



# DOSSIER DE PRESSE

mardi 18 juin 2024



## L'ŒUF BAT DES RECORDS DE CONSOMMATION EN FRANCE ET LA FILIÈRE S'ENGAGE POUR CONTINUER À FOURNIR LE PAYS EN LANÇANT UN NOUVEAU PLAN DE FILIÈRE RESPONSABLE, VOLONTAIRE ET AMBITIEUX À 2030

L'œuf confirme sa cote auprès des consommateurs. La protéine la moins chère du marché poursuit ainsi sa croissance en magasins, exception dans un contexte de déconsommation généralisée. En 2023, les achats d'œufs des ménages ont ainsi progressé de +3 % et l'augmentation continue cette année. Sur les 4 premiers mois 2024, le rythme s'accélère même, avec une hausse de la consommation à domicile de +5,2 % par rapport à la même période l'an passé.<sup>1</sup> Face à cet enthousiasme, la filière s'est rapidement remise en ordre de marche après la déflagration de l'influenza aviaire.

En 2023, sa production a augmenté de +4 %, redonnant à la France son statut de championne d'Europe en la matière, avec près de 15 milliards d'œufs pondus sur l'année. Cependant, alors que l'ITAVI projette une production stable pour 2024, les professionnels français restent vigilants quant à leur taux d'auto-approvisionnement. Ce taux est passé sous le seuil des 100 % en 2022 et a été enregistré à 99,1 % en 2023, ouvrant la porte à un risque de déferlement d'importations à bas coûts.<sup>2</sup>

La filière a donc pris l'initiative d'une nouvelle stratégie collective, incluant chacun de ses maillons, pour assurer l'avenir de la production d'œufs sur le territoire. L'Interprofession française des œufs - CNPO - lance son deuxième plan de filière pour continuer ses avancées en réponse aux attentes des consommateurs et se fixer de nouveaux objectifs à 2030.



La filière a notamment décidé d'investir 300 millions d'euros dans la construction de 300 nouveaux poulaillers pour assurer une production à la hauteur de la demande des Français. Un objectif qui doit être accompagné de mesures fortes de la part des autorités, en particulier en faveur de la simplification administrative. Les professionnels vont également continuer leur transition vers des élevages alternatifs à la cage aménagée. Forts des 73 % de poules élevées hors cages fin 2023, bien au-delà de l'objectif des 50 % à 2022 qu'ils s'étaient fixé dans leur premier plan de filière, ils visent désormais encore plus haut : 90 % d'ici 2030. Depuis toujours pionnière et responsable, la filière française des œufs confirme ainsi ses engagements en matière de bien-être animal. La France fait également partie des deux seuls pays du monde à avoir adopté l'ovosexage. Elle exhorte désormais les futurs parlementaires à honorer les engagements pris par l'État, à savoir agir pour obtenir l'harmonisation de la réglementation au niveau européen afin d'éviter les distorsions de concurrence entre États membres.

<sup>1</sup> Source : CNPO – FranceAgrimer d'après Kantar Worldpanel

<sup>2</sup> Source : Itavi d'après CNPO – SSP - douanes

## Quatre axes stratégiques pour un plan ambitieux

Les professionnels de tous les maillons de la filière, unis au sein de l'Interprofession du CNPO, s'engagent autour de 4 axes déterminants dans leur Plan de filière 2030 : garantir la souveraineté alimentaire, répondre aux enjeux sociétaux, renforcer les liens entre tous les acteurs de la filière - depuis la nutrition animale jusqu'aux consommateurs finaux, en passant par les éleveurs et les distributeurs - favoriser l'innovation au service de l'adaptabilité des différents maillons aux enjeux d'aujourd'hui et de demain. Les objectifs fixés dans ce nouveau plan 2030 vont ainsi permettre à la filière de continuer ses avancées pour garantir la souveraineté alimentaire avec des produits de qualité, respectueux du bien-être animal et de l'environnement, tout en assurant des revenus suffisants à tous les niveaux de la filière.

## Les Œufs de France : une attente des consommateurs

L'identification de l'origine française correspond à une véritable attente des consommateurs : il s'agit d'un critère de choix des œufs important pour près de 9 Français sur 10 (89 %).<sup>3</sup> Le savoir-faire exemplaire de la France en matière d'œufs est aujourd'hui facilement identifiable grâce au logo « Œufs de France », applicable aussi bien aux œufs vendus en magasins qu'aux ovoproduits utilisés par la restauration et les entreprises agroalimentaires, qui ont la possibilité de le faire figurer sur leurs emballages. En magasin, 75 % des Français déclarent que la présence du logo « Œufs de France » influence positivement leurs achats d'œufs et 76 % leurs achats de produits élaborés, comme les biscuits, pâtes, brioches ou plats préparés.<sup>3</sup>



## Un condensé de qualités nutritionnelles accessibles

Protéine animale la moins chère du marché, l'œuf est considéré comme un produit anti-crise par plus de 7 Français sur 10 (71 %). Il faut dire qu'il a tous les atouts pour participer à l'équilibre alimentaire du plus grand nombre. 87 % des Français s'accordent même à dire que l'œuf est un aliment indispensable à l'alimentation humaine. À quelques semaines des Jeux olympiques, l'œuf se positionne même en partenaire privilégié de tous les amateurs de pratiques sportives. Dr Laurence Plumey analyse : « L'œuf est un aliment à haut potentiel nutritionnel et cela tombe bien, car la pratique sportive au niveau compétition demande une alimentation riche en aliments à haute valeur ajoutée nutritionnelle pour assurer des besoins augmentés de 20 % en moyenne. En cela, l'œuf est un aliment relativement complet, car il est riche en protéines (12g/2 œufs) et en de nombreuses vitamines du groupe B (catalyseurs d'énergie), A et E (antioxydantes) et D (fixation du calcium sur les os). Il contient également du fer (près de 2 mg/2 œufs) nécessaire à l'efficacité de l'hémoglobine assurant la livraison de l'oxygène aux muscles. (...) Mais ce qui est valable pour le sportif l'est aussi pour la personne qui pratique une activité sportive 2 à 3 fois par semaine, par plaisir et pour se sentir bien. »

<sup>3</sup> Source : Enquête CSA / CNPO - 2023

---

# SOMMAIRE

**La consommation d'œufs au sommet  
chez les ménages français ..... p.5**

**La production d'œufs de France  
reprend des couleurs en 2023 ..... p.10**

**« Œufs de France » :  
Le point de repère essentiel  
d'un savoir-faire exemplaire ..... p.13**

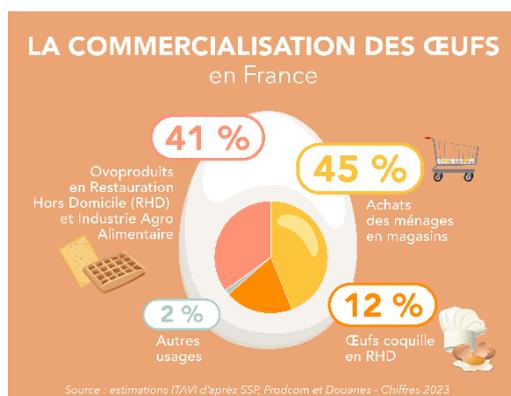
**Lancement du plan 2030 de la filière française des Œufs :  
Une filière engagée et performante pour répondre  
aux attentes des consommateurs et contribuer  
à la souveraineté alimentaire du pays ..... p.17**

**Équilibre alimentaire :  
Les j'œufs partenaires d'une forme olympique ! ..... p.26**

# LA CONSOMMATION D'ŒUFS AU SOMMET CHEZ LES MÉNAGES FRANÇAIS

## 24 œufs supplémentaires par habitant en 10 ans

En France, la consommation globale d'œufs par habitant s'est établie à 224 œufs sur l'année 2023, soit 24 de plus qu'en 2013. Un chiffre jamais atteint ces 20 dernières années.



Dans cette consommation, la part des ovoproduits s'élève à 41 %, les œufs coquilles utilisés en restauration hors domicile à 12 % et, enfin, les achats des ménages en magasin 45 %.

La consommation d'œufs totale de chaque Français est ainsi de plus de 4 œufs par semaine, que ce soit à domicile ou hors domicile, sous forme d'ovoproduit ou d'œuf coquille.

## La hausse des ventes d'œufs en magasins entraînée par le sol et le plein air

Source : ITAVI d'après Kantar Worldpanel pour FranceAgrimer

Dans un contexte de baisse de pouvoir d'achat, les œufs continuent d'être de plus en plus appréciés dans les foyers français. Produits incontournables de la cuisine, ils restent en effet la protéine animale la moins chère du marché et offrent une grande variété de possibilités culinaires, tant sucrées que salées.

En **2023** comparé à 2022, les achats des ménages ont ainsi augmenté de + 3 % en volume, tirés par la hausse des achats d'œufs de poules élevées au sol (+ 22,4 %) et de plein air (+ 13,2 % hors Label Rouge).

En **2024**, sur les quatre premiers mois de l'année, les achats d'œufs des ménages ont progressé de + 5,2 % tous modes d'élevages confondus, comparés à la même période de 2022. Les ventes sont à nouveau propulsées par les œufs issus d'élevages au sol (+ 12,3 %) et de plein air (+ 9 %).



## Le prix de vente des œufs amorce sa diminution

Source : ITAVI d'après Kantar Worldpanel pour FranceAgrimer

Les œufs ont amorcé une baisse des prix de vente aux consommateurs en magasins, à - 0,3 % sur 4 mois 2024 vs 4 mois 2023. Le prix moyen des œufs de plein air est en particulier en recul de - 1,5 % sur 4 mois. Conformément à ses engagements, la filière répercute en effet les diminutions de tarifs pratiquées par les éleveurs et les centres de conditionnement.



### 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 s'est poursuivi entre les opérateurs pour que ces pratiques se répercutent de l'amont à l'aval, comme cela a été motivé par les deux lois Egalim.



## ENQUÊTE

### L'œuf : la solution anti-crise des Français !

Source : enquête CNPO / CSA 2023

Plus de 7 Français sur 10 (71 %) considèrent l'œuf comme un produit anti-crise. Ils sont même 87 % à penser que l'œuf constitue une alternative bon marché pour consommer des protéines animales !

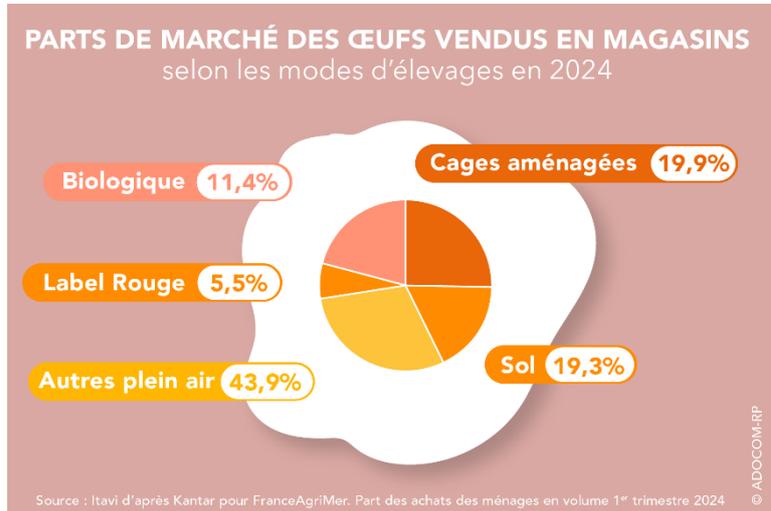


## Les œufs alternatifs en 2024 : plus de 8 œufs achetés sur 10

Source : FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

En 2023, les œufs alternatifs représentaient près de 8 œufs achetés sur 10 en magasins (78,6 %), contre 74,3 % en 2022. Sur les trois premiers mois 2024, la proportion dépasse les 80 % pour atteindre 81,1 %.

Les œufs Plein air (hors Label Rouge) arrivent en première position de cette catégorie, à 43,9 % de part de marché sur le 1er trimestre 2024 (41,4 % sur l'année 2023), suivis des œufs issus de poules élevées au sol (19,3 % sur 3 mois 2024 et 19,5 % en 2023) puis des œufs bio (11,4 % sur 3 mois 2024 ; 11,9 % en 2023) et des œufs Label Rouge (5,5 % sur 3 mois 2024 et 5,8 % en 2023).



### 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. 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.

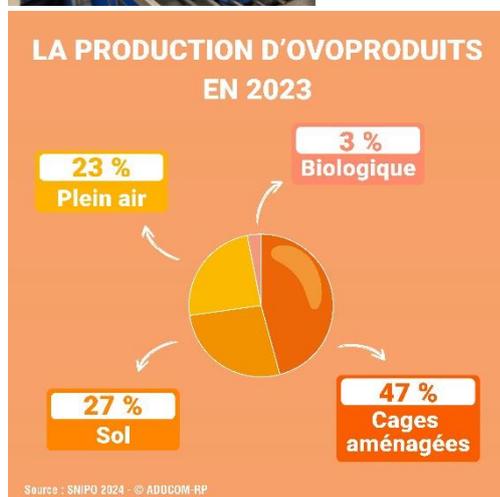
# Restauration et entreprises agroalimentaires : Plus de la moitié des ovoproduits issus de poules élevées en systèmes alternatifs

Source : enquête Syndicat National des Industriels et Professionnels de l'Œuf (SNIPO) - 2024 sur volumes 2023



Sur le marché des entreprises agroalimentaires et de la Restauration Hors Domicile, la production d'ovoproduits à partir d'œufs de poules élevées en cages aménagées est devenue minoritaire en 2022, représentant 47 % des ovoproduits.

À l'instar de 2022, les ovoproduits restent fabriqués à 53 % à partir d'œufs issus d'élevages alternatifs (47 % en 2021 ; 36 % en 2019). Ils sont majoritairement achetés par l'industrie, à 78 %, devant la restauration qui en consomme 22 %.



**En Restauration Hors Domicile**, on peut noter que la proportion des volumes issus d'élevages en cages aménagées reste majoritaire à 74 %, mais enregistre un repli de 2 pts vs 2022. Le sol progresse quant à lui de +2 pts pour s'établir à 10 % en 2023. L'utilisation des œufs Plein air par la restauration se maintient à 12 % en 2023 vs 11 % en 2022 et la part du bio reste également stable à 4 % en 2023 vs 5 % en 2022.

**Pour les fabricants de produits alimentaires élaborés avec des œufs**, les proportions des différents élevages n'enregistrent pas de mouvements significatifs. L'utilisation des ovoproduits issus de poules élevées en cages aménagées garde une longueur d'avance à 39,4 % en 2023 vs 37,7 % en 2022. Les ovoproduits issus d'élevages au sol se maintiennent à 31,3 % vs 32 % en 2022 (26 % en 2021). Les ovoproduits issus d'élevages de plein air enregistrent quant à eux un léger repli à 26,8 % en 2023 vs 28 % en 2022 et le bio se maintient à 2,4 % en 2023 vs 2,3 % en 2022.





## BON À SAVOIR :

### Les ovoproduits : des incontournables de la cuisine au service des professionnels



Pour faciliter l'utilisation des œufs, la filière les propose sous forme d'ovoproduits, c'est-à-dire dans des présentations autres que l'œuf en coquille. Ces produits sont largement utilisés par l'industrie agroalimentaire et la Restauration Hors Domicile (RHD), notamment pour des raisons de praticité, d'hygiène, de coûts. Les fabricants d'ovoproduits répondent à leurs attentes en proposant des gammes très complètes ainsi que des produits « sur-mesure ». Il existe deux grandes catégories d'ovoproduits :

- Les ovoproduits de « première transformation » sont simplement issus du cassage des œufs. On retrouve donc le blanc, le jaune et l'entier sous forme liquide, congelée ou en poudre. Ces ingrédients sont majoritairement utilisés par les entreprises agroalimentaires ;
- Les ovoproduits de « seconde transformation » sont soit des œufs cuits, des ovoproduits formulés et/ou cuisinés. Dans ce cas, ils sont utilisés directement par les cuisiniers de la restauration.

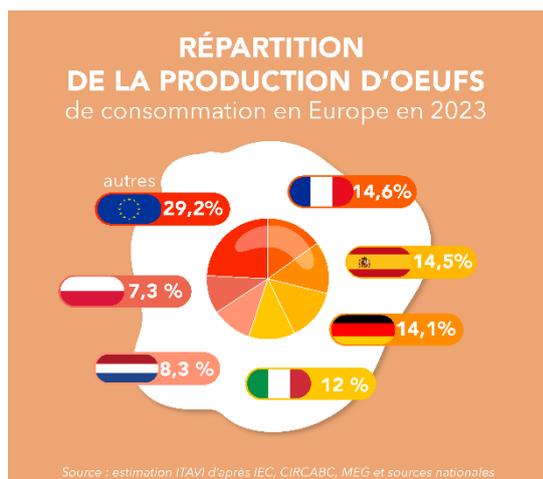
La fabrication des ovoproduits suit des processus stricts, garantissant une qualité optimale à ces produits naturels. Pour se transformer en ovoproduits, les œufs coquilles passent par différentes étapes. Ils sont cassés, clarifiés, filtrés, homogénéisés, pasteurisés et refroidis.



# LA PRODUCTION D'ŒUFS DE FRANCE REPREND DES COULEURS EN 2023

## La France regagne sa place de n°1 de la production en Europe

Source : estimations ITAVI



En 2023, la France a produit 14,9 milliards d'œufs (930 000 tonnes), une production en progression de + 4 % par rapport à 2022.

Le pays retrouve ainsi sa 1<sup>ère</sup> place des pays producteurs d'œufs de l'Union européenne, avec 14,6 % de la production de la zone. Elle est suivie de l'Espagne puis de l'Allemagne, avec qui elle était ex aequo en 2022.

## Reprise progressive de la production d'œufs en France après l'influenza aviaire

Source : ITAVI

Après une année 2022 marquée par l'influenza aviaire, ayant entraîné un fléchissement de la production française d'œufs de -8 % par rapport à 2021, soit 1,2 Mds d'œufs en moins sur le marché, l'année 2023 a vu la production repartir. Cependant, la reprise a été ralentie par la survenue de nouveaux cas d'influenza aviaire dans des élevages de poules pondeuses, jusqu'en mars.

Ainsi, la production d'œufs a augmenté de +4 % en 2023 par rapport à 2022, mais reste inférieure de -4,2 % à la production de 2021. Et, selon les projections de l'ITAVI pour 2024, la production d'œufs en France devrait rester stable en 2024 par rapport à 2023, à +0,1 %.

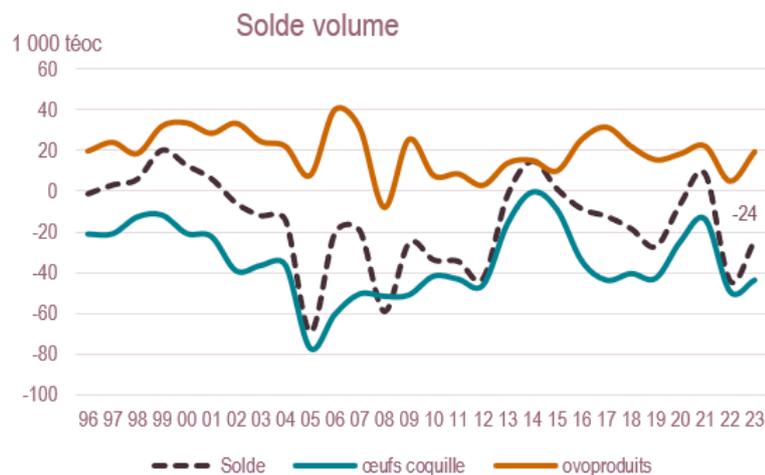


## Le solde déficitaire de la balance commerciale s'améliore et la filière regagne en auto-apvisionnement

En 2023, la reprise de la production a permis au solde de la balance commerciale des œufs de se rehausser. Il s'est établi à -24 000 tonnes et - 55 millions d'euros vs -49 000 tonnes et -91,7 millions d'euros en 2022.

Le taux d'auto-apvisionnement de la France est ainsi remonté à 99,1 % en 2023 alors qu'il avait reculé à 97 % en 2022, année marquée par un passage historique sous la barre des 100 %. D'après les projections de l'ITAVI pour 2024, ce taux d'auto-apvisionnement devrait poursuivre sa remontée pour atteindre 99,7 % en fin d'année.

### Balance commerciale de la filière française des œufs



Source : Itavi d'après Douanes



**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.

## Importations : le risque d'une arrivée massive d'œufs ukrainiens

Une production française d'œufs insuffisante constitue une porte ouverte aux importations, ne respectant ni les mêmes normes environnementales et sociales, ni la même réglementation sur le bien-être animal appliquées par les œufs en France. La France pourrait ainsi rapidement devenir la destination privilégiée d'œufs ukrainiens. Si les professionnels des Œufs de France sont solidaires des Ukrainiens, ils ne peuvent cependant pas accepter la concurrence d'œufs à bas coût, non soumis aux mêmes contraintes que leurs produits et demandent le contrôle systématique par les autorités sanitaires françaises des œufs importés à l'identique des contrôles effectués sur les œufs français.

Les œufs et ovoproduits ukrainiens arrivent en effet massivement sur le territoire de l'Union européenne. En 2023, les quantités importées par l'Union européenne ont progressé de +108 % vs 2022, pour atteindre près de 50 000 tonnes (équivalent œuf coquille - teoc) sur l'année. Selon les projections de l'ITAVI, ces importations depuis l'Ukraine pourraient encore croître de +22 % en 2024 pour atteindre 60 000 teoc.

## Élevages alternatifs : la France au-dessus de la moyenne européenne

Source : Commission européenne, CNPO

En 2016, les professionnels français des œufs se sont fixé l'objectif ambitieux d'atteindre 50 % de productions alternatives à la cage aménagée à l'horizon 2022. Un objectif qu'ils ont réussi à dépasser trois ans avant l'échéance prévue, dès 2019, avec 53 % de poules dans des systèmes alternatifs vs 36,7 % en 2017.

En 2021, les systèmes alternatifs à la cage (sol, plein air et biologiques) représentaient en 67 % des effectifs de poules en France. Ils sont passés à 73 % fin 2023, pour une moyenne de 40 % dans l'Union européenne. Désormais, près de 3 poules sur 4 sont élevées en élevages alternatifs en France.



# « ŒUFS DE FRANCE » : LE POINT DE REPÈRE ESSENTIEL D'UN SAVOIR-FAIRE EXEMPLAIRE

## « Œufs de France » : l'origine française garantie de la poule à l'œuf et de l'œuf à la poule

La présence du logo « Œufs de France » permet d'identifier les œufs **pondus en France, par des poules nées et élevées sur le territoire**. Lancé en 2018 sur les boîtes d'œufs, il concerne également les ovoproduits. Il est déployé depuis mi-2020 sur les produits alimentaires : biscuits, sauces, pâtes, plats préparés, etc.



Il réunit désormais 48 centres d'emballages et fabricants d'ovoproduits dans la démarche, soit environ 90 % de la production, ainsi que 6 distributeurs, soit la quasi-totalité des enseignes.

L'objectif est désormais de renforcer l'étiquetage de l'origine sur les produits élaborés et en Restauration Hors Domicile.



## Le logo « Œufs de France » : une garantie collective sur toute la ligne

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 : accoueurs, 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.



## ENQUÊTE

# Logo « Œufs de France » : une réponse aux attentes des Français

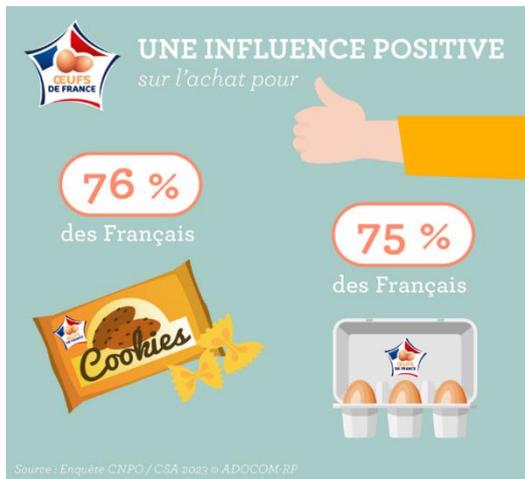
Source : enquête CNPO / CSA 2023



89 % des Français estiment que l'origine française des œufs est un critère de choix important. Pour 95 % des Français, les Œufs de France constituent ainsi un moyen de contribuer au maintien du made in France ainsi qu'à la préservation des élevages en France. 90 % estiment également qu'il s'agit d'une garantie de qualité sanitaire et 87 % d'entre eux d'un gage de qualité en général.

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

Source : enquête CNPO / CSA 2023



75 % 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 également notable pour les produits alimentaires contenant des œufs : 76 % estiment que sa présence sur les conditionnements des biscuits, pâtes, brioches, plats préparés... serait susceptible d'influencer positivement leur achat.



## 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.



## La sécurité sanitaire au centre de la démarche « Œufs de France »

Les professionnels français produisent des œufs d'une qualité sanitaire optimale. Cette maîtrise sanitaire est le fruit de règles strictes, régissant aussi bien l'alimentation des poules que les élevages ou les couvoirs.

### ➤ Sécurité sanitaire des aliments

La sécurité sanitaire des poules et des œufs commence dès la production des matières premières qui entrent dans leur alimentation. La **maîtrise de la sécurité sanitaire et de la qualité des** aliments pour les poules est également essentielle pour garantir les performances de la filière et la qualité des œufs.

Pour bénéficier du logo « Œufs de France », les poussins, poulettes et poules doivent être nourris avec des aliments provenant d'opérateurs de la nutrition animale **certifiés Oqualim** (certifie le respect des bonnes pratiques d'hygiène et des règles de traçabilité dans les usines de fabrication) ou reconnus équivalents.

À ce titre, ces opérateurs de la nutrition animale appliquent les normes d'hygiène spécifiques au secteur et les principes de l'HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point, méthode et principes de gestion de la sécurité sanitaire des aliments). Ces normes sont reprises par le Guide de Bonnes Pratiques de la Nutrition Animale (GBP NA). L'application de ces bonnes pratiques professionnelles est contrôlée par un organisme certificateur tierce partie, formé et qualifié.



### ➤ Sécurité sanitaire dans les élevages et les couvoirs

Les œufs et les ovoproduits bénéficiant du logo « Œufs de France » proviennent d'élevages adhérant à la **charte sanitaire** et de poules nées dans des couvoirs adhérant également à cette même charte sanitaire. Ce **dispositif volontaire** vise à lutter contre les salmonelles en formalisant des mesures de lutte et de gestion, intégrant notamment les obligations liées à la réglementation européenne, transposée en droit français, qui imposent la mise en place d'un plan de maîtrise assorti de mesures de gestion.



Le dispositif général de lutte, qui a largement fait ses preuves, s'appuie sur les bases suivantes :

- La déclaration obligatoire des troupeaux mis en place,
- Le dépistage généralisé des infections à *Salmonella Enteritidis*, *Salmonella Infantis*, *Salmonella Hadar*, *Salmonella Typhimurium* ou *Salmonella Virchow*, selon le type de production concerné,
- L'application de mesures de police sanitaire lors d'infections.

# LANCEMENT DU PLAN 2030 DE LA FILIÈRE FRANÇAISE DES ŒUFS :

UNE FILIÈRE ENGAGÉE ET PERFORMANTE  
POUR REpondre AUX ATTENTES DES CONSOMMATEURS  
ET CONTRIBUER À LA SOUVERAINETÉ ALIMENTAIRE DU PAYS



Responsable et volontaire, la filière des Œufs de France a toujours pris des initiatives pionnières pour répondre aux évolutions des enjeux économiques, sociétaux et environnementaux. Les professionnels des Œufs de France sont ainsi à l'origine d'avancées spectaculaires, en particulier en matière de transition des modes d'élevage et d'identification de l'origine.

Dès 2016, ils se sont volontairement lancés dans une mobilisation collective sans précédent pour élaborer leur « Contrat Sociétal d'Avenir », visant notamment 50 % de poules pondeuses en élevages alternatifs à la cage aménagée pour 2022. Un objectif ambitieux repris en 2018 dans leur plan de filière à 5 ans et dépassé dès 2019. Fin 2023, près des ¾ des poules évoluaient dans des élevages alternatifs à la cage (sol, plein air et biologiques).

Les professionnels sont également à la pointe en matière d'ovosexage. La France fait partie des deux seuls pays du monde, avec l'Allemagne, à avoir pris toutes les mesures nécessaires pour stopper l'élimination des poussins mâles de souches brunes au 1<sup>er</sup> janvier 2023.

Pour garantir l'origine française et valoriser leur savoir-faire d'excellence, les professionnels ont initié dès 2014 la démarche « Pondus en France » puis créé en 2018 le logo « Œufs de France », qui permet d'identifier les œufs pondus en France, par des poules nées et élevées sur le territoire. Lancé au départ sur les boîtes d'œufs, il est également déployé depuis mi-2020 sur les produits alimentaires : biscuits, sauces, pâtes, plats préparés, etc. Il réunit désormais la grande majorité de la production et la quasi-totalité des enseignes.

Aujourd'hui, dans un contexte de production et de consommation en mouvement, marqué par les conséquences du covid-19, de l'influenza aviaire, de la guerre en Ukraine et de l'inflation, l'Interprofession des Œufs de France a décidé d'actualiser ses engagements pour continuer ses avancées en rédigeant un nouveau plan de filière.

À la lumière des profondes évolutions des marchés, les professionnels vont donc une nouvelle fois de l'avant en se fixant collectivement de nouveaux objectifs volontaires afin d'assurer la souveraineté alimentaire du pays avec des produits de qualité, adaptés aux attentes des marchés, produits dans le respect du bien-être animal et de l'environnement et capables d'assurer un revenu suffisant à tous les niveaux de la filière. **Ce nouveau plan de filière est issu d'une concertation de tous les maillons et se fixe des objectifs à 2030 autour de 4 axes principaux :**

**Axe 1 : Une filière engagée pour assurer la souveraineté alimentaire de la France**

**Axe 2 : Une filière durable et active pour répondre aux enjeux sociétaux**

**Axe 3 : Une filière mobilisée pour renforcer les liens entre tous les acteurs : de l'amont au consommateur final**

**Axe 4 : Une filière source d'innovations au service de l'adaptabilité de ses différents maillons**

## Axe 1 : Une filière engagée pour assurer la souveraineté alimentaire

La filière se fixe pour objectif d'être autosuffisante pour répondre à la croissance de la demande du marché français (+3 % d'achats en magasins en 2023<sup>4</sup>). Elle vise ainsi la création de **300 poulaillers d'ici 2030**, représentant un investissement total de **300 millions d'euros** pour suivre le rythme de la hausse de la consommation française.

Pour atteindre cet objectif, la filière s'est fixé plusieurs axes de travail :

- **Améliorer l'acceptabilité sociétale des élevages** pour accompagner les créations, les reprises et les investissements nécessaires à la transition des modes d'élevage, en s'appuyant sur :
  - L'accompagnement des autorités pour **simplifier les démarches administratives, réduire les délais de recours et faciliter le financement** des investissements nécessaires à la transition.
  - Le soutien de l'État pour **défendre et protéger les fermes face aux attaques et intimidations** de certains détracteurs extrémistes.
  - La mise en œuvre par les Pouvoirs publics d'une **communication positive sur la filière des Œufs de France** auprès de tous les publics.
- **Renforcer l'attractivité des métiers et favoriser le renouvellement des générations**, en s'appuyant sur :
  - La **mise en avant des avantages des métiers de la filière pondeuse** auprès des jeunes générations, notamment avec des actions pédagogiques en milieu scolaire.
  - La **création d'une plaquette** d'information sur les différents métiers de la filière.
- **Maintenir les activités des couvoirs sur le territoire**, en s'appuyant sur l'instauration d'une **zone de** protection empêchant la création de nouvelles activités d'élevage à proximité **des couvoirs**, qui exercent des activités de sélection déterminantes, tant pour la production française qu'à l'export. Ces sites sensibles jouent en effet un rôle majeur pour la souveraineté alimentaire du pays et il s'agit de les protéger d'un nouvel épisode de type influenza aviaire.
- **Développer un maillage territorial** pour obtenir une meilleure répartition des différentes activités sur le territoire et **accroître la proximité géographique entre maillons** de la filière : abattoirs, usines d'aliments, centres de conditionnement, élevages, etc.

---

<sup>4</sup> Source : FranceAgrimer d'après KantarWorldpanel

- **Pérenniser les modes d'élevages sous signe de qualité**, Label Rouge ou bio : en assurant le maintien et la viabilité des fermes existantes concernées dont les activités ont été chahutées par de fortes perturbations, liées à la baisse du pouvoir d'achat et au changement de réglementation en bio.
- **Garantir l'origine française et la traçabilité** des œufs, en s'appuyant sur :
  - La poursuite de **l'extension de la démarche « Œufs de France »**, qui permet d'identifier les œufs pondus en France, par des poules nées et élevées sur le territoire. La filière va en particulier œuvrer pour accentuer la présence du logo dans le **circuit des entreprises agroalimentaires**. Il s'agit d'un moyen de lutter contre les importations puisque : pour 95 % des Français, les Œufs de France constituent un moyen de contribuer au maintien du made in France ainsi qu'à la préservation des élevages en France. 90 % estiment qu'il s'agit d'une garantie de qualité sanitaire et 87 % d'entre eux d'un gage de qualité globale.<sup>5</sup>
  - **La généralisation du marquage des œufs dès le lieu de ponte**, directement sur les élevages, afin d'étendre la traçabilité des centres de conditionnement et des fabricants d'ovoproduits aux élevages.



---

<sup>5</sup> Source : Institut CSA pour le CNPO - 2023

## Axe 2 : Une filière durable et active pour répondre aux enjeux sociétaux

- **En faveur du bien-être animal :**

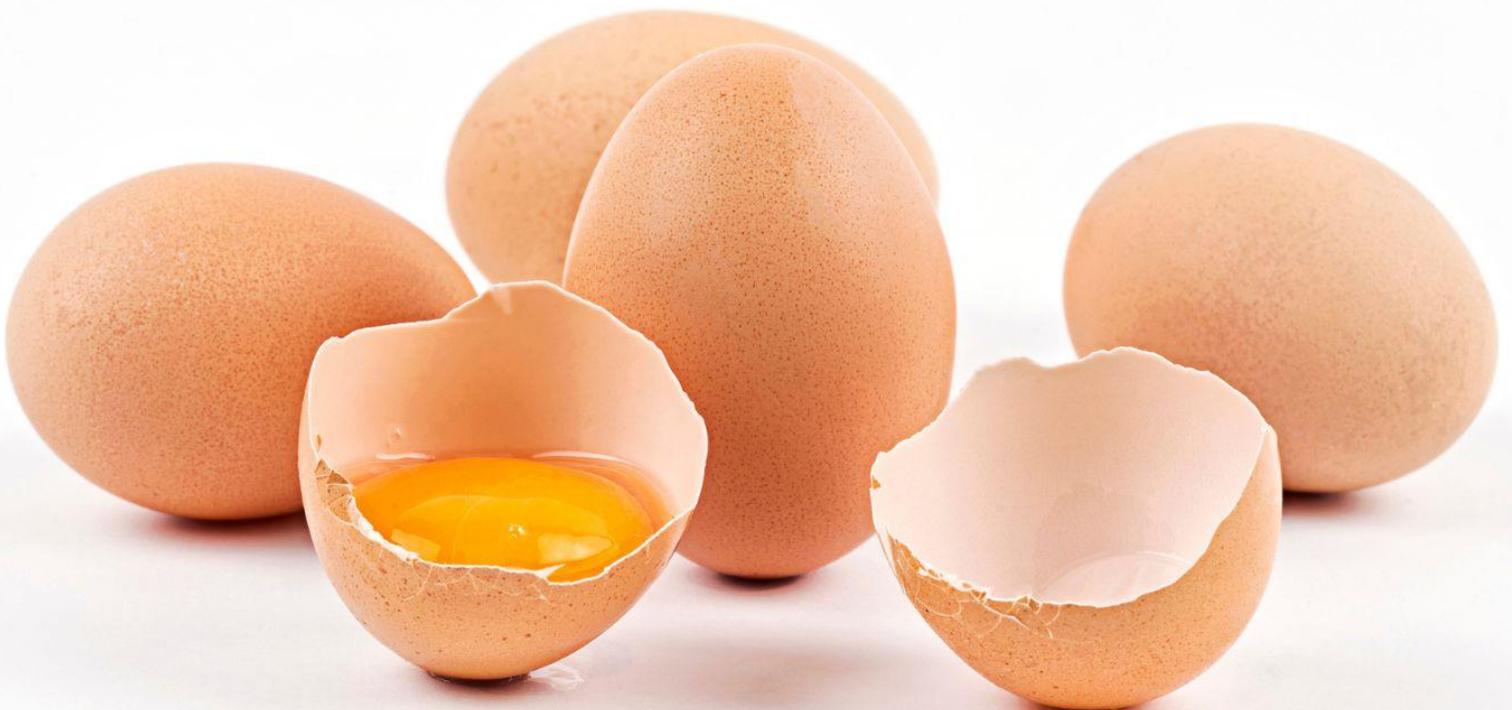
- **Élever 90% des poules pondeuses dans des systèmes alternatifs à horizon 2030** : sol, plein air et biologiques.
- **Atteindre 50% d'éleveurs de poules pondeuses utilisateurs de l'application d'autodiagnostic de bien-être animal « EBENE »**, pour évaluer leurs bonnes pratiques et identifier les leviers à actionner pour les renforcer. Aujourd'hui environ 10 % des éleveurs de poules pondeuses ont fait leur diagnostic.
- **Poursuivre l'ovosexage** par un financement collectif et **obtenir le soutien de l'État français**, conformément aux engagements du ministre de l'Agriculture et de la Souveraineté Alimentaire, pour **harmoniser la réglementation européenne**, et éviter les distorsions de concurrence avec les autres pays membres non concernés à date. En effet à ce jour, seules la France et l'Allemagne ont interdit l'élimination des poussins mâles.

- **En faveur de l'environnement :**

**Il s'agit d'améliorer le bilan carbone de l'œuf** tout au long de la chaîne, de la production à la distribution, pour chaque mode de production : cage, sol, plein air, bio. Pour rappel, l'aviculture, toutes espèces confondues ne représente que 0,6 % des émissions de gaz à effet de serre des élevages en France. Pour réduire encore l'empreinte carbone de l'œuf, la filière s'engage à :

- **développer les travaux de recherche et développement en faveur de la décarbonation notamment via l'alimentation animale et la souveraineté de ses ingrédients.** L'alimentation des poules représente en effet 73 % du bilan carbone de l'œuf, il s'agit donc pour la filière de soutenir les initiatives du secteur de la nutrition animale en faveur de plus de durabilité : décarbonation des outils de production et de transport, lutte contre la déforestation, formulation d'aliments « bas carbone », relocalisation de l'approvisionnement de certaines matières premières en France et en Europe, etc.
- **Atteindre 40 % d'éleveurs de poules ayant réalisé une première évaluation environnementale de leurs fermes à horizon 2030** avec le nouvel outil CAP2ER, disponible pour la filière des œufs depuis début 2024. Cet outil permet d'évaluer les performances environnementales de la ferme, de les situer par rapport à des références et d'agir pour progresser.

- **Développer les énergies renouvelables** : méthanisation, éolien, gazéification et désormais photovoltaïque, en priorité sur les bâtiments dans le respect du maintien de la productivité agricole. En installant des panneaux photovoltaïques sur 20 % de son parc, la filière des poules pondeuses pourrait contribuer à hauteur de 10 % à l'objectif global des 20 000 ha de parcs photovoltaïques promis par la France lors de la COP 21.
  - **Participer au maintien et à la restauration de la biodiversité** grâce à la plantation de haies et d'arbres sur les parcours des poules pondeuses de plein air.
  - **Favoriser l'économie circulaire** : recherche de nouveaux débouchés pour les œufs (diététique, nutrition sportive...) et coproduits (fientes, coquilles...) et travaux de recherche et de développement visant à améliorer leur valorisation.
- **En faveur de la sécurité sanitaire :**
    - **Respect et renforcement de la traçabilité** et des **mesures de biosécurité** en s'appuyant sur la charte sanitaire existante.
    - Demande d'un accompagnement de l'État pour **développer la prévention**, en particulier en permettant le **déploiement de la vaccination contre les salmonelles** afin de prévenir les éventuelles toxi-infections alimentaires collectives (TIAC).
    - Mise en place d'un **observatoire sur l'utilisation des** antibiotiques pour objectiver le maintien de leur faible usage.



## Axe 3 : Une filière mobilisée pour renforcer les liens entre tous les acteurs : de l'amont au consommateur final

- **Élargir la représentativité du CNPO à l'amont comme à l'aval**, en invitant de nouveaux acteurs à rejoindre l'interprofession, comme la Restauration Hors Domicile, les entreprises agroalimentaires, les organisations de producteurs, etc. Il s'agit de permettre à tous les acteurs de la filière de faire entendre leurs voix pour porter leurs enjeux et leurs problématiques dans l'intérêt général de la filière.
- **Renforcer le dialogue avec les ONG ouvertes à la discussion et les associations de consommateurs** pour mieux prendre en compte leurs attentes et mieux faire connaître les spécificités de la filière et de ses produits.
- **Valoriser les atouts de l'œuf dans l'équilibre alimentaire** : accessible aux budgets les plus serrés, l'œuf offre ses qualités nutritionnelles et ses capacités créatives au plus grand nombre. : l'œuf est la protéine animale la moins chère du marché et possède 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. » L'œuf est même particulièrement adapté aux enfants, comme la nutritionniste le précise : « 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 ».
- **Créer un indicateur de coût de production global de l'œuf par code** : réfléchir à la prise en compte des diverses charges liées à la production d'œufs, au-delà de l'aliment, afin de permettre aux opérateurs de disposer d'un indice de référence.
- **Lancer une réflexion sur l'élargissement d'Egalim au marché de la restauration hors domicile** pour un meilleur équilibre dans les relations commerciales avec les fournisseurs et assurer une rémunération équitable de tous les maillons.
- **Maintenir et encourager la contractualisation pluriannuelle** afin de favoriser les investissements en faveur de la transition des modes d'élevage

## Axe 4 : Une filière source d'innovations au service de l'adaptabilité de ses différents maillons

- **Développement et soutien des travaux de recherches pour améliorer les performances économiques et environnementales** de la filière, en développant de nouveaux débouchés valorisants pour la filière, améliorant le bilan carbone de l'œuf, en favorisant les innovations techniques pour le développement des énergies renouvelables.
- **Mise en place de travaux de recherches appliquées**, avec le renforcement du soutien de l'État, notamment via le Compte d'affectation spéciale développement agricole et rural (Casdar) pour les instituts techniques agricoles.
- **Renforcement de l'innovation pour améliorer la sélection des animaux** de la filière :
  - **Adaptabilité des souches aux enjeux de la filière**, avec la poursuite de la transition vers les élevages alternatifs, l'adaptation au changement climatique : stress thermique, variations météorologiques... ou encore la sélection de souches plus efficaces pour répondre à l'enjeu d'atténuation du changement climatique.
  - **Maintien de la diversité des souches** en assurant le maintien de la diversité des entreprises de sélection.
  - **Optimisation de la base de données en ligne des professionnels de l'aviculture « BD Avicole »**, qui recense tous les détenteurs de poules pondeuses en France, en s'appuyant sur :
    - **La création d'un observatoire de la production d'œufs en France** pour affiner la connaissance de la production grâce à une meilleure valorisation des données issues de la BD Avicole.
    - **Le développement de la BD Avicole** en la complétant de fonctionnalités supplémentaires avec l'accompagnement financier de l'État, dans l'objectif de collecter de nouvelles informations et de renforcer les capacités d'analyse des données disponibles.
    - **La généralisation des déclarations sur la BD Avicole** en incitant l'ensemble des directions départementales de la protection des populations (DDPP) à supprimer les déclarations papier.

- **Développer les connaissances sur la consommation des œufs et les échanges avec les autres pays**, en :
  - **Orientant l'ensemble des outils disponibles afin de mieux suivre les importations** avec par exemple une déclinaison d'un suivi selon les modes d'élevage.
  - **Affinant les connaissances sur les ventes d'œufs dans les différents circuits de commercialisation**, notamment auprès des professionnels de la restauration hors domicile et des entreprises agroalimentaires.



# ÉQUILIBRE ALIMENTAIRE : LES J'ŒUFS PARTENAIRES D'UNE FORME OLYMPIQUE !

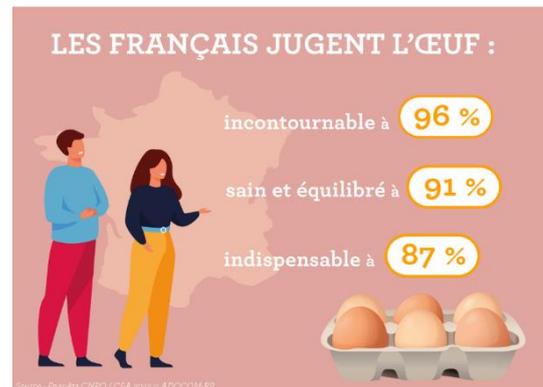


## Enquête

### Les œufs : jugés incontournables de l'alimentation !

Les œufs font partie intégrante des habitudes alimentaires des Français qui sont de plus en plus nombreux à ne pas pouvoir imaginer s'en passer. 96 % de la population considère ainsi qu'il s'agit de produits incontournables de l'alimentation.

Ils sont également 91 % à estimer que la consommation régulière d'œufs contribue à une **alimentation saine et équilibrée**. Ainsi, 87 % des Français jugent que l'œuf est un **aliment indispensable dans l'alimentation humaine**.



## Les qualités nutritionnelles des œufs largement reconnues

Les Français ont une image très positive de l'œuf, notamment parce qu'ils considèrent qu'il s'agit d'un produit naturel et bon pour la santé. 96 % des Français s'accordent ainsi à dire que l'œuf est un produit **naturel** et 97 % qu'il est **bon pour la santé** d'en consommer. Il faut dire qu'ils sont 96 % à savoir qu'il contient des **protéines de très hautes qualités** riches des **huit acides aminés essentiels**. Ils sont également 92 % à avoir conscience de sa richesse en **vitamines et oligoéléments**.



## Les œufs : alliés des sportifs de tous niveaux

L'analyse du Dr Laurence PLUMEY.

Médecin Nutritionniste – Fondatrice de la NAPSOTHERAPIE :

« L'œuf est un aliment à haut potentiel nutritionnel et cela tombe bien, car la pratique sportive au niveau compétition demande une alimentation riche en aliments à haute valeur ajoutée nutritionnelle pour assurer des besoins augmentés de 20% en moyenne. En cela, l'œuf est un aliment relativement complet, car il est riche en protéines (12g/2 œufs) et en de nombreuses **vitamines du groupe B** (catalyseurs d'énergie), **A et E** (antioxydantes) et **D**

(fixation du calcium sur les os). Il contient également du **fer** (près de 2 mg/2 œufs) nécessaire à l'efficacité de l'hémoglobine assurant la livraison de l'oxygène aux muscles.

Autrement dit, **il répond à des besoins spécifiques liés au sport, car le sportif, qu'il soit flexitarien ou végétarien ... :**

- doit augmenter ses apports de protéines pour préserver, voire développer, sa masse musculaire. L'œuf est une excellente alternative à la viande et au poisson. Il est, en effet, facile à digérer, source d'Oméga 9 et d'Oméga 3, pauvre en graisses saturées.
- doit éviter les carences sinon gare à la fatigue, aux crampes et aux contre-performances. La consommation de 2 œufs par jour lui permet de couvrir au moins 25 % de son besoin quotidien en **9 vitamines sur 13**.
- doit freiner les réactions d'oxydation inévitablement liées à la pratique intensive du sport. Pour cela, il doit augmenter sa consommation **d'antioxydants naturels**. L'œuf en contient sous forme de vitamines A et E (surtout dans le jaune) et de zinc, sélénium (jaune et blanc).

D'ailleurs les sportifs ne s'y trompent pas. Ils adorent intégrer l'œuf dans leur quotidien, souvent **pour développer leur masse musculaire**, car ils le savent riche en protéines. Ils en consomment au moins deux par jour sous forme d'omelette le matin ou intégrés à des pancakes ou des bowlcakes. Certains les consomment même dans l'heure qui suit la séance de musculation pour aider à la réparation des fibres musculaires.



Mais ce qui est valable pour le sportif l'est aussi **pour la personne qui pratique une activité sportive 2 à 3 fois par semaine**, par plaisir et pour se sentir bien. L'œuf trouve sa place dans une alimentation saine et équilibrée. Il est peu calorique (130 kcal/2 œufs), peu gras, riche en protéines, en vitamines et en fer. Il n'a donc que des qualités.

Il peut alors être consommé le matin ou aux repas principaux sous toutes ses formes - et même **tous les jours** si l'on veut. On sait maintenant que sa richesse en cholestérol n'est pas un problème pour la santé cardio-vasculaire du sujet bien portant.

Alors, pas de restriction et que du bonheur à le savourer. »



### À propos du CNPO :

Le CNPO est l'Interprofession de l'œuf représentant chacun des maillons de la filière œuf, des accouveurs à la distribution en passant par les éleveurs, il regroupe huit organisations (onze avec la distribution FCA/FCD et les Fromagers de France). Le CNPO a été reconnu par les Pouvoirs publics le 12 mars 1996.

Chargé de contribuer au développement et à la prospérité des différentes branches de la filière ponte, il a donc pour objectifs principaux d'assurer le contact entre les organisations professionnelles, de représenter les acteurs de la filière auprès des instances nationales, européennes et internationales, de réaliser des actions d'information et de communication en vue de développer le marché de l'œuf, d'entreprendre des actions techniques pour développer et améliorer la production et la transformation, de servir de cadre aux accords entre l'ensemble des partenaires.



**Retrouvez-nous sur le web  
et sur nos réseaux**

-  **lesoeufs.fr  
et oeuf-info.fr**
-  **@FansDOeufs**
-  **@Fans\_doeufs**
-  **@FansDOeufs**
-  **Interprofession CNPO**
-  **LesOeufsFr**

**ADOCOM<sup>®</sup>-RP**  
ÉCOUTER - COMPRENDRE - TRANSMETTRE

AGENCE DOGNIN COMMUNICATION

11 rue du Chemin Vert - 75011 Paris

01 48 05 19 00 • adocom@adocom.fr • www.adocom.fr

Qualification : Agence Certifiée OPQCM

