

Paris, le 28 avril 2020

Objet : Renforcement du dialogue CFA/Commerce et Distribution sur l'avenir de la segmentation de la filière « Œufs ».

Monsieur le Président,

La période que nous traversons depuis le 17 mars 2020 et le début du confinement sont compliqués pour tous les acteurs de la filière Œufs. D'un côté, nous devons relever, chaque jour, le défi d'approvisionner vos magasins et permettre aux consommateurs, vos clients, d'avoir accès à la protéine animale la moins chère. De l'autre, des acteurs majeurs du secteur industriel des ovoproduits sont en grande difficulté depuis la fermeture des débouchés de la restauration hors domicile et d'une forte réduction du marché des industries agroalimentaires. Pour autant, nous avons de quoi nous réjouir : les œufs sont encore plus incontournables qu'ils ne l'étaient avant la crise et devraient le rester durablement.

L'élargissement de l'interprofession aux fédérations de la distribution, que nous appelions de tous nos vœux depuis plusieurs années, s'avère montrer aujourd'hui concrètement sa pertinence et son intérêt. Le dialogue mis en place depuis les premiers travaux d'ouverture du CNPO en 2017 et celui, renforcé, à l'œuvre depuis le début du confinement est un véritable atout pour affronter la crise que nous traversons et pour trouver des solutions collectives. Un dialogue qui, cependant, a sans doute beaucoup manqué avant 2017 où des décisions unilatérales ont été prises par vos membres sur l'arrêt de la commercialisation des œufs de code 3, conduisant à des difficultés sur les exploitations et renforçant souvent la stigmatisation des élevages standards, encore très mal vécue par les éleveurs.

Ce sont d'ailleurs ces mêmes éleveurs qui aujourd'hui vous permettent de satisfaire en grande partie la demande croissante des consommateurs. En effet, la réorientation des œufs habituellement destinés au secteur de l'industrie, encore largement produits dans des élevages de poules en cage, a permis d'assurer les augmentations de commandes. Bien entendu, les autres types d'élevage (sol, plein air, Label Rouge, Bio) sont au rendez-vous mais ne peuvent pas, à eux seuls, répondre à l'augmentation de la demande. Au regard de ces constats, il nous paraît opportun de tirer, dès aujourd'hui et sereinement, les premiers enseignements de cette crise :

- La souveraineté de la filière en France est un atout qu'il faut à tout prix maintenir car c'est cette souveraineté qui permet de telles marges de manœuvre pour répondre aux soubresauts des marchés.
- La diversité des modes d'élevages est ce qui permet d'assurer cette souveraineté et de répondre à l'ensemble des demandes et des marchés car c'est ce qui rend notre filière compétitive et nos produits accessibles à tous : de la cage au bio, nous ne pouvons pas



nous passer de tel ou tel segment de la production pour pouvoir satisfaire les consommateurs.

- Le plan de filière acté en 2017 est renforcé par cette crise : notre objectif n°1, d'assurer l'autosuffisance du marché intérieur en répondant aux demandes des différents débouchés, est clairement le bon choix.

Vous comprendrez aussi que les évènements que nous traversons rebattent certaines cartes, notamment concernant les engagements pris par vos membres en matière d'arrêt total des œufs de code 3. Force est de constater qu'aujourd'hui les consommateurs veulent des œufs, quel que soit l'élevage dont ils proviennent. Les chiffres annoncés par certaines enseignes sont édifiants (jusqu'à + 250 % de ventes en œufs de code 3). Bien sûr, il n'est pas question pour nous d'écrire que les attentes du consommateur ont radicalement changé : le mouvement de fond vers plus d'œufs alternatifs est ancré, il n'y a pas d'ambiguïté sur ce sujet. Mais nous serions déçus de n'observer aucun changement dans vos pratiques et dans vos engagements dans les mois à venir concernant la manière dont sont traités les œufs de code 3 : jusqu'à preuve du contraire, ce sont les éleveurs qui ont permis aux consommateurs d'acheter plus d'œufs ces dernières semaines, pas les associations qui depuis des années jettent l'opprobre sur des femmes et hommes qui font bien leur métier. Le discours vis-à-vis de ces associations devra changer.

Enfin, le pouvoir d'achat des citoyens n'a semble-t-il pas ses plus beaux jours devant lui et les changements observés en matière de consommation ces dernières semaines, au regard de la crise économique qui devrait perdurer, devraient s'installer dans le temps : il nous semble primordial de pouvoir continuer de s'appuyer sur les producteurs d'œufs de code 3 pendant encore longtemps. Il serait en tout cas incompréhensible, que ces éleveurs, partie intégrante de la fameuse « deuxième ligne », soient ignorés dans les mois à venir et contraints d'arrêter leurs élevages (dans le pire des cas) ou d'investir des sommes colossales pour transformer leurs élevages. D'autant plus que le confinement a conduit à d'importants retards dans les travaux de transformation des élevages, décalant, de fait, la mise en place des futures poulettes dans des systèmes alternatifs à la cage.

Il nous semble aujourd'hui important de combler, en matière de dialogue et de stratégie, une lacune qui a pesé sur notre filière il y a quelques années. Aussi, c'est dans une logique de renforcement de ce dialogue entre nos deux maillons que nous vous proposons une rencontre dès la fin du confinement, à une date à définir.

Dans l'attente d'une réponse positive, veuillez accepter, Monsieur le Président, l'expression de nos salutations distinguées,

Le président de la CFA



Jean-Michel SCHAEFFER

Le vice-président de la CFA en charge du dossier « Œufs »



Philippe JUVEN