



FOIE GRAS, MAGRET, CONFIT : **MAGIE ET GOURMANDISE À PARTAGER POUR UN QUOTIDIEN SUSPENDU DURANT LES FÊTES DE FIN D'ANNÉE !**

Près de 9 Français sur 10 (89 %) déclarent consommer du Foie Gras¹ et ils le prouvent dès qu'ils le peuvent ! À quelques semaines des fêtes, les premières tendances chiffrées de l'année 2025 confirment leur enthousiasme². Dans les magasins, les achats de Foie Gras enregistrent même une hausse record de +55,3 % en volume sur le 1^{er} semestre, démontrant que le succès du Foie Gras dépasse largement les fêtes de fin d'année ! Le constat est éloquent en février, mois de la Saint-Valentin, qui enregistre un bond des achats de +104 % en volume en 2025 vs février 2024 !

Ces résultats montrent que la reprise amorcée l'an passé, avec le retour des produits sur le marché, est bien passée à un rythme supérieur. En 2024, les achats de Foie Gras en magasins avaient en effet augmenté de +10,8 % en volume sur l'ensemble de l'année.



Cette dynamique permet aux professionnels de la filière d'aborder la saison des réveillons avec sérénité. Leur production est à nouveau solide et ils peuvent assurer, aux magasins comme aux restaurateurs, que leurs trois pépites, Foie Gras, Magret, Confit, seront bien présents sur le marché, tant en quantité qu'en qualité ! Une très bonne nouvelle pour les Français, qui jugent le Foie Gras indissociable de la période de Noël : 73 % le disent incontournable de leurs repas de fêtes, juste devant le saumon fumé et la bûche de Noël.

Pour s'assurer que la féérie soit bien au rendez-vous, les professionnels de la filière ont amorcé en début d'année un puissant programme d'information de deux millions d'euros pour toucher tous leurs publics : toutes les générations de consommateurs, les distributeurs, les restaurateurs, les apprentis cuisiniers, etc. Après 4 années d'absence, le Foie Gras fait même son grand retour à la télévision dès la mi-novembre pour sonner le top départ de la saison festive !

¹ Enquête CIFOG/ CSA décembre 2024

² Source : Worldpanel – tous magasins.

Une production française solide et facilement identifiable

La filière française du Foie Gras a clairement tourné la page de l'influenza aviaire grâce à la réussite d'une stratégie de vaccination pionnière au bénéfice de l'ensemble des élevages et du pays. Elle confirme ainsi la **reprise de sa production**, en hausse de +47 % entre 2023 et 2024 et qui devrait se stabiliser à ce haut niveau en 2025. Pour s'assurer d'acheter des produits bénéficiant du savoir-faire historique et local des producteurs français, il suffit de se fier à la présence du **logo « Foie Gras de France », « Magret de France » ou « Confit de France »**. Ce point de repère national garantit des produits issus d'animaux, nés, élevés, abattus et transformés en France. Une **identification d'origine** importante pour les Français, qui sont 87 % à déclarer qu'il s'agit d'un critère incitatif au choix en rayon.¹

Magie et créativité pour un maximum de plaisir gourmand !

Pour que la magie opère auprès des consommateurs, les **marques se mobilisent** en complément des actions menées par l'Interprofession. Elles **animent les points de vente** pour créer une **atmosphère de fête** et proposent des **nouveaux produits** répondant aux **envies** des consommateurs. Elles s'appuient en effet sur une **matière première** disponible en **quantité** et en **qualité** pour élargir leurs gammes et s'inscrire dans les **nouvelles tendances** de consommation. Le Foie Gras s'invite ainsi au moment de l'**apéritif** avec des offres dédiées, répond aux envies de **découverte gustative** avec des créations originales et de nouvelles associations de textures, fait écho aux amateurs d'**authenticité** en proposant des recettes basées sur des classiques de Noël ou des ingrédients du terroir, donne des **gages de qualité** avec signes officiels comme le Label Rouge ou l'IGP Canard à Foie Gras du Sud-Ouest (Chalosse, Gascogne, Gers, Landes, Périgord, Quercy), s'associent à des **Chefs de renom** pour cocréer des recettes gastronomiques, etc. Certaines marques ajoutent à la fête en offrant des accessoires comme des lyres pour découper le Foie Gras dans les règles de l'art. Des **cadeaux** qui pourront bien évidemment être conservés pour tous les autres moments d'exception de l'année !

Foie Gras, Magret et Confit : à la rencontre de tous ses publics !

Dans une volonté de **pédagogie** et de **transparence**, les acteurs de la filière ont investi 2 millions d'euros en 2025 pour informer tous les publics. Outre le grand retour du Foie Gras à la **télévision** en novembre, de nombreuses actions participent ainsi à renforcer la connaissance du savoir-faire et des produits de la filière. Plusieurs centaines de visiteurs, dont des centaines d'élèves, ont répondu présents aux **Portes Ouvertes** des producteurs durant les Journées du Patrimoine des 20 et 21 septembre. Ce succès prouve que les consommateurs ont envie d'en apprendre davantage sur le Foie Gras. Dans le cadre du programme européen de pédagogie autour du foie gras, ils peuvent ainsi visionner des **vidéos** instructives, notamment visibles sur rencontres-foiegras.fr, ou les réseaux sociaux du CIFOG (@FandeFoieGras et @FoieGrasFrancais), qui publient de nombreuses recettes à reproduire chez soi pour les fêtes.

Mets d'excellence, le Foie Gras tient bien évidemment la vedette au restaurant, où il inspirera les Chefs durant « **La Semaine du Foie Gras au restaurant** » du 8 au 16 novembre prochain. Le Foie Gras sait aussi se réinventer, que ce soit durant les **MasterClass** données dans les lycées hôteliers ou pour le **Challenge Foie Gras des Jeunes Créateurs Culinaires**. Cette année, le concours a invité les candidats à s'exprimer sur le thème du « Foie Gras, Magret, Confit : le trio star des planches bistro gastronomiques ! ». Véritable tremplin vers la scène gastronomique française, plusieurs lauréats du Challenge se sont fait un nom dans la cuisine et figurent même parmi les étoilés.

SOMMAIRE

CONSOMMATION

RETOUR DU FOIE GRAS, MAGRET, CONFIT SUR LE MARCHÉ : LES FRANÇAIS EN REDEMANDENT !

- Foie Gras : la hausse des achats en magasins s'accélère p. 5
- Magret : les acheteurs confirment leur enthousiasme en rayon p. 8
- Confit : +36% d'achats en magasins en 2024 p. 10
- Zoom restauration :
Foie Gras, Magret et Confit aussi de retour à la carte des Chefs p. 11
- En rayon et à la carte : les pros ont toutes les bonnes raisons de proposer
les produits de la filière en magasin et en restauration ! p.12

ENVIES

LES FRANÇAIS CONFIRMENT LEUR ENTHOUSIASME POUR LE TRIO FOIE GRAS, MAGRET, CONFIT

- Foie Gras : les Français unis autour d'un mets emblématique
des fêtes de fin d'année p.16
- Le Magret : une viande unique et festive au goût des Français toute l'année ! p.19
- Le Confit : la générosité gourmande au menu des fêtes ! p.23

OFFRE

LES PÉPITES DE LA FILIÈRE AU RENDEZ-VOUS DES FÊTES AVEC LE SOUTIEN D'UNE OFFRE SOLIDE ET SÉCURISÉE

- La production nationale retrouve son niveau en 2 ans p.26
- Tendances : magie et créativité, les marques comblent
toutes les attentes festives ! p.28

MOBILISATION

DEUX MILLIONS D'EUROS INVESTIS POUR RÉPONDRE À TOUTES LES ENVIES DE FOIE GRAS, MAGRET, CONFIT DES CONSOMMATEURS !

- Télévision : Le Foie Gras de retour en novembre p.32
- Europe : un programme pédagogique vers les jeunes générations p.33
- Transmission : les jeunes talents de la cuisine réinventent
le trio Foie Gras, Magret, Confit p.35
- Gastronomie : Foie Gras, Magret, Confit vedettes des cartes des restaurants p.37
- Proximité : toutes les générations présentes aux Portes Ouvertes
pour les Journées du Patrimoine p.38
- Réseaux sociaux : les fans toujours connectés aux Foie Gras, Magret, Confit p.39



CONSOMMATION
RETOUR DES FOIE GRAS, MAGRET, CONFIT :
LES FRANÇAIS EN REDEMANDENT !

FOIE GRAS : LA HAUSSE DES ACHATS EN MAGASINS S'ACCÉLÈRE

Les consommateurs répondent présents quand le foie gras est présent en rayons !
+ 55 % d'achats en magasins sur 6 mois !

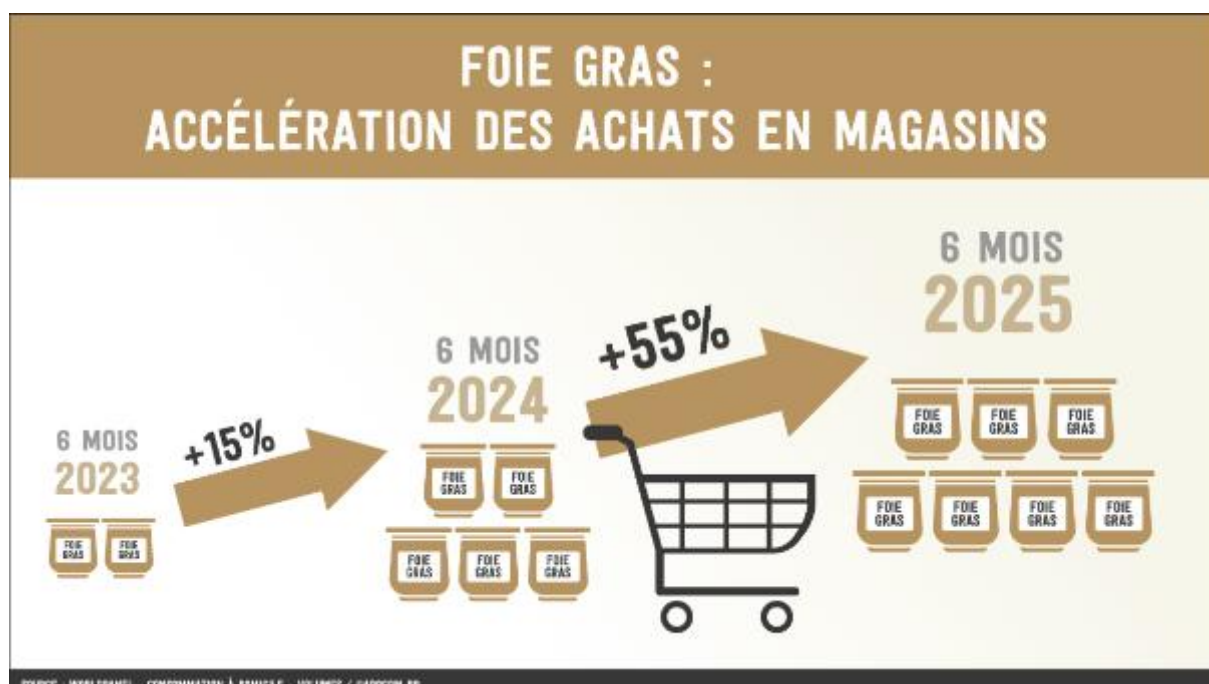
(Sources : Kantar 2024 vs 2023 et Worldpanel by Numerator du 01/01/25 au 30/06/25 vs même période 2024)

Tous magasins pour la consommation à domicile, les ventes de Foie Gras enregistrent des hausses records sur le **1^{er} semestre 2025**, avec un bond des achats des consommateurs de **+55 % en volume** et +42 % en valeur par rapport au 1^{er} semestre 2024, marquant une accélération par rapport à la croissance du 1^{er} semestre 2024, à +15 % en volume et +14 % en valeur vs 1^{er} semestre 2023.

Le succès du Foie Gras s'est prolongé au-delà de Noël et de la Saint-Sylvestre puisqu'il se retrouve en 2025 dans le **top des ventes de la Saint-Valentin**. Le vendredi 14 février, les ventes de Foie Gras en conserve ont été multipliées par 1,9 par rapport à la moyenne des 5 vendredis précédents et par 1,4 pour le Foie Gras frais. Sur l'ensemble du mois de **février 2025**, les achats de Foie Gras ont même plus que doublé entre 2024 et 2025 (**+104 %**) ! Le Foie Gras est en effet très apprécié au-delà des fêtes de fin d'année.

Ces chiffres confirment l'accélération de la reprise amorcée en **2024** avec le retour du Foie Gras en rayon, grâce au succès de la stratégie de vaccination contre l'influenza aviaire mise en place en France. Sur l'ensemble de l'année 2024, les achats de Foie Gras avaient ainsi déjà augmenté de +10,8 % en volume en magasins comparé à 2023.

Une preuve que les consommateurs répondent présents lorsque le Foie Gras est présent en rayon et ce, même au-delà des fêtes !



Le retour des ménages acheteurs se confirme :

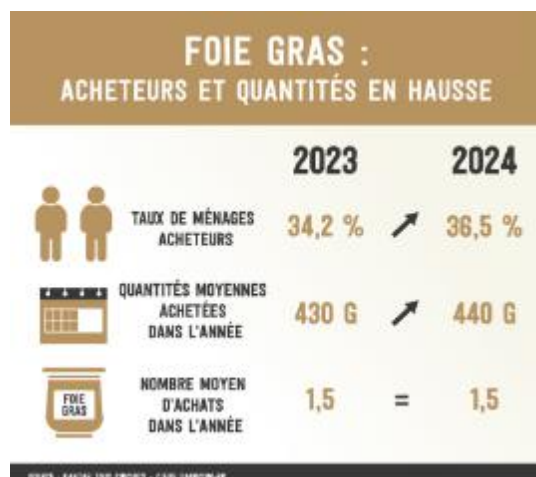
+24 % de Français acheteurs sur 6 mois 2025 !

(Source : Kantar 2024 vs 2023 et Worldpanel by Numerator du 01/01/25 au 30/06/25 vs même période 2024)

Tous magasins pour la consommation à domicile, la hausse des ventes est due à l'augmentation du nombre d'acheteurs et des quantités achetées. En **2024**, plus de 10,6 millions de Français ont acheté du Foie Gras pour le partager en famille ou entre amis, soit une hausse de +7,4 % par rapport à 2023. Sur le **1^{er} semestre 2025**, leur nombre est déjà en augmentation de +24 % par rapport au 1^{er} semestre 2024, avec près de 2,7 millions d'acheteurs en magasins en seulement 6 mois.

Sur l'ensemble de l'année **2024**, 36,5 % des ménages français ont acheté du Foie Gras ; 10 g en moyenne de plus qu'en 2023, soit 440 g sur l'année, réparti en 1,5 fois.

Le **1^{er} semestre 2025** montre une accélération de la dynamique, les quantités achetées en augmentation de +10,4 % et la fréquence de +13,5 %.



Rappel des fêtes de fin d'année 2024 :

+14,8 % de Foie Gras acheté pour les réveillons

(Source : Circana en Grandes Surfaces Alimentaires + e-commerce + magasins de proximité)

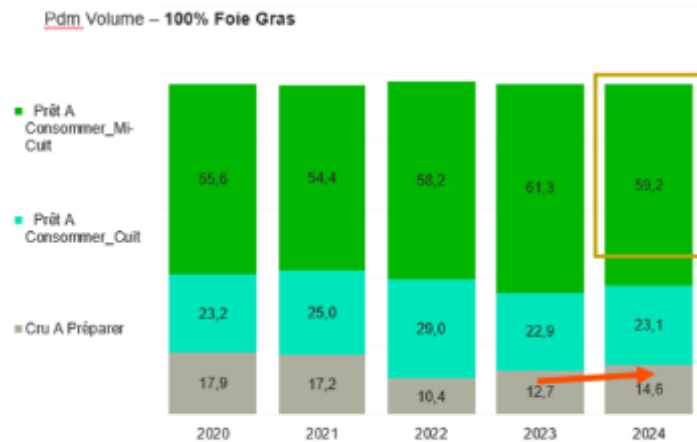
En grandes et moyennes surfaces et magasins de proximité, les Français ont augmenté leurs achats de Foie Gras de **+14,8 % en volume** sur la période des fêtes, pour **+10,4 % de chiffre d'affaires** (du 09/12/24 au 05/01/25). Sur l'ensemble de l'année 2024, cette augmentation était de +10,4 % en volume et de +4,8 % en valeur en GMS et boutiques de proximité.



Le mi-cuit reste la référence incontournable du marché

(Source : Kantar 2024 vs 2023)

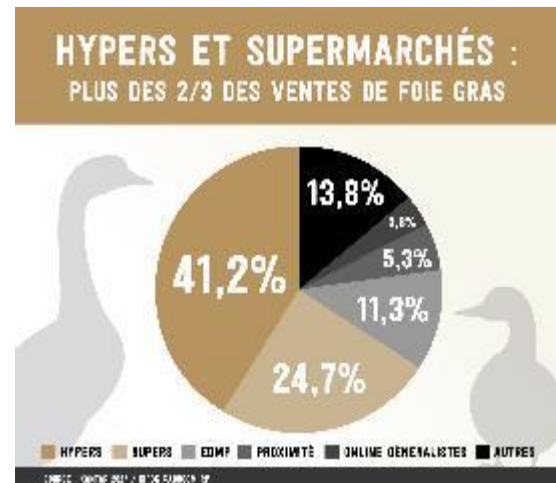
Tous magasins pour la consommation à domicile, les Français continuent de largement privilégier les achats de Foie Gras Prêt-à-Consommer mi-cuit, qui représentait, en 2024, 59,2 % des ventes en volume. Les conserves représentaient quant à elles 23,1 % du Foie Gras vendu et, avec le retour de l'offre, le Foie Gras cru à cuisiner soi-même atteignait 14,6 % du Foie Gras vendu en magasins.



Hypers et supermarchés : les 2/3 des achats des ménages

(Source : Kantar 2024 vs 2023)

Les achats de Foie Gras pour la consommation à domicile ont majoritairement lieu dans les hypers et supermarchés, qui cumulaient 65,9 % des ventes en volume de l'année 2024 : 41,2 % en hypers et 24,7 % en supermarchés. Les Enseignes à Dominante Marques Propres (EDMP) étaient quant à elles en 3^e position, concernées par 11,3 % des ventes.



MAGRET : LES ACHETEURS CONFIRMENT LEUR ENTHOUSIASME EN RAYON

Doublement des achats en 2024

(Sources : Kantar 2024 vs 2023 et Worldpanel by Numerator du 01/01/25 au 30/06/25 vs même période 2024)

Sur l'ensemble de l'année 2024, les achats de Magret pour la consommation à domicile ont fait un bond de +108 % en volume et de +79 % en valeur par rapport à 2023.

Près de 6,5 millions de Français en ont acheté, soit +57,7 % vs 2023. Sur les 6 premiers mois 2025, leur nombre est déjà en progression de +34 %. Plus de 2,3 millions de Français ont acheté du Magret entre janvier et juin.

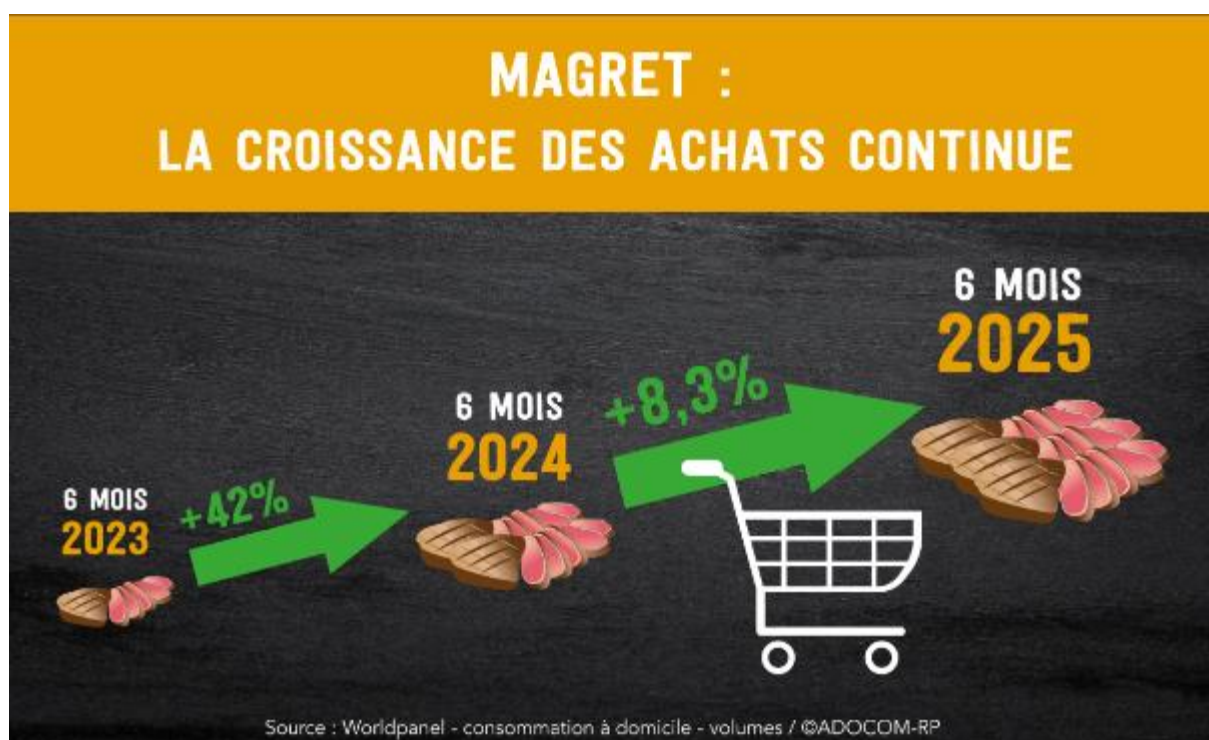
En 2024, le taux de ménages acheteurs de Magret de Canard s'est élevé à 22,2 %. Ils en ont acheté en moyenne plus de deux fois dans l'année, 770 g à chaque fois (+11,4 %), soit plus de 1,6 kg au total sur 2024.



Du Magret aussi après les fêtes !

Tous magasins pour la consommation à domicile, les ventes de Magret de Canard continuent de progresser sur le **1^{er} semestre 2025**, avec une augmentation des achats des consommateurs de +8,3 % en volume et une stabilité en valeur (-1 %), comparé au 1^{er} semestre 2024. Une progression qui se poursuit après un 1^{er} semestre 2024 exceptionnel, marqué par des achats à +42 % en volume et +43 % en valeur par rapport à 6 mois 2023.

(Source : Worldpanel by Numerator du 01/01/25 au 30/06/25 vs même période 2024)



CONFIT DE CANARD : +36 % D'ACHATS EN MAGASINS EN 2024

(Source : Kantar 2024)

Le Confit de canard a également pris le chemin de la croissance en 2024 dans les magasins, avec une hausse de +36 % en volume comparé à 2023. Le taux de ménages acheteurs s'élève à 22,1 % en 2024, soit + 7pts comparé à 2023. Les ménages ont acheté en moyenne 1,8 kg, quantité répartie en près de 2 fois sur l'année (1,9 fois en 2024).



ZOOM RESTAURATION

FOIE GRAS, MAGRET ET CONFIT AUSSI DE RETOUR À LA CARTE DES CHEFS

(Source : Enquête de la Fédération des Industries des Aliments Conservés auprès d'un échantillon constant d'entreprises – 2024 et 1^{er} semestre 2025)

Les ventes de Foie Gras, de Magret et de Confit ont enregistré une très nette hausse en 2024 auprès de la restauration hors domicile avec le retour des approvisionnements.

Les ventes de **Foie Gras** étaient en **2024** en augmentation de **+39 %** comparé à 2023 : +25 % pour le Foie Gras transformé et +45 % pour le Foie Gras cru.

Sur le **1^{er} semestre 2025**, la dynamique se poursuit avec une hausse de **+10 %** par rapport au 1^{er} semestre 2024. Le Foie Gras cru, qui représente plus de 80 % du Foie Gras vendu aux restaurateurs, gagne +17 % sur la période.

Sur l'année **2024**, les ventes de Magret et de Confit aux professionnels de la restauration avaient également largement repris en **2024** : **+63 % pour le confit** et **+68 % pour le magret**. Sur le **1^{er} semestre 2025**, la hausse se poursuit à **+11 % pour le magret** par rapport au 1^{er} semestre 2024, tandis que le confit marque le pas avec un début d'année à -9 % sur la même période.



EN RAYON ET À LA CARTE : LES PROS ONT TOUTES LES BONNES RAISONS DE PROPOSER LES PRODUITS DE LA FILIÈRE EN MAGASIN ET EN RESTAURATION !

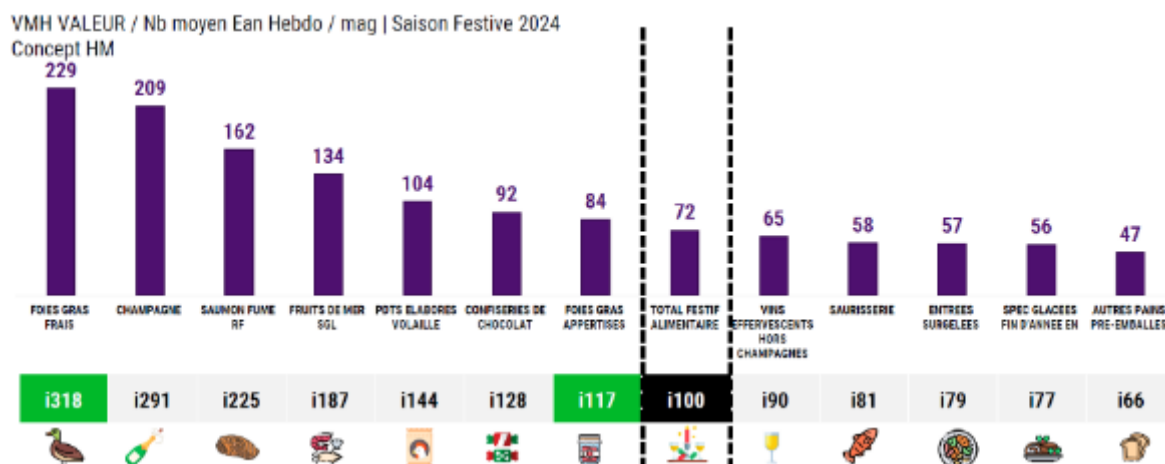


GRANDES ET MOYENNES SURFACES UNE OFFRE LARGE, PRÉCOCE ET MISE EN AVANT : LES TROIS ACCÉLÉRATEURS DE VENTES DE FOIE GRAS

(Source : étude menée par Circana pour le CIFOG : mise en perspective des ventes en magasin avec la façon dont sont présentés les produits sur place.)

Le Foie Gras : un excellent rendement pour les magasins

Le Foie Gras représente une très belle opportunité de chiffre d'affaires pour les magasins. Il s'agit en effet du plus rémunérateur des produits festifs : une référence de Foie Gras mi-cuit rapporte **3 fois plus de chiffre d'affaires que la moyenne des produits festifs en hypermarché** ! Le Foie Gras en conserve a également un excellent rendement : 17 % supérieur à la moyenne des produits festifs ! (source : Circana)



Élargir l'offre pour augmenter les ventes

Pour la largeur d'offre, l'étude met en évidence l'importance du nombre de références sur les volumes vendus et le chiffre d'affaires généré. En mi-cuit, les hypermarchés les plus performants proposent en effet des gammes près de 4 fois plus larges que la moyenne (87 références en moyenne), générant 8 fois plus de ventes en volume et en valeur. Pour la conserve, le constat est identique, des gammes jusqu'à 5 fois plus larges multiplient par 8 les volumes vendus et le chiffre d'affaires.

Planter plus tôt pour réussir la saison

L'étude de Circana montre que les hypers et supermarchés ayant implanté leurs dispositifs Foie Gras dès le mois de novembre enregistrent de meilleures performances sur la saison festive. En 2024, leur chiffre d'affaires sur le Foie Gras est ainsi supérieur de 7 % sur la saison festive par rapport aux magasins ayant limité leur implantation à décembre.



Enquête : le Foie Gras attendu plus tôt en magasin pour 75 % des clients

Si le Foie Gras était disponible en rayon plus précocement, dès le début du mois de décembre, 75 % des acheteurs en grande distribution disent qu'ils franchiraient plus tôt le pas de l'achat. De plus, 89 % des consommateurs seraient incités à acheter plus tôt dans la saison si les produits étaient en promotion dès le début du mois de décembre. Source : enquête CIFOG / CSA décembre 2024



Multiplier les points d'implantation est bénéfique

Sur les mises en avant, Circana démontre également que leur multiplication est bénéfique aux ventes. Ainsi, les magasins les plus performants sur la saison 2024, proposaient 4 zones de mise en avant sur le mi-cuit, avec un chiffre d'affaires 54 % supérieur aux magasins sans mise en avant spécifique. Pour le Foie Gras en conserve, une triple implantation multiplie par près de deux le chiffre d'affaires comparé à une offre simplement proposée en rayon, en particulier avec des implantations complétant l'offre en rayon, avec des présentations en allée centrale et tête de gondole.





RESTAURANTS

LES PRODUITS DU CANARD À FOIE GRAS : 5 BONNES RAISONS DE LES METTRE À LA CARTE !

(Source : CIFOOG / Strateg'Eat, sur le relevé des additions de près de 500 établissements de restauration sur les années 2023 et 2024)

Augmentation du ticket moyen : l'ajout de Foie Gras, Magret ou Confit dans les menus augmente le ticket moyen de 10 % en moyenne. Les clients sont prêts à payer davantage pour la qualité et l'expérience du canard à foie gras. Ce sont des produits qui plaisent et poussent à consommer davantage.

Demande croissante : les produits du canard à foie gras gagnent en popularité auprès des clients des restaurants. Entre 2023 et 2024, leur taux de prise de Foie Gras, Magret ou Confit a ainsi progressé de +17 pts. Cette proportion est désormais supérieure à celle de desserts comme la crème brûlée et similaire au tiramisu.



Croissance du Chiffre d'Affaires : Dans un contexte économique difficile pour les restaurateurs, qui ont vu leur chiffre d'affaires global décroître en 2024, leur chiffre d'affaires relatif aux recettes réalisées à partir des produits du canard gras a quant à lui progressé de +11 % sur un an. C'est un produit résilient et attractif.

Excellent potentiel de marge et de rentabilité : même avec un prix premium, sa rentabilité est compétitive face aux plats classiques. Le coefficient est en moyenne de 5,6 pour un plat de Magret (200 g + frites) et de 5,3 pour un plat de confit (250 g + frites) pour des prix de vente hors taxe respectifs de 18,90 euros et de 16,30 euros. (Source : Strateg'Eat d'après marge+ ; coefficient hors main-d'œuvre et hors énergie).



Opportunité toute l'année : les établissements proposant des produits du canard à Foie Gras en continu, tout au long de l'année enregistrent une croissance de leur chiffre d'affaires plus élevée. Lorsque les produits sont proposés de façon saisonnière, la croissance du chiffre d'affaires est de l'ordre de +9 % sur 1 an (2023/2024) et de +12 % lorsque les produits sont proposés tout au long de l'année.



BAROMÈTRE CIFOG / CSA **LES FRANÇAIS CONFIRMENT LEUR ENTHOUSIASME** **POUR LE TRIO FOIE GRAS, MAGRET, CONFIT !**

*Source : Enquête CIFOG/ CSA menée du 27 novembre au 4 décembre 2024
auprès de 1007 individus représentatifs de la population française de 18 et plus.*

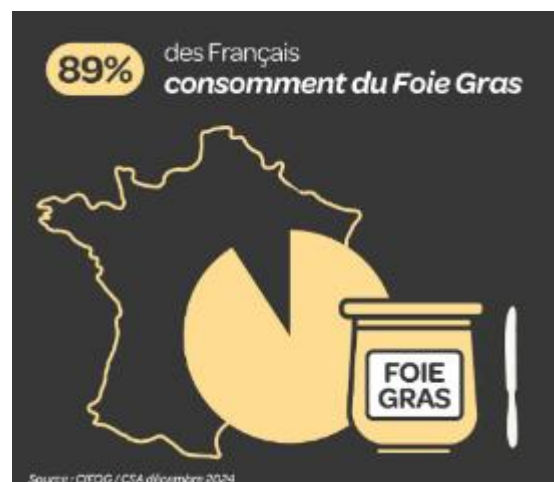
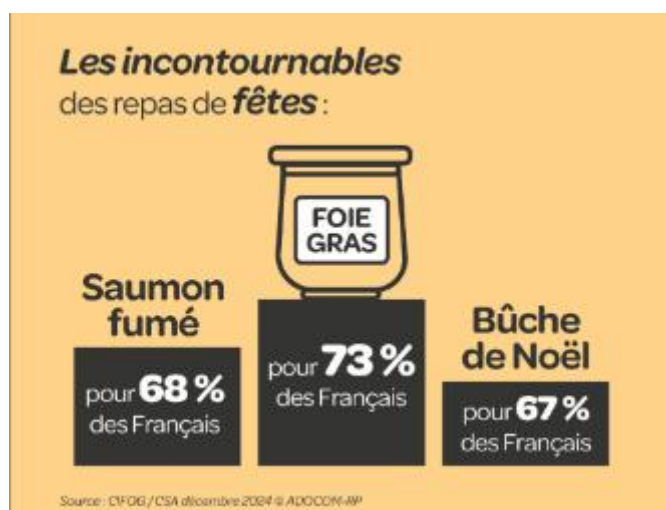
FOIE GRAS : LES FRANÇAIS UNIS AUTOUR D'UN METS EMBLÉMATIQUE DES FÊTES DE FIN D'ANNÉE

Source : Enquête CIFOG/ CSA décembre 2024

Près de 9 Français sur 10 consommateurs de Foie Gras !

Les résultats de la dernière enquête menée par CSA pour l'Interprofession du Foie Gras (CIFOG) fin 2024 confirment l'enthousiasme des Français pour le Foie Gras. Ils sont 89 % à déclarer en consommer, quel que soit le moment de l'année.

Le Foie Gras : incontournable des tables festives



Les Français n'imaginent pas la période de fin d'année sans Foie Gras. Ils sont 73 % à le juger incontournable de leurs **repas de fêtes**. Ils sont en effet au moins 9 sur 10 à estimer que le Foie Gras est un produit « **traditionnel** » (93 %), « **festif** » (91 %), « **haut de gamme** » (91 %) et « **à partager** » (90 %) : les caractéristiques idéales d'un mets à savourer pour faire une pause festive en famille ou entre amis, en rupture avec un contexte maussade et même parfois anxiogène.

Le Foie Gras : une pause de plaisir et de fête

La présence de ce mets emblématique sur les tables festives est extrêmement importante aux yeux des Français, d'autant plus dans une atmosphère générale difficile. Ils sont ainsi 83 % à estimer que le Foie Gras constitue un moyen de partager des moments de fêtes et de plaisir avec leurs proches dans le contexte de morosité ambiant.



Le Foie Gras : un mets de confiance en matière de :



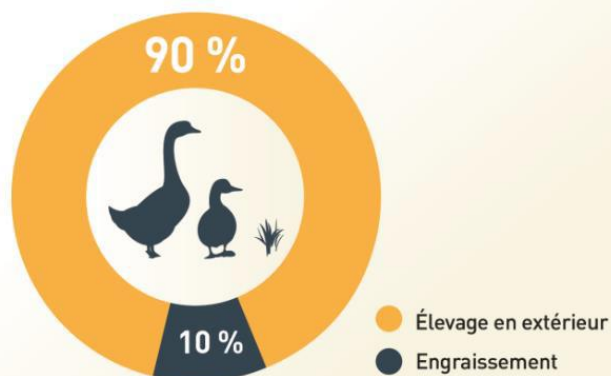
Source : CIFOG / CSA décembre 2014 © ADCCC-IP

Foie Gras : un mets de confiance

Les Français accordent des niveaux de confiance très élevés au Foie Gras, que ce soit en matière de **qualités gustatives** (91 %), de **sécurité alimentaire** (86 %), de **traçabilité** (87 %) ou de **mode de production** (83 %).

Par ailleurs, 70 % des Français s'accordent à dire que le Foie Gras est forcément issu d'un **animal en bonne santé**. Cependant, seulement 9 % de la population sait que la **phase d'engraissement** ne dure que **10 % du temps d'élevage** de l'animal. 42 % confient n'avoir aucune idée de la durée de cette phase.

90% de la vie en extérieur



Source : CIFOG



Du Foie Gras : oui et du vrai !

Les Français attendent du véritable Foie Gras et non du simili ! Ils sont en effet 70 % à confier **ne pas être prêts à tester** un produit exclusivement fabriqué à base de végétaux et cette proportion monte à 74 % pour un produit de synthèse conçu en laboratoire.

Le Foie Gras : un atout à la carte des Chefs !

Le Foie Gras fait partie des incontournables des tables des restaurants. **88 % des Français** estiment en effet que le Foie Gras doit être proposé dans les **restaurants en fin d'année**, 84 % à l'occasion des moments festifs comme Pâques, Saint-Valentin, fête des Mères, etc., et plus de 6 sur 10 (63 %) tout au long de l'année. De plus, ils attendent que le Foie Gras servi au restaurant soit français : près d'1/4 des Français (73 %) dit en effet attacher de l'importance à l'origine française du Foie Gras dans les restaurants.

Le logo « Origine France » : la garantie du savoir-faire

Les logos collectifs *Foie Gras de France*, *Magret de France* et *Confit de France* séduisent les consommateurs, de plus en plus en recherche de traçabilité et de proximité. Ils jugent massivement leur présence rassurante et incitative à l'achat. 89 % des Français se disent **rassurés sur la traçabilité et l'origine** des produits porteurs du logo « **Foie Gras de France** » et 87 % 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 89 % 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, de nombreux **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 2019**.

Le CIFOG demande l'identification de l'origine du Foie Gras en restauration, au même titre que le magret, qui est, lui, concerné par le décret 2024-171 du 4 mars 2024.



LE MAGRET : UNE VIANDE UNIQUE ET FESTIVE AU GOÛT DES FRANÇAIS TOUTE L'ANNÉE !

Source : Enquête CIFOG/ CSA décembre 2024

Plus de 8 Français sur 10 consommateurs de Magret de Canard

Le Magret de Canard est très apprécié des Français : ils sont 84 % à en consommer, et même 61 % à en savourer au minimum deux fois par an. Au-delà des fêtes et de l'hiver, le Magret de Canard est un allié de la cuisine tout au long de l'année, comme le confirment 57 % des Français.



Une viande de qualité au goût unique

Les Français ont de très nombreuses bonnes raisons d'aimer le Magret de Canard !

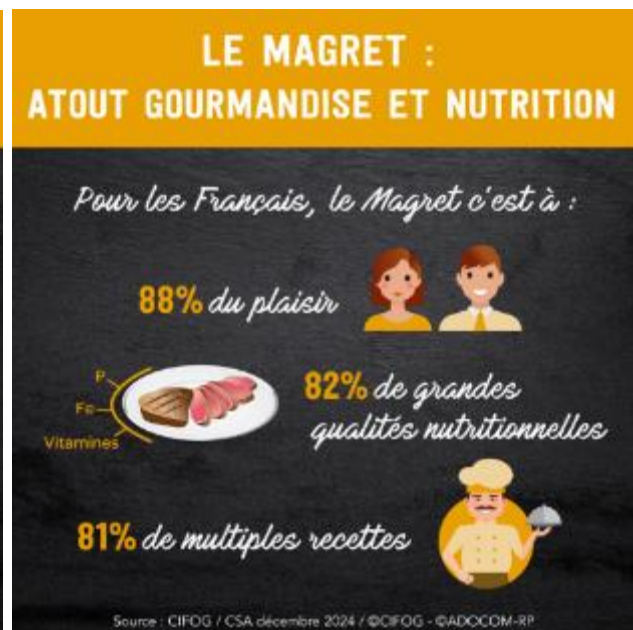
Ils sont ainsi 9 sur 10 à s'accorder à dire que c'est une viande de qualité (90 %), à la juger savoureuse et goûteuse (89 %), à estimer qu'elle fait plaisir (88 %).



Gourmandise et nutrition : la bonne combinaison

Si la plupart des Français préfèrent cuire le Magret à la poêle (45 %), loin devant le four (14%), la plancha (12%) et le barbecue (11%), ils sont 81 % à estimer que le Magret se prête à de multiples recettes.

Le Magret est ainsi synonyme de plaisir pour 88 % des Français. Mais cet aspect gourmand n'est pas le seul à leur plaire : ils sont également 82 % à s'accorder à dire que le Magret est une viande aux grandes qualités nutritionnelles. Et ils ont raison : tout en ayant l'aspect d'une viande rouge, le Magret possède les qualités recherchées de la volaille.



Le goût de la tradition française

Pour les Français, le Magret est fortement lié à la gastronomie hexagonale. Ils sont ainsi 85 % 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.



« Magret de France » : un logo gage de confiance

La présence du logo « Magret de France » est rassurante pour les consommateurs. 89 % des Français affirment qu'il les rassure quant à l'origine française et à la traçabilité. Ils sont également 88 % à juger que ce repère est susceptible de les inciter à porter leur choix sur les produits qui l'affichent.



Le Magret : aussi au restaurant !

Empreint de la culture gastronomique hexagonale, le Magret se prête à toutes les cuissons et créations culinaires, des plus classiques aux plus audacieuses. Les amateurs de viande l'apprécient aussi bien fumé qu'en carpaccio, en rôti ou en tranches, cuit à la convenance de chacun : rosé ou saignant, à point ou bien cuit, simplement grillé, accompagné ou non d'une sauce.

Si les Français apprécient de le déguster chez eux, ils sont également plus de la moitié (54 %) à juger qu'il a une place indispensable à tenir dans les restaurants !



LE CONFIT DE CANARD : LA GÉNÉROSITÉ AU MENU DES REPAS DE FIN D'ANNÉE !

Source : Enquête CIFOG/ CSA décembre 2024

Plus de 7 Français sur 10 consommateurs

Plus de 7 Français sur 10 (73 %) déclarent consommer du Confit de Canard et la moitié d'entre eux estiment qu'il peut se savourer tout au long de l'année.

Il faut dire que 85 % des Français estiment qu'il s'agit d'une viande qui fait plaisir et 73 % estiment qu'il plaît au plus grand nombre.

Plus de 7 Français sur 10
consomment du Confit



Source : CIFOG / CSA décembre 2024

Un plat typiquement français issu des traditions du Sud-Ouest

Le Confit :
typiquement français

pour 86 %
des Français



Source : CIFOG / CSA décembre 2024

Plat emblématique du Sud-Ouest, le Confit de Canard est reconnu comme étant typique de la cuisine française par 86 % des Français. Il symbolise l'art de sublimer des produits simples grâce à des techniques transmises de génération en génération.

Lentement cuit puis conservé dans sa propre graisse, le confit de canard est l'héritier d'un savoir-faire traditionnel régional auquel les Français sont très attachés : 88 % estiment qu'il doit être préservé. Servi avec des pommes de terre sarladaises ou une salade de mâche, il évoque à chaque bouchée l'authenticité et la générosité qui participent à la renommée de la gastronomie française à travers le monde.



Le Confit : la volaille gourmande !

Les Français attribuent de nombreux atouts au Confit. Ils sont notamment 88 % à estimer qu'il s'agit d'une viande qui change des autres volailles. Il permet en effet de consommer de la viande d'une façon différente et très gourmande. La même proportion de Français, 88 %, jugent également que le confit est une viande de qualité. Avec sa chair intensément fondante, il est qualifié de viande savoureuse et goûteuse par 85 % des Français. Outre sa facilité de préparation, il simplifie également la vie en étant facile à conserver, comme le savent 85 % des Français.



Un indispensable des restaurants pour 2 Français sur 5

Les Français apprécient le Confit et ils l'attendent au restaurant. Ils sont en effet 43 % à estimer qu'il fait partie des indispensables sur les cartes.





OFFRE

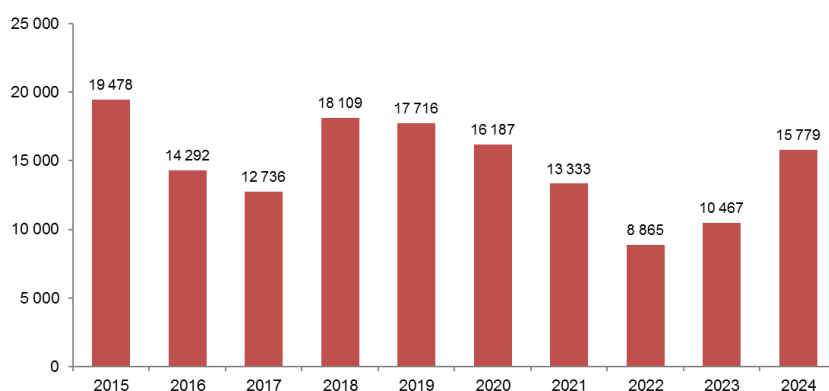
**LES PÉPITES DE LA FILIÈRE AU RENDEZ-VOUS DES FÊTES
AVEC LE SOUTIEN D'UNE OFFRE SOLIDE ET SÉCURISÉE**



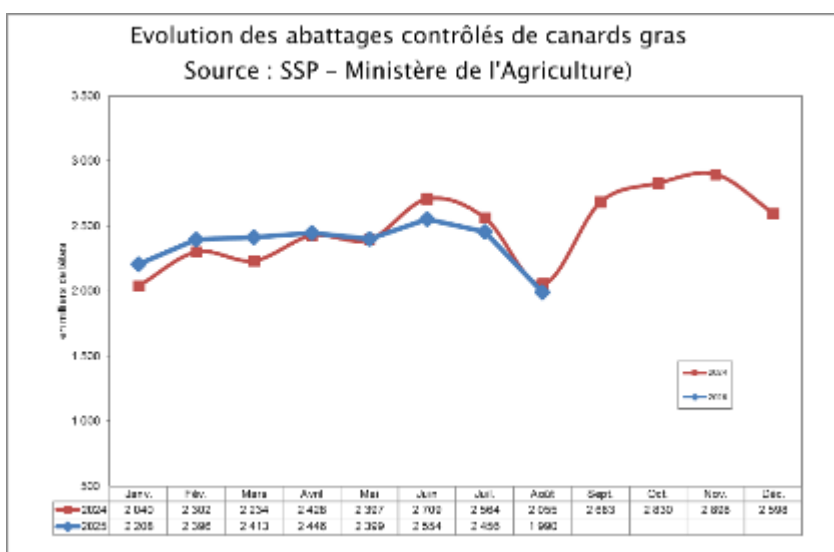
LA PRODUCTION NATIONALE RETROUVE SON NIVEAU EN 2 ANS

Prévisions 2025 : stabilité

La production française retrouve en 2024 son niveau de production avec 15 779 T de Foie Gras après avoir atteint un plancher aux environs de 8 865 tonnes en 2022.



En 2025, la production s'annonce stable au vu du niveau des abattages réalisés sur les 8 premiers mois.



C'est à l'été 2023, après trois années consécutives d'influenza aviaire, que la filière a pu reprendre une production régulière, progressive et sécurisée, grâce à sa mobilisation pour la campagne de vaccination des canards, ses mesures volontaires de dé-densification et la stricte application des mesures de biosécurité.



1^{er} semestre 2025 : augmentation de l'excédent commercial

L'année 2024 s'est achevée avec un excédent de la balance commerciale du Foie Gras à +25,4 millions d'euros. Une belle reprise, comparé à 2023, année de fracture où la balance commerciale s'était soldée par un déficit de -3,5 millions d'euros : une première depuis 1999.



Sur le 1^{er} semestre 2025, la balance commerciale du Foie Gras confirme son excédent. Son solde est positif à et +6,2 millions d'euros en valeur. L'excédent en augmentation de +2,9 millions d'euros par rapport au 1^{er} semestre 2024.



Le Foie Gras : étendard du savoir-faire gastronomique historique de la France

Une grande majorité de la population, 92 %, 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 85 % d'un **savoir-faire traditionnel à préserver**.



De plus, 86 % 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 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 ancrés 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.

TENDANCES

MAGIE ET CRÉATIVITÉ : LES MARQUES COMBLENT TOUTES LES ATTENTES FESTIVES !

Les marques de Foie Gras, fortes d'une production à nouveau solide, multiplient les innovations pour faire des fêtes 2025-2026 un moment de plaisir, de partage et de découverte. La créativité et la diversité des produits sont ainsi au rendez-vous pour les prochains réveillons !

Exploration de nouvelles associations

Les entreprises accompagnent les consommateurs dans leurs envies de surprendre leurs convives avec des produits d'exception aux moments des retrouvailles de la période de Noël. Les fêtes 2025-2026 marquent ainsi l'arrivée de recettes audacieuses : blocs de Foie Gras à double texture, alliances de saveurs épicées, inserts de fruits ou de baies... Les maîtres-mots sont plaisir, surprise et renouvellement de l'expérience gustative.

Présentations festives et accessoires exclusifs

Le Foie Gras s'habille pour la fête ! Certains produits sont proposés dans des écrins élégants, accompagnés d'accessoires comme la lyre à découper ou des kits de dressage, pour transformer chaque dégustation en un véritable rituel gourmand à la maison. La tradition est également mise en valeur dans certaines recettes reprenant les classiques de la période, comme les épices de Noël.

L'apéritif : nouveau terrain de jeu

Le Foie Gras s'invite dès l'apéritif pour débiter les fêtes dans les meilleures conditions en restant fidèle aux traditions gourmandes. Les marques proposent de nombreuses nouveautés dédiées à ce moment spécifique très apprécié de toutes les générations. Le Foie Gras prend ainsi des formes adaptées à ces moments de partages conviviaux, avec des bouchées prêtes à déguster, des formats mini et des associations inédites. L'objectif : multiplier les occasions de partage et séduire toutes les générations dès le début du repas.



Origine et terroirs à l'honneur

Recettes 100 % terroir, ingrédients locaux emblématiques, affichage de l'origine des produits... les marques répondent aux envies d'authenticité des consommateurs et valorisent les racines des produits de la filière Foie Gras.

Les entreprises associent ainsi des ingrédients locaux, comme la fleur de sel de Salies-de-Béarn ou encore l'Armagnac, aux produits affichant leurs origines régionales, notamment avec le label IGP « **Canard à Foie Gras du Sud-Ouest** ». Ce signe de qualité et d'origine garantit des produits authentiques, issus d'un savoir-faire traditionnel et le respect du cahier des charges associé. Il se décline en 6 appellations : Landes, Gers, Périgord, Quercy, Gascogne ou bien Chalosse.



D'autres entreprises mettent en avant l'origine nationale de leurs produits, via le logo « **Foie Gras de France** ». Cette démarche de traçabilité garantit en effet l'origine française du produit : les canards sont nés, élevés et transformés en France.

Des entreprises font le choix d'afficher sur leurs étiquettes des **cartes** indiquant la région de provenance de leurs produits.



Au-delà de l'origine géographique, certains Foies Gras en rayon affichent également leurs médailles remportées au Concours général agricole de Paris en début d'année. C'est notamment le cas de certains Foies Gras **Label Rouge**, un signe de qualité qui distingue les produits qui, par leurs conditions de production ou de fabrication, ont un niveau de qualité supérieure par rapport aux autres produits courants similaires.



Inspirations gastronomiques : comme des Chefs !

La haute gastronomie s'invite à la maison grâce à des créations signatures, parfois issues de collaborations avec des Chefs. Ces recettes exclusives permettent de vivre et partager une expérience digne des plus grandes tables, mais chez soi ! Certaines marques s'associent ainsi avec des Chefs étoilés.



© CIFO / Megalowfood / ADOCOM-RP



MOBILISATION :
**DEUX MILLIONS D'EUROS INVESTIS
POUR RÉPONDRE À TOUTES LES ENVIES
DE FOIE GRAS, MAGRET, CONFIT
DES CONSOMMATEURS**

TÉLÉVISION : LE FOIE GRAS DE RETOUR EN TV ET AU MENU D'ÉMISSIONS À SUCCÈS !

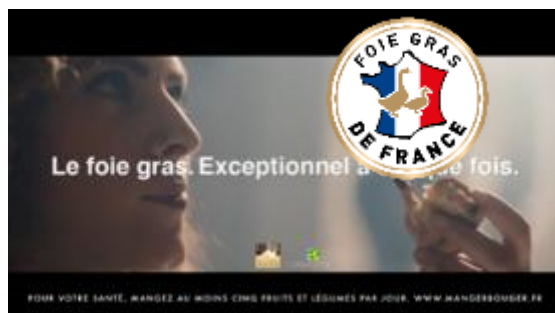
Le Foie Gras revient dans une puissante campagne télévisée

En amont des fêtes de fin d'année, le Foie Gras signe son grand retour en publicité sur les écrans télé. Il tient la vedette d'une campagne inédite de l'Interprofession du CIFOG et les téléspectateurs le retrouveront également dans le spot dédié à l'IGP Foie Gras du Sud-Ouest par le l'association qui regroupe les producteurs labellisés : le PALSO.

Le premier spot, orchestré par le CIFOG, sera diffusé sur les chaînes France TV dès la mi-novembre. Il sera ponctué d'une succession de plans très courts, mettant en évidence l'aspect très actuel, convivial, pratique et gourmand du Foie Gras autour d'une signature emblématique :

« le Foie Gras, Exceptionnel à chaque fois ».

À cette même période, L'IGP Foie Gras du Sud-Ouest déploiera également son propre spot publicitaire – célébrant l'excellence et l'authenticité de ce produit d'exception. Il sera notamment diffusé sur les chaînes du groupe TF1 et M6, en radio, et sur les réseaux sociaux comme Instagram, Facebook et YouTube.



Foie Gras et Magret sur les plateaux télé

En complément de la campagne publicitaire du CIFOG, un important dispositif de partenariats TV est déployé cette année. Foie Gras et Magret jouent en effet les vedettes dans deux émissions phares, notamment. *Petits Plats en Équilibre*, le programme culinaire incontournable de Laurent Mariotte sur TF1 - qui rassemble 5 à 6 millions de téléspectateurs par émission. Pour la première fois, Foie Gras et Magret s'inviteront également à la table de *C à Vous* sur France 5. Ces émissions, fortement suivies, 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.



EUROPE : UN PROGRAMME D' ACTIONS VERS LES JEUNES GÉNÉRATIONS

Après une première campagne de communication « TEACH », co-financée par l'UE en 2021-2022, le CIFOG mène une deuxième campagne « TEACH FURTHER » en partenariat avec EUROFOIEGRAS, fédération européenne regroupant les acteurs du Foie Gras de cinq pays producteurs de l'Union européenne. Ce nouveau programme est déployé en France, en Espagne et en Belgique sur le thème « **Le patrimoine gastronomique européen, ça se partage !** ».

Cette initiative sur trois ans, de 2024 à 2026, co-financée par l'UE, vise plus particulièrement les 18 - 35 ans. L'occasion pour les professionnels du Foie Gras d'aller à la rencontre des jeunes générations de consommateurs, des futurs professionnels - tels que les étudiants en écoles culinaires et agronomiques - et professionnels déjà en exercice pour les informer de la réalité de la filière : de la fourche à la fourchette, toutes les étapes de production sont partagées.

Le Foie Gras en réels : 4 vidéos de 2 minutes avec le chef Pierre Chomet

En France, le CIFOG mise sur une vaste campagne de communication intitulée le « Foie Gras en Réels » dont le chef-ambassadeur est Pierre Chomet, demi-finaliste de Top Chef 2021, capitalisant plus de 75 000 abonnés sur les réseaux sociaux.

Pour s'inviter dans le quotidien des jeunes générations, 6 épisodes en format vidéo de 2 minutes seront produits tout au long des 3 années du programme. Filmés via le smartphone du chef en format reels, ils mettront en scène des scénarios dans lesquels Pierre Chomet et des experts (vétérinaires, éleveurs, ornithologues, historiens) interviennent pour répondre aux doutes et interrogations des consommateurs. Des idées-recettes seront également présentées.

Les 4 premières vidéos sont disponibles sur le site internet existant (rencontres-foiegras.fr) et les réseaux sociaux du CIFOG. Ils sont également déclinés en formats courts pour être utilisés en amont des rediffusions des programmes culinaires du groupe M6 (Top Chef, Le Meilleur Pâtissier, Objectif Top Chef) et sur des plateformes telles que YouTube, Instagram ou Tiktok, particulièrement appréciés des 18-35 ans.



Sur les réseaux sociaux : plus de 600 000 abonnés sensibilisés

En complément, des influenceurs passionnés de cuisine informeront également leurs communautés sur les spécificités du Foie Gras et de la filière via des recettes accessibles et gourmandes. Dans ce cadre, le CIFOG renouvelle les partenariats établis avec *Bonne Pitance*, *Alexcook.in*, *Onmangequicoisesoir* ou encore *Sandrabssi*, qui ont travaillé sur plusieurs types de contenus, afin de permettre au Foie Gras de toucher de nouvelles cibles. À eux quatre, ils représentent une communauté de plus de 600 000 abonnés.



Bonne Pitance
187K followers



Alexcook.in
14K followers



Onmangequicoisesoir
87.4K followers



Sandrabssi
100K followers

Des actions de pédagogie à destination des étudiants

L'objectif du programme étant de faire de la pédagogie sur la filière, le CIFOG organise des masterclass auprès des élèves des écoles hôtelières et des écoles d'ingénieurs agronomes. Elles sont animées par un producteur et un représentant du CIFOG à raison de 5 par an dans diverses écoles. Ces sessions, composées d'une partie théorique au cours de laquelle l'histoire, le savoir-faire et les engagements de la filière Foie Gras sont présentés – sont également constituées d'une partie pratique où les élèves cuisinent du foie gras.

Des formations pour les chefs de rayons GMS

Le CIFOG part également à la rencontre des professionnels de la distribution : acheteurs, responsables de catégories et du personnel de vente de différentes enseignes. Plus de 350 points de vente sont concernés par ces actions pédagogiques. Les formations seront animées par un producteur et un représentant du CIFOG. Elles seront orientées sur la théorie, la validation des connaissances, puis sur une partie découverte liée à la dégustation des différentes typologies de Foie Gras.

Création d'un manuel technique de référence

Le CIFOG a créé un manuel technique de référence diffusé auprès d'écoles et établissements culinaires, hôtellerie-restauration en France. Ce précis technique a pour ambition de donner une vision complète de la filière Foie Gras : histoire, production, portrait de producteurs passionnés, techniques de préparation, d'assaisonnement, de cuisson et idées recettes. Retrouvez toutes les actions de ce programme sur le site rencontres-foiegras.fr



TRANSMISSION : LES JEUNES TALENTS DE LA CUISINE RÉINVENTENT LE TRIO FOIE GRAS, MAGRET, CONFIT

21^e Challenge Foie Gras des Jeunes Créateurs Culinaires :

« Foie Gras, Magret, Confit : le trio star des planches bistro-nomiques ! »

Pour sa 21^e édition, le Challenge Foie Gras des Jeunes Créateurs Culinaires a invité les Chefs de demain à combiner Foie Gras, Magret et Confit dans une conjugaison gourmande et festive ! Ce concours culinaire est ouvert aux jeunes talents de la cuisine de 16 à 24 ans, élèves ou apprentis cuisiniers. Cette année, le Cercle des Amoureux du Foie Gras, à l'initiative du concours, a souhaité honorer un concept inspiré de l'apéritif à la française : **la planche bistro-nomique**. Tendance en plein essor, ce plateau gourmand séduit de plus en plus les fins gourmets désireux de passer un moment convivial et généreux autour de mets d'exception.

Une centaine d'élèves et apprenti(e)s cuisinier(e)s de toute la France, âgés de 16 à 24 ans, ont répondu à l'appel. Ils ont imaginé un plat mettant à l'honneur le Foie Gras et le Magret dans une recette sur le thème :

« Foie Gras, Magret, Confit : le trio star des planches bistro-nomiques ! »

Les six finalistes sélectionnés parmi la soixantaine de candidatures reçues étaient invités à réaliser leur recette ce mardi 14 octobre, à l'école hôtelière Médéric de Paris. Soumises à un jury d'experts, les créations gagnantes sont désignées au Pavillon Élysée, devant un parterre de personnalités de tous horizons, dont les prestigieux membres du Cercle des Amoureux du Foie Gras.



Louis Foucault-Plaçais : 1^{er} prix du Challenge Foie Gras 2024

A 19 ans, Louis Foucault-Plaçais, originaire de la Sarthe (72), a remporté le 1^{er} Prix de l'édition 2024 du Challenge Foie Gras des Jeunes Créateurs Culinaires. Il a réalisé sa recette gagnante sur le thème : « Avec le duo Foie Gras - Magret, créez votre plat-signature ! » Il a ébloui le jury du Challenge avec sa création, combinant des ingrédients de saison dans une recette originale, inspirée d'une célèbre pâtisserie traditionnelle du Loiret :
« Pithiviers Automnal, Magret de canard, Foie Gras et cèpes ».

« Masterclass » : les produits de la filière font école auprès des futurs cuisiniers

En partenariat avec le réseau EuroToques Jeunes, le Foie Gras, le Magret et le Confit ont repris le chemin des écoles hôtelières à la rencontre des cuisiniers de demain.

Un représentant de la filière leur propose de découvrir les particularités du Foie Gras et Magret, véritables symboles de la gastronomie française à travers le monde, ainsi que ses modes de production spécifiques. Cette présentation théorique les entraîne également à la découverte du terrain grâce à une vidéo sur la filière.

Un Chef EuroToques Jeunes prend ensuite le relais pour passer à la pratique en invitant les étudiants à suivre une démonstration de préparation de Foie Gras puis à réaliser leur propre recette.

La communauté des Chefs EuroToques est également active sur Instagram où les recettes des MasterClass sont relayées.



GASTRONOMIE : FOIE GRAS, MAGRET, CONFIT VEDETTES DES CARTES DES RESTAURANTS

La **semaine nationale du Foie Gras** a conquis de nombreux restaurants partout en France depuis son lancement. En 2025, les plus grandes associations professionnelles de la restauration sont à nouveau partenaires de cet événement qui s'inscrit désormais dans le calendrier des Chefs : Euro-Toques, le Groupement des Hôtelleries et Restaurations de France (GHR), l'Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie (UMIH), l'Association des disciples d'Escoffier international, Les Cuisiniers de France, l'Association Française des Maîtres Restaurateurs, l'Académie Culinaire de France, les Toques Blanches Lyonnaises, les Maîtres Cuisiniers, Les Toques Françaises ainsi que Le Club Prosper Montagné.

Du 8 au 16 novembre, plusieurs centaines de restaurants proposeront partout en France des menus spécifiques en mettant le Foie Gras à l'honneur sur leurs cartes.

La Semaine du Foie Gras sera également l'occasion pour les consommateurs de participer à un grand jeu organisé sur Facebook (@FanFoieGras) pour remporter des repas et des colis gourmands.

Par ailleurs, tous les consommateurs qui feront le déplacement dans les établissements participants auront à leur disposition des livrets sur le Foie Gras. Sur 12 pages, ces derniers reviennent sur la tradition du Foie Gras, partagent 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 seront géolocalisés sur le site dédié :

semaine-du-foie-gras.fr



PROXIMITÉ : TOUTES LES GÉNÉRATIONS RÉPONDENT PRÉSENTES AUX PORTES OUVERTES DES PRODUCTEURS POUR LES JOURNÉES DU PATRIMOINE !

Pour la 5^e année, la filière française du Foie Gras s'est mobilisée pour recevoir le public à l'occasion des Journées du Patrimoine, les 19 et 20 septembre 2025. Ces rencontres ont connu un très grand succès cette année, avec des centaines de visiteurs qui ont répondu présent pour échanger, visiter et déguster !

En effet, à l'initiative du CIFOG, des élevages et entreprises spécialistes issus des **principales régions** de production ont ouvert leurs portes au grand public : en Nouvelle-Aquitaine, Occitanie, Alsace et ailleurs.

Ces sites ont également accueilli des **groupes scolaires** pour permettre aux jeunes générations d'échanger avec les femmes et les hommes de la filière, héritiers et gardiens d'un savoir-faire historique et de découvrir leurs pratiques et leurs installations.

Pour la première fois cette année, des enfants ont aussi eu l'occasion de suivre des **initiations à la cuisine** des produits de la filière avec des chefs de l'Association « les Enfants Cuisines », sous la houlette du chef Olivier Chaput.

Les Portes Ouvertes constituent pour les consommateurs un moyen convivial et gourmand d'en savoir davantage sur le Foie Gras, symbole du patrimoine gastronomique français. Véritable ambassadeur du savoir-faire culinaire à la française, le Foie Gras a la particularité de bénéficier de la reconnaissance officielle « patrimoine culturel et gastronomique protégé en France » depuis 2006 (art. 654-27-1 du code rural).



RÉSEAUX SOCIAUX : LES FANS TOUJOURS CONNECTÉS AUX FOIE GRAS, MAGRET, CONFIT

Très dynamiques, les réseaux sociaux de la filière française du Foie Gras, Magret et Confit – qui cumulent plus de 75 500 followers (+15 000 followers en 2024) – permettent de toucher un large spectre de socionaute grâce à la diversité des communautés présentes sur ces plateformes : plus de 28 millions d'impressions et près de 4 millions d'interactions ont été comptabilisées en 2024. Ils constituent un écosystème complet et performant qui permet chaque jour de valoriser et soutenir la filière. En outre, les sites du CIFOG ont reçu près de 480 000 visiteurs en 2024.



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
