



FOIE GRAS : LES PROFESSIONNELS SERONT AU RENDEZ-VOUS DES RETROUVAILLES FESTIVES DES FRANÇAIS !

Pour beaucoup de Français, ces fêtes de fin d'année 2021 représentent l'occasion attendue d'organiser de grandes retrouvailles en famille ou entre amis, après une longue période marquée par les incertitudes et les restrictions. Des fêtes qu'ils n'imaginent pas sans Foie Gras. Ils sont en effet près de 8 sur 10 à estimer qu'il s'agit du grand incontournable des repas festifs (78 %). Un autre produit de la filière, le Magret, devrait également figurer en bonne place sur les tables de fin d'année. Plus de 6 Français sur 10 (62 %) estiment que cette viande de volaille unique en son genre se prête particulièrement à la préparation des plats de fêtes de fin d'année !¹

Un ensemble de signaux positifs

Les professionnels ont toutes les bonnes raisons d'être optimistes pour cette nouvelle saison festive :

- En **2020**, les circonstances mouvementées n'ont pas empêché le Foie Gras de gagner 1,2 million de nouveaux ménages acheteurs. Leurs achats ont fait un bond spectaculaire au moment des fêtes : +32,2 % du 21 au 27 décembre et de +27,3 % du 28 décembre au 3 janvier en grandes et moyennes surfaces.² Un enthousiasme qui a même entraîné des ruptures dans certains magasins qui n'avaient pas anticipé cette affluence record !
- Les premiers chiffres de 2021 sont également de très bon augure, avec :
 - En **Grandes et Moyennes Surfaces** (GMS) : des ventes en hausse de +3,6 % en volume et +3,8 % en valeur de début janvier à début septembre 2021 comparé à la même période de 2020³.
 - En **restauration** : des ventes en augmentation de +28 % pour les Foies Gras transformés sur le 1^{er} semestre 2021 vs 1^{er} semestre 2020 malgré une situation toujours perturbée dans le secteur de la restauration hors domicile.⁴
 - À l'**international** : une augmentation des exportations du Foie Gras cru à +11 % et transformé à +17 % en volume de janvier à juillet par rapport à la même période en 2020. ⁵ Une tendance à la hausse qui va se poursuivre avec la réouverture des pays tiers suite au retour du statut indemne d'influenza aviaire de la France le 2 septembre dernier.

1 Enquête CIFOG / CSA décembre 2020

2 IRI - hypers et supermarchés 2020 vs 2019

3 IRI-Cumul courant du 04/01/2021 au 12/09/2021

4 FIAC

5 CIFOG d'après Douanes

Les professionnels mobilisés et responsables pour sécuriser la production

Face à ces indicateurs très positifs, les professionnels ont tout mis en œuvre pour répondre à la demande du marché avec leurs trois produits phares : Foie Gras, Magret et Confit. Après avoir surmonté les conséquences de la Loi Egalim, l'épreuve de la fermeture de 60 % de leurs marchés en raison de la Covid, et le 3^e épisode d'influenza aviaire de l'hiver dernier, les voici en ordre de marche pour répondre à la demande, pour les prochaines fêtes et au-delà. En effet, malgré la baisse de leur production (-22 % vs 2020), leur offre sera suffisante pour répondre aux besoins du marché, en raison des stocks liés à la chute de débouchés en restauration et à l'international de 2020.

La production a repris dans les territoires touchés par l'influenza, sans résurgence du virus. La nouvelle feuille de route officielle de prévention de l'influenza aviaire, établie en concertation avec les Pouvoirs publics est officiellement entrée en application avec la parution des **deux arrêtés ministériels** :

- **l'arrêté n°54** du 29 septembre 2021 définissant les **territoires vulnérables** (ZRD = Zones à risque de Diffusion), dont la densité des élevages représente un risque fort de diffusion du virus,
- **l'arrêté n°55** du 29 septembre 2021 renforçant les **règles de biosécurité** dans tous les élevages avicoles. Ces nouvelles dispositions ne remettent pas en cause l'accès aux parcours extérieurs des palmipèdes, qui restent la norme de la filière. Cependant, l'obligation de mise à l'abri, généralisée en cas de risque et adaptée aux différentes espèces fait partie des points clés des nouvelles mesures pour protéger les élevages, quel que soit le nombre d'animaux, afin d'éviter toute propagation du virus.

De plus, le 4 octobre dernier, le conseil d'administration du CIFOG a adopté un **accord interprofessionnel** afin de compléter ce dispositif : obligation de télédéclarer via l'outil interprofessionnel (BDAvicole), mesures complémentaires en ZRD/ZRP (Zone à Risque Particulier) pendant la période à risque (abaissement du nombre de lots, adaptation du nombre d'animaux à la capacité à la mise à l'abri...)

Un puissant programme d'information de fin d'année

Forts de cette nouvelle dynamique, les professionnels de la filière Foie Gras ont développé un puissant programme d'information sur les réseaux sociaux, à la télévision, dans les restaurants et dans les fermes. Au menu : transparence, pédagogie et plaisir !

Tendances : les produits revendiquent les racines de la filière

Pour cette fin d'année 2021, les entreprises de la filière Foie Gras signent de nouveaux produits marqués par un retour aux sources et la valorisation de l'engagement des professionnels du secteur. Les marques profitent ainsi de leurs emballages pour mettre en avant leurs éleveurs partenaires, leur appartenance coopérative, les visages de leurs collaborateurs... Ils proposent même aux consommateurs d'aller plus loin pour connaître l'histoire de leur Foie Gras en mettant à leur disposition des QR codes. Ils leur proposent également des renseignements précisant l'origine géographique de leurs produits.

Cette année, l'authenticité est de mise dans les recettes que les entreprises ont décidé de simplifier. D'autres se différencient avec des saveurs singulières, tout en restant dans la sobriété du piment d'Espelette, de la truffe... ou des alcools tels que l'armagnac, le cognac, le gewurztraminer... Enfin, pour ajouter une touche d'exception aux fêtes de fin d'année, des marques proposent du Foie Gras sous des formes surprenantes, avec des découpes en triangle ou des motifs marbrés.

SOMMAIRE

INFOGRAPHIE : LES CHIFFRES CLES 2020 DE LA FILIERE FOIE GRAS
EN UN COUP D'ŒIL

p.4

[MARCHE]

**LE FOIE GRAS : UN METS ATTENDU DES FRANÇAIS
POUR DES RETROUVAILLES FESTIVES EXCEPTIONNELLES !** p.5

- Enquête : le Foie Gras jugé incontournable des fêtes de fin d'année !
- Achats : les Français confirment leur goût pour le Foie Gras en 2021

[OFFRE]

**UNE FILIERE ENGAGEE POUR OFFRIR DES RETROUVAILLES
FESTIVES AUX CONSOMMATEURS !** p.13

- Une reprise avec des mesures sanitaires renforcées pour sécuriser la production
- Le Foie Gras français au rendez-vous des fêtes de fin d'année 2021
- Tendances : des produits gourmands et authentiques pour des retrouvailles festives !
- Foie Gras, Magret et Confit de France : un logo pour les reconnaître en magasins et dans les restaurants

[INFORMATION]

**TRANSPARENCE, PEDAGOGIE ET PLAISIR : DES ACTIONS
D'INFORMATION POUR DES RETROUVAILLES FESTIVES
REUSSIES !** p.24

- Web-série : deux candidats Top Chef 2021 sur la route du Foie Gras
- Télévision : le Foie Gras au programme en fin d'année !
- 4e Semaine du Foie Gras : l'excellence au menu des meilleures tables de France
- Adrien Cachot : l'audace du cuisinier au service des produits de la filière Foie Gras !
- Challenge Foie Gras des Jeunes Créateurs culinaires 2021 : les futurs Chefs inventent de nouvelles assiettes festives

EN SAVOIR PLUS

**LA PRODUCTION DE FOIE GRAS :
UN SAVOIR-FAIRE DE PASSIONNES**

p.31

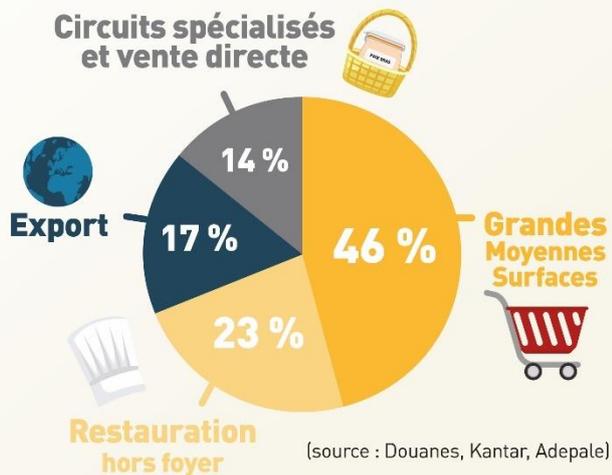
INFOGRAPHIE : LES CHIFFRES CLÉS 2020 DE LA FILIÈRE FOIE GRAS EN UN COUP D'ŒIL



Les chiffres clés de la filière en 2020



LES CIRCUITS DE COMMERCIALISATION DU FOIE GRAS (Répartition PdM Valeur)





**LE FOIE GRAS : UN METS ATTENDU
DES FRANÇAIS POUR DES RETROUVAILLES
FESTIVES EXCEPTIONNELLES !**



ENQUETE : LE FOIE GRAS JUGE INCONTOURNABLE DES REPAS DE FIN D'ANNEE EN FRANCE !

(Source : Enquête CIFOG / CSA menée du 27 novembre au 4 décembre 2020 auprès d'un échantillon national représentatif de 1005 Français âgés de 18 ans et plus.)

Le Foie Gras indissociable des fêtes de fin d'année

91 % des Français se déclarent consommateurs de Foie Gras et ils n'imaginent pas la période de fin d'année sans Foie Gras. Ils sont près de 8 sur 10 à estimer qu'il s'agit du grand incontournable des repas festifs (78 %) !

Il arrive largement en première place des produits indissociables de ces moments privilégiés, dépassant d'au moins 10 points le saumon fumé (68 %) ou la bûche de Noël (66 %).



Le Magret : une viande de fête

Plus de 6 Français sur 10 estiment que le Magret se prête à la préparation des plats de fêtes de fin d'année



Source : CIFOG / CSA décembre 2020

Le Magret : aussi de la fête !

Le Magret de canard est aujourd'hui consommé par 86 % des Français. Ils sont même plus de 6 sur 10 (62 %) à estimer qu'il s'agit d'une viande qui se prête particulièrement à la préparation des plats de fêtes de fin d'année !

Foie Gras : toutes les qualités pour des repas festifs réussis

Les Français n'imaginent pas la période de fin d'année sans Foie Gras. Pas étonnant, puisqu'ils lui attribuent toutes les qualités requises pour les repas festifs ! Ils sont en effet plus de 9 sur 10 à estimer que le Foie Gras est un produit « **festif** » (93 %), « **traditionnel** » (93 %), « **à partager** » (92 %) et « **qui fait plaisir** » (92 %) : les caractéristiques idéales d'un mets à savourer pour fêter les retrouvailles annuelles en famille ou entre amis !

Le Foie Gras : reconnu ambassadeur de la tradition gastronomique française

Une grande majorité de la population, 93 %, s'accorde à dire que le Foie Gras fait partie du **patrimoine gastronomique hexagonal**. 87 % des Français estiment également qu'il s'agit d'un produit « Made in France » à **soutenir** et d'un **savoir-faire traditionnel à préserver**.

De plus, 87 % considèrent que le Foie Gras « participe au **rayonnement de l'art de vivre** et de la **culture gastronomique française** dans le monde ».

Véritable ambassadeur du savoir-faire culinaire à la française à travers le monde, le Foie Gras bénéficie même de la reconnaissance officielle « **patrimoine culturel et gastronomique protégé en France** » depuis 2006 (art. 654-27-1 du code rural).



Le Magret : le goût de la tradition française

Le Magret est une viande :

- **typiquement française**
pour **86 %** des Français

- **issue d'un savoir-faire traditionnel** pour **88 %**
des Français



Source : CIFOG / CSA décembre 2020

Le Magret : le goût de la tradition française

Pour les Français, le Magret est fortement lié à la gastronomie hexagonale. Ils sont ainsi 86 % à reconnaître qu'il s'agit d'une viande typiquement française et même 88 % à estimer qu'elle est issue d'un savoir-faire traditionnel à préserver.



Le Foie gras : aussi très attendu au restaurant !

Si le Foie Gras connaît un grand succès pour la consommation à domicile au moment des **fêtes de fin d'année**, il est également très **attendu en restauration** : 88 % des Français pensent qu'il doit être proposé par les Chefs durant cette période.

Et, au-delà des réveillons, ils sont également 83 % à souhaiter pouvoir en savourer en restauration au moment d'**autres fêtes** comme Pâques, la Saint-Valentin, la fête des Mères, etc. D'ailleurs, 68 % des Français pensent même qu'il devrait être présent **tout au long de l'année** à la carte (+ 8 points vs 2019) !

S'ils veulent du Foie Gras à la carte, ils estiment qu'il doit être français : 74 % de la population juge en effet que **l'origine française** du Foie Gras proposé sur les cartes est importante.

Le Foie Gras : atout des restaurants

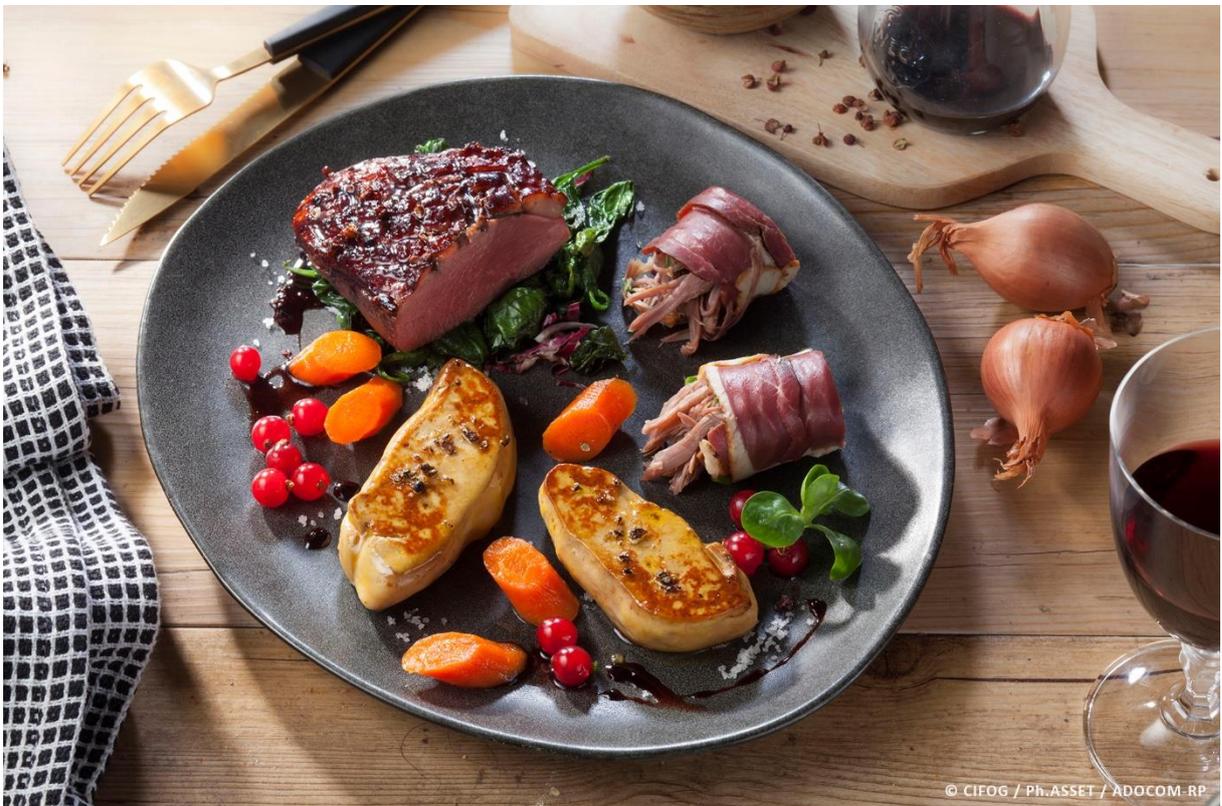
Les Français pour du Foie Gras dans les restaurants à :



88 % pendant
les **fêtes de fin d'année**
68 % tout au long de l'année



Source : CIFOOG / CSA décembre 2020



© CIFOOG / Ph.ASSET / ADOCOM-RP

Foie Gras, Magret, Confit :

5 bonnes raisons de les mettre à la carte !

Pour les restaurateurs, proposer les produits de la filière à leur carte représente de nombreux avantages, en voici cinq :

1 - Répondre aux attentes des clients

Près de **70% des Français** estiment que le Foie Gras devrait être présent tout au long de l'année à la carte des restaurants (+ 8 pts vs 2019) et **88 %** à Noël.

2 - Valoriser l'image de l'établissement

C'est une excellente façon de se démarquer : **75%** des restaurateurs qui servent des produits issus du canard gras estiment que **cela valorise la carte et l'image de leur établissement.**

3 - Affirmer son talent !

96 % des restaurateurs utilisant du canard gras estiment que les recettes sont aisément personnalisables :

- d'innombrables **créations culinaires**, des plus simples aux plus sophistiquées, pour laisser s'exprimer tout le talent du chef !
- Foie Gras, Magret et Confit adaptés **de la bistronomie à la haute gastronomie étoilée** s'accordent avec tous les **produits locaux et de saison**



4 - Augmenter le ticket moyen

Foie Gras, Magret et Confit sont des produits tendances (en burgers, planches apéritives, finger food, brunch, cuisine du monde...) pour 93% des restaurateurs cuisinant du canard gras. Les proposer à la carte, c'est générer du chiffre d'affaires et des marges additionnelles. 87 % des chefs estiment que les recettes à base de canard gras ont un coût à la portion facile à ajuster.

5 - Contribuer au Patrimoine culturel et gastronomique français

- ✓ Emblématiques de la cuisine de nos terroirs
- ✓ Reflètent notre Art de vivre et offrent des gages de traçabilité
- ✓ Permettent de valoriser le savoir-faire gastronomique de la France avec des produits uniques au monde, attendus aussi bien des touristes internationaux que des Français.

ACHATS : LES FRANÇAIS CONFIRMENT LEUR GOUT POUR LE FOIE GRAS EN 2021

2021

Les ventes en hausse en GMS : + 3.6 % au 12/09/2021

(Source : IRI - Cumul courant du 04/01/2021 au 12/09/2021)

Les premiers chiffres de l'année 2021 sont de bon augure pour la filière Foie Gras. En effet, de janvier à la mi-septembre, les ventes en hypers et supermarchés enregistrent des progressions par rapport à la même période en 2020. Elles ont ainsi augmenté de +3,6 % en volume et de +3,8 % en valeur.

Les 5 bonnes raisons de proposer du Foie Gras en rayon

Parmi les nombreuses raisons incitant les distributeurs à proposer du Foie Gras, cinq sont particulièrement importantes :

- 1 – Le Foie Gras est un produit « plaisir » et une attente forte des clients : 91 % des Français déclarent consommer de Foie Gras (Enquête CIFOG / CSA décembre 2020).
- 2 – Le Foie Gras des producteurs français est gage de qualité et de savoir-faire
- 3- Le Foie Gras est un formidable capital d'attraction sur la clientèle : 1,2 million de nouveaux ménages acheteurs en 2020 !
- 4 – Le Foie Gras augmente le chiffre d'affaires des magasins : une référence de Foie Gras mi-cuit génère 3,5 fois plus de CA qu'une autre référence festive.
- 5 – La présence du Foie Gras en rayon valorise l'art de vivre et le patrimoine gastronomique français : « Foie Gras, Magret et Confit de France », Indication Géographique Protégée « Canard à Foie Gras du Sud-ouest » ... sont pour les consommateurs des gages de traçabilité et de qualité. Avec eux, les magasins proposent des produits exceptionnels attendus aussi bien des clients français qu'internationaux.

RAPPEL 2020 :

le Foie Gras dynamique pendant les fêtes malgré la crise

1,2 million de ménages acheteurs supplémentaires malgré la crise !

(Source : Kantar – tous circuits)

Sur l'ensemble de l'année 2020 et malgré des premiers mois difficiles, les ventes de Foie Gras ont progressé sur le marché de la consommation à domicile. Il faut dire que le Foie Gras a gagné 1,2 million de ménages acheteurs supplémentaires par rapport à 2019 pour atteindre un niveau record de 42,7 % de ménages acheteurs.



Le Foie Gras : le grand incontournable de la fin d'année

(Source : Kantar – tous circuits)

L'observation de l'évolution mensuelle du taux de ménages acheteurs montre le poids très important de la fin de l'année dans les achats de Foie Gras en 2020, et particulièrement du mois de décembre. Le dernier mois de l'année a compté 30,3 % de ménages acheteurs, un taux en progression de +2,5 points par rapport à 2019.

En grandes et moyennes surfaces, les ventes de Foie Gras ont bondi de +32,2 % du 21 au 27 décembre et de +27,3 % du 28 décembre au 3 janvier⁶, créant des phénomènes de rupture dans les magasins qui n'avaient pas anticipé cet afflux en commandant suffisamment de produits.



ZOOM RESTAURATION

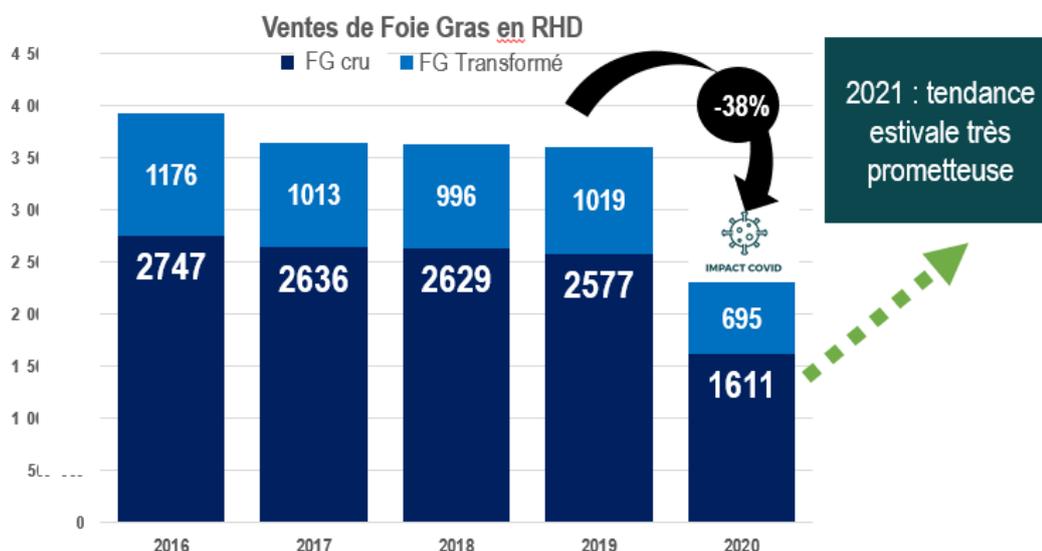
Foie Gras, Magret, Confit au rendez-vous pour la réouverture des restaurants

(source : FIAC)

Après une chute des débouchés en restauration hors domicile durant la crise Covid, le Foie Gras accompagne la réouverture des restaurants opérée en mai dernier, ainsi que la reprise du traiteur avec le retour des activités événementielles.

Sur le 1^{er} semestre 2021, les ventes de Foie Gras transformé sont ainsi en hausse de +28 % en restauration hors domicile et les ventes de Foie Gras transformé et cru en augmentation de +22% auprès des grossistes et distributeurs.

Rappelons qu'en 2020, le Foie Gras a réussi à tenir la vedette des ventes à emporter et livraisons à domicile proposées par les restaurateurs pour pallier les restrictions dont ils faisaient l'objet. Un phénomène qui, en plus de l'excellente fréquentation des établissements pendant l'été 2020, a permis de freiner le recul des ventes de Foie Gras en restauration : sur l'ensemble de l'année 2020, Foie Gras cru et transformé enregistrent un recul de leurs ventes en volume limité à -38 %.



⁶ IRI – hypers et supermarchés



ZOOM EXPORTATIONS : reprise des ventes à l'international

(Source : CIFOG d'après douanes)

En 2020, la balance commerciale du Foie Gras est restée positive à +40 millions d'euros malgré la fermeture des restaurants à l'étranger. En effet, la baisse des exportations a été compensée par la baisse des importations. Avec la reprise, les premières tendances de l'année 2021 (7 mois) montrent un net rebond des exportations en volume : +11 % de Foie Gras cru et + 17 % pour les préparations vendues à l'international. Parallèlement, les exportations de Foie Gras ont augmenté de +6 % en valeur sur les 7 premiers mois 2021 par rapport à la même période de 2020.



A large flock of white geese is gathered in a grassy field. Three men are standing behind the geese, looking towards the camera. The background is a green, grassy hillside. The text is overlaid on a yellow banner in the upper part of the image.

**UNE FILIERE ENGAGEE POUR OFFRIR
DES RETROUVAILLES FESTIVES
AUX CONSOMMATEURS !**

UNE REPRISE AVEC DES MESURES SANITAIRES RENFORCEES POUR SECURISER LA PRODUCTION

La dernière épizootie d'Influenza Aviaire de l'hiver 2020/2021 a gravement touché la filière Foie Gras, qui a été une nouvelle fois fortement déstabilisée. Cet épisode est désormais derrière elle. La filière a tout mis en œuvre pour assurer sa relance dans la sérénité et la reprise de la production, qui a débuté en juin dernier s'est déroulée sans incident. La France a retrouvé son statut indemne d'influenza aviaire hautement pathogène le 2 septembre dernier et a pu reprendre ses exportations.

Une feuille de route élaborée dans le cadre de groupes de travail nationaux, associant les services de l'État, les organisations professionnelles nationales, les syndicats agricoles et les interprofessions a été présentée par le ministre le 8 juillet 2021 et donne un cadre strict pour l'élevage des palmipèdes à Foie Gras.

L'objectif commun est d'éviter une nouvelle crise d'Influenza Aviaire en renforçant les dispositifs permettant de sécuriser la production, en particulier durant les périodes à risque lors des migrations d'oiseaux sauvages et dans les territoires à forte densité avicole.

Elle comprend trois points majeurs :

- Obligation de mise à l'abri généralisée, quel que soit le nombre d'animaux dans les élevages, en cas d'élévation du niveau de risque
- Suppression de la dérogation de mise à l'abri pour les élevages de moins de 3 200 palmipèdes en cas d'élévation du niveau de risque
- Diminution des densités d'élevages dans les zones à risque de diffusion de l'Influenza Aviaire

La nouvelle réglementation sur la prévention sanitaire et la lutte contre l'influenza aviaire est ainsi entrée en vigueur le 1^{er} octobre, avec la publication de deux arrêtés. Le premier arrêté n°54 concerne la définition des zones à risque de diffusion et le second n°55 renforce les règles de biosécurité.

L'élevage de plein air : toujours ancré dans l'ADN de la filière

Le CIFOG tient à rappeler que la mise à l'abri des palmipèdes en cas de risque élevé déclenché par les pouvoirs publics est une nécessité impérieuse mais temporaire. La mise à l'abri de tous les palmipèdes dans les zones à risque (haute densité, zones humides, ...) vise à les protéger d'une introduction du virus soit directement par les oiseaux sauvages, soit indirectement par les élevages voisins. Cet impératif prôné par les experts scientifiques ne remet absolument pas en cause la pratique de l'élevage en plein air de la filière. Lorsque le risque est qualifié de négligeable (et même modéré pour les territoires les moins à risque), l'accès aux parcours extérieurs reste une priorité pour les éleveurs, quel que soit le modèle de production.



Des mesures spécifiques dans les nouvelles « Zones à risque de diffusion »

L'arrêté n°54 du 29 septembre 2021 définit les zones à risque de diffusion (ZRD) et les mesures de surveillance et de prévention spécifiques associées. Ces nouvelles zones s'ajoutent aux zones à risques particuliers (ZRP) d'introduction d'un virus influenza où la mise à l'abri est obligatoire dès que le risque influenza est modéré. Une « zone à risque de diffusion » est composée de groupes de communes dans lesquelles la probabilité que le virus de l'influenza aviaire hautement pathogène se propage d'un élevage à un autre, une fois le virus introduit dans la zone concernée, est supérieure à 75%. Définies au niveau communal, ces ZRD concernent 539 communes situées dans neuf départements et deux bassins majeurs : au nord (Loire-Atlantique, Maine-et-Loire, Deux-Sèvres, Vendée) et au sud (Gers, Landes, Pyrénées-Atlantiques, Hautes-Pyrénées, Lot-et-Garonne).

Dans ces zones à risque de diffusion, la mise à l'abri sera obligatoire pour les palmipèdes de moins de 42 jours jusqu'à leur fin d'élevage dès le passage en risque modéré. Cette adaptation permet de préparer progressivement les élevages de ces zones à un éventuel passage en risque élevé tout en évitant de rentrer des animaux déjà âgés (>42 j) avec des températures potentiellement élevées. Les mesures de biosécurité seront encore renforcées pour les personnes intervenant en élevage et, en cas de risque élevé, un dépistage des palmipèdes devra être fait moins de 72 heures avant tout mouvement d'un élevage à un autre.

Les mesures de biosécurité renforcées

En parallèle, de nouvelles conditions de protection contre l'influenza aviaire sont développées dans l'arrêté n°55 du 29 septembre 2021 relatif à la biosécurité dans les élevages de volailles.

En premier lieu, l'arrêté impose **une télédéclaration des élevages, de la mise en place et de la sortie des lots d'animaux** pour toutes espèces avicoles et palmipèdes dans les 7 jours. Ce délai est réduit à 48 h en cas de risque élevé.

Ensuite, lorsque le niveau de risque s'élève la règle reste la mise à l'abri des animaux généralisée dans les territoires ciblés par les arrêtés établissant le niveau de risque, mais désormais **sans dérogation possible** pour les élevages ayant moins de 3200 volailles ou palmipèdes présents à l'extérieur.

En revanche, ce nouveau cadre prévoit une adaptation des conditions de mise à l'abri en fonction des espèces et des types d'élevage. Ainsi pour les palmipèdes à Foie Gras, des densités maximales sont définies pour les mises à l'abri : 6 animaux maxi/m² pour un bâtiment fermé ou 4 pour un abri léger.

Pour les élevages de palmipèdes prêt-à-engrais fonctionnant en circuit court autarcique (entrée d'animaux à 1 j sur la ferme et pas de sortie d'animaux vers d'autres élevages), les animaux peuvent être abrités sous filet attenant au bâtiment dans la limite de 1500 animaux entre 5 et 17 semaines d'âge par exploitation et avec une densité maximale de 2 animaux/m². L'abreuvement et l'alimentation doivent en revanche être à l'intérieur ou sous un auvent.

Avant chaque mouvement vers un nouvel établissement, 20 animaux seront dépistés pour détecter la présence du virus d'Influenza aviaire. Une étude scientifique est coordonnée jusqu'au 31 décembre 2021 par l'agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail, afin d'identifier l'ensemble des souches d'influenza aviaire, y compris les faiblement pathogènes, potentiellement présentes.

De plus, les durées minimales de vide sanitaire (après nettoyage et désinfection) sont maintenues à 42 jours sur un parcours, 14 jours pour un bâtiment d'élevage et 2 jours en salle d'engraissement.

Par ailleurs, les élevages devront, à partir du 1^{er} juillet prochain, faire réaliser au moins un audit biosécurité annuel. Les mesures de biosécurité restent en effet de mise (personne référente formée, plan de circulation, désinfection des véhicules, interdiction de l'accès aux autres animaux, aux personnes non indispensables...). Le parcours doit être clôturé et dépourvu de plan d'eau, mares ou zone inondée. La circulation des véhicules sur le parcours pour abreuver et nourrir les animaux doit être évitée.

Un accord interprofessionnel adopté le 4 octobre complète ce dispositif

Le conseil d'administration du CIFOG réuni le 4 octobre dernier a adopté à l'unanimité des collègues Amont et Aval un accord interprofessionnel venant compléter ce dispositif :

- La télédéclaration s'effectuera grâce à l'outil BDavicole déployé depuis 2016 pour géolocaliser les élevages et disposer d'un véritable tableau de bord de la présence des animaux en lien avec les services vétérinaires ;
- Des mesures complémentaires en ZRD et ZRP sont prises pendant la période à risque (15 novembre au 15 mars) :
 - Augmentation d'1 semaine de vide sanitaire qui passe à 21 j en élevage
 - Planification d'une baisse du nombre de lots
 - Diminution du nombre d'animaux par lot en vue de la mise à l'abri

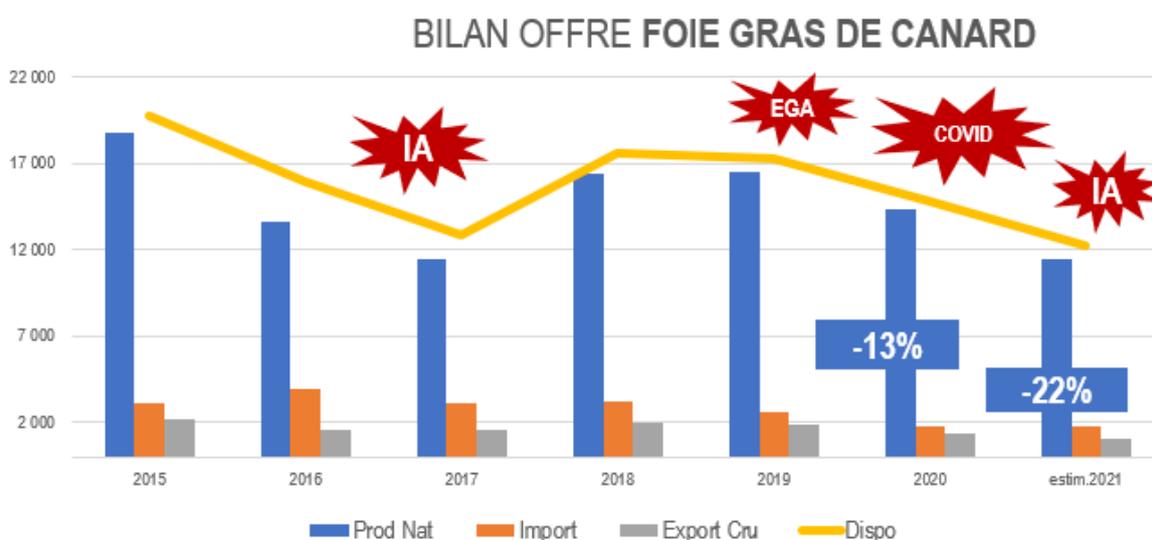


LE FOIE GRAS FRANÇAIS AU RENDEZ-VOUS POUR DES FETES DE FIN D'ANNEE 2021 GOURMANDES !

Les années 2020 et 2021 sont marquées par des reculs successifs de la production de Foie Gras, en raison d'une succession d'éléments déstabilisateurs : mise en place de la loi Egalim avec la limitation de la mise en avant promotionnelle des produits, Covid et influenza aviaire.

En 2021, l'Interprofession estime que la production de la filière devrait s'élever à environ 11 700 tonnes de Foie Gras, soit un recul de l'ordre de -22 % par rapport à l'année 2020. Environ 6,7 millions de canards n'ont en effet pas pu être élevés par la filière en raison des différentes mesures prises pour lutter contre l'influenza aviaire et une mise à l'arrêt de la production de janvier à juin 2021. Cependant, les stocks occasionnés par les confinements, les restrictions dans les restaurants et la chute des volumes exportés permettront de compléter l'offre des professionnels français pour couvrir la demande du marché cette année.

Désormais, les professionnels sont prêts à reprendre une production à la hausse dès 2022 afin de répondre aux prévisions de croissance de consommation de leurs produits.



TENDANCES : DES PRODUITS GOURMANDS ET AUTHENTIQUES POUR DES RETROUVAILLES FESTIVES !

Identité : le savoir-faire des professionnels valorisé

Les Français ont de plus en plus envie de savoir d'où proviennent les produits qu'ils consomment. C'est pourquoi les entreprises proposent des gammes mettant en évidence les racines de leurs produits. Sur les étiquettes, elles affirment l'identité de leur production en mettant en avant leurs éleveurs partenaires, leur appartenance coopérative, les visages de leurs collaborateurs... Sur les emballages, les consommateurs ont également accès à des points de repère sur les lieux de transformation des Foies Gras, les caractéristiques de l'élevage dont ils sont issus ... Les informations sont facilement accessibles, en rayon ou chez soi, simplement en scannant les QR codes présents sur les emballages avec un smartphone. L'origine géographique fait également partie des éléments mis en avant par les entreprises.



Clairement identifiables, les canards produits dans le cadre de l'IGP « Canard à Foie Gras du Sud-Ouest » respectent ainsi des normes de production strictes et contrôlées par un organisme certificateur et se décline en 6 appellations : Landes, Gers, Périgord, Quercy, Gascogne ou bien Chalosse. Le Label Rouge fait également partie des particularités mises en avant par les entreprises. Ce signe de qualité est régulièrement contrôlé par un organisme indépendant pour en vérifier la traçabilité et le mode de production.



Valeurs sûres : des listes d'ingrédients simplifiées



Les professionnels renforcent leurs démarches responsables en s'attachant à simplifier leurs listes d'ingrédients. De nombreuses marques adaptent ainsi leurs recettes pour renouer avec l'authenticité de leurs produits. Le simple dosage de sel et de poivre peut parfois faire toute la différence dans ces recettes simplifiées au maximum.

Ce phénomène concerne aussi bien le Foie Gras en torchon, qu'en bocal ou en boîte métal. Une tendance dans laquelle s'inscrivent également les produits Label Rouge

Exception : des ingrédients singuliers et des présentations originales

Les entreprises accompagnent les consommateurs dans leurs envies de surprendre leurs convives aux moments des retrouvailles de la période de Noël. Pour les fêtes de fin d'année, les marques proposent ainsi des recettes et des présentations originales. Certains ingrédients entrent ainsi dans la composition des recettes pour apporter des notes aromatiques intenses et singulières comme le piment d'Espelette, la truffe, le laurier ou encore des alcools comme le Champagne, le Cognac, l'Armagnac, le Gewurztraminer... Du côté du dressage des assiettes, les entreprises proposent des présentations peu communes comme le triangle de Foie Gras ou le Foie Gras marbré.



FOIE GRAS, MAGRET ET CONFIT DE FRANCE : UN LOGO POUR LES RECONNAITRE 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 2019 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 :



Le logo « Origine France » gage de confiance

Les logos collectifs Foie Gras de France, Magret de France et Confit de France, lancés en 2019 par les professionnels, ont séduit les consommateurs, de plus en plus en recherche de traçabilité et de proximité depuis la crise. Ils jugent massivement leur présence rassurante et incitative à l'achat. 92 % des Français se disent rassurés sur la traçabilité et l'origine des produits porteurs du logo « Foie Gras de France » et 90 % déclarent qu'il s'agit même d'un critère incitant au choix en rayon. En effet, ils sont très attachés à son origine française, que 91 % considèrent comme un critère de choix primordial au moment de l'achat.

Les logos ont déjà été adoptés par tous les principaux acteurs du marché et, de leur côté, les Chefs ont devancé l'obligation réglementaire d'indiquer l'origine des viandes en restauration, en s'engageant également à valoriser l'origine française des produits de la filière. Ils ont signé une Charte d'engagement en ce sens dès octobre 2019.

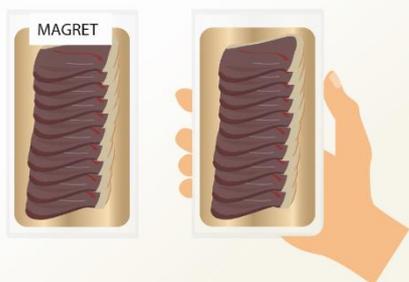
« Foie Gras de France » : un logo collectif rassurant



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

Source : CIFOG / CSA décembre 2020

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



Une incitation au choix pour 9 Français sur 10

Source : CIFOG / CSA décembre 2020

Le logo Magret de France : une incitation au choix

Le logo « Magret de France » est également très apprécié des Français : 91 % estiment qu'il est rassurant et 89 % qu'il est susceptible de les inciter au choix.



750 g - Média Paprika - Cifog - Adoboc - RP

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



1

Un **niveau d'identification nationale** regroupant tous les terroirs français : Alsace, Bretagne, Pays de Loire, Normandie, Sud-Ouest...

2

Un **niveau d'identification régional** identifié par un signe officiel d'origine et de qualité : l'IGP « **Canard à Foie Gras du Sud-Ouest** » garantissant la qualité et le savoir-faire traditionnel du Sud-ouest et pouvant être couplé à une démarche Label Rouge



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, PEDAGOGIE ET PLAISIR :
DE NOMBREUSES ACTIONS D'INFORMATION
POUR UNE REPRISE FESTIVE REUSSIE !**



WEB-SERIE : DEUX CANDIDATS TOP CHEF 2021

SUR LA ROUTE DU FOIE GRAS

À partir du 1er novembre, le Foie Gras se découvre dans de nouvelles vidéos visibles sur les réseaux sociaux. Les jeunes Chefs **Matthias Marc** et **Pierre Chomet**, qui se sont en particulier fait remarquer dans l'émission Top Chef 2021, partent à la rencontre de toutes celles et ceux qui font le Foie Gras. À travers cette web-série de 3 épisodes de 2 à 3 minutes, les deux compères expliquent, aux côtés de passionnés, le fonctionnement de la filière aux jeunes générations. Cette web-série inédite, complétée d'un site internet comportant une multitude d'informations sur le Foie Gras, offre une approche ludique et conviviale du Foie Gras !

rencontres-foiegras.fr



TELEVISION : LE FOIE GRAS AU PROGRAMME EN FIN D'ANNEE !

Le Foie Gras est de retour sur les écrans en cette fin d'année 2021, avec une puissante campagne publicitaire à la télévision, en partenariat avec l'agence Jésus et Gabriel.

Les téléspectateurs de la nouvelle série à succès de TF1 « Ici Tout Commence », sur la vie dans une école de gastronomie, verront ainsi les vidéos de parrainage du Foie Gras. Elles seront diffusées en direct et en replay des feuilletons, du 22 novembre au 31 décembre.



Les téléspectateurs de TF1 retrouveront également les spots du Foie Gras en prime-time chaque jeudi durant 5 semaines, du 18 novembre au 16 décembre.

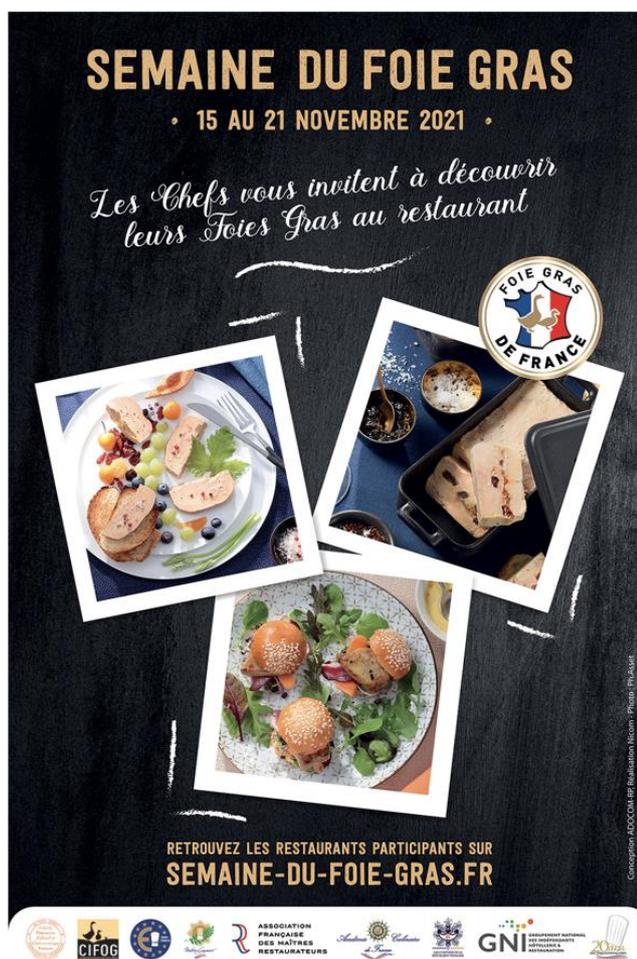
La campagne se déploiera en complément des directs sur les plateformes de replay de MyTF1 et de FranceTV.

En tout, plus de 245 millions de contacts seront générés sur l'ensemble de la diffusion.



4^E SEMAINE DU FOIE GRAS : L'EXCELLENCE AU MENU DES MEILLEURES TABLES DE FRANCE !

La semaine nationale du Foie Gras a conquis de nombreux restaurants partout en France depuis son lancement en 2018. L'édition 2020 s'est adaptée au contexte pour soutenir les initiatives de repas à emporter prises par les Chefs autour des produits de la filière. Pour sa quatrième édition, elle devrait revenir sous sa forme classique, 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. Cette année, le Groupement National des Indépendants Hôtellerie – Restauration (GNI) se joint à leurs côtés pour valoriser les produits de la filière Foie Gras. Du 15 au 21 novembre, plusieurs centaines de restaurants organiseront ainsi 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 des recettes de Chefs.

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



ADRIEN CACHOT : L'AUDACE DU CUISINIER AU SERVICE DES PRODUITS DE LA FILIERE FOIE GRAS !

Le CIFOG poursuit son partenariat avec Adrien Cachot, finaliste de Top Chef 2020. Qualifié d'« OVNI culinaire » par la critique, ce cuisinier hors pair a marqué les esprits et continue, selon certains, d'hanter la saison 2021 de l'émission ! Désormais, son audace et sa créativité sont au service du Foie Gras, du Confit et du Magret.

Adrien Cachot participera à de nombreux événements organisés par le CIFOG tout au long de l'année 2021. 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 donne ainsi de nombreuses idées faciles à mettre en œuvre pour réinventer les trois produits phares de la filière : Foie Gras, Magret et Confit ! Des recettes qu'il partage sur les réseaux sociaux du Foie Gras : Facebook, Twitter (@fandeFoieGras), Instagram (@FoieGrasFrançais).



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.



CHALLENGE FOIE GRAS DES JEUNES CREATEURS CULINAIRES 2021 : LES FUTURS CHEFS INVENTENT DE NOUVELLES ASSIETTES FESTIVES !

Ce 14 octobre, les six finalistes de la 17^e édition du Challenge Foie Gras des Jeunes Créateurs Culinaires ont mesuré leurs talents dans les cuisines de l'École Ferrandi à Paris. 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 le caractère festif du Foie Gras, autour du thème :

« Le Foie Gras est une fête ! »

Les candidats ont imaginé une assiette festive « comme au restaurant », composée de Foie Gras (cru, à cuisiner ou prêt à consommer). Vedette de la présentation, le Foie Gras devait être parfaitement identifiable. 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 de toute la France. 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 €).

**CHALLENGE FOIE GRAS 2021
DES JEUNES CRÉATEURS CULINAIRES**

LE FOIE GRAS EST UNE FÊTE !

Gagnez jusqu'à
2000 €

Réaliser une assiette festive « Comme au Restaurant »
avec du Foie Gras (cru, à cuisiner ou prêt-à-consommer)

INSCRIVEZ-VOUS !

ADOCOM-RP — 01 48 05 19 00 — anais@adocom.fr
Règlement du Concours sur leblogdufoiegras.com

FOIE GRAS DE FRANCE
CIFOG

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 les produits de la filière Foie Gras.

Tous les ans, ce concours organisé par le Cercle des Amoureux du Foie Gras, sous l'égide du CIFOG (Comité Interprofessionnel des palmipèdes à Foie Gras), 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.

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

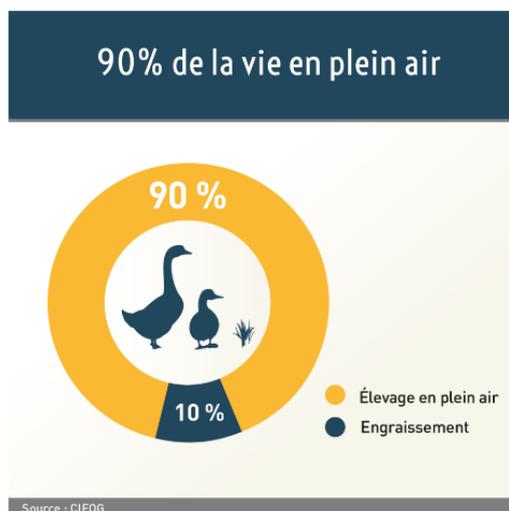


Alix André, 1^{er} Prix du Challenge Foie Gras 2020, accompagnée du célèbre Chef Meilleur Ouvrier de France Guy Legay, ex-Chef du Ritz, Paris.

EN SAVOIR PLUS

LA PRODUCTION DU FOIE GRAS : UN SAVOIR-FAIRE DE PASSIONNES

90 % de la vie en plein air. Les oisons ou canetons sont installés chez des éleveurs dès leur naissance, dans des bâtiments chauffés avec eau et aliments à volonté. Ils se préparent à passer 90 % de leur vie en plein air. Dès que les conditions climatiques le permettent, ils ont accès à des espaces herbeux pour toute la durée de l'élevage. Vers leur 9^e semaine, ils reçoivent une alimentation progressive, les préparant à l'engraissement qui intervient à l'âge adulte, vers le 3^e ou 4^e mois. L'engraissement se déroule sur une dizaine de jours, avec deux repas par jour.

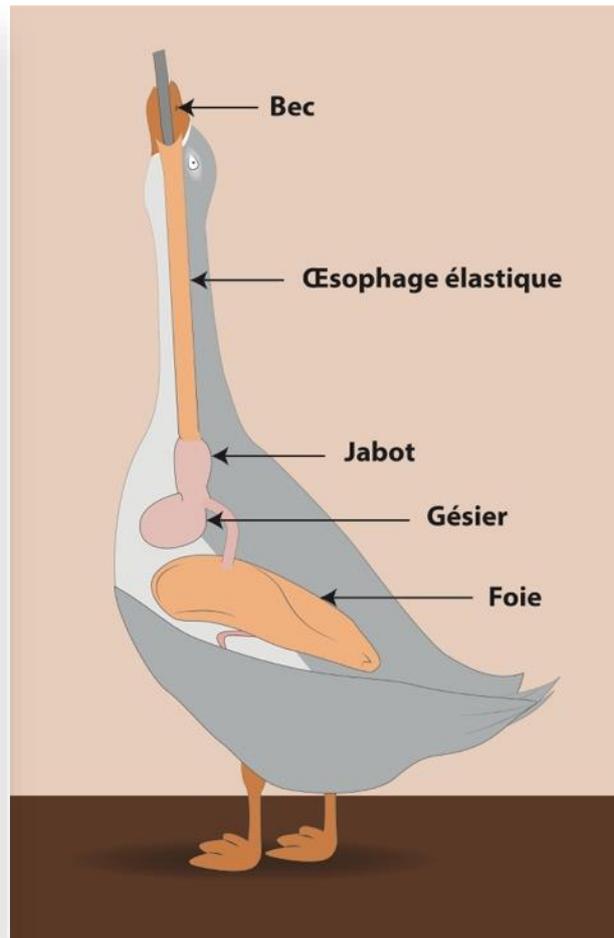


La reproduction d'un phénomène naturel : l'engraissement est une technique ancestrale 100 % réglementée. Elle respecte l'anatomie particulière des oies et des canards qui ont un œsophage élastique, leur permettant d'avaler de grosses proies. Grâce à leur métabolisme spécifique, ces palmipèdes sont habitués à stocker du gras pour la migration (réserve énergétique).



Le Foie Gras : un phénomène réversible. Le Foie Gras est un produit sain. Si l'on cesse l'engraissement, le foie revient à son poids de départ en quelques jours. Il s'agit du même phénomène que celui observé dans la nature, lorsque l'oiseau utilise ses ressources après un long voyage migratoire.

Un geste d'expert : l'engraissement résulte d'un geste précis et délicat. Il requiert un grand professionnalisme et une parfaite connaissance des animaux. D'une courte durée de 10 à 14 jours, l'engraissement peut être assuré par l'éleveur qui a pris soin des animaux pendant la phase d'élevage ou peut être confié à un autre éleveur spécialisé. Le nourrissage se fait à l'aide d'un *embuc* adapté à l'anatomie de l'animal. Ce geste ne dure que 4 secondes !



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

Accoupage, élevage, engraissement, transformation : chaque étape de la production de la filière Foie Gras fait appel au savoir-faire et au professionnalisme de femmes et d'hommes passionnés par leur métier. 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. Cinq grandes régions françaises sont particulièrement concernées : Nouvelle-Aquitaine, Occitanie, Bretagne, Pays de la Loire et l'Alsace.

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

Sandra, Julie & C° - L'équipe ADOCOM-RP, Service de Presse CIFOG
vous remercie de votre attention
Tél : 01 48 05 19 00 – Courriel : adocom@adocom.fr

**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