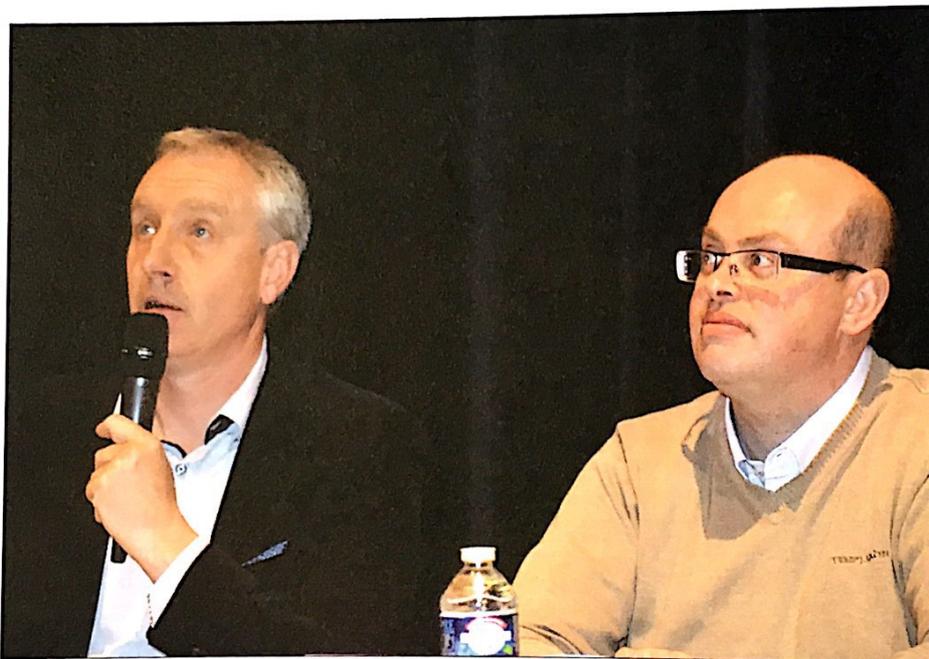


Création d'une section dédiée, évolution du conseil d'administration et du parc

Armor Œufs s'adapte au développement de l'alternatif

Les productions d'œufs alternatives sont appelées à se développer fortement au sein du groupement Armor Œufs dans les prochaines années avec des objectifs affichés pour 2022 que l'on peut qualifier d'ambitieux. Une section dédiée, et indépendante de la section standard, vient de voir le jour afin de répondre aux enjeux spécifiques des éleveurs en place et à venir ● E. Niénot

nistrateurs pour la section alternative). Thierry Coatrieux reste le directeur d'Armor Œufs, Franck Picard le président, avec à ses côtés deux vice-présidents : l'un représentant la section standard, l'autre, la section alternative. Dans le même esprit, il y aura un secrétaire (section standard) et un secrétaire adjoint (section alternative), un trésorier (section standard) et un trésorier adjoint (section alternative).



▲ Franck Picard, président d'Armor Œufs aux côtés d'Arnaud Cornillet (administrateur) : « Les deux sections – standard et alternative – vont travailler de manière autonome, chacune aura son règlement intérieur avec ses propres règles du jeu, et gèrera librement le budget alloué ».

Les lignes bougent au sein d'Armor Œufs (groupe Avril)... Le 19 avril à Grand Champ (56), a été officiellement annoncée en assemblée générale la création d'une section dédiée aux productions d'œufs alternatives. Il s'agit pour le groupement de se mettre en adéquation avec les mutations en cours dans la filière œufs et d'accompagner le nécessaire développement des ateliers de poules plein air.

Cette section coexistera aux côtés de la section standard. « Les deux sections vont travailler de manière autonome, chacune aura son règlement in-

térieur avec ses propres règles du jeu, et gèrera librement le budget alloué », a précisé Franck Picard, président d'Armor Œufs. Pour information, il existe aujourd'hui trois types de caisses de solidarité pour la section standard (sanitaire, réformes anticipées, salmonelles) tandis que pour le moment, seule une caisse sanitaire est prévue pour la section alternative.

Parallèlement, la composition du conseil d'administration du groupement va évoluer : de 7 à 11 membres jusqu'à présent, l'effectif va passer de 10 à 17 membres avec une représentation des deux sections (3 à 6 admi-

Davantage d'élevages plein air

« Suite au battage médiatique de l'association L214 et des enseignes de distribution et aussi de quelques acheteurs de la RHD, le rythme auquel bascule le marché vers l'œuf alternatif s'est accéléré. Cela va sans doute trop vite mais il faut avancer en ce sens et étudier la capacité de chaque éleveur à évoluer », a déclaré Frank Picard.

À l'échelle nationale, ce sont en effet 10 millions de poules qui doivent changer de mode de production d'ici à 2025 pour parvenir à l'objectif de 50 % de poules pondeuses hébergées en élevages alternatifs. L'investissement est estimé à 500 millions d'euros (400 millions d'euros à la charge de la filière et 100 millions d'euros qui pourraient être assumés par la distribution, la RHD et les industries agroalimentaires).

La stratégie privilégiée par le groupement est d'évoluer vers le plein air même si la possibilité d'un élevage de code 2 « amélioré » (lumière naturelle, jardin d'hiver) comme c'est la tendance dans les pays d'Europe du Nord, n'est pas complètement exclue pour certains éleveurs qui n'auraient pas de terres à disposition ou l'opportunité d'en acquérir. Néanmoins, ce scénario fait l'objet de la plus grande prudence car il ne s'agit pas de connaître à nouveau une situation d'impasse dans quelques années... « Je ne pense pas pouvoir passer de contrats sur des élevages au sol de type minimaliste car il faut pouvoir vendre les œufs sur le marché européen au cas où l'offre serait supérieure à la demande en France et il ne sera pas possible de les exporter vers les pays de l'Europe du Nord qui »

ont des normes plus avancées en termes de bien-être animal», prévient Eric Philippe, directeur général délégué du groupe Avril.

Ainsi, l'objectif fixé est de réduire l'effectif de poules en cages aménagées d'1,04 million d'ici 2019 et de 2,065 millions d'ici 2022, et dans le même temps d'augmenter l'effectif de poules plein air de 830 000 d'ici 2019 et de 1,345 million d'ici 2022. L'effectif de poules au sol doit lui légèrement progresser: +240 000 d'ici 2022. « La création d'un bâtiment plein air revient à 35 €/PP (14 à 17 €/PP en rénovation) et à 52 €/PP en bio », précise Yannick Thoraval, responsable de l'activité volailles ponte de Sanders Bretagne.

Différents cas de figure...

Un questionnaire a été réalisé auprès des éleveurs d'Armor Œufs engagés dans la production d'œufs de code 3 afin de connaître précisément leur capital encore à rembourser, et aussi leur capacité à transformer leur atelier et à réinvestir.

Quatre groupes d'éleveurs de taille quasi homogène se détachent, correspondant à un total de 4,7 millions de poules pondeuses:

- ceux qui ont moins de cinq euros/poule à rembourser d'ici 2022,
- ceux qui ont entre cinq et dix euros/poule à rembourser d'ici 2022,
- ceux qui ont entre dix et quinze euros/poule à rembourser d'ici 2022,
- ceux qui ont entre quinze et vingt euros/poule à rembourser d'ici 2022.

Pris globalement, les éleveurs ont encore 50 millions d'euros à rembourser à la banque actuellement. « Certains ont moins de 10 € par poule à rembourser et vont rapidement arriver à échéance, ils vont ainsi pouvoir réinvestir et transformer leur élevage en plein air lorsque cela est possible », explique Yannick Thoraval.

« Pour les éleveurs qui n'auraient d'autre solution que d'arrêter leur élevage, nous allons procéder à une reconduction des contrats année par année, sachant que les volumes ne vont pas s'arrêter du jour au lendemain », explique Eric Philippe. « Chaque année, le montant à rembourser baisse de 1,50 €/poule, ce qui règle une partie du problème. Nous sommes par ailleurs contributeurs au pacte sociétal. Nous allons tenir dans la durée les investissements les plus lourds mais nous avons besoin d'une aide globale », ajoute-t-il.

Ce dernier a par ailleurs présenté le plan stratégique établi pour la filière

Groupe Avril

Une transition "maîtrisée"

Sanders Bretagne et Armor Œufs croient en la capacité d'adaptation de la filière. Mais selon eux, il est important de gérer cette transition avec professionnalisme si l'on veut garantir l'approvisionnement du marché en toute sécurité.

Sanders Bretagne et Armor Œufs s'engagent clairement à faire face avec les éleveurs à cette évolution. Pour Eric Philippe, directeur général délégué du groupe Avril :

« cette évolution sera maîtrisée et faite dans



« Eric Philippe, directeur général délégué du groupe Avril : « L'évolution sera maîtrisée et faite dans le respect des engagements pris envers les consommateurs et les éleveurs ».

de nos exploitations ». Sanders Bretagne

travaille en concertation avec ses éleveurs pour rechercher des solutions individuelles permettant de :

- favoriser l'investissement par la conversion des élevages vers un mode alternatif au travers de contrats de reprise d'œufs adaptés,
- poursuivre la commercialisation des œufs standards en phase avec l'évolution du marché en garantissant la qualité sanitaire et le respect des bonnes pratiques d'élevage chez les éle-

veurs partenaires, • accompagner des arrêts d'élevage standards qui ne pourraient pas se convertir et soutenir les éleveurs en complétant les aides du contrat sociétal d'avenir.

Par ailleurs, Sanders Bretagne fait la promotion auprès des clients grands comptes de l'industrie des ovoproduits et GMS d'une production issue d'élevages en volière (code 2) garantissant des conditions de bien-être améliorées.

œuf dans les années à venir. Sur le marché de l'œuf coquille, il s'agit sans surprise d'augmenter la part des œufs al-

ternatifs à marque Matines, aujourd'hui encore très largement orientée sur le segment des œufs standards. Selon les ▶



AU SERVICE DE L'ELEVEUR ET DU BIEN-ETRE ANIMAL



Exigez la qualité LUBING !

Abreuvement



Traitement de l'eau



Brumisation



Pad Cooling



Convoyeurs à œufs



Perchoirs - Treuils - Matériels



Retrouvez toutes nos nouveautés 2017 sur notre site www.lubing.fr

Tél. (+33) 03 21 27 60 68 • Fax (+33) 03 21 26 26 70 • Contact@lubing.fr
BP9 - ZA rue de la Lys • 62840 Sailly sur la Lys



▲ Yannick Thoraval, responsable de l'activité volailles ponte de Sanders Bretagne : « Certains ont moins de 10 € par poule à rembourser et vont rapidement arriver à échéance, ils vont ainsi pouvoir réinvestir et transformer leur élevage en plein air lorsque cela est possible ».



Photothèque : Linéaires

Selon les estimations, en 2025, l'on devrait avoir dans les rayons des GMS 38,9 % d'œufs plein air, 25 % d'œufs bio, 14,8 % d'œufs standards, 10,1 % d'œufs label rouge et 10 % d'œufs au sol.

► estimations, en 2025, l'on devrait avoir dans les rayons des GMS 38,9 % d'œufs plein air, 25 % d'œufs bio, 14,8 % d'œufs standards, 10,1 % d'œufs label rouge et 10 % d'œufs au sol (beaucoup d'incertitudes concernant ce segment). Les objectifs affichés par le groupe Avril sont pour le marché de l'œuf coquille de passer à 34 % d'œufs de code 3 d'ici

2022 contre 71 % actuellement, 41 % d'œufs plein air (17 %), 18 % d'œufs bio (8 %), 4 % d'œufs au sol (4 %).

Et sur le secteur des industries agroalimentaires et de la RHD, la volonté est de parvenir d'ici 2022 à 42 % d'œufs de code 3 (88 % aujourd'hui), 5 % d'œuf au sol passage (3 %), 53 % d'œufs plein air (5 %).

Second objectif : mettre en place la certification des élevages de poules pondeuses avec un audit de l'état de propreté des installations (intérieur, extérieur), un suivi du bien-être animal, de la biosécurité, de la conduite d'élevage. Les audits devaient démarrer courant mai 2017 pour se terminer à l'automne. L'enjeu est de pouvoir

Stratégie d'Ovoteam

Ovoproduits : gagner des parts de marché à l'export

Patrick Aulard, directeur de la société Ovoteam, était présent à l'AG d'Armor Œufs, et a commenté l'évolution du marché : « Il faut désormais travailler avec les différents cahiers des charges et modes de production : sol, bio, Bleu Blanc Cœur, cage, plein air... Le métier d'industriel se complique avec l'éclatement de la demande, il faut rationaliser les choses, travailler par jour de production, organiser la production d'ovoproduits pour tous les marchés sur tous les outils industriels ».

300 000 t d'ovoproduits liquides, œufs durs, pochés ont été commercialisés cette année sachant que le marché intérieur représente 14,7 milliards d'œufs dont 40 % sont consommés sous forme d'ovoproduits. Le groupe Avril a investi 1 M€ dans une nouvelle condi-

tionneuse pour les œufs liquides parallèlement à l'augmentation de la demande. Celle-ci n'est pas liée à la cotation de l'œuf, l'engagement des clients court sur des périodes supérieures à six mois, et le prix de vente est calé sur le prix de revient et non sur les cours.

« Si la demande des industries agroalimentaires en œufs alternatifs progresse, beaucoup réfléchissent encore. Toutefois, les IAA ne savent pas gérer la multiplicité et déclarent d'ores et déjà qu'elles ne feront pas machine arrière le jour où elles basculeront vers l'œuf alternatif », rapporte-t-il.

20 % du CA à l'export d'ici 3 ans

Le groupe Avril est leader sur le secteur des ovoproduits en France mais son intention est aujourd'hui d'augmenter ses parts de marché à l'export pour attein-



▲ Patrick Aulard, directeur de la société Ovoteam : « Nous devons reconquérir le marché de l'ovoproduit poudre que l'on a perdu et nous allons agrandir le terrain de jeu vers Singapour, Taïwan, la Thaïlande... Partout, il y a du business à faire. Il faut être innovant et plus compétitif pour prendre des parts de marché ».

dre 20 % du chiffre d'affaires à l'export d'ici trois ans (multiplié par deux par rapport à aujourd'hui). « Nous devons notamment reconquérir le marché de l'ovoproduit poudre que l'on a perdu », déclare-t-il.

850 millions d'œufs sont aujourd'hui transformés, l'objectif est d'atteindre 1 milliard d'œufs. « Nous allons agrandir le terrain de jeu vers Singapour, Taïwan, la Thaïlande... Partout, il y a du business à faire. Il faut être innovant et plus compétitif pour prendre des parts de marché », encourage-t-il. Le service Recherche et Développement va ainsi être renforcé sur l'activité frais, sec et surgelé. Parmi les succès récents : la création de Time'œuf, une machine qui réchauffe et maintient en température les œufs brouillés ou les œufs coque.



En bref

L'actualité du groupement...

● Création fin 2016 d'une **commission « performances »** afin d'améliorer les performances techniques et l'accompagnement technique des éleveurs et ainsi contribuer à la réussite économique des élevages. Arrivée début janvier de **Corinne Morvan, chargée du suivi des performances et des gammes alimentaires.** « On s'est fixé un à deux ans pour y arriver. Tous les critères sont à prendre en compte, y compris l'élevage de poulettes qui est déterminant pour les performances en poules pondeuses au même titre que la prophylaxie et l'alimentation », déclare Franck Picard, président d'Armor Oeufs. Pour avancer rapidement sur

le sujet, les éleveurs sont invités à renseigner régulièrement leurs données d'élevage via l'outil Pondicalcul.

● **Evolution du parc poulettes** parallèlement à celle du parc de poules pondeuses : il faut 2 millions de poulettes en volière à l'horizon 2018, déjà 10 projets de transformation de poussinières en volière sont enregistrés. 7,9 millions de poulettes ont été mises en place en 2016.

● **Développement de l'activité reproducteurs** depuis quelques années avec 360 000 poulettes futures reproductrices dans le parc de poulettes et l'élargissement de la gamme repro, avec une équipe dédiée : Emmanuel Petitbon et Jean-

François Guinard (Sanders Bretagne).

● **Arrêt de la vaccination QX (Bronchite infectieuse) en Bretagne.** Modification des âges d'administration des vaccins pour une meilleure efficacité de la vaccination via un rappel à 15-16 semaines avec un vaccin inactivé. Passage de certains vaccins par eau de boisson à la pulvérisation pour développer une immunité locale qui est plus forte et un effet barrière renforcé (pneumovirus). Arrivée de nouveaux appareils adaptés pour réaliser une vaccination par pulvérisation en volière. Intérêts des auto-vaccins contre les colibacilles (baisse de la mortalité par deux voire davantage).

► communiquer positivement sur la filière œufs, notamment sur les réseaux sociaux, et ce quel que soit le mode de production et d'appuyer cette communication sur des éléments concrets. « On souhaite également rapprocher la marque Matines des éleveurs en les plaçant au centre de la communication », annonce Eric Philippe. Le logo « Oeufs de France », construit sur le

même modèle que celui en vigueur pour les Volailles de France, sera également apposé sur les boîtes d'œufs.

Concernant le secteur des ovoproduits, « l'enjeu est de se différencier afin d'apporter de la valeur ajoutée mais cela entraîne une segmentation complexe et exige du professionnalisme », déclare-t-il.



◀ L'objectif fixé est d'augmenter l'effectif de poules plein air de 830 000 d'ici 2019 et de 1,345 million d'ici 2022.

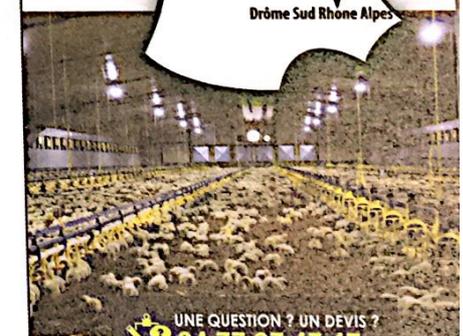


Votre projet
CLÉS EN MAINS
bâtiments - équipements - SAV 7/7



LE RESEAU D'AGENCES MEF

Bourgogne Franche Comté
Centre Auvergne
Loire Nord Rhone Alpes
Drôme Sud Rhone Alpes



UNE QUESTION ? UN DEVIS ?
04 77 27 47 47

SAV, DÉPANNAGE 7J/7
04 77 27 11 28

SITE DE VENTE EN LIGNE
D'EQUIPEMENTS

www.MEF-sarl.com