



FÊTES DE FIN D'ANNÉE : LA FILIÈRE FOIE GRAS MOBILISÉE POUR OFFRIR UNE BULLE FESTIVE AUX FRANÇAIS !

Après une année 2020 chaotique, les Français sont nombreux à attendre les fêtes de fin d'année avec impatience. Ils peuvent compter sur la mobilisation des professionnels du Foie Gras pour leur offrir une pause festive et gourmande bien méritée, que ce soit en tablées restreintes ou même en visio ! Quelle que soit la situation, le Foie Gras est là pour offrir des moments exceptionnels à chaque fois, tout comme ses compagnons Magret et Confit ! Les Français restent en effet de fervents amateurs de Foie Gras, puisqu'ils sont 92 % à déclarer en consommer¹, et sont très attachés au Magret, qui fait partie des 10 plats qui leur ont le plus manqué durant le confinement² !

Il faut dire que les produits de la filière Foie Gras ont tous les atouts pour répondre à leurs attentes, notamment en matière d'authenticité et d'origine française ! Pour ces fêtes de fin d'année, la filière mise sur son trio gourmand - Foie Gras, Magret et Confit - aussi bien en magasins qu'en restauration. Les consommateurs peuvent compter sur ces délicieux produits pour se faire plaisir et garder le moral dans ce contexte incertain !

Les professionnels de la filière, réunis au sein de l'Interprofession CIFOG, ont prévu de nombreuses actions inédites pour inscrire ces emblèmes du patrimoine gastronomique français au cœur de l'actualité culinaire de cette fin d'année. Télé, radio, magasins, restaurants, vidéo, web, ... le CIFOG est sur tous les fronts avec son nouvel ambassadeur de choc, l'audacieux Chef Adrien Cachot, pour mieux faire connaître ses trois produits phares - Foie Gras, Magret et Confit - à toutes les générations !

Et, en cohérence avec les attentes liées à la souveraineté alimentaire du pays, l'Interprofession poursuit également le déploiement de son logo collectif pour identifier l'origine française de ses produits. Elle développe des initiatives pour mieux faire connaître son savoir-faire historique et partager la passion des femmes et des hommes qui travaillent chaque jour à fournir les meilleurs produits aux consommateurs. Après le succès des premières Portes Ouvertes organisées durant les Journées du Patrimoine, le CIFOG lance en particulier, dès ce 14 octobre, son nouveau film pour découvrir l'enthousiasme des professionnels et les coulisses de la filière depuis chez soi.



¹ Enquête CSA / CIFOG de novembre 2019

² Sondage Ifop réalisé les 28 et 29 avril 2020 pour Uber Eat et le Fooding.

Des nouveautés adaptées aux attentes des Français dans une situation inédite

Dans un contexte de fêtes de fin d'année inédit, les entreprises du Foie Gras lancent de nombreuses nouveautés pour répondre aux attentes des Français qui vont avoir envie de faire la fête, même en petit comité, voire à distance ! Les marques ont donc prévu de lancer des mini-formats adaptés aux petites tablées. De plus, dans une situation troublée, les consommateurs attendent également d'être rassurés avec des produits authentiques. Les marques affichent les producteurs sur leurs emballages, remettent d'anciens boccas au goût du jour, valorisent leurs liens aux terroirs ... Les entreprises entendent également les nouvelles attentes sociétales et renforcent leurs démarches responsables en réduisant la liste de leurs ingrédients et en proposant des emballages écoconçus ou réutilisables. Enfin, parce que le Foie Gras est une valeur sûre, les marques ont décidé cette année de miser sur de nouvelles recettes faites d'ingrédients traditionnels, condiments ou alcools.



Télévision, radio, web et magasins : une présence soutenue



Pour la première fois, l'Interprofession du Foie Gras lance une grande **campagne radio dédiée au Confit**. Ce spot inédit est diffusé sur les mois d'octobre et novembre sur France Bleu, France Inter, RTL, Sud Radio et RMC. Avec le slogan « Le confit de canard, le bonheur pénard », c'est sous un angle humoristique que la campagne propose aux Français de se réapproprier ce produit dans leur quotidien. Les jeunes amateurs de cuisine auront quant à eux pour la première fois l'occasion de découvrir de multiples façons de préparer les produits de la filière sur **DemotivateurFood**. Foie Gras, Magret et Confit seront également très présents dans les médias classiques. Des idées de consommation pour les trois produits sont diffusées dans les émissions culinaires **Petits Plats en Équilibre** sur TF1 et **Objectif Top Chef** sur M6. De plus, le Foie Gras revient avec son **spot publicitaire sur les grandes chaînes** historiques : on le retrouvera notamment sur : TF1, France2, France3 et France5.

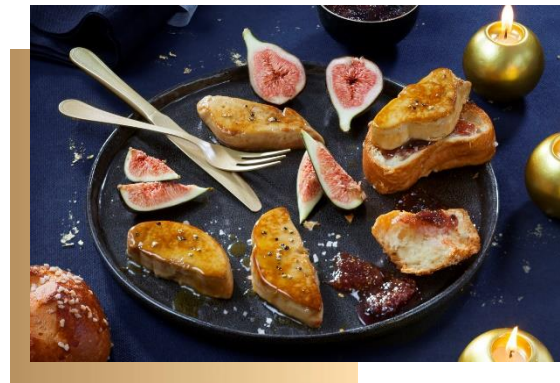
Le spot sera également visible en replay sur 6play, MyTF1 et France.tv. En tout, plus de 255 millions de contacts seront générés : du 23 novembre au 19 décembre.

Par ailleurs, la filière lance sa première grande opération collective en magasin : « **Le Comptoir du Canard, Foie Gras, Magret, Confit** ». 1 700 points de vente se sont

déjà engagés à mettre en avant les produits de la filière en amont de la saison festive, en octobre et novembre ! Cette opération est largement relayée sur le web : comptoirducanard.fr, qui propose de nombreuses idées recettes et informations sur la filière.

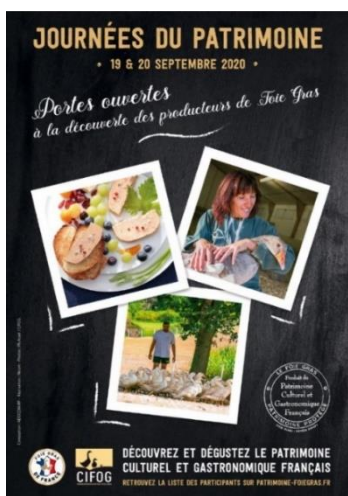
La filière Foie Gras aux côtés des restaurateurs

Foie Gras et restaurants sont étroitement liés : 89 % des Français s'accordent même à dire qu'il doit être proposé à la carte des Chefs en fin d'année³. Alors que les restaurateurs vivent une situation très particulière cette année, la filière Foie Gras affirme sa place à leurs côtés. Dans les restaurants, les amateurs de gastronomie vont ainsi pouvoir se retrouver la 1^{re} semaine de décembre autour de menus spéciaux concoctés par les Chefs participant à la 3^e semaine du Foie Gras : semaine-du-foie-gras.fr. Foie Gras, Magret et Confit inspirent également les futurs cuisiniers de toute la France, venus exprimer leurs talents dans le cadre du 16^e **Challenge Foie Gras des Jeunes Créateurs Culinaires**. La finale est organisée à Paris ce 14 octobre sur le thème « Magret, Confit, Foie Gras, Faites-en tout un plat ! » dans les cuisines de l'École Ferrandi et les récompenses sont remises au prestigieux Pavillon Vendôme.



Transparence et proximité : des initiatives pour mieux faire connaître la filière aux consommateurs

De plus en plus demandeurs de produits de tradition, les Français ont également envie de savoir d'où ils viennent. C'est pourquoi, dans une démarche de transparence, de pédagogie et de proximité, la filière a lancé de nombreuses initiatives cette année. Après le succès remporté par les premières Portes Ouvertes organisées durant les Journées du Patrimoine,



la filière lance ce 14 octobre un film inédit sur tous ces passionnés qui font chaque jour le Foie Gras, le Magret et le Confit. Ce film de 10 mn est mis à la disposition du public sur tous les réseaux sociaux de la filière. Le grand public va ainsi découvrir le savoir-faire historique de ces professionnels de la filière, gardiens de la tradition et de la vitalité des territoires français, comme l'on fait plus de 1 200 visiteurs qui ont fait le déplacement pour les Journées Portes Ouvertes.

Pour leur offrir davantage de proximité avec les producteurs de Foie Gras, Magret et Confit, l'Interprofession a également conçu une **carte interactive** en partenariat avec le réseau social gastronomique e-picure.community. Cette nouvelle application permet aux consommateurs de se connecter avec

les producteurs effectuant de la vente directe, sur place ou en ligne, pour acheter leurs produits en circuit court.

³ Enquête CIFOG / CSA novembre 2019

Origine française garantie dans les magasins et les restaurants

En droite ligne avec les attentes des consommateurs en matière d'origine française, les logos collectifs Foie Gras de France, Magret de France et Confit de France ont déjà été adoptés par tous les principaux acteurs du marché. Officiellement lancés à l'automne 2019 par les professionnels, ils ont pour objectif de permettre aux consommateurs de repérer facilement les produits de la filière issus de canards nés, élevés, engraisés, transformés, conditionnés et étiquetés en France. Sans attendre l'obligation réglementaire d'indiquer l'origine des viandes en restauration, les Chefs s'engagent également à valoriser l'origine française des produits la filière. Dès octobre 2019, huit organisations représentant plus de 10 000 restaurateurs ont signé une Charte d'engagement en ce sens.



Fin d'année 2020 : les professionnels du Foie Gras mobilisés

La croissance du marché du Foie Gras a subi deux coups de frein consécutifs : la loi sur la limitation des promotions en 2019 et la pandémie de Covid-19 en 2020. Alors que le début d'année 2019 confirmait son grand retour amorcé en 2018, après deux années difficiles d'influenza aviaire (2016/2017), la mise en application de la loi sur la limitation des promotions a fauché le marché du Foie Gras en plein élan et gâché ses ventes des fêtes de fin d'année. En effet, l'absence de mise en avant des produits de la filière en présaison a très fortement handicapé le démarrage des achats festifs. En 2020, la survenue de la pandémie et le confinement ont empêché la traditionnelle consommation de Foie Gras durant les fêtes de Pâques et fermé 60 % des débouchés de la filière avec la fermeture de la restauration et l'arrêt de l'export. Malgré ces coups de semonce, la filière reste optimiste et met tout en œuvre pour assurer la reprise et permettre aux consommateurs de faire une pause gourmande en fin d'année !



SOMMAIRE

CÔTÉ TENDANCE :

LA FILIÈRE FOIE GRAS SUR TOUS LES FRONTS POUR OFFRIR UNE BULLE GOURMANDE AUX FRANÇAIS !

[NOUVEAUTÉS]

UNE OFFRE ADAPTÉE À LA SITUATION POUR DES MOMENTS EXCEPTIONNELS À CHAQUE FOIS !

p.7

[MÉDIAS]

TÉLÉ, RADIO, RÉSEAUX SOCIAUX : FOIE GRAS, MAGRET ET CONFIT À LA UNE EN FIN D'ANNÉE !

p.10

[ANIMATIONS]

« LE COMPTOIR DU CANARD, FOIE GRAS, MAGRET, CONFIT » : UNE OPÉRATION COLLECTIVE INÉDITE EN MAGASINS !

p.14

[AUDACE]

LE CUISINER ADRIEN CACHOT : NOUVEL AMBASSADEUR DE CHOC POUR RÉINVENTER LES PRODUITS DE LA FILIÈRE FOIE GRAS

p.16

[GASTRONOMIE]

LA 3^E SEMAINE DU FOIE GRAS : L'EXCELLENCE SUR LES MEILLEURES TABLES DE FRANCE !

p.18

[TREMPLIN]

16^E ÉDITION DU CHALLENGE FOIE GRAS DES JEUNES CRÉATEURS CULINAIRES 2020 : LES FUTURS CHEFS IMAGINENT LES RECETTES DE DEMAIN !

p.19

CÔTÉ TRADITION :

DES INITIATIVES POUR FAIRE DÉCOUVRIR LE SAVOIR-FAIRE TRADITIONNEL

DE LA FILIÈRE FOIE GRAS

[ORIGINE]

LOGOS FOIE GRAS, MAGRET ET CONFIT DE FRANCE : POUR UNE ORIGINE FRANÇAISE GARANTIE DANS LES MAGASINS ET LES RESTAURANTS

p.22

[PÉDAGOGIE]

À LA RENCONTRE DES PASSIONNÉS DE LA FILIÈRE : UN NOUVEAU FILM POUR TOUT SAVOIR !

p.25

[TRANSPARENCE]

SUCCÈS DES PORTES OUVERTES DES ÉLEVEURS PENDANT LES JOURNÉES DU PATRIMOINE

p.27

[PROXIMITÉ]

UNE CARTE INTERACTIVE POUR ACHETER LE FOIE GRAS PRÈS DE CHEZ SOI

p.28

CHIFFRES : EN SAVOIR PLUS

[MARCHÉ]

LA CROISSANCE DU FOIE GRAS FIGÉE PAR LA LIMITATION DES PROMOTIONS ET LA COVID-19

p.30

DE NOMBREUX ATOUTS POUR REBONDIR EN RESTAURATION

p.33

CÔTÉ TENDANCE :
LA FILIÈRE FOIE GRAS SUR TOUS LES FRONTS POUR OFFRIR UNE BULLE
GOURMANDE AUX FRANÇAIS !



[NOUVEAUTÉS]

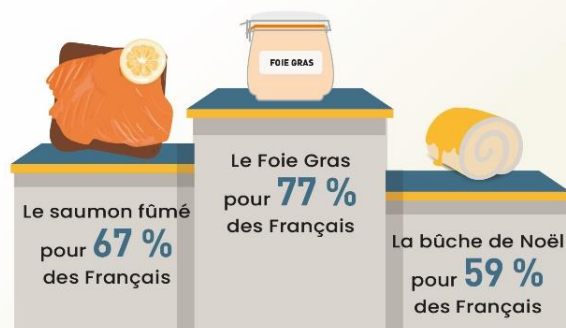
UNE OFFRE ADAPTÉE À LA SITUATION POUR DES MOMENTS EXCEPTIONNELS À CHAQUE FOIS !

La plupart des Français attendent ces fêtes de fin d'année 2020 avec impatience. Dans un contexte difficile et incertain, ils ont envie de faire une pause festive pour retrouver leurs proches et s'offrir des moments privilégiés de partage. Bien sûr, ces fêtes seront différentes de celles des années précédentes. Les tablées seront probablement moins grandes qu'à l'accoutumée, peut-être même que certains se retrouveront simplement en visio pour des retrouvailles à distance ! Mais, une chose est sûre, ils peuvent compter sur le Foie Gras pour être de la fête : une valeur sûre et rassurante en ces temps mouvementés. Consommé par 92 % des Français, il est massivement apprécié en fin d'année : plus des $\frac{3}{4}$ des Français le jugent incontournable de leurs repas de fêtes (77 %)⁴ !

Cette année, pour tous ces instants pas comme les autres, les professionnels du Foie Gras ont imaginé des produits adaptés à la situation et aux nouvelles attentes des consommateurs qui se sont renforcées avec la crise. Les marques proposent en particulier des petits formats pour les retrouvailles restreintes, mettent l'accent sur la tradition et l'origine locale de leurs produits, renforcent leurs démarches responsables et mise sur des recettes aux ingrédients classiques pour renouer avec les bons souvenirs d'antan.

Le Foie Gras, incontournable des fêtes de fin d'année

Les produits incontournables des repas de fêtes :



Source : CIFOG / CSA novembre 2019



⁴ Enquête CIFOG / CSA novembre 2019

Des petits formats adaptés aux bulles festives !

En 2020, les grandes retrouvailles de fin d'année vont laisser place aux bulles familiales et amicales restreintes. C'est pourquoi les marques ont décidé de lancer de petits formats adaptés à la situation. Certaines déclinent leurs recettes habituelles en petit grammage de 150 g. D'autres proposent des torchons de 100 g pour des tranches adaptées aux toasts en apéritif. Des lingots de 130 g font également leur apparition pour les entrées.

Ces mini-formats permettent également de répondre aux contraintes budgétaires des Français en permettant de se faire plaisir pour un budget maîtrisé.



Des racines revendiquées pour une tradition renforcée

Les Français sont de plus en plus attachés à l'origine des produits qu'ils consomment et l'ont largement confirmé avec le confinement. C'est pourquoi les entreprises proposent des gammes mettant en évidence les racines de leurs produits.

Cette année, les consommateurs vont notamment voir réapparaître en rayon des recettes de tradition proposées dans des bocaux vintage parés de visuels historiques.



Les marques affirment également davantage l'identité de leur production en mettant en avant leurs éleveurs partenaires. Sur les emballages, les consommateurs ont également accès à des points de repère sur l'origine géographique des Foies Gras... Les canards produits dans le cadre de l'IGP Canard à Foie Gras du Sud-Ouest respectent des normes de production strictes et contrôlées par un organisme certificateur. La gamme IGP « Canard à Foie Gras du Sud-Ouest » se décline en 6 appellations : Landes, Gers, Périgord, Quercy, Gascogne ou bien Chalosse.

Des nouveautés inscrites dans une démarche responsable

Les professionnels du Foie Gras s'inscrivent dans une logique de consommation plus responsable et plus raisonnée par la simplification de leurs listes d'ingrédients, le renforcement des pratiques d'élevages responsables, l'écoconception des emballages, etc. De nombreuses marques se lancent et adaptent ainsi leurs recettes pour renouer avec l'authenticité de leurs produits. Elles retirent les additifs et les consommateurs voient désormais apparaître de nouvelles indications sur les étiquettes leur permettant de repérer le Foie Gras préparé : « Sans Conservateur », « Sans nitrite », ... Une tendance dans laquelle s'inscrivent également les produits Label Rouge, dont le cahier des charges exclut l'utilisation des conservateurs et autorise uniquement le sel et le poivre. Certaines entreprises mettent également en avant leurs pratiques d'élevage respectueuses de chartes, l'alimentation des animaux à base de maïs cultivé localement, etc.

Côté emballages, les marques misent sur l'écoconception en réduisant le poids de leurs emballages, en proposant des étuis recyclables en carton ou encore de véritables torchons réutilisables.



La simplicité gourmande

Cette année, les fabricants proposent de nouvelles savoureuses recettes aux consommateurs en s'appuyant sur des ingrédients traditionnels pour renouer avec l'authenticité et la tradition. Le Foie Gras s'allie ainsi cette année au sel de Guérande IGP, au Pinot Gris, au Gewurztraminer ... Le Foie Gras marbré s'associe de son côté à la viande de canard. Enfin, les marques continuent leurs partenariats avec de Grands Chefs pour l'élaboration de recettes inédites, comme cette nouveauté à la fève de Tonka et au vin de Maury AOC.



[MÉDIAS]

TÉLÉ, RADIO, RÉSEAUX SOCIAUX : FOIE GRAS, MAGRET ET CONFIT À LA UNE EN FIN D'ANNÉE !

Inédit : le Confit pour la première fois à la radio !

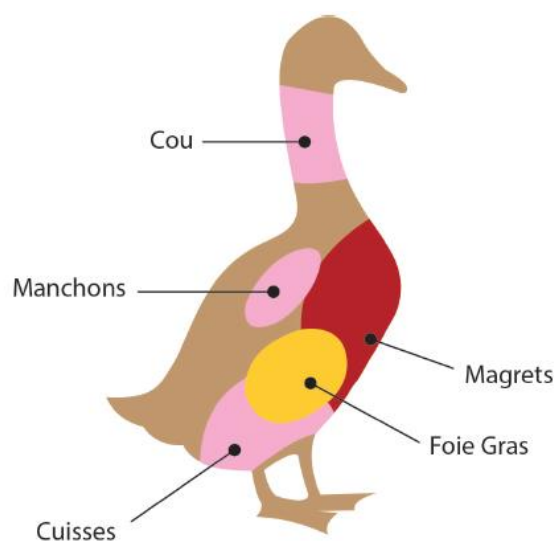
Pour la première fois, l'Interprofession du Foie Gras lance une grande campagne radio dédiée au Confit. Diffusée sur les mois d'octobre et novembre, elle offre aux Français l'occasion de se réapproprier ce produit dans leur quotidien. Ils pourront l'écouter sur France Bleu, France Inter, RTL, Sud Radio et RMC.

Mets du terroir par excellence, le Confit est en effet un produit simple et facile à cuisiner, parfaitement adapté aux nouvelles attentes des consommateurs, qui ont envie de se faire plaisir avec des produits authentiques.



QU'EST-CE QUE LE CONFIT ?

Le confisage est une méthode traditionnelle de conservation de la viande : après salage, la viande d'oie ou de canard engraisé est cuite puis conservée dans sa graisse, celle-ci évitant le contact avec l'oxygène. Les Confits d'oies et de canards sont des spécialités d'Alsace et du Sud-Ouest de la France. La fabrication du Confit répond à des normes strictes nationales. La réglementation française est en effet très précise à ce sujet : « La dénomination Confit d'oie ou Confit de canard est réservée aux produits (...) d'oies ou de canards engraisés par gavage », à distinguer des produits tels « cuisse de volaille confite » qui ne proviennent pas des oies et canards à Foie Gras. Le Confit de canard et d'oie est principalement réalisé à partir des cuisses, ailes, cous et manchons.



Dès la mi-novembre, le Foie Gras en campagne télé pour les fêtes de fin d'année

Du 23 novembre au 19 décembre, le Foie Gras repart en campagne à la télévision pour les fêtes de fin d'année. On le retrouvera notamment sur les grandes chaînes historiques : TF1, France2, France3 et France5. Le spot sera également visible en replay sur 6play, MyTF1 et France.tv. En tout, plus de 255 millions de contacts seront générés sur l'ensemble de la diffusion.



Le Foie Gras
Exceptionnel à chaque fois



POUR VOTRE SANTÉ, ÉVITEZ DE GRIGNOTER ENTRE LES REPAS. WWW.MANGERBOUGER.FR

Le trio Foie Gras, Magret et Confit dans les émissions culinaires


Foie Gras, Magret et Confit, les trois produits emblématiques de la filière, rythment les émissions culinaires « Petits Plats en Équilibre » de Laurent Mariotte sur TF1 et « Objectif Top Chef » sur M6, depuis juillet et jusqu'à décembre. En tout, ces émissions représentent plus de 15 millions de contacts. Elles permettent aux téléspectateurs de découvrir de nouvelles façons de les cuisiner et de partager de savoureux moments autour de ces produits synonymes de gastronomie et de terroir.



Le trio gourmand aussi sur le web et les réseaux sociaux

Demotivateur Food, le site des millenials amoureux de la cuisine, fait la part belle aux Foie Gras, Magret et Confit. Déjà en vedette du site tout le mois de septembre, ils reviennent au mois de novembre.

Demotivateur Food consacre notamment un espace dédié à ce trio gourmand et des recettes spécialement imaginées pour les jeunes adultes. Ces créations culinaires seront diffusées sur le site demotivateur.fr/food ainsi qu'en vidéos et stories sur ses réseaux Facebook et Instagram !



DEMOTIVATEUR Food RECETTES MAGAZINE LIVRE PETITES PRISES MENU -

MAGRET

Cuisinez de succulentes brochettes de Magret à la sauce à l'orange spicy, poivrons et oignons rouges

Ce plat de viande de qualité sera votre nouveau coup de coeur de la saison ! Si vous n'aimez pas passer trop de temps derrière les fourneaux, c'est la recette...



[ANIMATIONS]

« LE COMPTOIR DU CANARD, FOIE GRAS, MAGRET, CONFIT » : OPÉRATION COLLECTIVE INÉDITE EN MAGASINS !

L'Interprofession du Foie Gras lance cette année une première opération collective visant à augmenter la présence en magasins de tous les produits de la filière en dehors de la période des fêtes de fin d'année. L'opération est baptisée « *Le Comptoir du Canard - Foie Gras, Magret, Confit* ». Elle invite les enseignes à mettre en avant le Foie Gras, le Magret et le Confit hors saison afin d'améliorer leur visibilité pour attirer l'attention des consommateurs, les informer sur le savoir-faire des professionnels de la filière et l'étendue des possibilités culinaires offertes par leurs produits.



Des mises en avant dans 1 700 magasins sur le thème des tapas et de la bistronomie

L'opération inscrit les produits de la filière dans la grande tendance des tapas et de la bistronomie. Trois grandes enseignes se sont engagées pour des opérations en octobre et novembre 2020 : ce sont environ 250 journées d'animations prévues dans plus de 1 700 magasins partout en France, sous la signature commune « Bienvenue dans un quotidien moins quotidien » : théâtralisation, dégustation, livrets, jeu-concours...



Dans les 1 700 magasins participants, les consommateurs ont ainsi l'opportunité de découvrir les trois produits vedettes de la filière – Foie Gras, Magret et Confit – sous un nouveau jour, en dehors de la période traditionnelle des fêtes de fin d'année.

« *Le Comptoir du Canard - Foie Gras, Magret, Confit* » leur propose de nouvelles recettes originales et faciles à réaliser et leur permet de s'informer sur une filière au savoir-faire traditionnel et des professionnels au service de produits français emblématiques de la gastronomie.

Un puissant relais sur le web et les réseaux sociaux

L'Interprofession propose également de relayer « *Le Comptoir du Canard - Foie Gras, Magret, Confit* » sur le web et les réseaux sociaux, notamment avec de nombreuses publications sur Facebook et Instagram ainsi qu'un site internet dédié : **comptoirducanard.fr**. Cet espace web propose de nombreuses idées recettes aux consommateurs ainsi que des informations sur le savoir-faire des professionnels de la filière et les caractéristiques singulières du trio Foie Gras, Magret et Confit.

The image shows a screenshot of the website 'Le Comptoir du Canard'. At the top left is the logo with the text 'Le COMPTOIR DU CANARD' and 'Foie Gras, Magret, Confit'. To the right is the slogan 'Bienvenue dans un quotidien moins quotidien !'. Below this are three navigation links: 'LA FILIÈRE', 'DES IDÉES À L'INFINI', and 'NOS RECETTES'. A breadcrumb trail reads 'Le Comptoir du Canard > Accueil'. The main content area features a recipe card for 'La tartine façon bruschetta aux tomates confites avec Magret de Canard séché et Foie Gras entier'. The card includes a photo of the dish, a red starburst saying 'RECETTE TRÈS FACILE ET DÉLICIEUSE', a yellow starburst saying 'ME RÉGALER', and the word 'miam!' with a fork icon. The card is flanked by left and right navigation arrows and has a series of four dots below it, with the second dot highlighted. At the bottom of the screenshot is the text 'Partez à la découverte de la filière'.

[AUDACE]

LE CUISINIER ADRIEN CACHOT : NOUVEL AMBASSADEUR DE CHOC POUR RÉINVENTER LES PRODUITS DE LA FILIÈRE FOIE GRAS !

Le CIFOG a signé un partenariat avec Adrien Cachot, finaliste de Top Chef 2020. Qualifié d'« OVNI culinaire » par la critique lors de cette saison 2020, ce cuisinier hors pair a marqué les esprits par son audace et sa créativité dont le Foie Gras, le Confit et le Magret vont désormais avoir la chance de profiter !

Adrien Cachot participera à de nombreux événements organisés par le CIFOG. Il livrera son interprétation de ces produits emblématiques de la gastronomie française au travers de recettes inédites et décalées, dont lui seul a le secret ! Il donnera ainsi de nombreuses idées faciles à mettre en œuvre pour réinventer les trois produits phares de la filière : Foie Gras, Magret et Confit !

« Nous sommes très heureux et très fiers que ce prodige de la cuisine devienne l'Ambassadeur du Foie Gras, du Magret et du Confit de France. Son audace et sa fraîcheur sont de véritables atouts pour sublimer ces produits transgénérationnels, stars de la gastronomie française. Adrien nous accompagnera notamment sur les temps forts du lancement de saison, des événements au cours desquels il nous fera partager sa créativité culinaire à toute épreuve ! », précise Michel Fruchet, Président du CIFOG.

« Étant moi-même originaire du Sud-Ouest et attaché aux spécialités gastronomiques françaises, le Foie Gras, le Magret et le Confit sont des mets que j'affectionne particulièrement. Je prends beaucoup de plaisir à les travailler différemment pour les faire redécouvrir à mes invités et leur faire vivre de nouvelles expériences culinaires ! », souligne Adrien Cachot.

Une participation active aux temps forts de la saison

Adrien Cachot sera aux côtés des professionnels du Foie Gras pour les accompagner lors du lancement de saison. Il a notamment participé à l'initiative « Portes ouvertes à la découverte des Producteurs de Foie Gras » lancée par l'Interprofession à l'occasion des Journées du Patrimoine 2020, les 19 et 20 septembre.

Deuxième temps fort de ce partenariat, le 14 octobre 2020, Adrien Cachot intègre le Jury de la 16^e édition du Challenge Foie Gras des Jeunes Créateurs Culinaires pour départager les 6 finalistes qui réaliseront une recette sur le thème « Magret, Confit, Foie Gras : Faites-en tout un plat ! ».

Le jeune chef soutiendra aussi la 3^e édition de « la semaine du Foie Gras » dans les restaurants français, événement désormais incontournable qui se déroulera du 30 novembre au 6 décembre 2020.

Il mettra également en vidéo plusieurs créations culinaires inédites autour du Foie Gras, du Magret et du Confit, que l'on pourra découvrir prochainement sur les réseaux sociaux de ces 3 produits !



Illustration : François Pellan

En savoir plus sur Adrien Cachot

Nommé « Jeune Talent » 2019 par le Gault & Millau, puis finaliste de la saison 11 de Top Chef diffusée en 2020 sur M6, Adrien Cachot, 31 ans, a marqué les esprits par son originalité et son audace. Il est d'ailleurs considéré comme l'un des candidats les plus marquants de l'histoire de Top Chef !

Originaire de Gironde, c'est dans la cuisine que « cet élève incompris » s'épanouira. Une fois son diplôme en poche, Adrien a travaillé deux ans aux côtés du chef Christian Etchebest à Paris, avant de revenir dans le Sud-Ouest, pour intégrer l'établissement de Nicolas Magie, la brasserie « Ze rock », où il deviendra chef des cuisines à seulement 23 ans.

En 2014, Adrien revient sur Paris pour travailler aux côtés de Benoît Gauthier, au Petit Pan, avant d'ouvrir son propre restaurant avec sa compagne « Détour », situé dans le 9^e arrondissement de la capitale.



[GASTRONOMIE]

LA 3^E SEMAINE DU FOIE GRAS : L'EXCELLENCE SUR LES MEILLEURES TABLES DE FRANCE !

De nombreuses animations au menu dans toute la France en décembre

La semaine nationale du Foie Gras a conquis de nombreux restaurants partout en France depuis son lancement en 2018. Pour sa troisième édition, du 30 novembre au 6 décembre 2020, elle revient en partenariat avec de grandes associations de la restauration : EuroToques, Maîtres Cuisiniers de France, Association Française des Maîtres Restaurateurs, Académie Culinaire de France et Les Cuisiniers de la République Française. Ainsi, durant toute la première semaine du mois de décembre, plus d'une centaine de restaurants organiseront des menus spécifiques et des menus du jour sur le thème du Foie Gras et du Magret.

Des livrets sur le Foie Gras seront mis à la disposition de leurs clients. Sur 12 pages, ils reviennent sur la tradition du Foie Gras, donnent des conseils pour bien le choisir et le savourer, présentent également le Magret et proposent 4 recettes de Chefs.

Tous les restaurants participants et leurs animations sont à retrouver par géolocalisation sur le site dédié : **semaine-du-foie-gras.fr**.



Un jeu et des repas à gagner sur Facebook

De plus, les professionnels inviteront les fans de Foie Gras à jouer sur la page Facebook **@FandeFoieGras** pour gagner de nombreux cadeaux et repas dans les restaurants participant à la Semaine du Foie Gras partout en France.

[TREMPLIN]

16^E ÉDITION DU CHALLENGE FOIE GRAS DES JEUNES CRÉATEURS CULINAIRES 2020 : LES FUTURS CHEFS IMAGINENT LES RECETTES DE DEMAIN !

Ce 14 octobre, les six finalistes de la 16^e édition du Challenge Foie Gras des Jeunes Créateurs Culinaires ont mesuré leurs talents dans les cuisines de l'École Ferrandi à Paris. Les lauréats désignés par le jury d'experts, dont le nouvel Ambassadeur de la filière le Chef Adrien Cachot, sont récompensés au Pavillon Vendôme. Ce concours professionnel national invite chaque année les futurs Chefs, élèves et apprenti(e)s cuisinier(e)s âgés de 16 à 25 ans, à faire fonctionner leur créativité. Cette année, ils avaient pour mission de sublimer trois mets emblématiques de la gastronomie française, autour du thème :

« Magret, Confit, Foie Gras : Faites-en tout un Plat ! »

Création d'une assiette originale
mettant à l'honneur

le Foie Gras (cru ou prêt-à-consommer), le Magret
(cru ou fumé) et le Confit de canard (déjà cuisiné).



Les candidats pouvaient proposer une seule recette associant Foie Gras, Magret et Confit, ou plusieurs éléments réunis dans une assiette pour former un plat complet. Vedettes de la présentation, le Foie Gras, le Magret et le Confit devaient être parfaitement identifiables. Pour tenter de séduire le jury, ils ont dû faire preuve de créativité et d'originalité dans leur assiette ! Les garnitures et accompagnements étaient laissés au choix du candidat.

Les lauréats ont été sélectionnés parmi les six finalistes, choisis après examen de leurs candidatures parmi la centaine de dossiers reçus. Les prix reçus grimpent jusqu'à 2 000 € pour le 1er Prix (2e Prix : 1 600 €, 3e Prix : 1 500 € ; 4, 5 et 6e Prix : 1 400 €).

Le Prix Spécial « André Daguin »

Pour honorer la mémoire d'André Daguin, véritable ambassadeur du Patrimoine Gastronomique Français et inventeur du Magret, qui a été le Président du Jury du Challenge Foie Gras des Jeunes Créateurs Culinaires pendant 15 ans, un Prix spécial « André Daguin » est également remis à l'un des 6 finalistes cette année. Le Jury attribue ce Prix Spécial au finaliste dont la recette rappelle le plus les valeurs incarnées par le Chef étoilé : une cuisine de terroir chaleureuse, revisitée et magnifiée.

Le Challenge Foie Gras des Jeunes Créateurs Culinaires : les meilleurs apprentis à l'épreuve

Créé en 2005, le Challenge Foie Gras des Jeunes Créateurs Culinaires est destiné à découvrir les nouveaux talents de la cuisine. Il permet aux futurs chefs de se familiariser avec l'étendue des possibilités culinaires offertes par le Foie Gras, le Magret et le Confit.

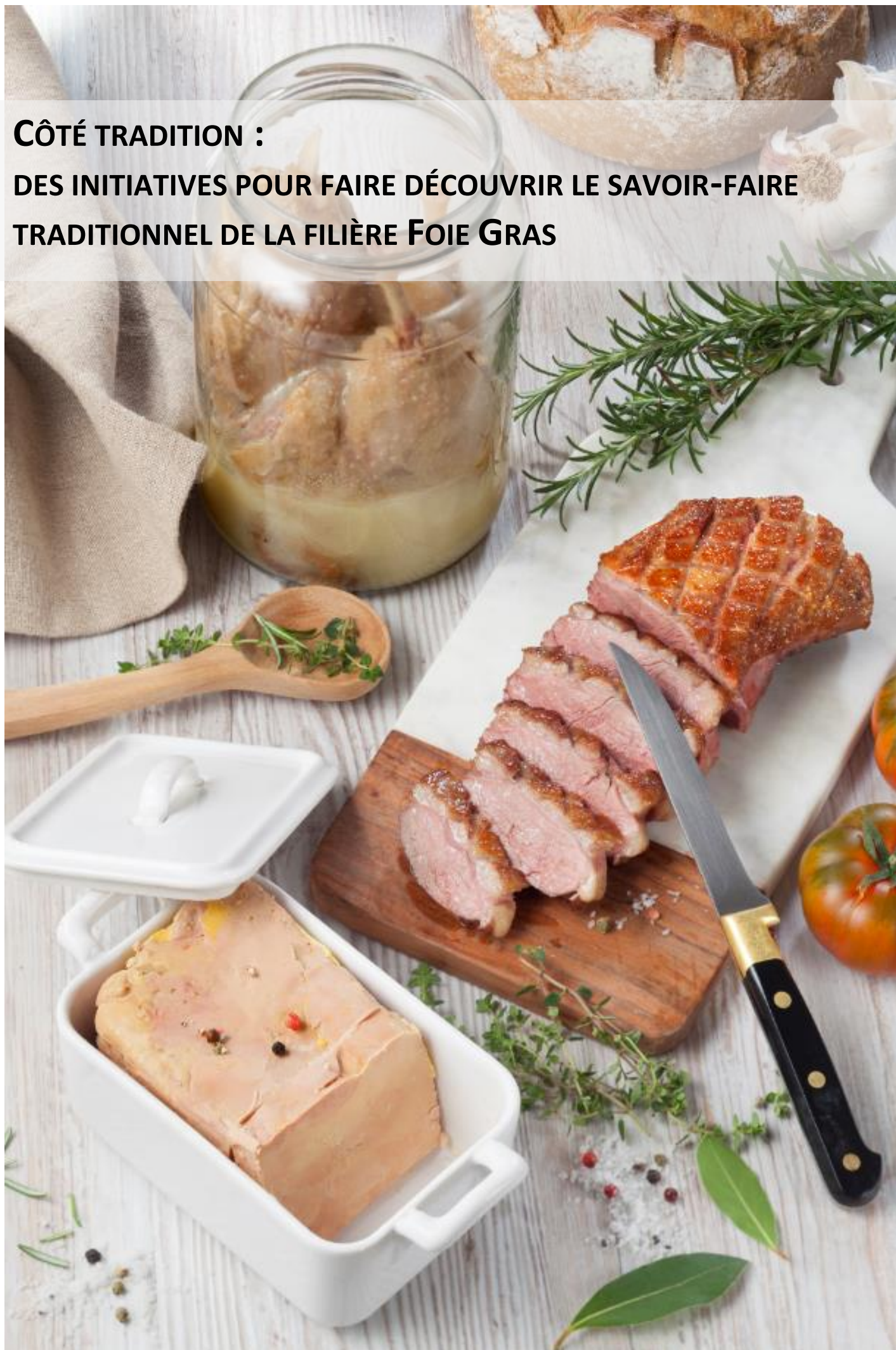
Tous les ans, il remporte un vif succès dans toutes les régions de France. Le Foie Gras est, en effet, une grande source d'inspiration pour tous les jeunes talents de la création culinaire âgés de 16 à 25 ans. Chaque année, ils ont l'opportunité d'imaginer de nouvelles recettes à base de Foie Gras, de Magret et de Confit, à l'occasion de ce grand concours organisé par le Cercle des Amoureux du Foie Gras, sous l'égide du CIFOG (Comité Interprofessionnel des palmipèdes à Foie Gras).

Le Jury, supervisé par Guy Legay, Meilleur Ouvrier de France, veille au respect des critères d'évaluation.



*Jeanne Chica, 1^{er} Prix du Challenge Foie Gras 2019 sur le thème de la Street Food.
À gauche, accompagnée du célèbre Chef Meilleur Ouvrier de France Guy Legay, ex-Chef du Ritz, Paris.*

**CÔTÉ TRADITION :
DES INITIATIVES POUR FAIRE DÉCOUVRIR LE SAVOIR-FAIRE
TRADITIONNEL DE LA FILIÈRE FOIE GRAS**



[ORIGINE]

LOGOS FOIE GRAS, MAGRET ET CONFIT DE FRANCE : POUR UNE ORIGINE FRANÇAISE GARANTIE EN MAGASINS ET DANS LES RESTAURANTS

Les grandes marques nationales déjà engagées pour faciliter l'identification de l'origine française en rayon

L'Interprofession du Foie Gras, représentée par le CIFOG, a lancé en fin d'année dernière un logo collectif pour permettre aux consommateurs d'identifier facilement l'origine hexagonale de ses produits : Foie Gras, Magret et Confit. Cette démarche d'identification couvre l'intégralité de la production : depuis l'accoupage jusqu'au conditionnement.

La très grande majorité des entreprises se sont déjà engagées dans la démarche.



Une Charte d'engagement en restauration

En soutien à la démarche de l'interprofession du Foie Gras visant à valoriser l'origine française du Foie Gras en restauration traditionnelle, huit organisations, représentant plus de 10 000 Chefs, ont signé une Charte d'engagement à ce sujet en octobre 2019. Elles appellent l'ensemble de leurs chefs adhérents à indiquer de manière volontaire l'origine française des Foies Gras servis à leurs clients sur les cartes de leurs restaurants.

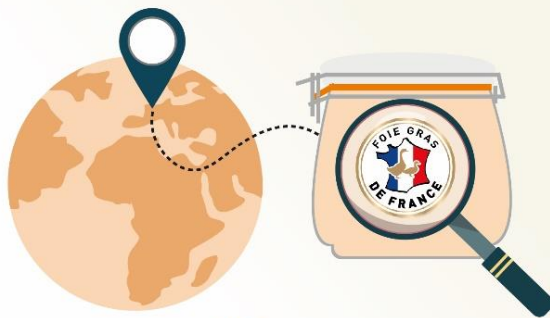
Les 8 associations et groupements signataires de la Charte d'engagement pour promouvoir l'origine France du Foie gras en restauration traditionnelle :



« FOIE GRAS DE FRANCE » : UN NOUVEAU LOGO DÉJÀ PLÉBISCITÉ !

Lancé l'automne dernier, le logo « Origine France » de la filière est déjà plébiscité par les consommateurs. 93 % des Français disent qu'il les rassure sur l'**origine** et la **traçabilité** du Foie Gras. De plus, 91 % déclarent que sa présence constitue un facteur d'**incitation au choix** au moment de l'achat. (Enquête CIFOG / CSA - novembre 2019)

« Foie Gras de France » : un logo collectif rassurant



93 % des Français rassurés
sur l'**origine** et la **traçabilité**

Source : CIFOG / CSA novembre 2019

Foie Gras de France : une aide au choix en magasin



Une incitation au choix pour **91 % des Français**

Source : CIFOG / CSA novembre 2019

« MAGRET DE FRANCE » : UN LOGO GAGE DE CONFIANCE

92 % des Français affirment que le logo « Magret de France » les rassure quant à l'origine française et à la traçabilité. Ils sont également 90 % à juger que ce repère est **susceptible de les inciter à porter leur choix sur les produits qui l'affichent**.

« Magret de France » : un logo collectif rassurant



92 % des Français rassurés
sur l'**origine** et la **traçabilité**

Source : CIFOG / CSA novembre 2019

« Magret de France » : une aide au choix en magasin



Une incitation au choix pour **9 Français sur 10**

Source : CIFOG / CSA novembre 2019

Tous les maillons de la filière engagés pour garantir l'origine, de l'accoupage à la transformation en France

La démarche d'identification de l'origine des produits issus des palmipèdes à Foie Gras s'appuie sur le respect de la traçabilité à tous les maillons de la filière : couvoirs, élevages, ateliers d'engraissement, abattoirs, ateliers de découpes et de transformation.

Les logos Foie Gras, Magret et Confit de France garantissent que toutes les étapes de production ont lieu en France et que les professionnels concernés en assurent la traçabilité, de l'éclosion des œufs jusqu'à l'étiquetage des produits.

Ces logos sont applicables en complément des signes de qualité Label Rouge et IGP Canard à Foie Gras du Sud-Ouest, qui eux garantissent en plus un cahier des charges de production et de transformation contrôlé par un organisme certificateur



Trois niveaux de contrôles pour une surveillance étroite

Les entreprises engagées dans la démarche « Origine France » doivent se plier à trois niveaux de contrôle permettant de s'assurer du respect de leurs engagements :

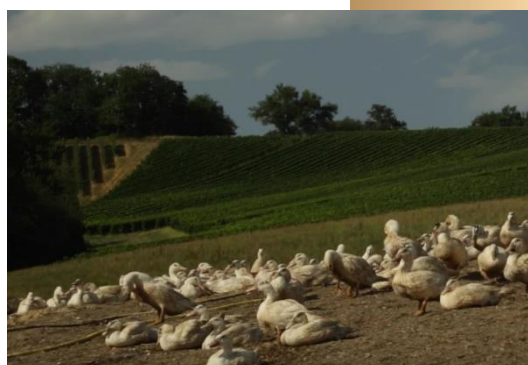
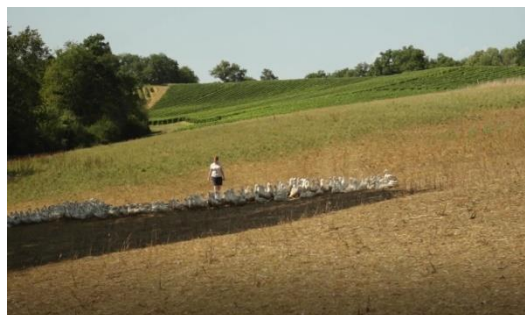
- Premier niveau : auto-contrôles réguliers réalisés par l'opérateur lui-même,
- Deuxième niveau : contrôle réalisé chaque année par un organisme de contrôle tiers indépendant,
- Troisième niveau : contrôle correspondant à la visite d'un tiers déclenchée par le CIFOG, en tant que détenteur de la démarche « Origine France ».



[PÉDAGOGIE]

À LA RENCONTRE DES PASSIONNÉS DE LA FILIÈRE : UN NOUVEAU FILM POUR TOUT SAVOIR !

Dès ce 14 octobre sur tous les réseaux sociaux du Foie Gras, Magret, Confit, les Français vont découvrir le nouveau film de la filière. Cette vidéo de 10 minutes représente l'occasion de visionner, depuis chez soi, les coulisses du savoir-faire historique français dans le domaine de Foie Gras. Les images entraînent le spectateur au cœur des régions de production du 1^{er} pays producteur de Foie Gras au monde pour explorer le quotidien des professionnels passionnés qui travaillent chaque jour à fournir les meilleurs produits aux consommateurs. Depuis l'élevage jusqu'à la vente, en passant par l'engraissement, la transformation et le conditionnement, les professionnels montrent et expliquent leur quotidien. Animés par la passion de leurs métiers, ils ont en effet à cœur de partager leur enthousiasme pour leurs produits issus d'un savoir-faire historique et bénéficiant aujourd'hui de technologies nouvelle génération au service de leurs bonnes pratiques. La vidéo rappelle également l'importance des logos Foie Gras, Marte et Confit de France pour identifier les produits issus de canards et d'oies nés, élevés, engraisés, transformés, conditionnés et étiquetés dans l'Hexagone.



100 000 emplois directs et indirects
générés par la filière Foie Gras en France



Source : Estimation CIFOG

Le Foie Gras de France : acteur de la vitalité des territoires

En France, le Foie Gras représente environ 100 000 emplois directs et indirects, pour la plupart ancrée au cœur des zones rurales. La filière participe ainsi à la vitalité économique des territoires à travers ses productions, mais également en favorisant le tourisme gastronomique. 5 grandes régions françaises sont particulièrement concernées : la Nouvelle-Aquitaine, l'Occitanie, la Bretagne, les Pays de la Loire, et l'Alsace.

Une attention quotidienne des éleveurs

À partir du jour où les oisons et les canetons, uniquement issus de couvoirs agréés par le Ministère de l'Agriculture, sont accueillis sur une exploitation, jusqu'au moment où, devenus adultes ils reçoivent une alimentation adaptée, l'éleveur leur aura prodigué une attention de tous les instants. En effet, des soins, dans le respect des conditions sanitaires et prophylactiques rigoureuses, sont dispensés quotidiennement aux palmipèdes dont bien-être et confort constituent la préoccupation principale des éleveurs.



Des pratiques de plein air

Les jeunes animaux arrivent dès leur naissance chez des éleveurs où ils sont installés dans des bâtiments chauffés avec eau et aliments à volonté. Dès que les conditions climatiques le permettent, ils ont accès au plein air, sur des espaces herbeux durant toute la durée de l'élevage. À partir de la 9^e semaine environ, ils reçoivent une alimentation progressive adaptée, les préparant à l'engraissement qui intervient à l'âge adulte, vers le 3^e ou 4^e mois. L'engraissement se déroule ensuite au cours d'une dizaine de jours, à raison de deux repas par jour. Il conduit à la formation d'un foie gras de 450 à 550 g pour une qualité optimale.

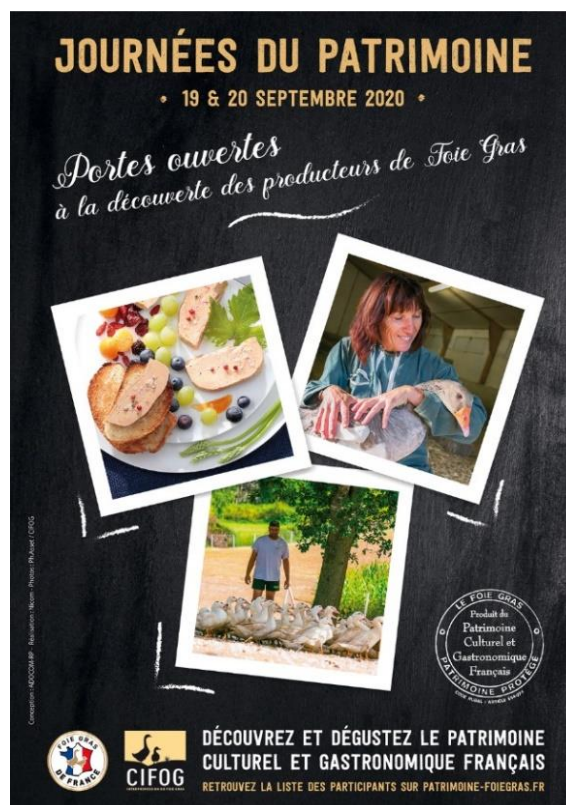
[TRANSPARENCE]

SUCCÈS DES PREMIÈRES PORTES OUVERTES DES ÉLEVEURS PENDANT LES JOURNÉES DU PATRIMOINE !

En France, la gastronomie fait partie du patrimoine. C'est donc tout naturellement que les professionnels du Foie Gras, réunis au sein de l'Interprofession du CIFOG, ont décidé d'ouvrir leurs portes au public à l'occasion des Journées du Patrimoine des 19 et 20 septembre dernier. Cette première édition a remporté un franc succès. Durant ces deux jours, plus de 1 200 visiteurs ont fait le déplacement à la rencontre de la trentaine d'établissements ouverts pour les accueillir.

Ambassadeur de la gastronomie française, le Foie Gras est en effet officiellement reconnu « patrimoine culturel et gastronomique protégé en France » depuis 2006. (art. 654-27-1 du code rural). Les Français sont très attachés à ce mets : la quasi-totalité d'entre eux, 95%, s'accordent à dire que le Foie Gras fait partie du patrimoine hexagonal et 88% pensent également qu'il « participe au rayonnement de l'art de vivre et de la culture gastronomique française dans le monde »⁵ ! L'opération portes ouvertes a permis à de faire découvrir les réalités de la filière au grand public.

Les consommateurs ont eu l'occasion de côtoyer des femmes et des hommes qui travaillent chaque jour avec passion sur le terrain pour proposer des produits d'excellence : Foie Gras, mais aussi Magret et Confit. Élevage, engraissement, transformation : les visiteurs ont découvert leurs installations et échangé avec ces professionnels, héritiers et gardiens d'un savoir-faire historique. Ils étaient également invités à savourer leurs délicieux produits !

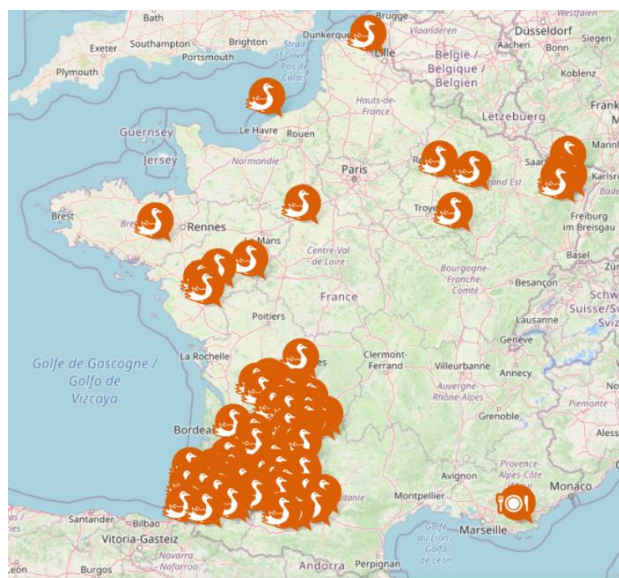


⁵ Source : Enquête CIFOG / CSA, novembre 2019

[PROXIMITÉ]

UNE CARTE INTERACTIVE POUR ACHETER LE FOIE GRAS PRÈS DE CHEZ SOI

Les Français ont de fortes attentes en matière de proximité et de produits locaux et ils l'ont largement exprimé avec la crise : Désormais, ils ont la possibilité de géolocaliser en quelques clics seulement les producteurs qui vendent directement leurs produits à la ferme ou en livraison ainsi que les boutiques. Les professionnels de la filière Foie Gras, réunis au sein de l'Interprofession du CIFOG, ont en effet noué un partenariat avec un nouveau réseau social dédié à la gastronomie : « e-picure.community.fr ». Ils ont créé une carte interactive libre d'accès permettant de géolocaliser les lieux d'achat.



e-picure.community/fr/app/c/s/le-foie-gras/map

Un service gratuit sans inscription

Les consommateurs n'ont besoin d'aucune inscription spécifique pour accéder à ce service de géolocalisation gratuit. Il leur suffit de se connecter sur e-picure.community et de rejoindre la Communauté du Foie Gras ou du Magret pour trouver les producteurs correspondant à leurs attentes.

Un coup de pouce aux producteurs fermiers

Cette initiative offre la possibilité aux Français de concrétiser leur solidarité avec les éleveurs locaux et aux producteurs fermiers de la filière Foie Gras de trouver de nouveaux débouchés.

CHIFFRES : EN SAVOIR PLUS



[MARCHÉ]

LA CROISSANCE DU FOIE GRAS FIGÉE PAR LA LIMITATION DES PROMOTIONS ET LA COVID-19

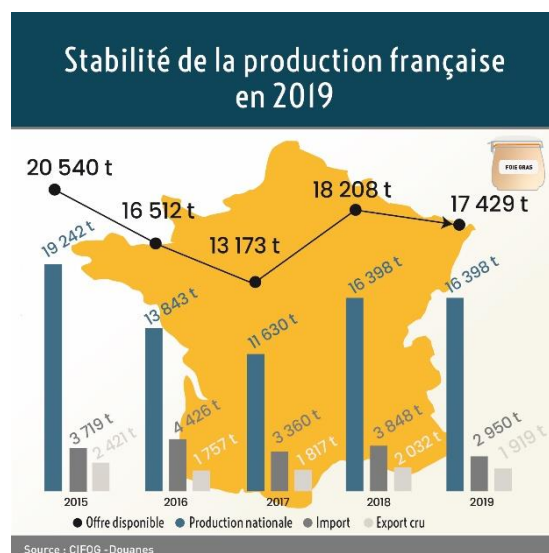
Rappel 2018 : le retour gagnant du Foie Gras

En 2018, après deux années de pénurie, le Foie Gras avait réussi à faire son grand retour sur le marché et les consommateurs avaient répondu présents !

Sur l'ensemble de l'année, ses ventes en grande distribution avaient augmenté en 2018 de +2,8 % en volume et de +3,4 % en valeur – net de tous avantages promotionnels. Sur la saison festive, elles ont progressé de +7,6 % en volume par rapport à fin 2017. Le Foie Gras faisait ainsi figure de champion des produits festifs, devançant les spécialités glacées de Noël (+6,6 %) et les confiseries de chocolat (+5,2 %) en matière de croissance en volume.

La production française au rendez-vous en 2019

En 2019, la production française de Foie Gras s'est stabilisée au même niveau qu'en 2018, à près de 16 400 tonnes. Au total, l'offre proposée sur le marché français s'est élevée à plus de 17 400 tonnes en 2019, avec 2 950 tonnes de Foie Gras importé et environ 19020 tonnes de Foie Gras cru exporté.



Un bon démarrage des ventes sur les 9 premiers mois de l'année 2019

(Source : IRI – Hypers et supermarchés / Foie Gras gencodé)

L'année 2019 a débuté sous de bons auspices pour le Foie Gras, avec des ventes en grande distribution en hausse de + 1,3 % en volume et de + 6 % en valeur net de tous avantages promotionnels sur les 9 premières périodes (7 janvier - 15 septembre). Si les semaines de Noël et du Nouvel An ont également été positives pour les ventes, la saison festive reste globalement marquée par un fléchissement des ventes en raison de la limitation des promotions (loi EGA).

Une présaison handicapée par la limitation des promotions

(Source : IRI – Hypers et supermarchés / Foie Gras gencodé)

La situation a basculé à partir de la présaison, moment où le Foie Gras est traditionnellement fortement mis en avant en magasin, ce qui n'a pas été le cas avec l'application de la nouvelle réglementation sur les promotions en 2019. Les ventes ont alors marqué le pas avec un repli de -43,8 % en volume et -30,7 % en valeur de mi-septembre à mi-octobre (16 sept. - 13 oct.), puis de -31,9 % en volume et -24,7 % en valeur de mi-octobre à mi-novembre (14 oct.-10 nov.).



La présence du Foie Gras en chute dans les prospectus



Présence du Foie Gras dans les prospectus des hypermarchés : - 11,4 % pour la saison festive

(Source : IRI – Hypermarchés / Foie Gras gencodé - Périodes P11 à P13 soit du X octobre au 5 janvier 2020)

Victime de la loi sur la limitation des promotions, le Foie Gras a vu sa mise en avant fortement reculer durant la période festive. Dans les prospectus des hypermarchés, sa présence a diminué de -11,4 % par rapport à la saison festive 2018. Cette moindre mise en avant du Foie Gras a eu une incidence directe sur la diminution des ventes.

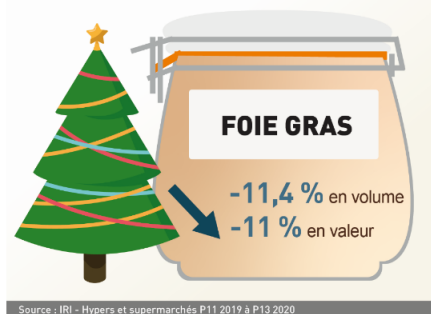
La saison festive du Foie Gras gâchée par la limitation des promotions : -11,4 % de ventes en grande distribution

(Source : IRI – Hypers et supermarchés / Foie Gras gencodé - Périodes P11 à P13 soit du X octobre au 5 janvier 2020)

D'après IRI, 100 % des pertes du Foie Gras sont dues à la chute de l'activité promotionnelle.

En effet, alors que l'offre était au rendez-vous cette année, la limitation des promotions a entraîné un recul des ventes en grande distribution sur la saison festive (mi-octobre à début janvier) de -11,4 % en volume et de -11 % en valeur (nette de NIP⁶) par rapport à la saison dernière.

Des ventes mises à mal pendant les fêtes



⁶ Nouveaux Instruments Promotionnels

Un sursaut des ventes à la veille de Noël et du Nouvel An : Le Foie Gras indétrônable des tables de fêtes !

(Source : IRI – Hypers et supermarchés / Foie Gras gencodé - Périodes P11 à P13 soit du X octobre au 5 janvier 2020)

Devant l'imminence des repas de fêtes, le Foie Gras a renoué avec la croissance sur les deux dernières semaines de l'année, traduisant le fort attachement des consommateurs à ce produit festif pour les réveillons ! Le repli des ventes de Foie Gras sur la saison festive est en effet notamment dû aux moindres performances des périodes d'octobre (P11) et novembre (P12), qui sur-contribuent au recul des ventes en volume dans les hypers et supermarchés, avec des ventes en diminution de -30,3 % du 7 oct. au 3 nov. 2019) et de -16 % du 4 nov. au 1er déc. 2019 par rapport aux périodes équivalentes de l'année précédente.

Un recul qui est beaucoup moins marqué sur la dernière période de la saison, de décembre à début janvier (P13, du 02/12/19 au 05/01/20) qui représente 78 % des ventes de la saison. Cette dernière période n'enregistre qu'une diminution des ventes en volume de -8,8 %. Les ventes de Foie Gras ont en effet connu un fort rebond sur les deux dernières semaines de l'année dans la dynamique imminente des repas de Noël et du Nouvel An : elles ont en effet enregistré une croissance de + 9 % en volume et + 5 % en valeur sur la semaine de Noël et de +31 % en volume et +21,7 % en valeur sur la semaine du Nouvel An.



Confinement 2020 : nouveau coup de semonce pour la filière

Alors que les fêtes de Pâques et de Printemps sont traditionnellement une période de forte consommation de Foie Gras, Magrets et Confits d'oie et de canard, les professionnels de la filière ont été confrontés à une très forte chute des ventes liée au confinement, à la fermeture des restaurants, à une moindre mise en avant de leurs produits en grande distribution, aux fermetures des marchés et à l'arrêt des activités à l'exportation.

Ce choc de consommation s'est traduit très clairement dans les chiffres : près de 60% des débouchés de la filière ont disparu durant cette période et les ventes des PME et des producteurs du secteur tous produits confondus ont reculé d'environ 30 %. Les ventes de Foie Gras mi-cuit ont par exemple décroché de -50% sur la semaine du 29 mars dernier sur le total hypersmarchés, supermarchés, proxi et drive (selon IRI).

LA FILIÈRE FOIE GRAS : DE NOMBREUX ATOUTS POUR REBONDIR EN RESTAURATION

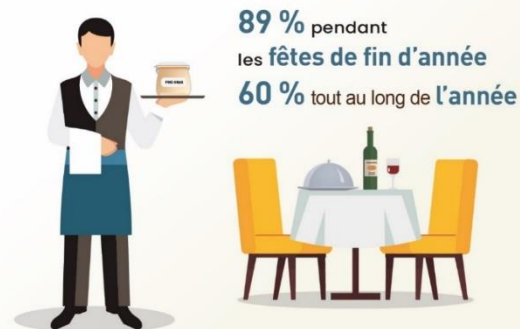
Le Foie Gras plébiscité dans les restaurants

D'après la dernière enquête menée fin novembre 2019 par CSA pour le CIFOG, les Français sont désormais plus de 9 sur 10 (92 % ; +2 pts vs 2018) à consommer du Foie Gras.

Le Foie Gras est très attendu dans les restaurants : 89 % des Français pensent qu'il doit être proposé à leur carte en fin d'année. Au-delà des réveillons, ils sont également 84 % à souhaiter en savourer dans les restaurants au moment d'autres fêtes comme Pâques, la Saint-Valentin, la fête des mères, etc. D'ailleurs, 60 % des Français pensent même qu'il devrait être présent tout au long de l'année à la carte (+ 3 points vs 2018) ! S'ils veulent du Foie Gras à la carte, ils estiment qu'il doit être français : 80 % de la population juge que l'origine française du Foie Gras proposé sur les cartes est importante.

Le Foie Gras : atout des restaurants

Les Français pour du Foie Gras dans les restaurants à :



Le Magret de Canard : indispensable à la carte

La dernière enquête CSA/CIFOG montre que le Magret de Canard connaît un succès grandissant auprès des consommateurs. En alliant l'aspect de la viande rouge et les qualités de la volaille, le Magret de Canard est de plus en plus apprécié des Français : ils sont désormais 87 % à en consommer, contre 82 % un an auparavant, et même 67 % à en savourer plus de deux fois par an, contre 63 % en 2018.

Si le Magret est particulièrement apprécié à domicile, les Français sont également de plus en plus nombreux à désirer le voir figurer sur les cartes des restaurants ! 51 % considèrent aujourd'hui que le Magret de Canard est un plat indispensable des restaurants, contre 44 % en 2018.

Le Magret : attendu dans les restaurants

51 % des Français jugent le Magret indispensable dans les restaurants



Des intentions de consommation en hausse en restauration

L'étude menée par CHD Expert en 2019 montrait que les consommateurs de viande de canard avaient l'intention de consommer davantage de produits issus de la filière Foie Gras hors de leur domicile. 18 % d'entre eux comptaient faire progresser leur consommation de Magret, 13 % pour le Confit et autant pour le Foie Gras.

Les Chefs attachés aux produits de la filière Foie Gras

D'après l'étude menée en 2019 par CHD Experts pour le CIFOG*, 98 % des restaurateurs (restauration à table traditionnelle) ont une image positive du Foie Gras. Ils sont 95% à proposer des produits issus de canard gras à leurs tables. Il s'agit en premier lieu de Foie Gras, pour 92 % des restaurateurs et pour 51 % de viande de canard gras (Magret, Confit...)

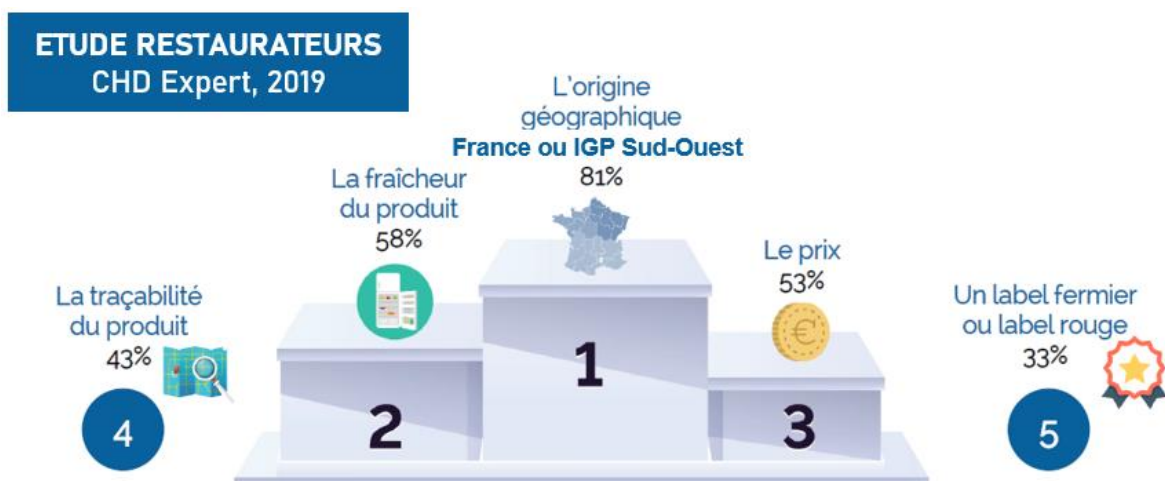
Les restaurateurs à la tête de tables traditionnelles estiment que ces produits présentent l'avantage de permettre des propositions de recettes personnalisées (82%), de valoriser leur carte et l'image de leur établissement (75 %) et de fidéliser leur clientèle régulière (57 %). De plus, 91 % estiment que le Magret est un produit dans l'air du temps.

Le Foie Gras et la viande de canard gras bénéficient d'une belle image auprès des restaurateurs et sont plébiscités par leur clientèle : 90 % des restaurateurs estiment que ce sont des produits de qualité et 98 % déclarent que leur clientèle a une image positive de ces produits.

Le Foie Gras et le Magret sont ainsi proposés tout au long de l'année par 81 % des restaurateurs qui les utilisent et 63 % déclarent : « c'est une offre en permanence à la carte. Elle fait partie de l'identité de l'établissement ».

L'origine : un critère de choix déterminant en restauration

L'origine est le premier critère de choix des restaurateurs au moment de l'achat du Foie Gras ou du canard gras : elle entre en ligne de compte pour 81 % d'entre eux, devant la fraîcheur du produit (58 %) ou son prix (53 %). *Etude CHD Expert / CIFOG 2019*



À propos du CIFOG :

Créé en 1987, le **CIFOG** regroupe toutes les familles professionnelles de la filière palmipèdes à Foie Gras. **Ses objectifs sont** : la défense et la promotion des produits proposés à la consommation et la mise en œuvre d'actions dans l'intérêt général de la profession, l'établissement d'accords interprofessionnels, notamment pour préserver la qualité des produits.

Le **CIFOG** participe au financement de programmes collectifs de recherches, prioritaires pour la profession, et tout particulièrement sur le bien-être et le confort des animaux, les techniques et les méthodes de production, la connaissance des matières premières, les processus de transformation...

Le **CIFOG** travaille également à une meilleure connaissance du marché et des souhaits des consommateurs. Le rôle de l'Organisme est aussi de promouvoir le Foie Gras et les autres produits des palmipèdes gras : magrets et confits. Il met en place de multiples actions de communication collective : campagnes publicitaires, information des médias, documents d'information grand public.

Site internet : www.lefoiegras.fr

Suivez le Foie Gras sur le web



leblogdufoiegras.fr
lefoiegras.fr



@FandeFoieGras



@FoieGrasFrancais



@BlogFoieGras
@FandeFoieGras



leblogdufoiegras



CIFOG

L'équipe ADOCOM-RP, Service de Presse CIFOG
vous remercie de votre attention - Tél : 01 48 05 19 00

**ADOCOM[®]-RP**

AGENCE DOGNIN COMMUNICATION

11 rue du Chemin Vert - 75011 Paris - Tél : 01.48.05.19.00 - Fax. : 01.43.55.35.08

e-mail : adocom@adocom.fr - site : www.adocom.fr

Qualification : Agence Certifiée OPQCM