



LA FILIÈRE FOIE GRAS MOBILISÉE POUR FAIRE REDÉCOLLER SON MARCHÉ

La croissance du marché du Foie Gras vient de subir 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, la non mise en avant des produits de la filière en pré-saison 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 bien méritée en fin d'année !

Les Français restent en effet de fervents amateurs de Foie Gras, puisqu'ils sont 92 % à déclarer en consommer¹, et ils sont très attachés au Magret : il fait partie des 10 plats qui ont le plus manqué aux Français 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 redémarrer, la filière mise sur son trio gourmand - Foie Gras, Magret et Confit - aussi bien en magasins qu'en restauration. Les consommateurs peuvent compter sur eux pour se faire plaisir et garder le moral dans ce contexte incertain ! Les premiers signes sont d'ailleurs encourageants.

Les professionnels de la filière, réunis au sein de l'Interprofession CIFOG, ont prévu de nombreuses actions pour inscrire ces emblèmes du patrimoine gastronomique français au cœur de l'actualité culinaire durant tout le second semestre 2020. Télé, radio, magasins, restaurants, fermes, web, ... pour relancer le marché, le CIFOG se mobilise sur tous les fronts avec son nouvel ambassadeur de choc, le Chef Adrien Cachot, et poursuit le déploiement de son logo collectif pour identifier l'origine française de ses produits....

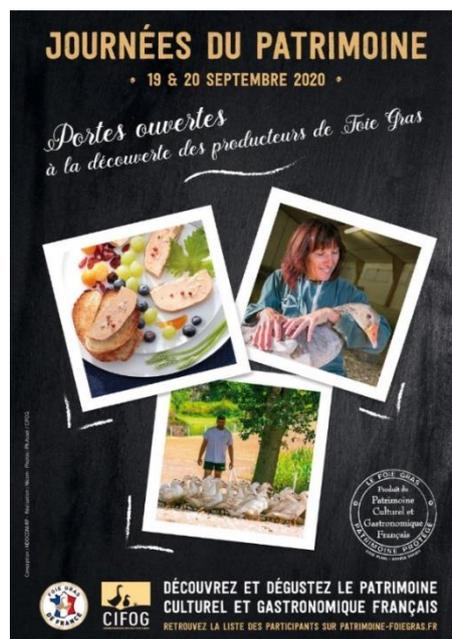


¹ Enquête CSA / CIFOG de novembre 2019

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

Des actions de transparence et de pédagogie inédites

La filière propose cette année de nombreuses actions inédites pour mieux faire connaître ses trois principaux produits emblématiques de la gastronomie française. Les portes ouvertes organisées durant les **Journées du Patrimoine** des 19 et 20 septembre font partie de ces nouveautés. Durant ces deux jours, le grand public va découvrir le savoir-faire historique des professionnels de la filière, gardiens de la tradition et de la vitalité des territoires français. Les consommateurs vont pouvoir échanger avec ces passionnés et goûter leurs produits ! Pour trouver les fermes ouvertes, le CIFOG propose un site dédié : patrimoine-foiegras.fr. Et, pour tous ceux qui ne peuvent pas se déplacer, l'Interprofession du Foie Gras permet de se connecter avec les producteurs effectuant de la vente directe, sur place ou en ligne, avec une carte interactive conçue en partenariat avec le réseau social gastronomique e-picure.community.



En solidarité avec le monde de la restauration

Du côté de la restauration, les amateurs de gastronomie vont se retrouver la 1^{ère} 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, qui expriment leurs talents dans le cadre du 16^e **Challenge Foie Gras des Jeunes Créateurs Culinaires**, dont les lauréats seront désignés le 14 octobre prochain.

10 000 restaurateurs s'engagent en faveur de l'origine française garantie

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. **En octobre 2019, huit organisations représentant plus de 10 000 restaurateurs ont signé une Charte d'engagement en ce sens.**



Une présence soutenue dans les grands médias (TV/Radio)

Foie Gras, Magret et Confit seront aussi très présents dans les médias classiques. Le Foie Gras revient avec son **spot publicitaire sur les grandes chaînes** : 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 les 22 jours de diffusion.

Des idées de consommation pour les trois produits sont également diffusées dans les émissions culinaires : **Petits Plats en Équilibre** sur TF1 et **Objectif Top Chef** sur M6.

Autre nouveauté cette année : pour la première fois, **l'Interprofession du Foie Gras lance une grande campagne radio dédiée au Confit**. Diffusée en octobre et novembre elle permettra aux Français de se réapproprier ce produit dans leur quotidien. Ils pourront l'écouter sur France Bleu, France Inter, RFM, RTL, Sud Radio et RMC.

Enfin, parmi les nouveautés de l'année, la filière lance également 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 dehors de la saison festive ! 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**.

SOMMAIRE

[MARCHÉ]

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

p.5

DE NOMBREUX ATOUTS POUR REBONDIR EN RESTAURATION

p.8

[ORIGINE]

LOGOS FOIE GRAS, MAGRET ET CONFIT DE FRANCE : 8 ASSOCIATIONS DE RESTAURATEURS RÉPONDENT PRÉSENTES

p.10

[TRANSPARENCE]

LES ÉLEVEURS OUVERTENT LEURS PORTES AU GRAND PUBLIC PENDANT LES JOURNÉES DU PATRIMOINE !

p.13

[PROXIMITÉ]

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

p.16

[AUDACE]

LE CUISINER ADRIEN CACHOT DEVIENT L'AMBASSADEUR DES PRODUITS DE LA FILIÈRE FOIE GRAS

p.17

[MÉDIAS]

TÉLÉ, RADIO, RÉSEAUX SOCIAUX : FOIE GRAS, MAGRET ET CONFIT JOUENT LES VEDETTES TOUTE L'ANNÉE !

p.19

[GASTRONOMIE]

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

p.22

[TREMPLIN]

16^E ÉDITION DU CHALLENGE FOIE GRAS DES JEUNES CRÉATEURS CULINAIRES 2020 : LES FUTURS CHEFS MESURENT LEURS TALENTS !

p.23

[ANIMATIONS]

« LE COMPTOIR DU CANARD, FOIE GRAS, MAGRET, CONFIT » : OPÉRATION COLLECTIVE INÉDITE POUR VALORISER LE FOIE GRAS, LE MAGRET ET LE CONFIT HORS SAISON EN MAGASINS !

p.25

[MARCHÉ]

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

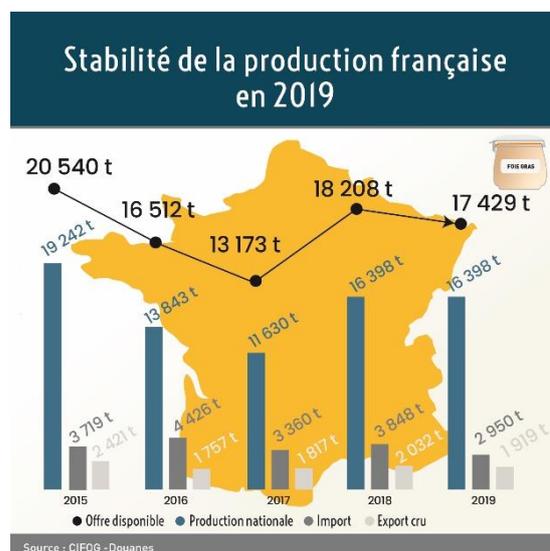
Rappel 2018 : le retour gagnant du Foie Gras

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.

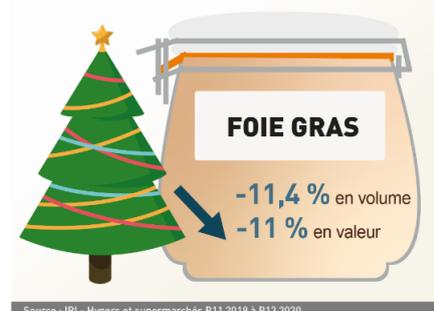
La saison festive du Foie Gras gâchée par la limitation des promotions : -11,4 % de ventes en grande distribution

(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 NIP³) par rapport à la saison dernière.

Des ventes mises à mal pendant les fêtes



³ 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 durant 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 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.



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.

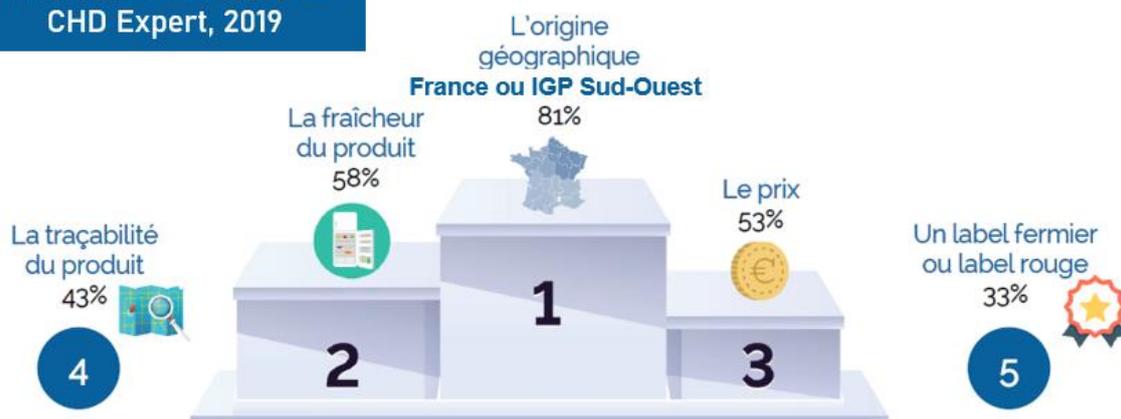
Le Foie Gras et la viande de canard gras bénéficient d'une belle image auprès des restaurateurs et sont plébiscités par leur clientèle : 90 % des restaurateurs estiment que ce sont des produits de qualité et 98 % déclarent que leur clientèle a une image positive de ces produits.

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*

ETUDE RESTAURATEURS CHD Expert, 2019



[ORIGINE]

LOGOS FOIE GRAS, MAGRET ET CONFIT DE FRANCE : 8 ASSOCIATIONS DE RESTAURATEURS RÉPONDENT PRÉSENTES

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 :

- Canards d'Auzan,
- Comtesse du Barry,
- Delmond,
- Delpeyrat,
- Ernest Soulard,
- Euralis Gastronomie,
- Foie Gras de Chalosse,
- Gers Distribution,
- Jean Larnaudie,
- Labeyrie,
- Lafitte,
- La Quercynoise,
- La Truffe Périgourdine,
- Les Fermiers Occitans
- Solipag – Alain François,
- Tradicanard,
- Vivadour Fleuron de Samatan.



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 ».



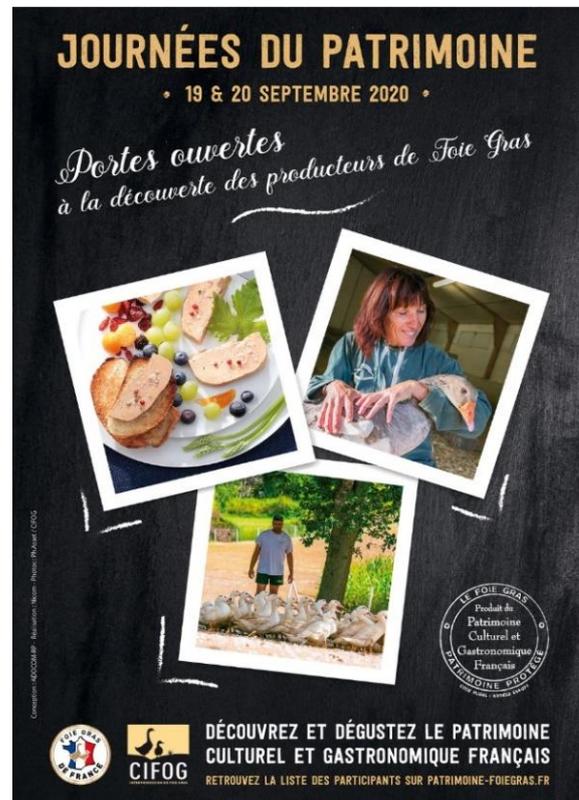
[TRANSPARENCE]

LES ÉLEVEURS OUVRENT LEURS PORTES AU GRAND PUBLIC 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 prochain.

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 »⁴ ! L'opération portes ouvertes va permettre à la France, 1^{er} pays producteur et consommateur de Foie Gras au monde, de faire découvrir les réalités de la filière au plus grand nombre.

Les consommateurs vont avoir 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 découvriront leurs installations et pourront échanger avec ces professionnels, héritiers et gardiens d'un savoir-faire historique. Ils seront également invités à savourer leurs délicieux produits !



⁴ Source : Enquête CIFOG / CSA, novembre 2019

Un site internet patrimoine-foiegras.fr pour géolocaliser les portes ouvertes les plus proches

Les producteurs de Foie Gras sont principalement répartis en Nouvelle-Aquitaine, Occitanie, Bretagne, Pays de la Loire et Alsace, mais, on en trouve également en Auvergne, Normandie... Afin de localiser facilement les fermes ouvertes les plus proches de chez soi, un site a été spécialement créé pour géolocaliser les participants.

Une carte de France permet de les visualiser en un coup d'œil et un moteur de recherche est également disponible pour filtrer les résultats par activités, animations proposées et horaires. L'opération sera également largement relayée sur les réseaux sociaux.



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.

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

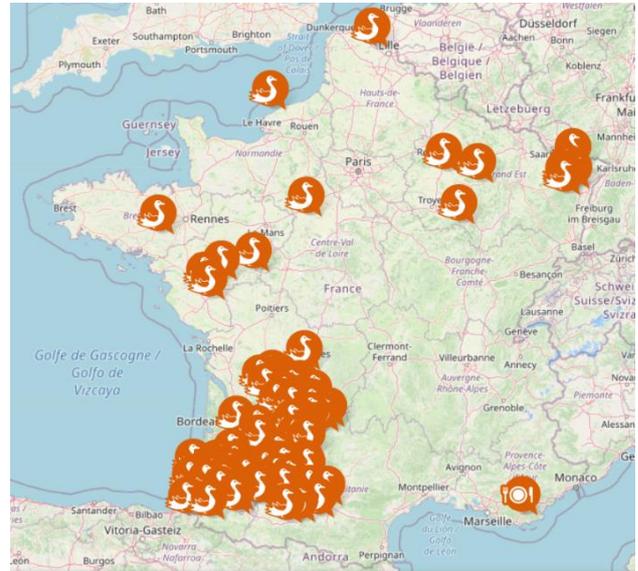
Les jeunes animaux arrivent dès leur naissance chez des éleveurs où ils sont installés dans des bâtiments chauffés avec eau et aliments à volonté. Dès que les conditions climatiques le permettent, ils ont accès au plein air, sur des espaces herbeux durant toute la durée de l'élevage. À partir de la 9^e 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.



[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.



[AUDACE]

LE CUISINER ADRIEN CACHOT DEVIENT L'AMBASSADEUR DES 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 !

« 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.



Illustration : François Pellan

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 participera notamment 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 prochains.

Deuxième temps fort de ce partenariat, le 14 octobre 2020, Adrien Cachot intégrera le Jury de la 16^e édition du Challenge Foie Gras des Jeunes Créateurs Culinaires pour départager les 6 finalistes qui auront à réaliser 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 !

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.

Toujours prêt à relever de nouveaux défis, ce passionné de cuisine s'apprête à se lancer dans un nouveau projet !



[MÉDIAS]

TÉLÉ, RADIO, RÉSEAUX SOCIAUX : FOIE GRAS, MAGRET ET CONFIT JOUENT LES VEDETTES TOUTE L'ANNÉE !

Inédit : en octobre, 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 en octobre et novembre elle permettra aux Français de se réapproprier ce produit dans leur quotidien. Ils pourront l'écouter sur France Bleu, France Inter, RFM, 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.



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

Du 16 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 les 22 jours de diffusion.



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

Foie Gras, Magret et Confit, les trois produits emblématiques de la filière, rythmeront les émissions culinaires « Petits Plats en Équilibre » de Laurent Mariotte sur TF1 et « Objectif Top Chef » sur M6, de juillet jusqu'à décembre. En tout, ces émissions représentent plus de 15 millions de contacts. Elles permettront 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. Ils sont en vedette du site tout le mois de septembre et reviendront 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



[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 des bons cadeaux pour des repas à venir déguster dans les restaurants participant à la Semaine du Foie Gras partout en France. 10 invitations pour 2 personnes seront mises en jeu cette année.

[TREMPLIN]

16^E ÉDITION DU CHALLENGE FOIE GRAS DES JEUNES CRÉATEURS CULINAIRES 2020 : LES FUTURS CHEFS MESURENT LEURS TALENTS !

Le 15 octobre prochain, les six finalistes de la 16^e édition du Challenge Foie Gras des Jeunes Créateurs Culinaires mesureront 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, seront ensuite récompensés au Quai d'Orsay. 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 ont 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 pourront 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 devront être parfaitement identifiables. Pour tenter de séduire le jury, ils devront faire preuve de créativité et d'originalité dans leur assiette ! Les garnitures et accompagnements sont laissés au choix du candidat.

Les lauréats seront sélectionnés parmi les six finalistes qui ont été choisis après examen de leurs candidatures parmi la centaine de dossiers reçus. Ils remporteront 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 »

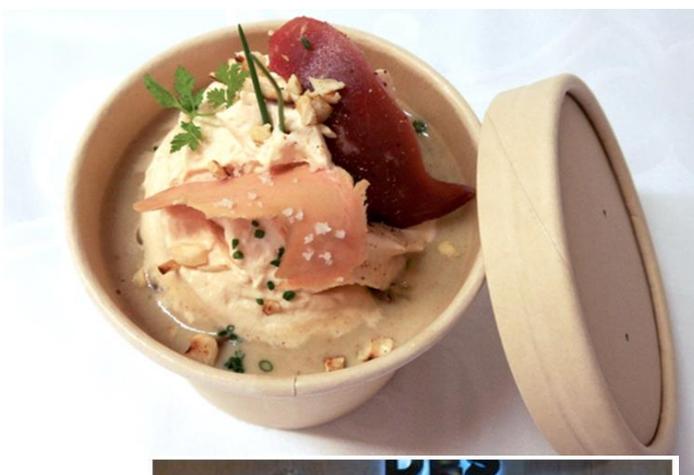
Pour honorer la mémoire d'André Daguin, véritable ambassadeur du Patrimoine Gastronomique Français et inventeur du Magret, qui a été le Président du Jury du Challenge Foie Gras des Jeunes Créateurs Culinaires pendant 15 ans, un Prix spécial « André Daguin » sera également remis à l'un des 6 finalistes. Le Jury attribuera ce Prix Spécial au finaliste dont la recette rappellera 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.*

[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 auront 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 proposera de nouvelles recettes originales et facile à réaliser et leur permettra de s'informer sur une filière au savoir-faire traditionnel et des professionnels au service de produits français emblématiques de la gastronomie.

Un puissant relai 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 proposera 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.

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