

Franche-Comté

Le Comtois Coquy vise à produire « le meilleur œuf du monde »

Avec son nouveau centre de conditionnement, inauguré mardi à Flagey (Doubs), où l'entreprise familiale est née en 1956, le producteur d'œuf 100 % régional compte exceller dans la qualité et la quantité en passant de 65 à 100 millions d'œufs extra-frais par an.

« Nous recevons ici sur palettes les œufs de nos poulaillers et de nos éleveurs », indique Jérôme Sage, directeur du nouveau centre de Coquy. « Chaque œuf est sorti de son alvéole et posé sur le tapis afin de passer au contrôle qualité pour vérifier qu'il est bien propre, qu'il n'est pas fêlé et même, nouveauté, qu'il ne contient pas de sang à l'intérieur. Au moindre défaut détecté, ce qui arrive dans 5 % des cas environ, il est expulsé pour partir en casserole, afin d'être valorisé, en biscuiterie notamment. Et s'il passe le contrôle, il est ensuite pesé afin de déterminer s'il s'agit d'un très gros, d'un gros, d'un moyen ou d'un petit et il est envoyé dans la ligne de mise en boîte correspondante. Nous avons quatorze lignes qui tournent en permanence. Soit une cadence de 80 000 œufs par heure. »

Des explications picorées au



Les 14 nouvelles lignes de production permettent de mettre en boîte 80 000 œufs par heure. Photo Ludovic Laude

fil des visites guidées assurées par les salariés de Coquy à l'occasion de l'inauguration du nouveau centre de conditionnement construit à Flagey, dans le Doubs, où la marque a été créée voilà 57 ans.

« Un produit d'extra-fraîcheur et d'extra-qualité »

S'étendant sur 3 600 m² en face de l'ancien site qui n'en comptait que 2400, les nou-

veaux locaux, qui représentent un investissement de 5 M€, devraient permettre dans les prochaines années de passer de 65 à 100 millions d'œufs par an.

« Plus encore qu'hier, nos œufs qui sortent sont nickels », appuie le directeur général, David Milhau, tandis que la directrice d'exploitation, Corinne Girard, s'apprête à conduire un nouveau groupe de visiteurs.

« 100 millions, cela paraît colossal, mais bien que nous

soyons le 1er acteur régional, nous sommes un petit acteur à l'échelon national. Ailleurs, ce sont des milliards à l'année. Mais notre ADN est d'être un acteur local, avec une filière courte, et nous cherchons avant tout un produit d'extra-fraîcheur et d'extra-qualité. »

La « preuve par l'œuf » du modèle Coquy est connue. Celle d'un œuf 100 % régional, des céréales pour nourrir les poulettes au calcaire qui leur permet

de créer leurs coquilles, les 9 éleveurs avec lesquels travaille Coquy étant situés dans un rayon de 50 km, sauf deux un tantinet excentrés, à 100 km au plus : l'un dans le Territoire de Belfort, l'autre en Côte-d'Or. Sans compter les clients (250 distributeurs environ), tous en Bourgogne Franche-Comté.

« Nourrir et se nourrir du tissu local »

« Et nos soixante salariés, dont une dizaine ont été embauchés en 2022, vivent à moins de 15 minutes d'ici », souligne le directeur général. « Et dans la mesure du possible, nous faisons appel à des prestataires locaux, que ce soit pour la fabrication de nos meubles, le marquage de nos véhicules, etc. Notre volonté est vraiment de nourrir et de se nourrir du tissu local. »

Plus précis, le nouvel outil dont s'est doté Coquy vise donc à augmenter le niveau de qualité de ses œufs en pouvant mieux les analyser et mieux les sélectionner, afin de proposer, dans ses boîtes, les meilleurs produits possibles. David Milhau ne s'en cache pas : « Nous cherchons à faire le meilleur œuf du monde, tout en vendant localement. C'est le comble du chauvinisme ! »

● Textes Pierre Laurent

« Nos coopératives actionnaires nous permettent de maîtriser nos prix »

Questions à ► David Milhau, directeur général de Coquy

Après la crise de la grippe aviaire de l'hiver dernier, quelle est la conjoncture économique ?

« Nous avons bien travaillé et nous sommes passés de 10 à 12 M€ de chiffre d'affaires. Après, nous sommes dans un renversement de tendance où les distributeurs, aidés par le gouvernement, sont en train de nous demander de faire des efforts pour limiter l'inflation auprès des consommateurs. Nous avons joué le jeu en revoyant nos tarifs sur la 2e partie de l'année. Encore faut-il que nos clients de la grande distribution jouent aussi le jeu. Car s'ils ne répercutent pas la baisse dans le prix de vente au consommateur, ils auront crié au loup pour s'enrichir. Nous serons vigilants. Sachant que lorsque nous proposons des prix d'achat, nous proposons aussi des prix de vente conseillés. De façon à ce que l'œuf, qui est la protéine animale la moins chère, reste accessible pour le consommateur de Bourgogne Franche-Comté. »

Dans quelle mesure êtes-vous touchés par la hausse



des coûts de l'énergie, des matières premières, des transports et des emballages ?

« Nos coopératives actionnaires (N.D.L.R. Terre comtoise, majoritaire, Dijon céréales et Bourgogne sud), qui fournissent nos élevages en céréales pour nourrir nos poules, nous permettent de maîtriser nos prix. D'autant que l'aliment est ce qui fait la qualité de l'œuf. Nous subissons bien sûr les inflations, mais cette maîtrise de notre filière nous permet de valoriser nos salaires et de proposer une meilleure rémunération à nos éleveurs, tout en assurant une certaine linéarité de nos prix à nos clients. »

Les grandes surfaces, qui sont vos clients, jouent-elles le jeu ?

« Les enseignes implantées dans un environnement local, avec des consommateurs locaux, respectent ces enjeux. Mais encore une fois, il faut être vigilant. Car la grande distribution sait très bien communiquer et les industriels très mal. Ceci étant, notre avantage, en tant qu'acteur local, est de ne pas être entièrement corrélé aux fameuses négociations annuelles. Nous rencontrons nos clients tout au long de l'année pour réajuster à la hausse ou à la baisse en fonction du contexte. Nous avons une telle proximité avec nos quelque 250 clients que ce dialogue est quasi permanent. »

Et au fait, qui de la poule ou de l'œuf ?

« L'œuf évidemment ! »

A quand un élevage de poulettes ?

Les poules qui pondent les œufs Coquy sont délassées au bout de 60 à 80 semaines de vie, sachant qu'elles ont commencé à produire des œufs commercialisables à partir de 18 semaines. Soit 40 semaines environ de ponte dans le secteur qualité extra. « Car plus la poule vieillit, plus elle produit de gros œufs, mais plus le blanc - l'élément le plus protéinique - est dilué et l'apport nutritionnel faible. De plus, le poids de la coquille restant le même, plus celle-ci est fragilisée », précise David Milhau.

Le projet de Coquy d'avoir son propre élevage de poulettes (les actuelles provenant d'Alsace) ? « C'est toujours en cours, mais cela est conditionné par la grippe aviaire. S'il s'avère qu'il y a un risque, nous décalons ce projet. Mais nous irons. Car un bon œuf, c'est un bon aliment et une bonne poule. Avoir encore de meilleures poules nous permettra d'avoir un œuf encore meilleur ! »

La grippe aviaire justement ? « Elle s'est arrêtée, mais va repartir à l'automne. La différence est que cette année, les pouvoirs publics prévoient de vacciner les élevages de canard, volaille qui se contaminent le plus facilement. Sachant que les plus touchés sont les nationaux, qui font beaucoup d'échanges. Alors qu'avec notre modèle très local, nous prenons le minimum de risques, ce qui contribue à la sécurité alimentaire. »



Chaque poule produit des œufs de qualité extra pendant 40 semaines environ. Photo Ludovic Laude