



MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE
ET DE L'ALIMENTATION

MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE
ET DES FINANCES

**Le Médiateur des
relations commerciales
agricoles**

78, rue de Varenne
75349 PARIS 07 SP

Paris, le 12 février 2018

Objet : Rapport sur la filière « Œufs »

Référence :

Dossier : 2017-001_SC_CNPO_Oeufs_GMS

Rédacteurs : Pierre DEBROCK – Yves TREGARO

Courriel : mediateurcontrats@agriculture.gouv.fr

A la demande du CNPO, représentant l'interprofession, le Ministre a saisi la Médiation des relations commerciales agricoles des difficultés provoquées par l'annonce au cours de l'automne 2016 des enseignes de la grande distribution de l'arrêt de la commercialisation des œufs produits par des poules en cage à échéance de 3 ans pour leur marque propre (MDD).

Ces engagements des distributeurs répondaient aux actions publiques conduites à leur encontre par les associations de défense du bien-être animal alors que plusieurs industriels utilisateurs d'œufs dans la fabrication de leurs produits ont ensuite annoncé à leur tour des engagements comparables.

La Médiation a rencontré à plusieurs reprises les parties prenantes et proposé sur la base de leurs témoignages et des données existantes plusieurs recommandations qui s'intègrent pleinement dans la démarche et la dynamique initiées par les États Généraux de l'Alimentation.

La Médiation se tient à la disposition de l'interprofession pour affiner le diagnostic et accompagner les travaux permettant de mettre en place ses recommandations dans les délais contraints que le respect des engagements de la distribution appelle.



Rappel du contexte

a) Production et marchés des œufs

En 2016, la production française d'œufs était de 14,7 milliards d'œufs susceptible de couvrir 97 % de la consommation nationale. Les échanges extérieurs sont néanmoins significatifs avec des exportations représentant 12 % de la production et des importations comptant pour 15 % de la consommation.

La production d'œufs sert 4 débouchés :

- la distribution pour les ventes aux consommateurs d'œufs coquilles pour 47 % du volume total, à hauteur de 60 % en marques distributeurs (MDD) et 40 % en marques nationales (MN),
- la restauration hors domicile (RHD) pour 9 % des volumes,
- l'industrie des ovo-produits pour 40 % des volumes,
- et l'autoconsommation pour les 4 % restant.

La production se répartit entre 4 modes différents : poules en cage, poules au sol (animaux en liberté dans un bâtiment), poules en plein-air (chaque poule disposant de 4 m² à l'extérieur) et poules bio (nécessairement en plein-air).

Le mode de production avec des poules en cage reste largement dominant en France malgré une diminution régulière de la part de ce mode de production depuis plusieurs années; il est caractérisé par le poids de la dette contractée en 2012 pour la mise aux normes du bien-être animal en application de la directive 1999/74.

Répartition de la production française selon le mode d'élevage

| En % volume total | Cage | Sol | Plein-air | Bio |
|--------------------|------------|-----------|-----------|-----------|
| - en 2006 | 81 % | 3 % | 13 % | 3 % |
| - en 2016 | 69 % | 6 % | 18 % | 7 % |
| (nombre de poules) | 32 360 692 | 2 704 202 | 8 455 900 | 3 248 976 |

(source CNPO)

Il est à noter que la production « sol » est largement utilisée en Allemagne et aux Pays-Bas, les producteurs de ces pays ayant choisi d'abandonner la production en cage (qui représente dorénavant moins de 10 % du volume total) pour celle au sol lors de la mise en conformité de leurs bâtiments avec la directive sur le bien-être animal.

Une fois passée la crise du Fipronil, ces producteurs du Nord de l'Europe disposeront d'un avantage concurrentiel par rapport aux producteurs d'œufs-cage français en ayant déjà achevé leur reconversion vers une production au sol et en ayant déjà amorti les coûts.



b) La décision des principales enseignes de distribution d'arrêter la commercialisation des œufs-cage pour les MDD annoncée à partir de la mi-2016

Soumises aux campagnes de presse et aux actions des ONG sur le bien-être animal pour les poules pondeuses, les enseignes de la grande distribution ont toutes annoncé en réponse l'arrêt à terme de la vente d'œufs produits par des poules en cage.

Année arrêt œufs-cage par enseigne

| | Aldi | Auchan | Carrefour | Casino | Cora | ITM | Leclerc | Lidl | U |
|-----|---------------|--------|-----------|--------|------|------|---------|---------------|------|
| MDD | 2025 | 2022 | 2020 | 2020 | 2020 | 2020 | 2020 | 2020 | 2020 |
| MN | pas de ventes | 2025 | 2025 | 2020 | 2025 | 2025 | 2025 | pas de ventes | ND |

Ces annonces de la distribution ont été suivies par celles de plusieurs transformateurs industriels (boulangeries, pâtisseries, biscuits, pâtes) pour leurs produits utilisant des œufs dans leur fabrication.

Le refus de commercialiser des œufs produits par des poules en cage, qui était jusqu'alors un argument commercial de quelques distributeurs (Monoprix notamment) ou transformateurs souhaitant se différencier, est ainsi en passe de devenir la norme indépendamment de toute évolution réglementaire.

Ces évolutions induisent en France une demande pour les œufs alternatifs (sol, plein-air, label rouge, bio) en croissance très rapide et exposent les producteurs d'œufs-cage à perdre à court délai leurs débouchés.

L'impact de cette évolution structurelle sur les producteurs concernés a été temporairement atténué au cours du second semestre 2017 par la crise du Fipronil : le retrait du marché d'une partie de la production d'Europe du Nord s'est en effet traduit par une augmentation de la demande et du prix des œufs français, quel que soit leur mode de production (augmentation de prix de 70 % entre septembre et novembre 2017), ie y compris les œufs produits en cage.

Pour autant, la question de la reconversion des producteurs d'œufs-cage reste incontournable et à réaliser d'ici 2025 au plus tard.

1. Conséquences pour les producteurs d'œufs-cage

La plupart des producteurs d'œufs-cage ont attendu l'échéance fixée au 1^{er} janvier 2012 par la directive européenne pour mettre leurs bâtiments aux nouvelles normes du bien-être animal.



En conséquence, les investissements importants effectués pour aménager les cages effectués ne sont que partiellement amortis (durée totale d'amortissement de 7 à 8 ans pour le réaménagement intérieur d'un bâtiment existant et de 12 à 15 ans pour la construction d'un nouveau bâtiment) et il en va de même du remboursement des emprunts contractés par les éleveurs pour financer l'essentiel de ces investissements.

Dans le même calendrier, les producteurs d'œufs-cage sont désormais appelés à convertir leurs installations de production pour adopter un mode de production au sol ou en plein-air d'ici les échéances indiquées supra.

La situation financière de ces producteurs est ainsi caractérisée par des perspectives difficiles :

- une baisse inéluctable des débouchés pour leur production,
- les réticences des banques à leur accorder de nouveaux prêts pour la conversion tant que les emprunts pour la mise aux normes de bien-être animal de 2012 n'auront pas été remboursés dans leur intégralité,
- une baisse de la production d'œufs à superficie d'exploitation constante étant donné que le nombre de poules au m² dans les modes de production sol ou plein-air est de 15 à 30 % inférieur à celui dans les sites de production en cage,
- la nécessité de disposer de terrains pour passer à la production plein-air.

Les résultats d'une étude réalisée par l'ITAVI et le CNPO au printemps 2017 permettent d'extrapoler le nombre de producteurs confrontés à une situation potentiellement difficile du fait de l'encours d'emprunts résiduels à rembourser dans les 5 ans (échéance de 2020 / 2022 pour les œufs vendus en grande distribution), et d'une absence de terres autour de leurs bâtiments actuels interdisant le passage à une production en plein-air.

Pour environ 210 producteurs d'œufs cage - dont plus de la moitié d'entre eux sont situés dans l'Ouest de la France, le passage à un mode de production en plein-air n'est pas envisageable faute de disposer de terres en superficie suffisante autour de leur exploitation actuelle.

Pour autant, ils restent redevables de remboursements significatifs pendant plusieurs années.

| | Investissements en 2012 | Montant emprunts restant à rembourser en 2017 | Nombre années restantes de remboursement |
|--|-------------------------|---|--|
| 90 producteurs ayant construit des nouveaux bâtiments | 26 € / poule | 12.5 € / poule | 8 ans |
| 120 producteurs ayant réaménagés des bâtiments existants | 11 € / poule | 7.5 € / poule | 5 ans |

(NB : En moyenne, un bâtiment de production d'œufs-cage abrite 50 000 poules (cas d'un bâtiment à un seul niveau) à 80 000 poules (bâtiment à 2 étages) - un producteur pouvant avoir plusieurs bâtiments.)



A partir des travaux de l'ITAVI et sous l'hypothèse d'un arrêt au plus tard en 2025 de la production d'œufs-cage pour les seules ventes d'œufs coquilles au consommateur par la distribution, le Médiateur a estimé ⁽¹⁾ que le besoin financier pour rembourser selon l'échéancier prévu les emprunts résiduels des producteurs pouvait atteindre 90 millions €, soit 0,3 centime par œuf pour tous les œufs coquilles commercialisés par les enseignes de la grande distribution (coût probablement légèrement surévalué au regard des informations recueillies depuis).

Sur la base de ces travaux d'étude et des simulations réalisées, la Médiation a rencontré chacun des distributeurs pour les sensibiliser aux difficultés que la filière rencontrera suite à leur arrêt programmé de la commercialisation des œufs-cage et pour envisager un soutien financier de leur part à la conversion de la production.

Le Médiateur a partagé les réponses de la distribution avec le CNPO, les principaux conditionneurs d'œufs ainsi que les industriels des ovo-produits de manière à aboutir à des solutions opérationnelles acceptables par tous.

2. Compte-rendu des éléments recueillis par la Médiation

L'intervention de la Médiation a porté sur 3 axes complémentaires :

- ▶ Sensibiliser les distributeurs aux conséquences et aux enjeux pour la filière œufs de leurs annonces d'arrêt de la commercialisation des œufs-cage en réponse aux pressions et actions des ONG sur le bien-être animal.
- ▶ Prendre en compte la diversité des modes de production des œufs appelés à remplacer les œufs-cage : la conversion intégrale de la totalité de la production cage vers une production plein-air étant financièrement et matériellement irréalisable dans le délai imparti de 3 ans, il est apparu impératif de donner une place à une production sol moins exigeante en termes de terres et moins coûteuse en investissements de reconversion des bâtiments actuels.
- ▶ Inciter les distributeurs à prendre des engagements dans la durée pour les volumes et le prix des œufs alternatifs commercialisés à leurs marques.

a) La soutenabilité d'un arrêt de la commercialisation des œufs-cage par les enseignes dans le calendrier imparti

Les distributeurs ont annoncé publiquement l'arrêt de la vente des œufs-cage en 2020 / 2022 (ou 2025 dans le cas de Aldi et Auchan) pour les ventes à leur marque (MDD) et leur volonté de s'approvisionner uniquement en œufs sol, plein-air ou bio.

¹ Le Médiateur n'a pu disposer des encours de crédit de l'ensemble des producteurs d'œufs engagés dans la mise aux normes



Le délai retenu, supérieur à trois ans dans tous les cas, apparaît principalement motivé par la volonté des enseignes d'éviter les risques juridiques de rupture brutale des relations commerciales.

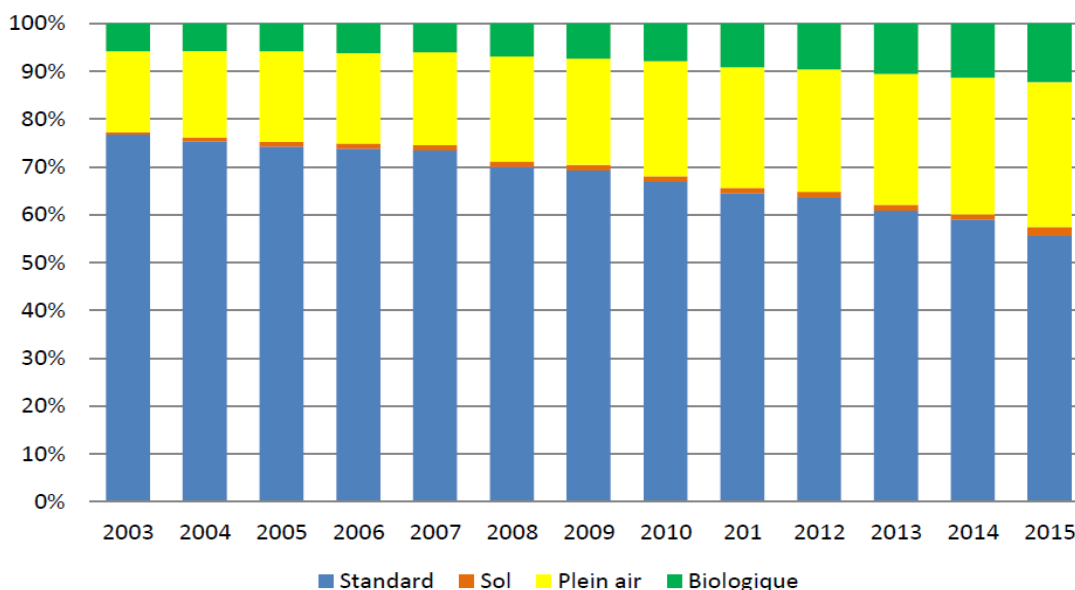
Ces prises de position sur l'évolution des modes de production n'ont ainsi été précédées d'aucun échange avec l'interprofession (CNPO) sur le sujet et les conséquences économiques des décisions de désengagement.

Les conséquences de ces annonces de la distribution sont pourtant très importantes pour la filière qui voit son mode de production dominant remis en cause et doit remplacer les volumes correspondants par une nouvelle production d'œufs plein-air pour l'essentiel ; cette double évolution devant être réalisée dans un délai imparti de 3 ans.

Les volumes d'œufs de plein-air attendus par la grande distribution seule sont particulièrement ambitieux pour respecter l'échéance de 2020 / 2022.

En 2015, les œufs-cage représentaient en effet 60 % des ventes de la grande distribution contre moins de 30 % pour les œufs plein-air.

Evolution des ventes en grande distribution par mode de production



(Source : Itavi / CNPO)



La production d'œufs-cage à convertir au mode plein-air pour les besoins de la distribution serait ainsi équivalente à 2 fois la production actuelle d'œufs de plein-air (cf. tableau ci dessous).

| 2016 | Total | - dont œufs-cage | - dont œufs plein-air |
|---|--------------------------|---------------------------------|--|
| Production totale œufs : (tous circuits confondus) | 14 milliards | 70 % soit 9,8 milliards œufs | 15 % soit 2,1 milliards œufs |
| Part œufs vendue par la distribution : | 47 % ou 6,6 milliards | 60 % soit 4 milliards œufs | environ 20 % soit 1,3 milliard œufs |

Un tel objectif n'apparaît pas réalisable économiquement et matériellement d'ici 2020, ni même en 2025, comme les distributeurs l'ont annoncé.

Ce constat pourrait conduire à d'importantes ruptures d'approvisionnement dans les rayons des enseignes et une augmentation substantielle des importations des pays voisins plus particulièrement de Belgique, des Pays-Bas, d'Allemagne, d'Espagne ou d'Italie, alors que le marché français est aujourd'hui autosuffisant. Ces pays ont en effet converti leur production dès 2012 (cas de l'Europe du Nord) ou sont soumis à une moindre pression sociétale qui leur permet d'exporter une partie significative des œufs plein-air qu'ils produisent.

Le Médiateur a ainsi contribué à ce que les distributeurs prennent conscience de la quasi-impossibilité de réaliser un transfert complet des volumes d'œufs issus de poules en cage vers une production exclusivement de plein-air.

b) Le Médiateur considère sur la base des points de vue recueillis auprès des différents intervenants de la filière que la reconversion de la production d'œufs cage ne peut reposer uniquement sur la production plein-air

Face à la demande croissante et rapide de la grande distribution en œufs alternatifs, la production d'œufs au sol représente une solution alternative à envisager pour des raisons économique, financière et sanitaire.

- La production au sol permet de réutiliser les bâtiments récents actuellement utilisés pour la production en cage avec des aménagements limités (suppression des cages, création d'ouvertures dans le bâtiment) et ne nécessite pas de disposer de terres dévolues aux poules.
- Le coût du passage de la cage vers le sol est moindre que celui vers le plein-air. L'investissement initial pour une production au sol est estimé à 15 € par poule. En comparaison pour le plein-air, l'investissement varie de 18 € par poule (avec réutilisation du bâtiment existant) à 45 € par poule (lorsqu'un nouveau bâtiment doit être construit), auxquels doit être ajouté l'achat de terres pour la vie en liberté des poules. Cette différence des budgets d'investissement a un impact direct sur le coût de production des œufs.



- Une meilleure sécurité sanitaire est assurée quand les animaux sont maintenus dans les bâtiments, notamment face au risque de grippe aviaire.

Le développement de la production d'œufs au sol et un maintien d'une production limitée d'œufs-cage peuvent ainsi être envisagés conjointement à l'accroissement de la production d'œufs plein-air pour répondre aux besoins des marchés. Une production résiduelle d'œufs-cage, probablement inférieure au tiers de la production totale, pourrait encore trouver des débouchés du fait de la persistance de certains marchés en France et, surtout, à l'exportation.

Son prix confère en effet à la production d'œufs-cage une place résiduelle incontournable pour les offres "premier prix" en grande distribution et pour les ventes à la RHD.

Parallèlement, les industriels des ovo-produits estiment que le maintien d'une production d'œufs-cage se justifie pleinement sur la base d'un besoin réduit (de l'ordre de 30 % de leurs approvisionnements à l'horizon 2025 contre 80 % aujourd'hui), en particulier pour les marchés export pays tiers où le niveau de prix proposé s'avère décisif.

Ces perspectives de développement ouvertes aux œufs sol demandent que plusieurs conditions soient réunies.

- En préalable, le passage à une production sol doit être considéré comme une solution pérenne de reconversion à part entière au côté du développement des œufs plein-air. Il s'agit d'éviter aux producteurs concernés une nouvelle reconversion dans quelques années.
- Ce préalable impose de donner à l'œuf sol sa propre place sur le marché.

Les entretiens réalisés avec la grande distribution comme avec les conditionneurs ont mis en évidence la nécessité de clarifier le produit œuf sol, en premier lieu, quant à sa définition normative. Ces acteurs se sont souvent référés au travail effectué en Allemagne au moyen d'une norme spécifique (norme KAT^[1]).

- Un effort simultané d'explication du produit au consommateur et de communication spécifique est indispensable. La vente d'œufs sol est très peu développée dans la grande distribution en France, car cette production est méconnue des responsables achats des enseignes et des consommateurs. Une communication adaptée valorisante est certainement à concevoir. Un argumentaire sera probablement à développer pour convaincre certaines ONG, actuellement réticente face à ce mode de production.

[1] Norme KAT : système de traçabilité de l'origine des œufs des formes d'élevage alternatives de l'établissement de ponte jusqu'au commerce de détail en tenant compte des aspects liés à la protection animale appliqué en Allemagne et dans les pays limitrophes.



c) La mise en place d'un soutien financier de la filière aux producteurs lourdement endettés et/ou n'ayant pas la possibilité de convertir leur exploitation

Ce soutien financier peut être envisagé de deux manières :

- comme un appui généralisé à la conversion de la production d'œufs-cage vers les modes de production alternatifs,
- ou comme une aide au départ limitée aux producteurs sans perspective de conversion mentionnée au point (1) supra.

Le montant à financer est très différent selon le choix de la cible.

La question du dispositif à mettre en place pour collecter ce montant est simultanément posée. Le CNPO préconise la solution d'un fonds interprofessionnel financé par une contribution assise sur les œufs commercialisés en France.

La quasi-totalité des distributeurs, au centre d'un tel dispositif qu'ils financent le fonds directement par un montant additionnel perçu sur les ventes au consommateur ou indirectement en augmentant le prix d'achat des œufs payés à leurs fournisseurs, ont écarté cette solution.

Les enseignes ont donné plusieurs raisons à l'appui de leur refus de s'engager dans cette voie :

- En premier lieu, elle ont unanimement souligné le risque juridique de cette solution en arguant du précédent des « tables rondes » réunies par le Ministre en 2014-15 pour répondre aux crises affectant le lait et la viande, qui ont valu aux distributeurs une enquête de la Commission européenne pour pratiques anticoncurrentielles².
- La condition préalable posée d'une participation de la totalité des acteurs de la filière œufs (GMS / grossistes / RHD / industrie) leur semble impossible à satisfaire en pratique.
- Les difficultés techniques et juridiques de gestion d'un fonds interprofessionnel leur sont apparues nombreuses et insurmontables à des coûts acceptables : la structure juridique adaptée pour recueillir les fonds, l'assiette de collecte et le montant de la contribution, l'estimation du nombre de bénéficiaires, le niveau du soutien financier, les critères d'attribution des aides ...
- La distribution estime que le fonctionnement normal du marché doit assurer la conversion des exploitations, la forte hausse de la demande pour des œufs plein-air entraînant une augmentation des prix, permettant de financer en retour le développement de la production.
- Elle considère que le dispositif du fonds pénaliserait les producteurs ayant choisi d'abandonner le mode de production en cage dès l'entrée en vigueur de la directive sur le bien-être animal.

² En pratique, le risque porte plus sur le soutien à la conversion que sur le soutien aux producteurs ne pouvant se convertir.



- Enfin la distribution a soutenu qu'il resterait, après réalisation de ses engagements, des débouchés suffisants pour les producteurs d'œufs-cage ne pouvant pas se reconverter, *a fortiori* si ceux qui le peuvent se reconvertissent effectivement.

En résumé, les distributeurs considèrent qu'ils n'ont pas à financer les conditions de sorties des producteurs ne pouvant se convertir à la production d'œufs alternatifs et le soutien à l'adaptation de la production doit procéder d'une hausse du prix de marché des œufs alternatifs et relève donc des relations commerciales bilatérales avec chacun de leur fournisseur d'œufs.

d) Le soutien du marché à la conversion nécessite des relations bilatérales équilibrées et durables entre chaque enseigne et ses fournisseurs d'œufs

L'action de la Médiation pour sensibiliser les distributeurs au caractère irréaliste d'un passage intégral à une fourniture en œufs plein-air d'ici 2020-2025 leur a fait prendre conscience de la nécessité de sécuriser leur approvisionnement en œufs au cours de la période.

Dans ce contexte, l'ensemble des enseignes ont engagé des négociations avec leurs fournisseurs d'œufs et sont prêtes à conclure des contrats de 3 ans (voire plus) avec leurs fournisseurs pour obtenir une garantie de volume.

La question d'un engagement concomitant sur un prix d'achat ou des règles s'imposant pour sa fixation et son évolution reste en revanche ouverte.

Sur ce sujet, le Médiateur recommande d'inclure dans les contrats à moyen terme un dispositif équilibré et effectif de révision du prix d'achat initial convenu entre un distributeur et son fournisseur, en prenant en compte l'évolution du coût de l'aliment pour les poules.

Le tableau ci-dessous donne les principes ou les engagements annoncés ou retenus à fin 2017 par les enseignes les plus avancées dans les négociations avec leurs fournisseurs d'œufs MDD.

| Œufs MDD : | Carrefour | Leclerc | Intermarché | Système U |
|-----------------------|----------------|-------------------------|-------------------------|-----------------------------------|
| - contrat pluriannuel | au moins 3 ans | oui | oui | 3 ans |
| - engagement volume | oui | oui | oui | oui |
| - engagement prix | oui | indexation sur aliments | indexation sur aliments | aide financière à la reconversion |
| - offre œufs sol | à l'étude | oui | oui | non |



Le dispositif en cours de mise en place par Système U apparaît le plus élaboré à ce jour.

Celui-ci consiste en un programme pluriannuel 2017-2020 engageant les 2 parties pour un passage aux œufs de plein-air de la totalité des œufs MDD commercialisés par système U, qui se caractérise par un cahier des charges qualité et une aide financière spécifique (0,1 centime / œuf) versée au fournisseur en sus du prix d'achat pour aider à la reconversion des élevages de la cage vers le plein-air.

e) L'absence de fonds fait peser sur les conditionneurs l'organisation de la conversion entre les différents producteurs d'œufs

Les évolutions du prix d'achat des œufs confèrent un rôle central aux conditionneurs d'œufs : les contrats conclus à leur aval avec les enseignes pour une durée de 3 ans voire 5 ans doivent leur permettre de traiter la situation des producteurs engagés à leur amont sur des investissements à 10 ans avec les amortissements et les remboursements d'emprunts en découlant.

Dans ce contexte, les conditionneurs doivent être amenés à apporter des garanties aux producteurs d'œufs en établissant des contrats à 5 ans ou plus et à les accompagner financièrement ou en se portant caution. De manière générale, les conditionneurs jouent un rôle déterminant pour organiser l'évolution de l'offre d'œufs française et la fluidité du marché national. Ils ont également un rôle essentiel à jouer dans la mise en place de capacité suffisante dans les élevages de démarrage des poules pondeuses par mode de production (poussinière).

Les conditionneurs doivent répercuter dans les contrats passés avec les producteurs les conditions tarifaires améliorées que les distributeurs leur auront accordées pour s'assurer un approvisionnement régulier et en quantité suffisante. Le maintien d'une filière française œuf solide et dynamique est en effet conditionné au transfert financier de la valeur créée vers les producteurs, qui sont aussi les principaux investisseurs de la filière.



3. Recommandations du Médiateur

- ▶ **Assurer une meilleure connaissance de l'équilibre offre-demande pour les différents modes de production et circuits de commercialisation d'ici 2025**

Le passage exclusif à la production de plein-air (au côté du bio) n'est pas réaliste dans le délai de 3 à 5 ans envisagé et ne répond pas aux différents besoins du marché.

La production d'œufs au sol constitue une alternative crédible pour les producteurs comme pour les enseignes de la grande distribution ; elle est d'ailleurs largement utilisée en Europe du Nord.

Dans ce but, une définition précise de ce mode de production, ainsi qu'une démarche de communication auprès des consommateurs pour faire connaître le produit et mieux le valoriser sont nécessaires.

La production d'œufs-cage peut toujours trouver des débouchés résiduels sur les marchés dominés par le prix, comme les exportations pays tiers et probablement les œufs « premier prix » en France.

- ▶ **Constituer une interprofession longue**

L'évolution des marchés et des modes de production justifie une interprofession élargie à l'ensemble des acteurs de la filière.

L'interprofession actuelle représentée par le CNPO doit accueillir à court terme la distribution comme membre à part entière, avec la participation de la Fédération du commerce de détail (FCD) et la Fédération du commerce associé (FCA, représentant les distributeurs indépendants).

Lors des entretiens de la Médiation avec les enseignes de la grande distribution comme avec les conditionneurs, la participation du commerce à l'interprofession a fait consensus.

L'interprofession est en effet le cadre le plus adapté pour mener les travaux d'intérêt collectif à l'ensemble de la filière sur une meilleure connaissance des évolutions futures du marché, les perspectives de débouchés pour les différents modes de production des œufs et, plus généralement, l'équilibre entre l'offre et la demande en France et la répartition de la valeur créée entre chaque maillon de la filière.

- ▶ **Développer la contractualisation entre les acteurs**

Le Médiateur est convaincu que la contractualisation constitue un moyen et un atout indispensables dans le contexte économique actuel de profonde réorganisation des modes de production pour les œufs.

La demande des distributeurs de pouvoir sécuriser leur approvisionnement en œufs sur la période 2017 à 2020, voire pour les années ultérieures, représente une opportunité pour la mise en place d'une contractualisation entre les conditionneurs et leurs clients



(distributeurs comme transformateurs) d'une part et entre les conditionneurs et les producteurs qui les fournissent d'autre part.

Un contrat à moyen terme constitue le meilleur moyen pour répondre à la forte volatilité des coûts et des prix constatée dans la filière au cours des années récentes, que ce soit pour l'alimentation animale ou pour les œufs avec la crise provoquée par la contamination au Fipronil, et pour prendre en compte de manière effective le besoin d'investissements importants au stade de la production pour reconvertir des poulaillers et développer l'offre en œufs sol, plein-air ou bio.

- ▶ **Appliquer également la contractualisation aux industriels des ovoproduits**

Le Médiateur reste à la disposition des acteurs de la filière pour leur apporter son aide en cas de litige pour la conclusion ou l'exécution des contrats entre distributeur et conditionneur d'une part, et entre conditionneur et producteur d'autre part.



Liste des personnes rencontrées

Interprofession filière œuf

- CNPO
 - Philippe Juven
 - Maxime Chaumet
 - Francis Damay
 - Franck Picard
 - Eric Philippe

Institut technique

- ITAVI
 - Romaric Chenut

Restauration hors foyer

- SNRC
 - Dominique Benezet
- Resto Co
 - Eric Lepecheur
 - Claude Agard

Grande distribution

- FCD
 - Jacques Creyssel
 - Hugues Beyler
- Auchan
 - Frantz Geretzhuber
 - Olivier Pageau
- Carrefour
 - Serge Larmagna
 - Tony Védie
 - Eric Adam
- Casino
 - Philippe Imbert
- Intermarché
 - Florent Hillou
 - Alain Sasset
 - Nicolas Pinchaud
- E. Leclerc
 - Louis Alauzet
- Lidl
 - Jean-Christophe Monnez
 - Thomas Braun
 - François Bluet
- Provera
 - Gérard Pachoud
- Systeme U
 - Lionel Barbaras
 - Eric Teillet

Conditionneurs

- SNIPO
 - Valentine Gueneau
 - Elsa Durand
- Geslin
 - Benoît Geslin
- ODNV/Ferme des prés
 - Philippe Domet
 - Ludovic Duriez
- Liot
 - Loïc Coulombel
- CDPO
 - Jean-Marc Philippe
 - Anne-Sophie Philippe
- Igreca
 - Ludovic Justeau

