



DOSSIER DE PRESSE

ŒUF : LE PRODUIT FRANÇAIS ANTI-CRISE QUI MAINTIENT LE CAP DE LA SOUVERAINETÉ ALIMENTAIRE MALGRÉ LES TURBULENCES !

Les œufs sont de grands incontournables du quotidien des Français : 96 % des ménages en ont acheté en 2021¹ et chaque habitant en a consommé en moyenne 218 sur l'année², que ce soit chez lui ou hors domicile, dans des recettes faites-maison ou des produits transformés (pâtes, biscuits, plats préparés...). Après une année 2020 atypique, marquée par un bond spectaculaire des achats des ménages en raison des confinements (+11 % en volume vs 2019³ et +44 % sur la seule période du premier confinement), les ventes en grande distribution ont retrouvé leur rythme de croissance pré-Covid, confirmant le succès grandissant des œufs auprès des Français. Les achats des ménages ont en effet progressé de +1,8 % par rapport à 2019, avant la crise du covid⁴.



En 2022, dans un contexte de tensions sur le pouvoir d'achat, les professionnels des Œufs de France mettent tout en œuvre pour continuer à répondre aux attentes des Français et contribuer à la souveraineté alimentaire du pays. Ils restent mobilisés dans un contexte de fortes turbulences pour la filière, victime de l'accélération de la hausse des coûts de production et les conséquences dramatiques d'une épizootie d'influenza aviaire d'une ampleur inédite.

L'œuf : le produit anti-crise au cœur de l'actualité

Aujourd'hui, alors que les Français sont de plus en plus attentifs à leurs dépenses, l'œuf s'inscrit plus que jamais dans l'actualité pour participer à l'équilibre alimentaire du plus grand nombre, y compris des plus démunis. Selon la récente enquête flash menée fin avril par l'Institut CSA pour l'Interprofession française des œufs (CNPO)⁵, les 2/3 des Français s'accordent même à dire qu'il s'agit d'un produit « anti-crise ». Parfois qualifié de super-aliment, l'œuf est en effet largement reconnu pour ses qualités nutritionnelles : près de 9 Français sur 10 (88 %) savent qu'il est riche en vitamines et oligoéléments et ils sont 84 % à confirmer qu'il s'agit de la protéine la moins chère du marché. Ils sont même plus de 7 sur 10 (71%) à estimer que l'œuf constitue une bonne alternative économique pour consommer des protéines animales dans un contexte d'inflation et de réduction de la consommation de viande et de poisson.

1 ITAVI d'après Panel Kantar

2 Estimation ITAVI

3 FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

4 Itavi d'après IRI 2021

5 Enquête CNPO / CSA – avril 2022

Une crise inédite pour une filière exemplaire : les Français solidaires

Ces derniers mois, malgré une hausse des coûts de production, 84 % des Français ont maintenu, voire augmenté, leur consommation d'œufs. Il faut dire qu'ils sont solidaires des professionnels de la filière : ils sont 8 sur 10 à estimer nécessaire d'acheter des œufs pour les soutenir face à leur situation inédite, combinant accélération de la hausse des coûts de production avec la guerre en Ukraine et disponibilité mise à mal par une épizootie d'influenza aviaire sans précédent. Cette solidarité des consommateurs est une bonne nouvelle pour les professionnels de la filière, en grande difficulté dans ce contexte, mais déterminés à poursuivre leurs engagements pour répondre aux attentes sociétales et contribuer à la souveraineté alimentaire du pays.

Élevages alternatifs et souveraineté alimentaire : la filière poursuit ses engagements

En France, ce sont désormais plus des 2/3 (67 %) des poules pondeuses qui sont dans des élevages alternatifs (bio, plein air, Label Rouge) à la cage aménagée, grâce à la forte mobilisation des professionnels en faveur de la transition des élevages. Champions d'Europe de la production d'œufs, ils en ont collecté 15,7 milliards au sein de leurs poulaillers en 2021, soit +3,7 % vs 2020. Et ils sont de plus en plus nombreux à suivre la démarche « Œufs de France », qui concerne désormais 70 % des œufs vendus en magasins et 28 % des ovoproduits utilisés par les entreprises agro-alimentaires. De plus, ils ont confirmé leurs performances à l'international, avec une balance commerciale passée de +4 millions d'euros en 2020 à +17 millions d'euros en 2021 et désormais excédentaire en volume de +10 000 tonnes, contre -5 000 tonnes en 2020.

Les professionnels des Œufs de France comptent bien continuer à contribuer à la souveraineté alimentaire du pays, en mettant tout en œuvre pour pallier les conséquences de l'influenza aviaire, qui devrait entraîner un recul d'environ 9 % de la production, soit près d'1,3 milliard d'œufs en moins sur 2022. Pour relever le défi, ils peuvent en particulier compter sur l'entraide entre les différents acteurs de la filière pour accélérer et faciliter la reprise. La filière demande également aux Pouvoirs publics d'apporter leur soutien à chacun de ses maillons, tous victimes de cette crise inédite mais également touchés par la hausse généralisée des coûts de production, depuis les coûts de l'aliment (+25 % en 2021⁶) en passant par les emballages, l'énergie ou le transport.

Les Œufs de France au rendez-vous de toutes les envies culinaires !

En 2022, les Œufs de France continueront ainsi à répondre à l'enthousiasme de toutes les générations de consommateurs ! Source inépuisable et bon marché d'inspiration culinaire, l'œuf est en effet un allié de toutes les recettes, des plus basiques aux plus raffinées, comme le démontrent tous les 2 ans les jeunes espoirs de la cuisine française. Le Trophée Œufs de France 2023 les invite à exprimer leurs talents sur le thème : « Dur, mollet, poché, l'œuf fait son Entrée ! » et ils ont jusqu'au 1^{er} décembre pour s'inscrire !

⁶ Indice Aliment ITAVI 2021 vs 2020

SOMMAIRE

[MARCHÉ]

LA CONSOMMATION D'ŒUFS RETROUVE SA CROISSANCE PRÉ-COVID ET POURSUIT SON ENVOL À L'EXPORTATION

LA CROISSANCE DES ACHATS DES MÉNAGES RETROUVE SON RYTHME PRÉ-COVID p.5

LA BALANCE COMMERCIALE RENFORCE SA POSITION EXCÉDENTAIRE p.10

[PRODUCTION]

ŒUFS DE FRANCE : UNE FILIÈRE D'EXCELLENCE ENGAGÉE POUR LA SOUVERAINETÉ ALIMENTAIRE

LA FILIÈRE FRANÇAISE N°1 DE LA PRODUCTION D'ŒUFS EN EUROPE p.12

PLUS DES 2/3 DES POULES EN ÉLEVAGES ALTERNATIFS p.13

ŒUFS DE FRANCE :

70 % DES ŒUFS CONCERNÉS EN MAGASINS

ET 28 % DES OVOPRODUITS EN RESTAURATION ET AGRO-ALIMENTAIRE p.15

[CONJONCTURE]

ŒUFS DE FRANCE : UNE FILIÈRE SOLIDE ET SOLIDAIRE FACE AUX TURBULENCES

FLAMBÉE DES COÛTS DE PRODUCTION

POUR LA PROTÉINE ANIMALE LA MOINS CHÈRE DU MARCHÉ p.18

INFLUENZA AVIAIRE : LA FILIÈRE MOBILISÉE COLLECTIVEMENT POUR ASSURER LA
CONTINUITÉ DE PRODUCTION DES ŒUFS DE FRANCE

p.21

[EN CUISINE]

L'ŒUF : UN ALLIÉ ANTI-CRISE INCONTOURNABLE EN CUISINE !

L'ŒUF CONSIDÉRÉ ANTI-CRISE PAR LES 2/3 DES FRANÇAIS !

ENQUÊTE INÉDITE CNPO / CSA 2022 p.25

L'ŒUF : UN CONCENTRÉ DE QUALITÉS NUTRITIONNELLES

PAR JOËL GAUTRON, DIRECTEUR DE RECHERCHE À L'INRAE p.27

TROPHÉE ŒUFS DE FRANCE :

L'ŒUF FAIT SON ENTRÉE DANS TOUS SES ÉTATS AVEC LES CUISINIERES DE DEMAIN ! p.28

[MARCHÉ]

LA CONSOMMATION D'ŒUFS RETROUVE SA CROISSANCE PRÉ-COVID ET S'ENVOLE À L'EXPORTATION

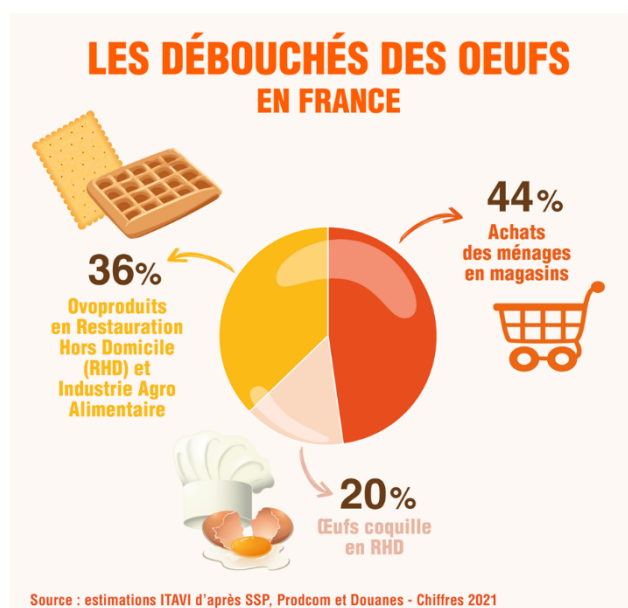


LA CROISSANCE DES ACHATS DES MÉNAGES RETROUVE SON RYTHME PRÉ-COVID

Les raisons du succès : Origine – Équilibre – Utilité - Facilité

La filière française des œufs connaît un véritable succès car il s'agit d'une filière exemplaire, avec des professionnels engagés au service d'un produit qui multiplie les qualités :

- **Origine** : chaque œuf porte un code permettant d'identifier sa provenance et le type d'élevage dont il est issu. Sur les boîtes, le logo « Œufs de France » est un repère pour l'origine française des œufs. De plus, la filière a mis en place une base de données permettant de suivre la traçabilité de l'ensemble des animaux en France et d'assurer pleinement la traçabilité, de la poule à l'œuf.
- **Équilibre** : l'œuf a une forte densité nutritionnelle. Deux œufs contiennent autant de protéines que 50 g de viande ou de poisson. D'après le Dr Plumey, médecin-nutritionniste : « Manger des œufs très régulièrement (1 ou 2 œufs par jour, si on le souhaite), permettrait ainsi de diminuer les risques de carences en protéines, en fer, en iode et en de nombreuses vitamines. »
- **Utilité** : l'œuf est la protéine animale la moins chère du marché : un atout très utile en période de tensions sur le pouvoir d'achat. Il est ainsi accessible aux budgets les plus serrés !
- **Facilité** : l'œuf est un aliment frais facile à conserver et à préparer ! On peut le garder 28 jours. Il se savoure seul ou s'intègre dans des recettes, qu'elles soient sucrées ou salées, simples ou sophistiquées ...



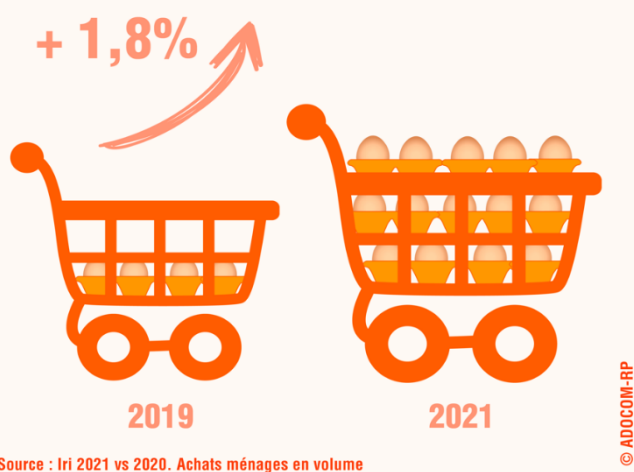
Rappel 2020 : explosion de la consommation d'œufs avec les confinements

(Source : FranceAgriMer d'après IRI)

En 2020, les ventes d'œufs en magasins ont augmenté de 10 % en volume par rapport à 2019, en raison des confinements successifs et du grand retour de la cuisine à la maison. Le **premier confinement** a notamment vu les ventes exploser. 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 mois⁷ ! Tous les modes d'élevage ont été concernés : bio, plein air dont Label Rouge, sol ou cage.



2021 : RETOUR À LA NORMALE DE LA CROISSANCE DES ACHATS DES MÉNAGES



2021 : la croissance des achats à domicile retrouve son rythme de croisière

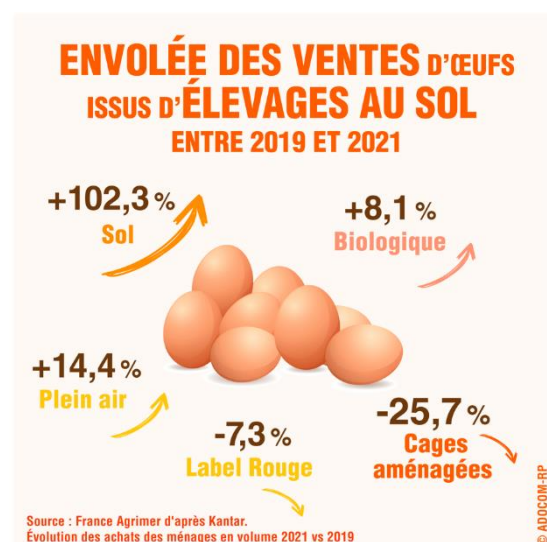
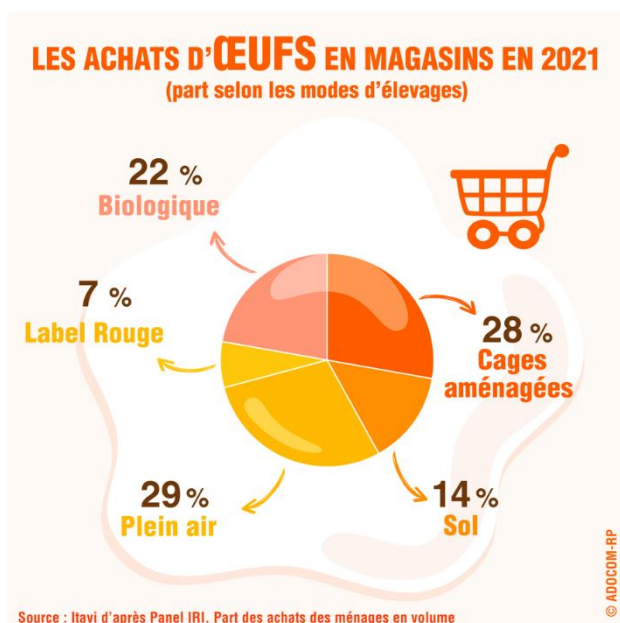
En 2021, avec le retour à la normale, les ménages renouent logiquement avec leurs niveaux d'achats pré-Covid. En comparaison avec 2019, avant la crise Covid, la consommation à domicile est en hausse de +1,8 %, confirmant l'attrait grandissant des Français pour les œufs.

⁷ Source : Iri sur P4 2020 vs P4 2019

Les œufs alternatifs : près des 3/4 des achats des ménages

(Source : FranceAgriMer d'après IRI)

En 2021, les œufs alternatifs représentent près des 3/4 des œufs vendus en magasins (72 %). Les œufs de plein air (hors Label Rouge) arrivent en première position de cette catégorie, à 29 % de parts de marché, suivis des œufs bio (22 %) puis des œufs issus de poules élevées au sol (14 %) et des œufs Label Rouge (7 %).



Les œufs issus d'élevages au sol s'envolent

(Source : FranceAgriMer d'après Kantar)

La progression des ventes d'œufs en grande distribution (+1,8 % en 2021 vs 2019) est portée par la croissance des œufs alternatifs, avec une hausse record des ventes d'œufs issus de poules élevées au sol. Entre 2019 et 2021, leurs ventes ont progressé de +102,3 % en volume. Désormais, 14 % des œufs achetés par les ménages sont des œufs issus d'élevages au sol. (Source : FranceAgriMer d'après IRI)

Dans le même temps, les œufs bio ont enregistré une hausse de +8,1 % et les œufs de plein air de +14,4 %.

[Enquête]

L'élevage au sol : une alternative à la cage jugée souhaitable par les Français

Les élevages au sol (code 2) développés par la filière française des œufs et qui permettent aux poules d'évoluer librement dans leur poulailler sont jugés plus respectueux du bien-être des poules que les élevages en cages aménagées par 84 % des Français. Ils sont ainsi 71 % à juger que le développement de ce type d'élevages alternatifs est souhaitable en complément des élevages en plein air et bio. Source : enquête CNPO / CSA mai 2021

BON À SAVOIR :

Il existe 4 types d'élevages permettant de répondre aux différentes attentes des consommateurs. Ils sont répertoriés selon 4 codes, de 0 à 3 :

Code 0 : 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.

Code 1 : 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.

Code 2 : Élevage au sol (code 2) : indique que les poules évoluent librement à l'intérieur d'un poulailler (la mention « œufs de poules élevées au sol » est marquée sur la boîte).

Code 3 : Élevage en cage aménagée (code 3) : 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.

Le CNPO s'engage pour soutenir la consommation bio

Le CNPO se mobilise aux côtés des interprofessions (Cniel, Interfel, Interbev, Synalaf, Cnipt, Intercéréales, Terres Univia) avec l'Agence BIO et Natexbio-Maison de la BIO, pour créer l'équipe de France du bio avec le soutien du ministre de l'Agriculture et de l'Alimentation. Ensemble, ils s'engagent de manière inédite pour lancer une campagne commune d'information et de promotion du mode de l'agriculture biologique, des exigences du label AB et de ses produits, à destination des citoyens et des consommateurs français. Le montant de cette campagne collective, une première dans l'histoire de la bio en France, s'élève à près de 1 million d'euros. La campagne sera déployée lors du Printemps BIO, qui débutera cette année le 22 mai à l'occasion de la journée mondiale de la biodiversité.



Restauration et entreprises agroalimentaires : zoom sur la consommation des ovoproduits

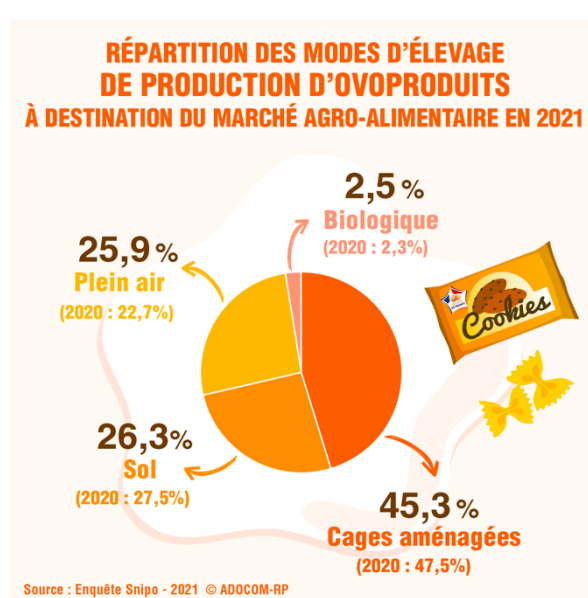
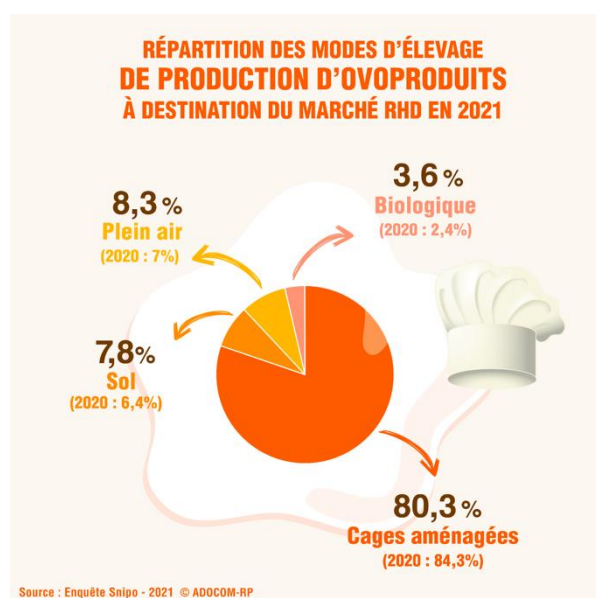
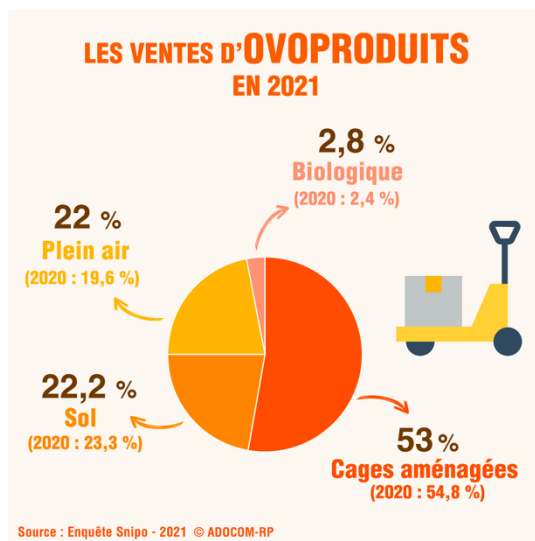
(source : enquête SNIPO)

Le marché des ovoproduits destinés aux entreprises alimentaires et à la Restauration Hors Domicile continue d'être perturbé en 2021. Si la production d'ovoproduits à partir d'œufs de poules élevés en cages aménagées reste majoritaire, la production d'ovoproduits à partir d'œufs issus de systèmes alternatifs à la cage aménagée est en progression (36 % en 2019 ; 47 % en 2021).

En Restauration Hors Domicile, on peut noter que les volumes bio consommés poursuivent leur progression (2,2 % en 2019 ; 2,4 % en 2020 ; 3,6 % en 2021), tout comme le plein air (8,3 % en 2021 vs 7 % en 2020) et le sol (6,4 % en 2021 vs 7,8 % en 2020).

Pour les fabricants de produits avec des œufs, ce sont essentiellement les volumes issus du plein air qui enregistrent une progression significative en 2021. (22,7 % en 2019 et 2020 ; 25,9 % en 2021).

Par ailleurs, l'année 2021 a marqué le démarrage de la production d'ovoproduits issus d'œufs Label Rouge, qui peuvent désormais être utilisés comme ingrédients dans les recettes des professionnels.



LA BALANCE COMMERCIALE RENFORCE SA POSITION EXCÉDENTAIRE !

Rappel 2020 : un excédent de +4 millions d'euros

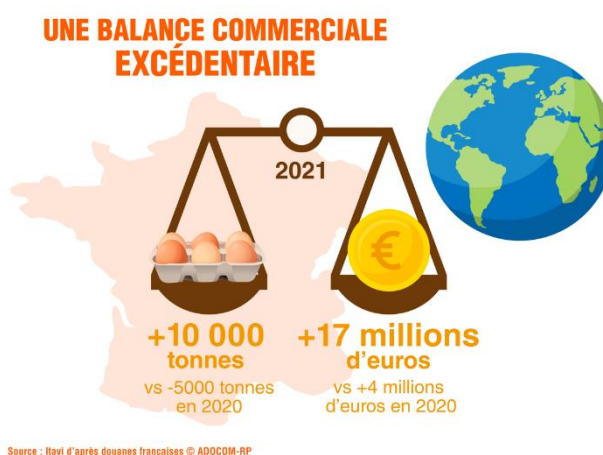
2020 a constitué une année charnière pour les ventes d'œufs de France à l'international. La progression des exportations (+11,8 % en volume et +9,4 % en valeur) et le recul des importations (-5,8 % en volume et -7,8 % en valeur) ont permis de réduire le déficit de la balance commerciale en volume et d'enregistrer un excédent en valeur. La balance commerciale était ainsi excédentaire de +4 millions d'euros en 2020, contre un déficit de -19 millions d'euros en 2019. En volume, elle est passée de -26 000 tonnes en 2019 à seulement -5 000 tonnes en 2020.

2021 : un excédent en hausse de +13 millions d'euros !

(Source : ITAVI d'après douanes françaises)

En 2021, la balance commerciale des œufs renforce son excédent, avec une augmentation des exportations et une diminution des importations. Le solde de la balance commerciale est positif en valeur (+17 millions d'euros vs +4 millions en 2020) et en volume (+10 000 tonnes vs -5 000 tonnes en 2021).

Les exportations d'œufs de France ont progressé de +7 % en valeur et de +6 % en volume alors que les importations ont reculé de 3 % en valeur et de -5 % en volume par rapport à l'année 2020.



+6 % d'œufs coquilles exportés en 2021

Les exportations d'œufs coquille sont en progression en volume en 2021 (+ 6 %) et en valeur (+ 8 %) par rapport à 2020. Dans le même temps, les importations sont en forte baisse, à -16 % en volume et en valeur.

+7 % d'ovoproduits partis à l'international

Les exportations d'ovoproduits sont en progression de 7 % en volume et en valeur entre 2021 et 2020. Les importations progressent également, mais dans une moindre mesure, à +3 % en volume et 7 % en valeur.

À noter : les débouchés internationaux sont primordiaux pour la filière française des œufs. Les PME françaises, dont certaines sont très bien implantées sur le marché de l'exportation, contribuent à l'équilibre des marchés français et européen en permettant de répondre aux spécificités de consommation : en Europe, la consommation de jaune est majoritaire tandis qu'il s'agit du blanc en Asie par exemple.

[PRODUCTION]

ŒUFS DE FRANCE : UNE FILIÈRE D'EXCELLENCE ENGAGÉE POUR LA SOUVERAINETÉ ALIMENTAIRE



LA FILIÈRE FRANÇAISE N°1 DE LA PRODUCTION D'ŒUFS EN EUROPE

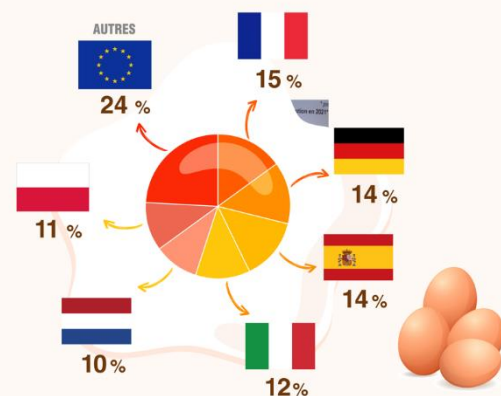
L'Europe : 2^e zone de production d'œufs dans le monde

L'Europe (UE 27), avec 6,4 millions de tonnes d'œufs (équivalent coquille) produites en 2021, se place en 2^e position des zones championnes de la production d'œufs dans le monde, après la Chine (25,8 millions de tonnes) et devant les États-Unis (5,9 millions de tonnes).

D'après les estimations de l'Itavi basées sur la Commission européenne et diverses sources statistiques nationales, la production d'œufs de consommation en 2021 a été de 6,43 Mt, soit environ 104 milliards d'œufs, en hausse (+ 1,1 %) par rapport à 2020.



RÉPARTITION DE LA PRODUCTION D'ŒUFS DE CONSOMMATION EN EUROPE



Source : estimation ITAVI d'après IEC, CIRCA, MEG et sources nationales

2021 : 15,7 milliards d'œufs produits en France

(Source : estimations ITAVI)

En **2021**, la France a produit 15,7 milliards d'œufs (972 000 tonnes), une production en hausse de +3,7 % par rapport à 2020. La France confirme ainsi sa première place de premier pays producteur d'œufs dans l'Union européenne (environ 15 % de la production en 2021), suivie de l'Allemagne et de l'Espagne (14 % *ex aequo*). L'Italie arrive en 4^e position (12 %).

Perspective 2022 : vers une situation exceptionnelle de diminution de la production

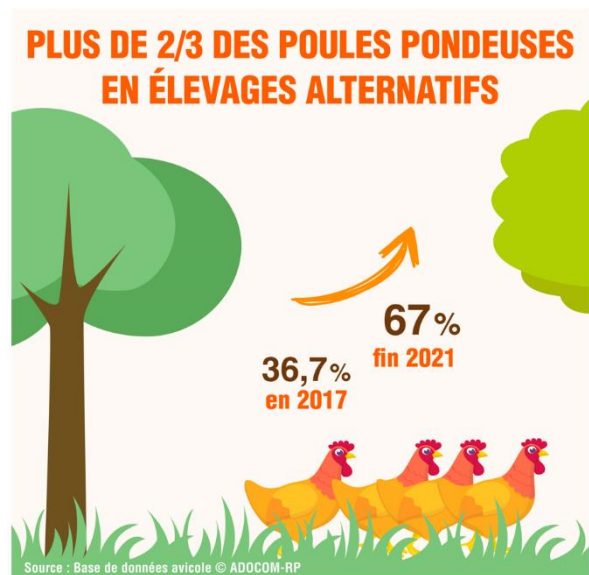
En **2022**, la production communautaire devrait reculer de 0,7 % pour la première fois depuis une décennie, affectée par l'influenza aviaire qui sévit partout en Europe et le contexte inflationniste. La France devrait être le pays le plus touché, avec une baisse prévisionnelle de la production de l'ordre de 9 %, en lien avec l'abattage de plus de 3 millions de poules pondeuses et un arrêt des mises en place dans les zones affectées.

PLUS DES 2/3 DES POULES EN ÉLEVAGES ALTERNATIFS

(Source : Base de données avicole)

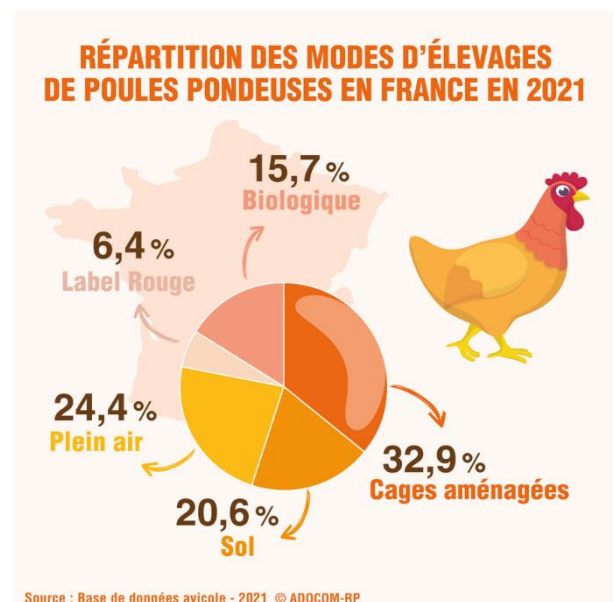
Élevages alternatifs : objectif dépassé

Les professionnels français se sont largement mobilisés pour répondre aux nouvelles attentes sociétales. En 2017, ils se sont fixés 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 dès 2019, avec 53 % de poules dans des systèmes hors cage. Et ils continuent leur travail de transition : fin 2021, 67 % des poules pondeuses étaient élevées en systèmes alternatifs à la cage aménagée en France, +3 points vs 2020⁸.



Près de 10 ans de croissance des élevages alternatifs

Aujourd'hui, les poules élevées en cages représentent 1/3 de la production française (44 % en 2020). Les poules élevées en plein air représentent désormais 24,4 % de la production (20,5 % en 2020), le plein air Label Rouge 6,4 % (4,7 % en 2020), le bio 15,7 % (17,4% en 2020) et le sol est passé de 13,4 % en 2020 à 20,6 % en 2021. Depuis 2013, le taux de croissance annuel moyen est de + 11 % pour les systèmes biologiques, + 9 % pour le plein air hors Label Rouge et + 4 % en Label Rouge. Les capacités de production sont également en hausse en sol (+ 21 % / an), tandis que les effectifs en cage sont en baisse de 9 % par an.



⁸ Sur une base représentant entre 90 et 95 % des élevages français

Bio : vers un surcoût de +26 % par œuf avec la nouvelle réglementation européenne

La nouvelle réglementation biologique européenne entrée en vigueur au 1^{er} janvier 2022 impose des restrictions supplémentaires à la filière (futures poules pondeuses (poulettes) élevées en bio, dans une ferme bio avec des terres converties en bio et sans présence simultanée de poulettes non bio, sortie des poulettes sur un parcours, alimentation des poules au moins à 30 % issue de la ferme ou de la région (20 % actuellement), ...). D'après les dernières estimations de l'Itavi, le surcoût de son application, ramené à l'œuf, est estimé à +26 %, soit +4,30 euros / 100 œufs. Ce surcoût est majoritairement lié à une baisse de la productivité, due à la diminution du nombre d'œufs pondus et à leur plus petit calibre.

Source : étude ITAVI surcoût œuf "Nouvelle Réglementation AB"



ŒUFS DE FRANCE : 70 % DES ŒUFS CONCERNÉS EN MAGASINS ET 28 % DES OVOPRODUITS EN RESTAURATION ET AGRO-ALIMENTAIRE

70 % des œufs vendus en grande distribution concernés

Lancé en 2018 sur les boîtes d'œufs, le logo « Œufs de France » est désormais présent sur la majorité des œufs vendus en magasins : qu'il s'agisse de marques nationales ou distributeurs. En 2021, il a concerné près de 70 % du marché, soit environ 4,7 milliards d'œufs commercialisés en magasin. Ce nombre est en hausse d'environ +9,8 % par rapport à 2020.

Le logo est à ce jour utilisé par 61 entreprises du secteur et 15 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.



Logo Œufs de France : une réponse aux attentes des Français

Il faut dire qu'il s'agit d'un critère de plus en plus important dans le choix des Français : 89 % confient qu'il s'agit d'un critère important pour leur achat, soit 2 points de plus qu'en 2019 (87 % ; 85 % en 2017).

D'ailleurs, la notoriété du logo a beaucoup progressé : il est désormais connu par plus d'1 Français sur 2 (53 %), contre 41 % en 2019.

Pour 89 % des Français, ce logo constitue un gage de qualité. Ils sont même 87 % à se dire favorables à ce que les magasins en France ne commercialisent que des Œufs de France.



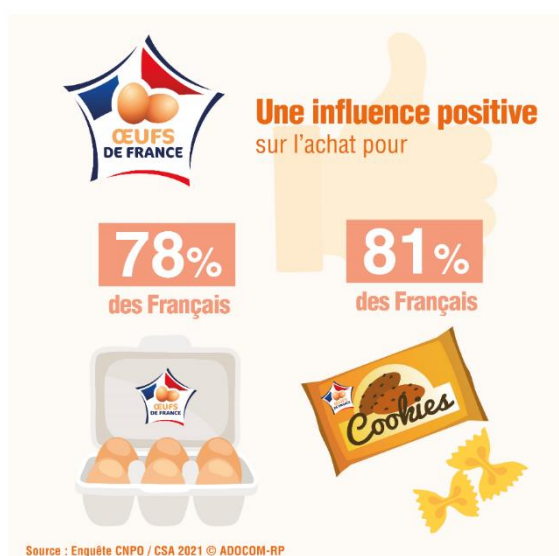
Produits alimentaires : +42 % d'ovoproduits concernés par la démarche « Œufs de France »

« 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 2020 sur les produits alimentaires : biscuits, sauces, pâtes, plats préparés, etc. En 2021, +42 % d'ovoproduits ont été identifiées « Œufs de France » par rapport à 2020. Cela représente 28 % des ovoproduits vendus aux entreprises agro-alimentaires et à la restauration.



Pour les consommateurs, l'apposition de ce logo sur les emballages de leurs produits signifie qu'ils peuvent 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.



« 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 : 81 % estiment que sa présence sur les conditionnements des biscuits, pâtes, brioches, plats préparés... serait susceptible d'influencer positivement leur achat.

[CONJONCTURE]

UNE FILIÈRE SOLIDE ET SOLIDAIRE FACE À DES TURBULENCES INÉDITES



FLAMBÉE

DES COÛTS DE PRODUCTION POUR LA PROTÉINE ANIMALE LA MOINS CHÈRE DU MARCHÉ

La filière engagée pour la répercussion des coûts de production à tous les maillons

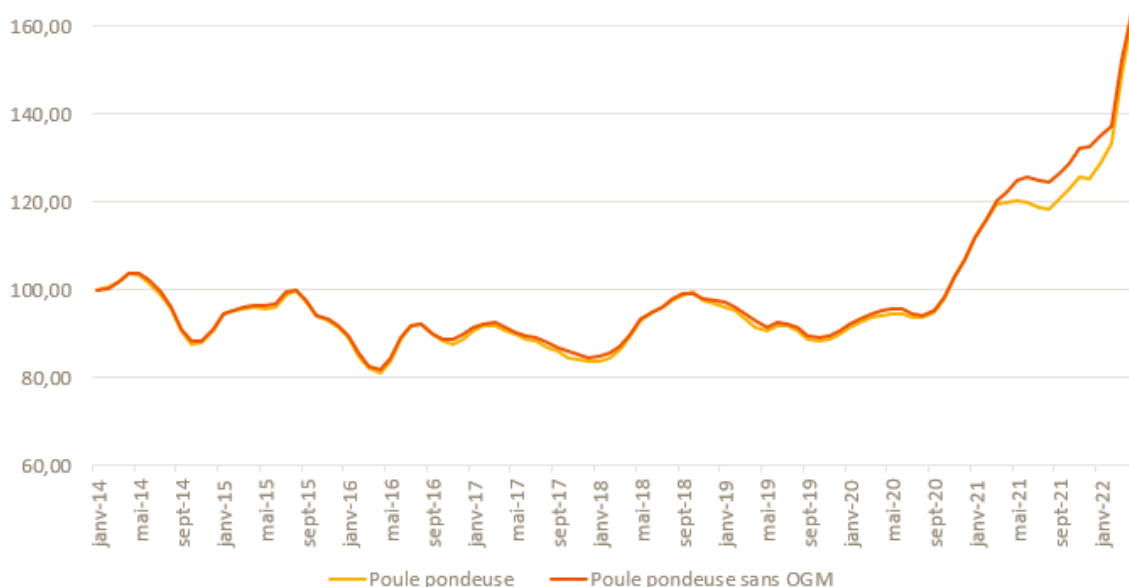
Afin de tenir compte de la fluctuation des coûts de production de l'œuf, la filière française a mis en place une contractualisation forte dès le début des années 80. Ainsi, dans la plupart des cas, l'évolution du coût des matières premières de l'alimentation des poules est répercutée, à la hausse comme à la baisse, sur l'opérateur à qui l'éleveur vend ses œufs. Le travail se poursuit entre les opérateurs pour que ces évolutions se répercutent de l'amont à l'aval. Par ailleurs, les opérateurs de la filière réfléchissent à prendre également en compte les coûts de production annexes (construction des poulaillers, transport, énergie, emballage, etc.)

Bond du coût de l'aliment des poules : +25 % en 2021

Le coût de l'aliment représente de 60 à 65 % du coût de production d'un œuf, en fonction du mode d'élevage de la poule. L'an passé, l'indice Itavi représentant ce coût a fait un bond de +25 % sur l'année. Une flambée des prix qui s'est accélérée avec la guerre en Ukraine et qui devrait se poursuivre dans les mois à venir, atteignant des niveaux inédits. En mars 2022, l'indice aliment progressait ainsi pour les poules pondeuses conventionnelles de 10,9 % sur 1 mois, par rapport à février 2022, et de 24,6% par rapport à mars 2021.



Indice ITAVI poule pondeuse - janvier 2014



Emballages, énergie, transport : tous les coûts en hausse

Le coût de l'alimentation des poulettes et poules pondeuses est en forte hausse depuis plusieurs mois. A ces coûts s'ajoutent également les hausses de l'énergie, du transport ou de l'emballage, en particulier le carton, nécessaire à la fabrication des boîtes pour les ventes aux consommateurs.

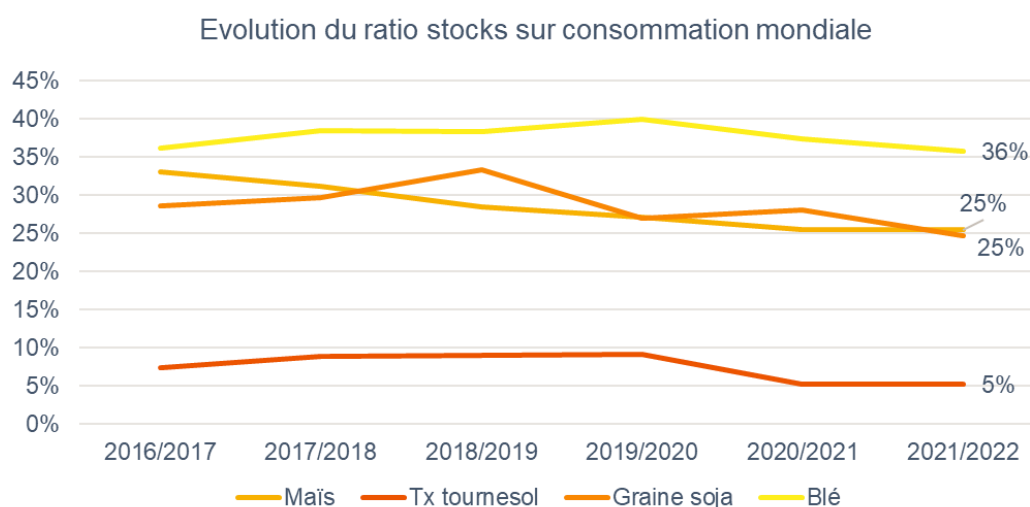
L'énergie est nécessaire à tous les maillons de la filière et notamment au transport. L'indice du coût du gazole utilisé comme carburant est passé de 153,40 en avril 2021 à 239,87 en avril 2022 soit une hausse de 56,4 %.

Le coût de production du carton, matière première nécessaire à l'emballage, a augmenté de 20,5 % entre mars 2021 et mars 2022.

Zoom sur les matières premières agricoles composant l'aliment des poules pondeuses

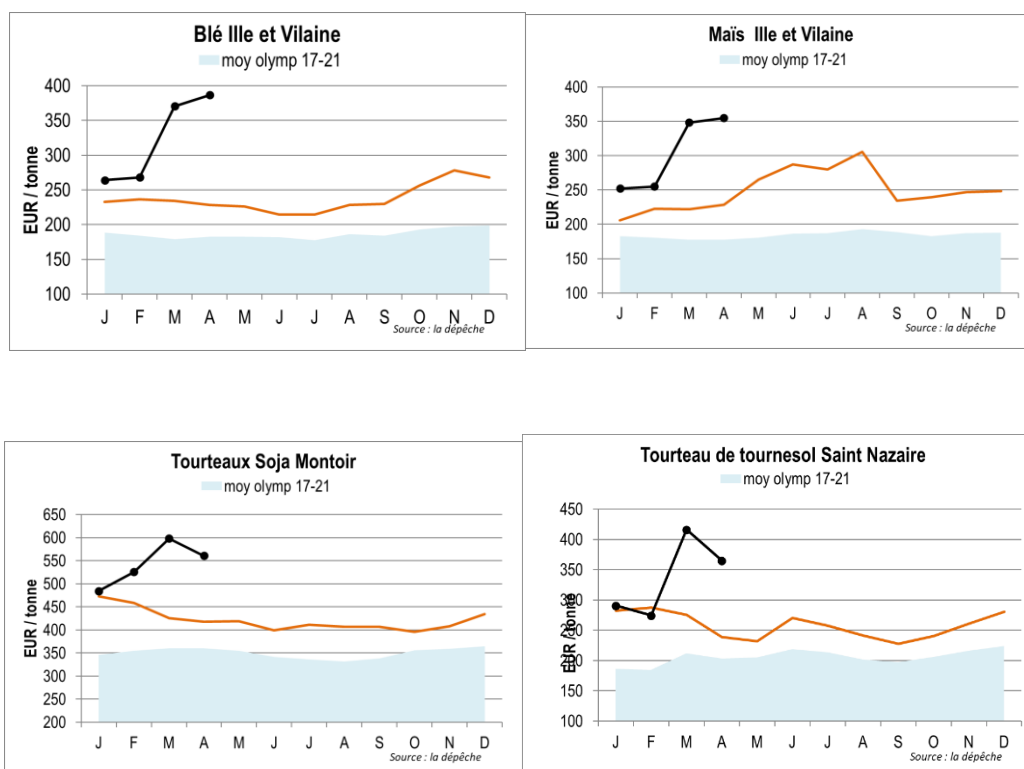
Une situation exceptionnelle

Depuis l'invasion de l'Ukraine par la Russie le 24 février 2022, les marchés des matières agricoles se sont emballés. En effet, l'Ukraine et la Russie sont d'importants pays producteurs et exportateurs de blé, de maïs et de tournesol. Les conflits ont stoppé les exportations de la mer Noire et ralentissent les travaux des champs, nécessitant de trouver une nouvelle polarisation des échanges alors que les fondamentaux (offre/demande) étaient déjà tendus avant la guerre et que les stocks mondiaux sont à des niveaux très bas.



Une flambée des prix

Depuis 1 mois, la tonne de blé avoisine les 400 euros et des incertitudes planent sur toutes les matières premières pour les futures récoltes. Le déficit hydrique touche les bassins de production du blé (USA, Europe de l'Ouest) et un retard dans les semis de maïs est à noter aux États-Unis comme en Europe. La demande s'est ralentie en tourteaux, mais, étant connectés aux marchés des huiles, les prix ont tout de même atteint des records. On observe ainsi une stabilisation à de très hauts niveaux de prix et l'évolution dépendra des futures récoltes (conditions météo, semis, prix des intrants ...).



Disponibilité en non-OGM

L'Ukraine est un pays producteur de tournesol exclusivement non-OGM et notamment de tournesol HP. La guerre rend difficile l'exportation de non-OGM alors que la demande est croissante dans les pays nord-européens. L'offre ne s'est pas volatilisée, le prix rationnera la demande. Les opérateurs sont couverts jusqu'aux prochaines récoltes, mais un risque pèse sur le moyen et le long terme.

D'un marché en flux poussé par l'offre sur la période 2018/2020, la dynamique s'oriente vers un marché tiré par la demande sur les deux dernières campagnes. Cette organisation perdurera encore à moyen terme jusqu'à la future campagne 2023/2024.

INFLUENZA AVIAIRE : LA FILIÈRE MOBILISÉE COLLECTIVEMENT POUR ASSURER LA CONTINUITÉ DE PRODUCTION DES ŒUFS DE FRANCE

Une crise sans précédent pour toutes les filières avicoles

L'épizootie d'influenza aviaire qui sévit en France depuis le 26 novembre 2021 est la pire que la filière des œufs et l'ensemble des filières avicoles aient connue, avec une virulence inédite. Pour la première fois, les voies de contamination se sont élargies aux migrations ascendantes (du sud vers le nord) des oiseaux sauvages, en complément de leurs migrations descendantes (du nord vers le sud).

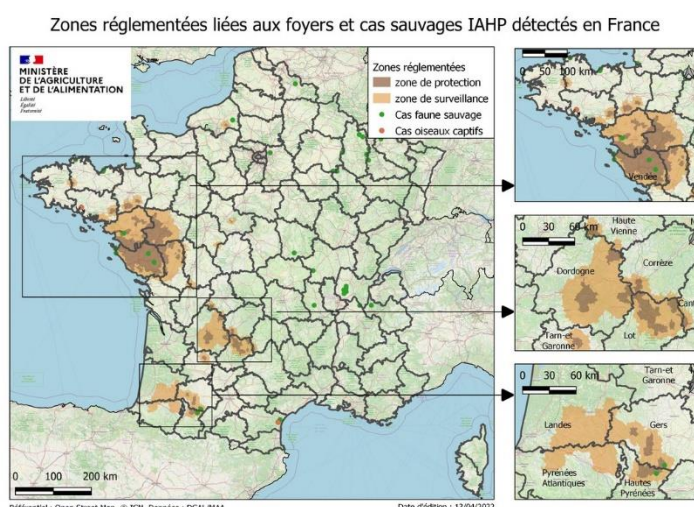
Toutes les espèces de volailles sont touchées, notamment les poulettes et les poules pondeuses, et plusieurs régions sont concernées, en particulier les Pays de la Loire alors que les crises précédentes se limitaient principalement au Sud-Ouest. Au 26 avril 2022, près de 1 350 foyers d'influenza aviaire hautement pathogène (IAHP) avaient été détectés dans des élevages en France.

Pays de la Loire : une région stratégique pour la filière

La région des Pays-de-la-Loire abrite 18,6 % des poules pondeuses en France ainsi que des sites stratégiques pour la filière, notamment des élevages de reproducteurs de la filière des œufs et un couvoir produisant environ 40 % des poulettes futures pondeuses.

Environ 3 millions de poules pondeuses en moins et des difficultés de repeuplement

Depuis le début de la crise en novembre, on estime à environ 3 millions le nombre de poules pondeuses abattues et à 800 000 le nombre de poulettes (n'ayant pas encore atteint l'âge de ponte). Cela a des conséquences pour les élevages dans les zones réglementées, touchées par l'influenza aviaire, mais également dans les zones indemnes. En effet, les poulettes ne peuvent ni entrer, ni sortir des zones réglementées. Cette situation empêche les éleveurs des régions indemnes de recevoir leurs futures poules pondeuses (poulettes), qui n'ont pas l'autorisation de sortir des zones réglementées et, en parallèle, les éleveurs de poulettes des régions indemnes n'ont pas la possibilité d'envoyer leurs animaux dans les zones réglementées.



Une production française estimée en baisse de 9 % en 2022

Cette situation restreignant la circulation des futures poules pondeuses crée des tensions sur le marché des œufs :

- Des difficultés croissantes pour sortir les œufs des zones réglementées et les emballer (valorisation des œufs en ovoproduits pour une part)
- Un manque de disponibilités en œufs qui va durer pendant plusieurs mois. La production d'œufs est estimée par l'Itavi en repli de 9 % en 2022 par rapport à 2021.
- Des élevages qui resteront vides pendant plusieurs mois du fait de cycles longs dans la filière

Cette situation de tension sur le marché est également due à des abattages de poulettes et poules pondeuses dans d'autres pays européens. On estime qu'environ 15 millions de poules pondeuses ont été abattues en Europe depuis le début de la crise.

Une mobilisation collective pour assurer la continuité de production

Face à cette situation exceptionnelle, tous les professionnels de la filière sont mobilisés pour assurer la continuité de production des Œufs de France. Les professionnels font preuve d'une grande solidarité afin de repeupler dans les meilleures conditions les zones redevenues indemnes. L'objectif est en effet de repeupler rapidement les élevages afin de répondre à la demande des Français, tout en gardant une démarche responsable vis-à-vis du virus qui reste présent dans la faune sauvage.

Aussi, en lien avec les vétérinaires, le CNPO a élaboré un protocole sanitaire de surveillance des poulettes et poules pondeuses afin de s'assurer que le virus ne circule pas à bas bruit dans les élevages et ainsi éviter une recontamination des élevages suite aux remises en place.

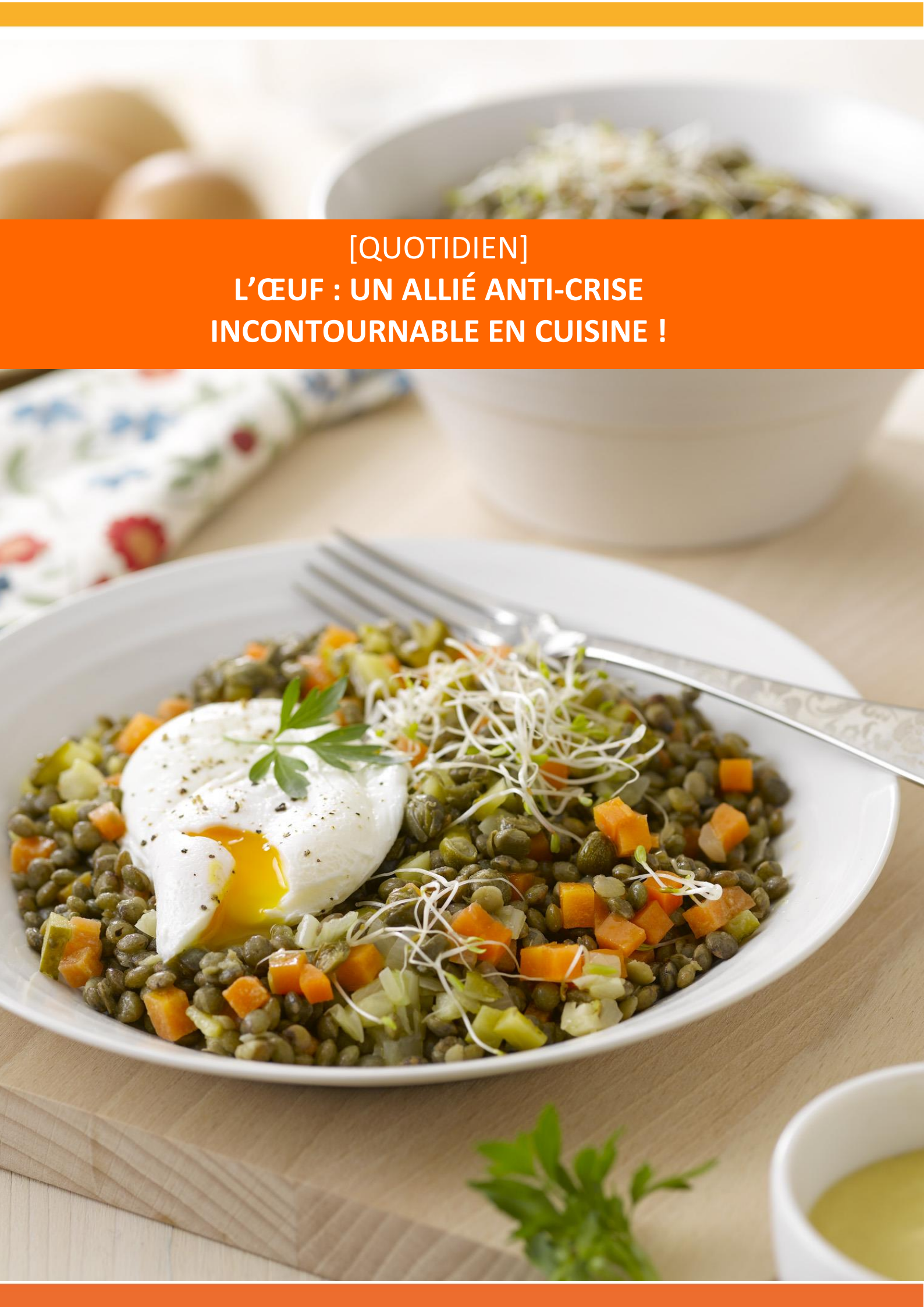
Par ailleurs, tout au long de la crise, les organisations de production ont travaillé collectivement pour trouver des solutions aux éleveurs et limiter les pertes. En lien avec les pouvoirs publics, des protocoles de mouvements des œufs, des œufs à couvrir, des poussins et, par la suite, des animaux adultes ont été validés. La mobilisation de tous et la solidarité entre les différents acteurs ont permis de limiter au maximum les effets de cette crise.

Toutefois, une réflexion plus profonde doit à présent s'initier pour éviter que de telles catastrophes se reproduisent. Le ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation a annoncé le 10 mai 2022 le début des essais concernant la vaccination contre l'influenza aviaire. Il s'agit d'une piste à étudier et d'autres doivent encore être réfléchies : organisation des filières, surveillance en période à risque, etc. Un retour d'expérience, avec les pouvoirs publics, devra obligatoirement se mettre en place au cours de l'été.

Un soutien nécessaire pour chaque maillon de la filière

Lorsque les dernières restrictions seront levées, certains élevages vont rester vides pendant de longs mois. Le CNPO demande que l'État prenne en charge ces périodes de vide à 100 % et pendant la totalité de leur durée. Le CNPO demande également la prise en charge des poules abattues pour cause d'influenza aviaire ainsi que les œufs qui ont été dévalorisés, selon le même principe que celui acté l'année dernière et reconduit pour la 1^{ère} vague 2021-2022. Enfin, le CNPO demande que les pertes de tous maillons de la filière soient prises en compte : les couvoirs, les centres et fabricants d'ovoproduits, les fabricants d'aliments, les abattoirs et les activités « annexes » - transporteurs, intervenants en élevage, etc.



A photograph of a healthy meal. In the foreground, a white bowl is filled with a lentil salad. The salad consists of green lentils, diced orange carrots, and green peas. A perfectly poached egg with a runny yolk sits on top, garnished with a sprig of fresh green parsley. A generous amount of white bean sprouts is scattered over the egg and salad. A silver fork is placed on the right side of the bowl. The bowl sits on a light-colored wooden surface. In the background, a white ceramic bowl is partially visible, also containing a similar salad. To the left, a white cloth with a colorful floral pattern is draped. In the bottom right corner, a small white cup contains a light green liquid, possibly a dressing. The overall lighting is bright and natural, highlighting the textures and colors of the ingredients.

[QUOTIDIEN]
L'ŒUF : UN ALLIÉ ANTI-CRISE
INCONTOURNABLE EN CUISINE !

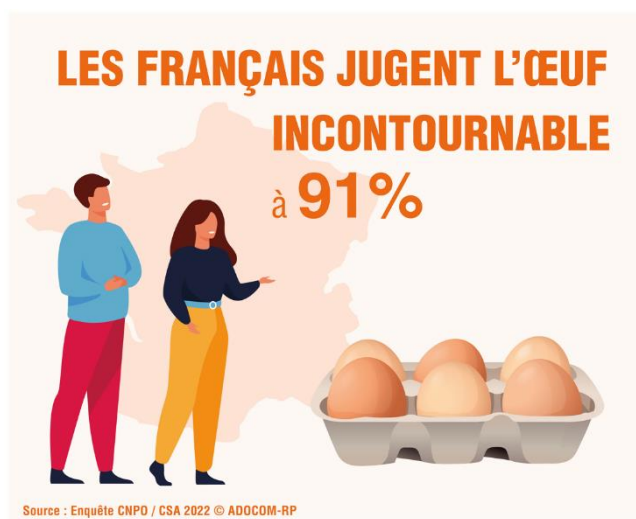
L'ŒUF CONSIDÉRÉ ANTI-CRISE PAR LES 2/3 DES FRANÇAIS !

ENQUÊTE INÉDITE CNPO / CSA 2022

Enquête CSA pour le Comité National pour la Promotion de l'Œuf (CNPO), réalisée du 26 au 28 avril 2022 auprès d'un échantillon national représentatif de 1 000 individus âgés de 18 ans et plus, d'après la méthode des quotas (sexe, âge, région et catégories socioprofessionnelles).

Les œufs : incontournables de l'alimentation des Français !

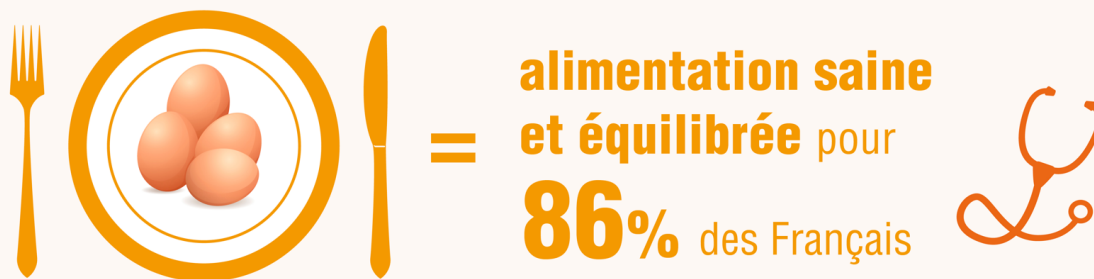
Les œufs font partie intégrante des habitudes alimentaires des Français qui sont nombreux à ne pas pouvoir s'imaginer s'en passer. 91 % de la population considère ainsi qu'il s'agit de produits incontournables de l'alimentation.



Les Français sensibles aux qualités nutritionnelles de l'œuf

Les Français sont près de 9 sur 10 (88 %) à savoir que l'œuf est riche en vitamines et oligoéléments. Ils sont également 86 % à s'accorder à dire que la consommation régulière d'œufs contribue à une alimentation saine et équilibrée.

L'ŒUF : DES QUALITÉS NUTRITIONNELLES RECONNUES



Source : Enquête CNPO / CSA 2022 © ADOCOM-RP

L'œuf : produit anti-crise pour les 2/3 des Français

Compte tenu de ses qualités nutritionnelles et de son bon rapport qualité/prix, 2/3 des Français (66 %) considèrent l'œuf comme un produit « anti-crise ».

L'ŒUF : PRODUIT ANTI-CRISE POUR 2/3 DES FRANÇAIS



Source : Enquête CNPO / CSA 2022 © ADOCOM-RP

L'œuf : une solution pour consommer des protéines animales en temps de crise

71% des Français affirment que l'œuf est une bonne alternative économique pour consommer des protéines animales dans un contextes d'inflation et de réduction de la consommation de viande et de poisson. Les Français sont en effet près de 9 sur 10 (89 %) à s'accorder à dire que l'œuf est l'un des aliments présentant le meilleur rapport qualité/prix et 84 % qu'il s'agit de la protéine la moins chère du marché.

L'achat d'œufs jugé nécessaire pour soutenir les professionnels

Enfin, en temps de crise, alors que les professionnels de la filière française des œufs sont confrontés à une forte hausse des coûts de production et à l'impact de l'influenza aviaire dans leurs élevages, ils peuvent compter sur le soutien de la population. : 8 Français sur 10 estiment nécessaire d'acheter des œufs pour les soutenir en cette période difficile.

Les Français peu regardants sur la hausse des prix des œufs

La hausse du prix de l'œuf, de quelques centimes, entraînée par la flambée des coûts de production, n'a pas eu de répercussion sur la consommation des Français. Ils sont ainsi plus de 8 sur 10 (84 %) à avoir maintenu leur consommation et même, parmi eux, 5 % à l'avoir augmenté.

L'ŒUF : UN CONCENTRÉ DE QUALITÉS NUTRITIONNELLES

L'analyse de Joël Gautron, Directeur de recherche INRAE

L'œuf ou la poule ? L'important est dans l'œuf

L'œuf de poule est un ingrédient de base de l'alimentation humaine, largement consommé pour sa facilité d'utilisation et ses qualités organoleptiques. Sa production a fortement évolué depuis la seconde guerre mondiale.

L'œuf au cœur des évolutions sociétales

Dans un premier temps, il a fallu répondre à la demande en quantité pour approvisionner les ménages. Cette modernisation de la production s'est accompagnée d'une diminution significative de la part du budget des ménages consacré à l'alimentation puis, depuis 30 ans, d'une attention grandissante des consommateurs aux systèmes de production agricole en général et animale en particulier, dont les œufs.

L'évolution des attentes des consommateurs ont eu pour conséquences des adaptations importantes des aspects réglementaires et des modes d'élevage au cours des 20 dernières années. L'œuf est ainsi le premier ingrédient alimentaire à avoir été doté d'un étiquetage obligatoire, visant à repérer son mode de production pour tenir compte de l'éthique du consommateur.

L'œuf : un aliment bon marché incontournable

L'œuf de poule est bon marché, parfaitement équilibré et non soumis à des interdictions religieuses. De plus, ses molécules ont des caractéristiques naturelles (liant, coagulant, colorant, foisonnement, texture, aromatique, émulsifiant...), facilement utilisées et valorisées dans la plupart des préparations culinaires (pâtisseries, charcuteries, confiseries, sauces, pâtes...), que ce soit à la maison ou par les professionnels de l'agroalimentaire.



La plus forte valeur biologique parmi les protéines animales

Il présente une **importante valeur nutritionnelle** avec la plus forte valeur biologique parmi les protéines animales, de par l'équilibre de ces **acides aminés**. Les lipides de l'œuf sont riches en phospholipides et choline essentielles au développement cérébral et du foie. Ils contiennent très peu d'acides gras saturés et sont riches en polyinsaturés connus pour réduire le risque cardio vasculaire. Néanmoins, son taux de cholestérol élevé lui vaut encore parfois une mauvaise réputation. Pourtant, depuis 1995, de nombreuses études scientifiques ont démontré que le **cholestérol alimentaire n'était pas associé au cholestérol sanguin** et que **plusieurs œufs peuvent être consommés par jour sans risque pour la santé**. L'œuf constitue donc un **apport alimentaire essentiel à la nutrition humaine**, de par ses **qualités nutritionnelles** et aussi de par son **coût très peu élevé**.

TROPHÉE ŒUFS DE FRANCE : L'ŒUF FAIT SON ENTRÉE DANS TOUS SES ÉTATS AVEC LES CUISINIERS DE DEMAIN !

Organisé par le CNPO (Interprofession des œufs), le Trophée Œufs de France a lieu tous les deux ans depuis 2010. Ce grand concours culinaire est ouvert à tous les jeunes de 16 à 24 ans, qu'ils soient élèves, apprentis cuisiniers ou candidats libres. Il s'agit d'un véritable tremplin pour les espoirs de la cuisine ! Certains lauréats réussissent même ensuite à se faire un nom parmi les plus grands Chefs, comme Samuel Victori, étoilé en 2021.

La dernière édition du Trophée a eu lieu en 2021, sur le thème très tendance du brunch. Il a inspiré une centaine de candidats venus de toute la France. Parmi eux, 6 finalistes ont été sélectionnés pour mesurer leurs talents à Paris sur le thème de « Au Brunch, l'œuf te donne du punch ». En 2023, c'est sur le thème des entrées que les Chefs de demain sont invités à imaginer des recettes créatives à partir d'œufs durs, mollets ou pochés.



« Dur, mollet, poché, l'œuf fait son Entrée ! » : une bonne introduction à la créativité culinaire !

JEUNES CUISINIER(E)S,
participez au
TROPHÉE ŒUFS DE FRANCE

Gagnez jusqu'à
2000 €

Sur le thème :
DUR, MOLLET, POCHÉ,
l'œuf fait son Entrée !

Et réalisez une recette d'Entrée créative
autour de l'Une de ces 3 cuissons de l'œuf !

Inscrivez-vous !
ADOCOM-RP
01 48 05 19 00 - anais@adocom.fr
Règlement du concours et infos sur le site
Suggestions dans le règlement

Organisée sur le thème « *Dur, mollet, poché, l'œuf fait son Entrée !* », l'édition 2023 du Trophée Œufs de France offre l'opportunité aux futurs chefs d'exprimer leurs talents en imaginant une entrée créative autour de l'une de ces trois cuissons de l'œuf : dur, mollet ou poché !

La présentation, ainsi que les accompagnements, sont laissés à la libre interprétation des candidats. Légumes, féculents, céréales, pains, fruits, sauces, coulis ... : ils peuvent utiliser tous les ingrédients qu'ils souhaitent, pourvu qu'ils mettent en valeur l'œuf !

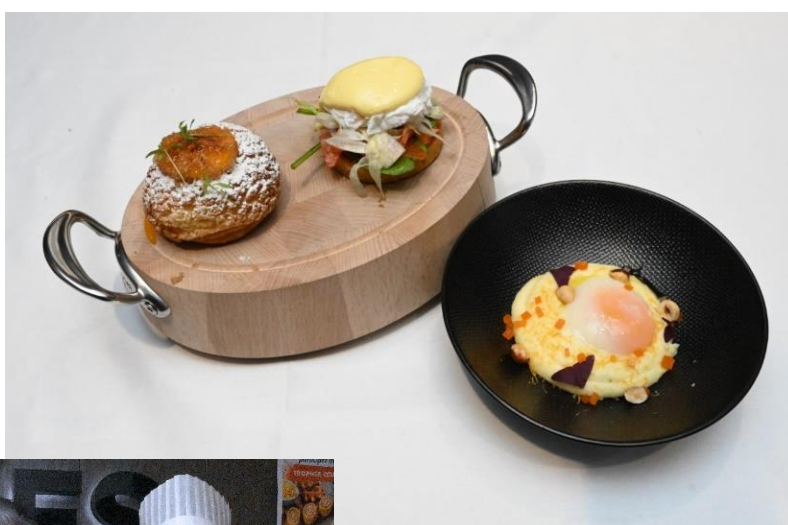
Les candidats ont jusqu'au 1^{er} décembre 2022 pour retirer leur dossier d'inscription auprès d'ADOCOM : 01 48 05 19 00 - anais@adocom.fr. Dossier qu'ils devront retourner complétés avec la description de leur recette pour mars 2023.

6 candidats seront sélectionnés par le Chef Guy Legay, Meilleur Ouvrier de France et Président du Jury, pour participer à la finale en mai 2023 à l'École Ferrandi-Paris. L'événement les amènera à cuisiner leurs recettes face à un jury, pour tenter de gagner jusqu'à 2000 € pour le 1^{er} Prix !

Retour sur le Trophée Œufs de France 2021 : Lucas Potier grand gagnant du concours

Lors de sa précédente édition, en 2021, le Trophée Œufs de France a couronné Lucas Potier, 21 ans et originaire de Cherbourg (Manche-50). La 6e édition de ce concours culinaire s'est déroulée à Paris, dans les cuisines de la prestigieuse École Ferrandi, sur le thème : « Le Brunch, l'œuf lui donne du punch ! ». Les cuisiniers étaient invités à revisiter les codes du brunch en y ajoutant leur touche « à la française » à base d'œufs. Lucas a notamment séduit les jurés en se lançant dans la périlleuse réalisation d'un « œuf parfait », c'est-à-dire cuit à basse température, à 64°C. Il s'est hissé sur la première marche du podium du Trophée Œufs de France avec sa recette intitulée :

« Brunch'œuf de nos régions »



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)

**Sandra, Anaïs & C° / L'équipe ADOCOM – Service de Presse du CNPO
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