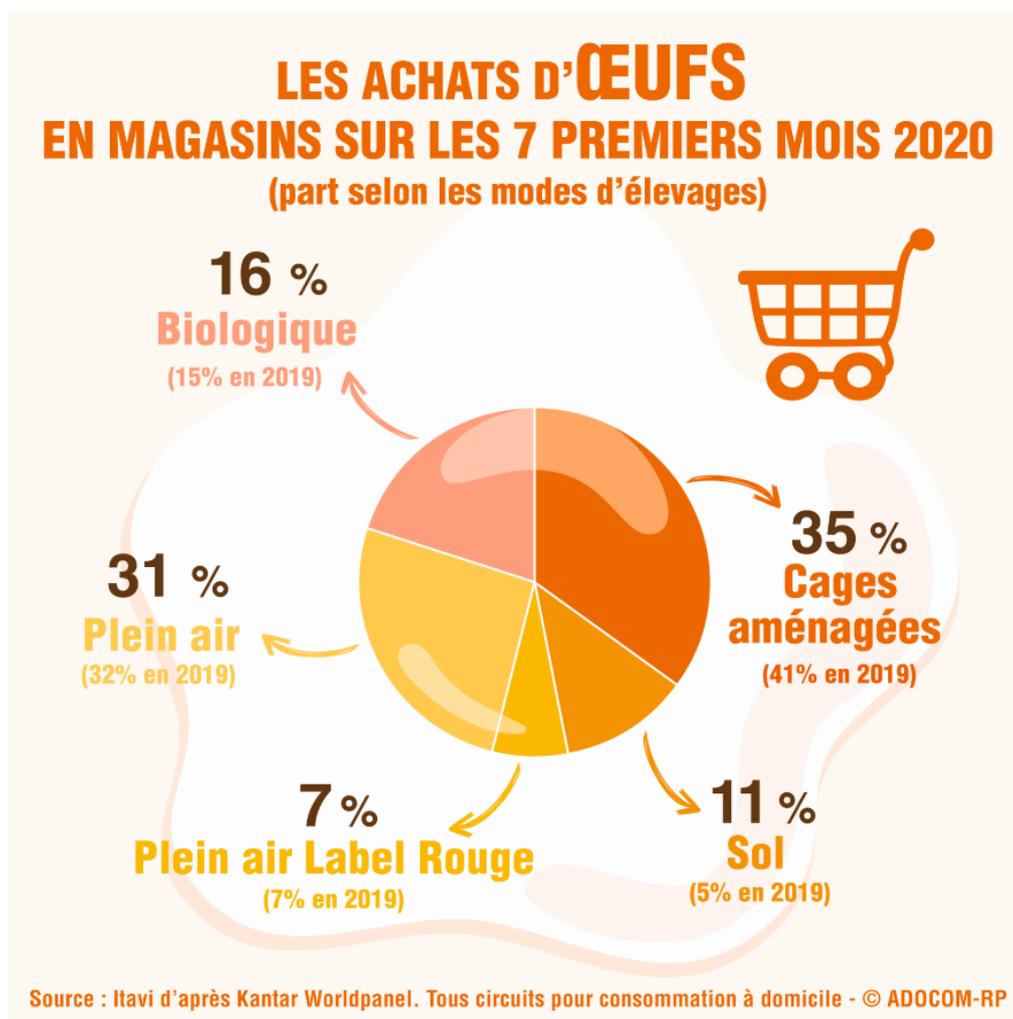
Les œufs alternatifs : près des 2/3 des œufs achetés en magasins en 2020

La progression des ventes d'œufs en grande distribution est portée par la croissance des ventes des œufs alternatifs.

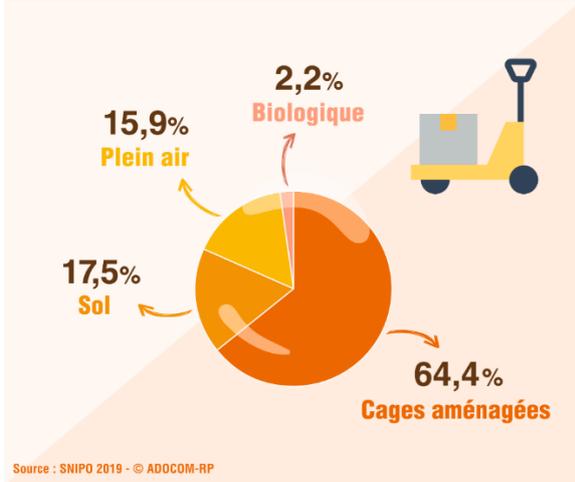
La présence des œufs alternatifs dans les caddies continue de se renforcer sur les 7 premiers mois de l'année 2020. Tous magasins confondus, les œufs issus des poules élevées au sol ont progressé de +193,8 % en volume par rapport à la même période de 2019, les œufs bio de +24 %, les œufs de plein air (dont Label Rouge) de +16,5 %. Quant aux œufs standard, ils ont enregistré un recul de -3,4 % par rapport aux 7 premiers mois de 2019.²

Les œufs alternatifs représentaient fin juillet 65 % des œufs vendus en magasins (59 % en 2019). Les œufs de plein air (hors Label Rouge) arrivaient en première position, à 31 % des parts de marché (32 % en 2019), suivis des œufs bio (16 % ; 15 % en 2019) puis des œufs issus de poules élevées au sol (11 % ; 5 % en 2019) et des œufs Label Rouge (7 % ; idem en 2019).

(Source : FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel)



LES VENTES D'OVOPRODUITS EN 2019

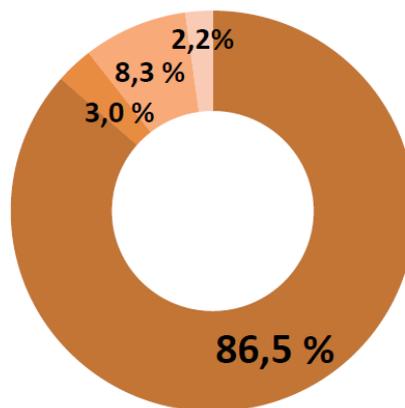


Ovoproduits : les œufs alternatifs poursuivent leur progression

Du côté des ovoproduits, destinés à la restauration hors domicile et aux entreprises de l'agroalimentaire (près de 40 % du marché), les œufs issus de poules élevées en cages représentaient, en 2019, 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, 35,6 % 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)

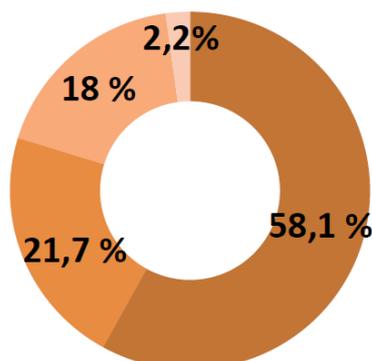
Répartition des modes d'élevage en production d'ovoproduits à destination du marché RHD en 2019

■ Cage ■ Sol ■ Plein-air ■ Bio



Répartition des modes d'élevage en production d'ovoproduits à destination du marché industrie en 2019

■ Cage ■ Sol ■ Plein-air ■ Bio



Confinement : baisse de l'activité sur les ovoproduits

Sur le segment de la **Restauration Hors Domicile** (25 % de la production d'ovoproduits en France), l'activité a chuté en moyenne de 75 % durant le confinement (et jusqu'à - 90 % sur certaines catégories de produits, comme par exemple les œufs brouillés quasi-exclusivement utilisés dans l'hôtellerie). Sur une année entière, l'activité RHD ovoproduits représente environ 1,2 milliards d'œufs. Sur les 3 mois de la crise, on estime donc une perte d'activité équivalente à 250 millions d'œufs environ.

Sur le segment des **industries alimentaires**, on peut distinguer deux phases. Une première phase de 2-3 semaines au début de la crise avec un maintien de l'activité voire un surcroît dans certains segments (les pâtes alimentaires notamment). Une deuxième phase à partir de début avril avec une baisse de l'activité de l'ordre de 25-30 % en moyenne, due à la diminution de l'activité des entreprises clientes (baisse de production due au confinement) et au ralentissement de l'activité export et des débouchés RHD chez les clients. L'activité ovoproduits industrie représente environ 4 milliards d'œufs, les 3 mois de crise représentent une perte d'activité de l'ordre de 250 millions d'œufs.



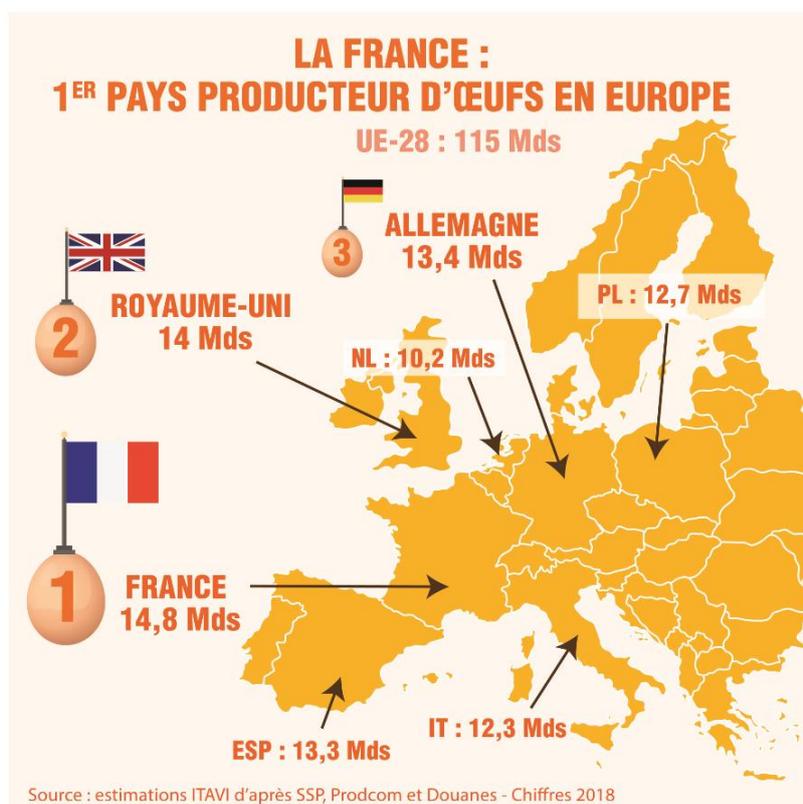
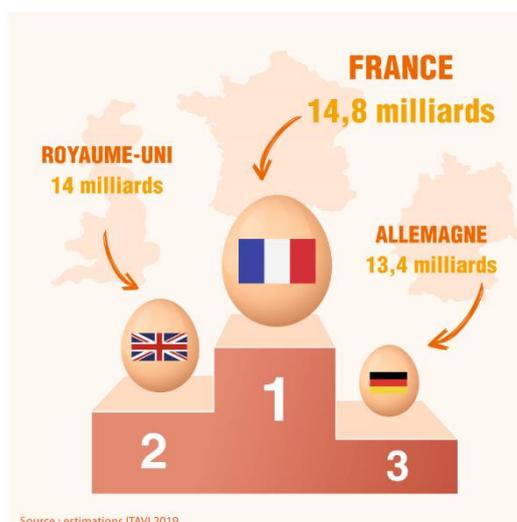
[PRODUCTION]

LA FRANCE : N°1 DE LA PRODUCTION D'ŒUFS EN EUROPE ENREGISTRE DÉJÀ PLUS D'1 POULE SUR 2 ÉLEVÉES HORS CAGE

La France : championne d'Europe de la production d'œufs

D'après les estimations de l'itavi, la production d'œufs de consommation en 2019 a été d'environ 115 milliards d'œufs en Europe. L'Europe représente 9,7 % de la production mondiale, derrière l'Amérique du Nord (13 %) et la Chine (30 %).

La France en a produit 14,8 milliards, une production en hausse de +1,7 % par rapport à 2018. La France confirme ainsi sa place de premier producteur d'œufs de consommation dans l'Union européenne (environ 13% de la production), suivie du Royaume-Uni, de l'Allemagne, de l'Espagne et de l'Italie.

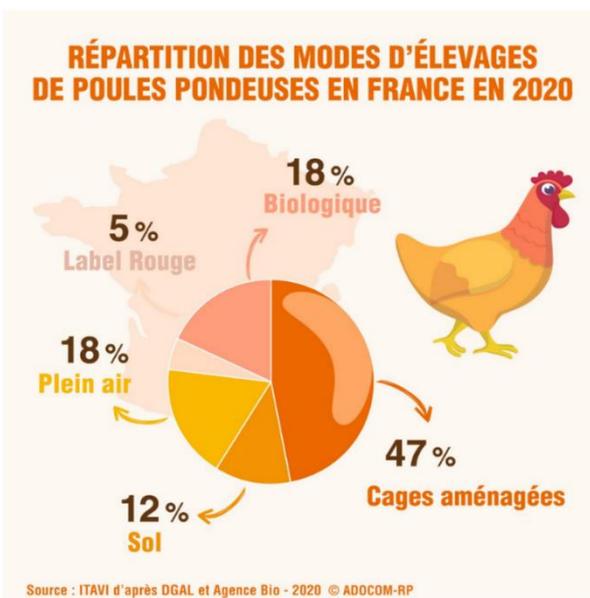


La France dépasse 1 poule sur 2 en élevage alternatif avec trois ans d'avance sur ses objectifs

Les professionnels français se sont largement mobilisés pour répondre aux nouvelles attentes sociétales. En 2017, ils se sont fixé pour grand objectif de dépasser 50 % de productions alternatives à la cage à l'horizon 2022. Un objectif qu'ils ont réussi à devancer trois ans avant l'échéance prévue ! Aujourd'hui, 53 % des poules pondeuses en France sont élevées dans des systèmes hors cage.

De 2018 à 2019, le nombre de poules en élevages en cages a diminué de 13 %, tandis que les poules en élevages au sol ont progressé de 52 %, les poules en plein air de 15 % et les poules élevées en bio de 31%.

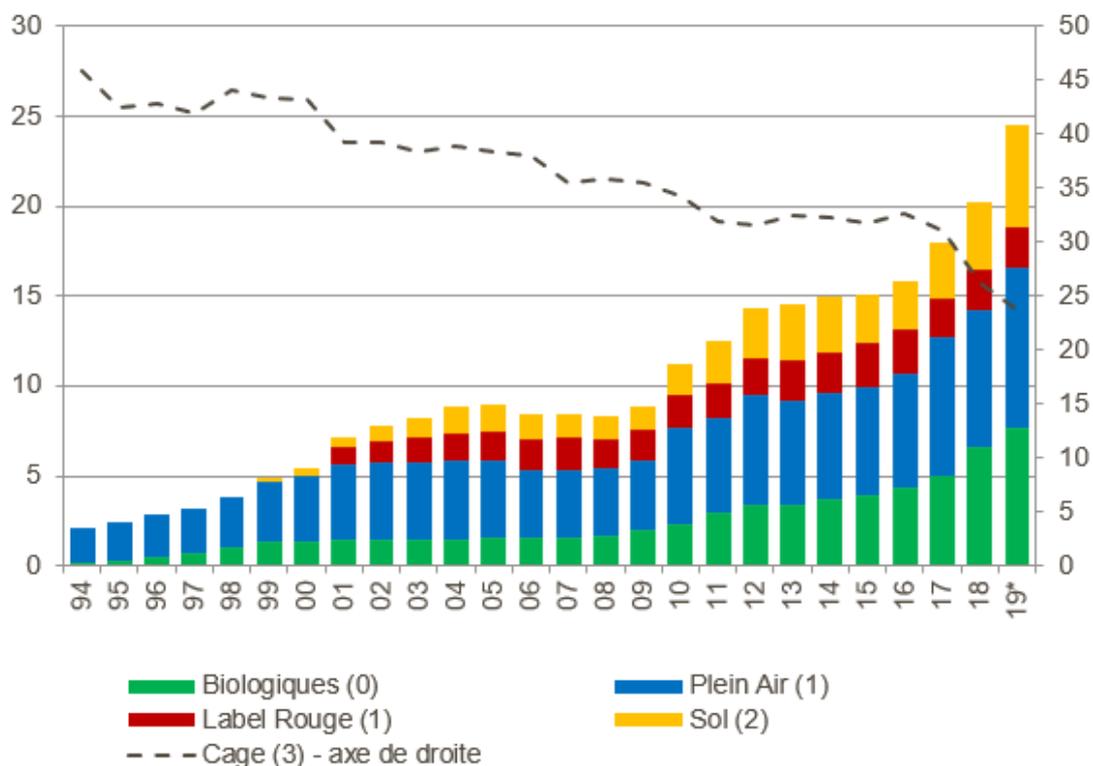
Aujourd'hui, les poules élevées en cages ne représentent plus que 47% de la production française. Les poules élevées en bio représentent désormais 18 % de la production, tout comme le plein air (18%). Le sol est passé à 12 % et le Label Rouge à 5%.



La production d'œufs bio français en plein boom

Entre 2013 et 2019 le taux de croissance annuel moyen du nombre de poules élevées en bio est de + 14,5 %, de + 6 % pour le Plein air - hors Label Rouge - et de + 0,6 % en Label Rouge. Les capacités de production sont également en hausse en sol, de + 8,6 % / an, tandis que les effectifs en cage sont en baisse de 3,2 % en moyenne par an.

Evolution des effectifs de pondeuses par mode d'élevage (millions de têtes)



Source : ITAVI d'après SSP, [Synalaf](#)



BON À SAVOIR :

Il existe 4 types d'élevages permettant de répondre aux différentes attentes des consommateurs :

1. **Élevage biologique** (code 0) : les poules sont alimentées avec de la nourriture issue de l'agriculture biologique (95 % minimum). Elles ont accès à des parcours extérieurs dans lesquels elles disposent d'abris et de végétation. En intérieur, elles disposent de nids et de perchoirs.
2. **Élevage en plein air** (code 1) : les poules ont accès à un parcours extérieur au cours de la journée (la mention « œufs de poules élevées en plein air » est inscrite sur l'emballage). Les œufs Label Rouge sont marqués code 1.
3. **Élevage au sol** (code 2) : indique que les poules évoluent librement à l'intérieur d'un bâtiment (la mention « œufs de poules élevées au sol » est marquée sur la boîte).
4. **Élevage en cage aménagée** (code 3) : il représente la part la plus importante de la production française. Il répond aux normes européennes en vigueur depuis janvier 2012. Les poules vivent dans de nouveaux hébergements en groupe de 20 à 60, où elles disposent en particulier de perchoirs et de nids.



[ORIGINE]

ŒUFS DE FRANCE : LE LOGO POURSUIT SON DÉPLOIEMENT ET S'ÉLARGIT AUX PRODUITS TRANSFORMÉS !

Le logo « Œufs de France » arrive sur les produits alimentaires

« Œufs de France », le logo qui permet de savoir si les œufs ont été pondus en France, par des poules nées et élevées sur le territoire, est en cours de déploiement depuis le 1^{er} juillet sur les produits alimentaires : biscuits, sauces, pâtes, plats préparés, etc. Une seconde étape stratégique pour ce logo, lancé dans un premier temps sur les boîtes d'œufs en 2018. Ce point de repère permet d'identifier en un coup d'œil les œufs issus du savoir-faire exemplaire de la filière française, n°1 de la production en Europe, avec près de 15 milliards d'œufs sortis des poulaillers chaque année.



Désormais, le logo s'applique également aux produits alimentaires contenant des œufs.

Pour les consommateurs, cela signifie qu'ils vont pouvoir identifier immédiatement l'origine des œufs utilisés dans leurs produits préférés, qu'ils soient vendus sous marques nationales ou marques de distributeurs. Dans les magasins, il leur suffira de se fier au logo « Œufs de France » apposé sur les emballages.

Cette nouvelle étape de la démarche d'identification de la filière est une bonne nouvelle pour les consommateurs-citoyens : leur attachement à l'origine locale de leur alimentation a franchi un nouveau palier avec le confinement. Déjà, l'an passé, 90 % des Français se prononçaient en faveur de l'élargissement de l'utilisation du logo « Œufs de France » aux produits transformés⁹.

⁹ Enquête CNPO / CSA avril 2019

Logo œufs de France : plus d'une soixantaine d'entreprises et enseignes engagées

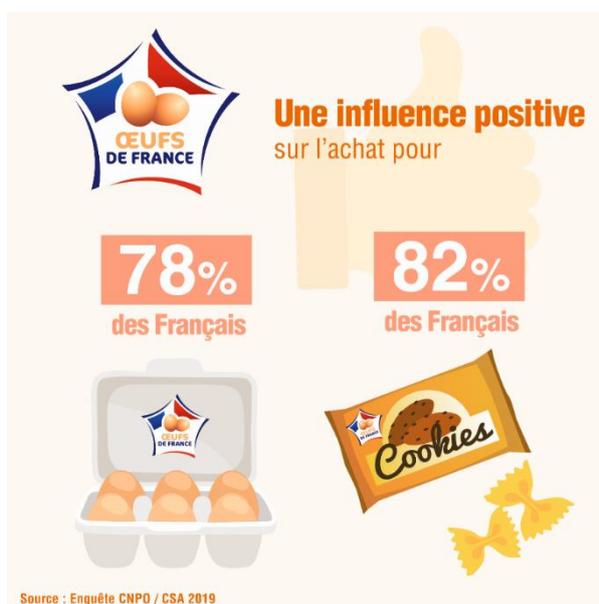
Deux ans seulement après son lancement sur les boîtes d'œufs, le logo « Œufs de France » est déjà présent sur la majorité des œufs vendus en magasins : qu'il s'agisse de marques nationales ou distributeurs. Il faut dire qu'au printemps 2019, 87 % des consommateurs confiaient qu'il s'agissait d'un critère important pour leur achat, soit 2 points de plus qu'en 2017 (85 %).



Le logo est à ce jour utilisé par 46 entreprises du secteur et 14 enseignes de distribution. La liste actualisée des entreprises engagées est disponible sur le site oeufs-infos.fr.

Depuis le 1^{er} juillet 2020, le logo peut être apposé sur les emballages de denrées alimentaires contenant des œufs.

Au cours du 1^{er} semestre 2020, le logo Œufs de France a concerné près de 57 % des œufs commercialisés en magasins – soit plus de 2 milliards - et 23,1 % des ovoproduits, équivalent à environ 364 millions d'œufs.



« Œufs de France » : un logo déterminant pour l'achat

78% des Français estiment que la présence du logo « Œufs de France » est un élément susceptible d'influencer positivement leur achat. L'influence du logo est encore plus marquée pour les produits alimentaires contenant des œufs : 82 % estiment que sa présence sur les conditionnements des biscuits, pâtes, brioches, plats préparés... serait susceptible d'influencer positivement leur achat.

Le logo « Œufs de France » : une garantie collective

Fruit d'une démarche collective portée par l'Apaf (Association des Produits Agricoles de France), le logo « Œufs de France » garantit l'engagement de l'ensemble des maillons de la filière française : accouveurs, éleveurs de poulettes, éleveurs de poules pondeuses, fabricants d'aliments, centres d'emballage et de transformation des œufs. Pour les denrées alimentaires porteuses du logo, il engage également les sites de production. Ils doivent être établis en France, territoire où les œufs ou les ovoproduits doivent être incorporés à leurs recettes.

Une démarche complète étroitement contrôlée

Au-delà de la traçabilité, la démarche « Œufs de France » intègre également la qualité sanitaire et l'alimentation des poules. L'intégralité de la démarche est étroitement contrôlée par des organismes tiers. La démarche « Œufs de France » prévoit trois niveaux de contrôle :

1. Un premier niveau qui correspond aux auto-contrôles réalisés par l'opérateur lui-même,
2. Un deuxième niveau de contrôle qui est réalisé par un organisme de contrôle tiers indépendant,
3. Un troisième niveau de contrôles appelé « super contrôle » qui est réalisé par un organisme de contrôle tiers indépendant, choisi et financé par le CNPO, et qui intervient sur demande de celui-ci.



[ÉVÉNEMENT]

JOURNÉE MONDIALE DE L'ŒUF : CÉLÉBRATION D'UN ALIMENT UNIVERSEL

9 octobre 2020 : 25^{ème} édition de la Journée Mondiale de l'Œuf

L'œuf fait partie des produits clés de l'alimentation mondiale : chaque année, plus de 1 000 milliards d'œufs sont produits dans le monde !

Tous les ans, ce produit incontournable est mis à l'honneur dans le monde entier lors de la Journée Mondiale de l'Œuf organisée par la World Egg Organisation (organisation mondiale de l'œuf). La Journée mondiale de l'Œuf est ainsi célébrée dans plus de 40 pays, de l'Australie au Zimbabwe.

Cette année, la 25^{ème} édition de cet événement a lieu le vendredi 9 octobre au travers de festivals, de concours, de démonstrations, etc.



De nombreuses actions en France sur le terrain et les réseaux sociaux

En France, l'interprofession de l'œuf a prévu de nombreuses actions pour mieux faire connaître ce produit du quotidien au grand public, adultes et enfants. Elle propose notamment cette année deux actions inédites : un nouveau **film sur la filière** diffusé sur les réseaux sociaux dès le 8 octobre pour connaître toutes les coulisses du secteur, de l'élevage des poules à l'emballage des œufs, ainsi qu'une grande chasse aux œufs virtuelle.

L'interprofession va en effet rouvrir la **Chasse aux Œufs** ! L'occasion pour tous les enfants qui ont été privés de chasse aux œufs de Pâques durant le confinement du printemps dernier de se rattraper ! La Chasse, largement annoncée dès le 9 octobre sera ouverte à partir 19 octobre, premier lundi des vacances scolaires, sur Facebook (@fandoeufs).

C'est donc depuis chez eux que les petits explorateurs pourront se connecter sur les réseaux sociaux de



l'œuf (YouTube, Twitter, Instagram, Facebook) pour partir à la chasse aux indices et retrouver les cinq œufs perdus par la petite poule Marcotte.

Ils pourront ainsi tenter de gagner de nombreux lots, dont une Nintendo Switch avec deux jeux vidéo, des jeux de sociétés, livres de recettes, pack d'activité cuisine, etc.

Plus de 60 gagnants seront tirés au sort sous la forme d'instantanés gagnants. Et tous les participants ayant résolu les énigmes de cette Chasse inédite auront accès à des ateliers ludiques : idées de recettes ou d'activités autour des œufs.

Par ailleurs, les œufs passent également **à la table des plus grands Chefs** avec le réseau EuroToques. Plus de 250 Chefs Euro-Toques sont conviés à composer des menus spécifiques sur le thème de l'œuf. Près de 15 000 livrets seront mis à la disposition de leurs clients.

De plus, les professionnels des œufs font **don de plus d'1 million d'œufs aux plus démunis**, notamment avec l'Union des Groupements de Producteurs de Viande de Bretagne (UGPVB).

Des actions d'informations partout dans le monde

Parmi les opérations conduites à l'occasion de cet événement international, on peut noter :

- des festivals avec des programmes passionnants de jeux et d'activités pour toute la famille, notamment des concours de dessins d'œufs,
- des concours de recettes et de cuisine,
- des divertissements et de la musique pour réunir des participants de tous âges et leur faire apprécier les œufs,
- l'édition de livres de cuisine contenant une sélection de délicieuses recettes utilisant des œufs,
- des démonstrations et concours culinaires dans des centres commerciaux, des séminaires sur la nutrition expliquant les bienfaits des œufs...



[GASTRONOMIE]

TROPHÉE ŒUFS DE FRANCE : LES CUISINIERS DE DEMAIN INVENTENT LE BRUNCH À LA FRANÇAISE !

Organisée sur le thème « **Au Brunch, l'œuf te donne du punch** », l'édition 2021 du Trophée Œufs de France offre l'opportunité aux futurs chefs d'exprimer leurs talents en créant un brunch à la française autour de l'œuf, avec trois recettes originales : deux recettes salées et une recette sucrée.

Ce grand concours est ouvert à tous les jeunes de 16 à 24 ans, qu'ils soient élèves, apprentis cuisiniers ou candidats libres. Ils sont invités à revisiter les codes du brunch en y ajoutant leur « french touch » à base d'œufs.

La présentation, les techniques de cuisson ainsi que les accompagnements sont laissés à leur libre interprétation : légumes, féculents, céréales, pains, fruits, sauces, coulis, etc.

Les finalistes sélectionnés s'affronteront au printemps 2021 dans un prestigieux lieu parisien, guidés par le Chef Guy Legay, Meilleur Ouvrier de France et Président du Jury.

Pour faire partie de la sélection, ils ont jusqu'au 15 décembre pour soumettre leurs dossiers de candidature.



Jeunes Cuisiniers,
participez au
TROPHÉE ŒUFS DE FRANCE

Gagnez jusqu'à 1600 €

Sur le thème :
Au Brunch, l'œuf te donne du punch
Proposez 2 recettes salées et 1 recette sucrée originales* pour un brunch à la française

Inscrivez-vous !
ADOCOM-RP
01 48 05 19 00 - anaïs@adocom.fr
Règlement du concours et infos sur lesœufs.fr
*suggestions dans le règlement



Pour obtenir la fiche d'inscription ou toutes autres informations, les candidats peuvent contacter ADOCOM-RP : 01.48.05.19.00 ou anaïs@adocom.fr.

[NUTRITION]

L'ŒUF : UN ALIMENT À LA HAUTEUR DES BESOINS DES ENFANTS !

Dr Laurence PLUMEY.
Médecin Nutritionniste.

Durant ses premiers mois, l'enfant connaît la plus forte croissance de toute sa vie. En effet, pendant les 3 premiers mois suivant sa naissance, il prend environ 30 g de poids chaque jour et 3 cm de taille chaque mois ! En un an, il va tripler son poids et grandir de 20 cm !

Cet effort se poursuivra durant ses 18 premières années et nécessite, surtout durant sa petite enfance, des besoins nutritionnels élevés en protéines pour la croissance, des lipides essentiels pour le développement (entre autres en lipides insaturés et en oméga 3), des glucides pour l'énergie, des minéraux-oligoéléments et vitamines pour la croissance et la vitalité.

C'est pourquoi un très jeune enfant a des besoins nutritionnels souvent proches de 50% de ceux d'un adulte alors qu'il pèse 5 à 10 fois moins ! Il lui faut donc des aliments à forte densité nutritionnelle ; c'est à dire lui apportant une grande partie des éléments nutritionnels dont il a besoin. L'œuf est de ceux-là ...



L'œuf : compagnon de la croissance des enfants

L'œuf possède de très nombreuses qualités nutritionnelles essentielles à un enfant.

- **Ses protéines** sont parfaites : un œuf en contient 5 à 6g et, de plus, elles ont une meilleure valeur nutritionnelle que celles de la viande, du poisson et des produits laitiers ! En effet, ce qui permet de distinguer une excellente protéine, c'est sa richesse en acides aminés essentiels que notre corps ne sait pas fabriquer et qui sont nécessaires à la vie. Or, à la différence des autres aliments, l'œuf contient des protéines qui apportent tous les acides aminés essentiels dont le corps a besoin. De plus ces protéines sont très bien digérées (quand elles sont cuites) et sont absorbées à plus de 90%. C'est en grande partie pour toutes ces raisons que l'œuf est introduit dans l'alimentation du nourrisson dès l'âge de 7 à 8 mois, car il ne lui pose aucun problème de digestibilité tout en lui apportant des protéines utiles à sa croissance.



- **Ses lipides** sont essentiellement insaturés et sont utilisés pour la production d'énergie. Il y a peu de lipides saturés et le cholestérol qu'il contient contribue aux apports dont l'enfant a besoin car le cholestérol est utile à la vie des cellules et au fonctionnement des organes (synthèse des hormones, synthèse de vitamine D, synthèse des acides biliaires).
- **Ses minéraux** (phosphore), oligoéléments (fer, iode, sélénium) et ses vitamines sont nombreux (9 vitamines sur 13, dont l'enfant a besoin). En effet, en plus du fer, du phosphore, du sélénium et des vitamines du groupe B, l'œuf contient de l'iode et de la vitamine A. En moyenne, 2 œufs couvrent entre 25 à 50% des besoins quotidiens de l'enfant en ces éléments nutritionnels. C'est donc un aliment relativement complet.

L'œuf : accessible dès 6 mois !

Dès l'âge de 6 mois l'enfant peut manger de l'œuf ; il commence par $\frac{1}{4}$ d'œuf (blanc et jaune) pour atteindre environ $\frac{1}{2}$ œuf par jour (en variant avec la viande et le poisson) à l'âge d'un an. Ensuite, il peut manger environ un œuf dans la journée, entre l'âge d'un an et l'âge de 10 ans, âge auquel il peut s'il le souhaite manger 2 œufs à un repas, en remplacement de la portion de 100g de viande ou de poisson.

L'œuf : très apprécié des enfants

Facile à manger, se digérant facilement, se prêtant facilement à des recettes variées tant dans le registre du salé que du sucré, l'œuf est idéal pour les enfants, qu'ils soient très jeunes ou plus âgés, voire adolescents. Lorsque ceux-ci sont sportifs, ils apprécient particulièrement les œufs pour leur richesse en protéines favorables à un bon développement musculaire ! L'œuf est vraiment l'aliment idéal à tous les âges de la vie.



Les Œufs sur le web et les réseaux sociaux



lesoeufs.fr
oeuf-info.fr



[@FansDOeufs](https://www.facebook.com/FansDOeufs)



[@fans_doeufs](https://www.instagram.com/fans_doeufs)



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



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

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