



FOIE GRAS :

UNE FILIERE PRISE DANS DES TURBULENCES INEDITES MAIS TOUJOURS PORTEE PAR L'ENTHOUSIASME DES CONSOMMATEURS

Le Foie Gras fait la quasi-unanimité auprès des Français ! Ils sont plus de 9 sur 10 (91 %) à déclarer en consommer et même près de 8 sur 10 (79 %) à le classer n°1 des incontournables des fêtes de fin d'année¹ ! De belles déclarations qui se concrétisent en actes d'achat. Les ventes de Foie Gras en hypers et supermarchés ont en effet progressé de +0,8 % en volume et 1,1 % en valeur en 2021 vs 2020². Le Foie Gras réunit même davantage de ménages acheteurs qu'en 2019, période pré-Covid : 40,5 % en 2021 vs 38,4 %³. En restauration, le Foie Gras a fait son grand retour sur les tables mais pâtit de la baisse de fréquentation des établissements ainsi que d'un manque de disponibilité sur le Foie Gras cru. Ce dernier est en effet victime de ruptures en raison de l'épisode d'influenza aviaire (H5N8) qui a touché la filière au cours de l'hiver 2020-2021. Cette nouvelle épizootie a également empêché bon nombre de ventes directes au moment des fêtes chez les producteurs du Sud-Ouest, n'ayant pu reconstituer des stocks suffisants pour assurer la saison. A nouveau victime d'un virus très agressif (H5N1) cet hiver 2021-2022, le même bassin des Landes/Gers/Pyrénées-Atlantiques subit actuellement un vide sanitaire et l'influenza aviaire, désormais présente dans les Pays de la Loire, risque de peser lourd sur l'offre disponible en fin d'année. Un nouveau coup dur pour les professionnels de la filière, qui font également face à des hausses historiques de leurs coûts de production et à une prise en compte très insuffisante de ces hausses par les distributeurs au 1er mars 2022, qui amène la filière à réclamer une nouvelle négociation des prix.

Un 4^e épisode d'influenza aviaire d'une extrême violence

Depuis l'automne, la filière est confrontée à son 4^e épisode d'influenza aviaire. D'une extrême agressivité, il a entraîné la mise à l'arrêt complet des élevages d'un territoire du Sud-Ouest, qui représente 40 % de la production française de Foie Gras. Et, alors que le processus de redémarrage doit débuter le 29 mars prochain dans cette région, c'est désormais au tour des Pays de la Loire d'être touchés depuis fin février. Cette arrivée soudaine et inattendue concerne localement toutes les productions avicoles, sans distinction, et assombrit encore un peu plus les perspectives de la filière du Foie Gras pour 2022. Entre 2019 et 2021, la production française de Foie Gras a en effet déjà chuté de plus de 30 % et l'offre disponible va continuer à se réduire en 2022.

1 Source : enquête CIFOG / CSA décembre 2021

2 Source : IRI

3 Source : Kantar – tous circuits 2021

2022 : vers une nouvelle chute de l'offre

Les professionnels avertissent déjà qu'un nouveau recul de l'offre est inéluctable cette année, mais que son amplitude dépendra de l'évolution de l'épizootie dans les Pays de la Loire. La région fournit en effet 72 % des canetons de la filière, indispensables au redémarrage de la production dans le Sud-Ouest. Tous les acteurs sont mobilisés aux côtés des autorités pour maîtriser au plus vite la propagation dans la région.

En outre, l'Interprofession du CIFOG tient à saluer la forte mobilisation des Pouvoirs publics en ce sens ainsi que les décisions prises par le ministre de l'Agriculture en faveur des indemnités sanitaires et économiques.

Tout est mis en œuvre pour protéger les outils de sélection et de reproduction de toutes les filières avicoles dans les Pays de la Loire et un protocole sécurisé de sortie des œufs à couver et des canetons a également été mis en place pour permettre de redémarrer les élevages dans le Sud-Ouest.

Par ailleurs, alors que toutes les mesures prises dans la feuille de route signée le 8 juillet dernier ont été mises en œuvre : mise à l'abri des animaux, baisse de densification de la production de palmipèdes dans les zones à risque de diffusion (ZRD) avec un allongement d'1 semaine du vide sanitaire du 15 octobre au 15 février... la filière travaille collectivement à analyser la situation afin d'établir un nouveau plan d'actions visant à prévenir ce type d'événement dans les années à venir.

Une hausse exponentielle des coûts supportés par les professionnels

Cependant, la situation est aujourd'hui dramatique pour les professionnels qui doivent, dans le même temps, faire face à une hausse spectaculaire de leurs coûts de production, aggravée par le conflit ukrainien. Dans ces conditions extrêmes, la filière regrette le manque de solidarité de certains distributeurs et appellent à de nouvelles négociations commerciales. La situation est en effet critique pour beaucoup de professionnels, dont les coûts s'accroissent de façon exponentielle et bien au-delà des matières premières agricoles. Leur équilibre financier déjà précaire pourrait basculer en raison de la hausse des prix des aliments pour leurs animaux (+22% en 1 an), de l'énergie, du transport, des emballages... mais également des surcoûts liés à la mise en œuvre des mesures de biosécurité et des pertes financières liées

à l'Influenza aviaire. Seule une revalorisation des prix de la part de la distribution peut leur permettre d'envisager la poursuite de leurs activités.

Retour aux fondamentaux : le plaisir de savourer du Foie Gras reste intact !

S'ils sont concentrés sur les moyens de sortir d'une double crise sanitaire et financière sans précédent, les professionnels n'en n'oublient pas moins leur motivation première : proposer un mets de qualité pour offrir de véritables moments de plaisir aux consommateurs. C'est pourquoi ils reconduisent leurs actions de transparence et de pédagogie pour accompagner les consommateurs dans leurs envies de dégustation et de découverte : Portes Ouvertes à l'occasion des Journées du Patrimoine, Semaine du Foie Gras dans les restaurants, exposition en télévision en partenariat avec les grandes émissions culinaires de TF1 et de M6, animations sur les réseaux sociaux en collaboration avec l'Ambassadeur de la filière Adrien Cachot, finaliste de Top Chef 2020, etc.

SOMMAIRE

Les Français confirment leur goût pour le Foie Gras dans un contexte d'offre réduite

- Le Foie Gras confirme son succès indéfectible auprès des consommateurs p.5
- Une demande freinée par un manque de disponibilité des produits p.9
- Enquête : les Français s'accordent sur leur attachement au Foie Gras p.12

Influenza aviaire : la filière confrontée à une somme de difficultés inédites

- Le redémarrage dans le Sud-ouest menacé par la flambée soudaine et inédite du virus dans les Pays de la Loire p.18
- La filière à pied d'œuvre pour sécuriser les prochaines saisons p.20

2022 : des perspectives sous le poids des incertitudes des capacités de production et de la flambée des coûts

- Vers une 4^e année de réduction de la production à l'amplitude incertaine p.25
- La flambée des coûts de production du canard a foie gras : l'indicateur du CIFOG p.26
- De nouvelles négociations commerciales indispensables dans un contexte d'urgence inédite p.27

La filière mobilisée pour accompagner l'envie des consommateurs avec de nombreuses actions de transparence et de pédagogie

- Sur le terrain : les professionnels de la filière ouvrent leurs portes au public pour les Journées du Patrimoine p.29
- En cuisine : l'audace du cuisinier Adrien Cachot au service des produits de la filière Foie Gras p.31
- Au restaurant : des animations à la carte partout en France en décembre avec la 5^e Semaine du Foie Gras p.32
- À la télévision : Foie Gras et Confit au menu des émissions culinaires p.33
- Jeunes générations : des actions dédiées p.34

EN SAVOIR PLUS

La production du Foie Gras : un savoir-faire de passionnés



**LES FRANÇAIS CONFIRMENT LEUR GOUT
POUR LE FOIE GRAS DANS UN CONTEXTE
D'OFFRE REDUITE**

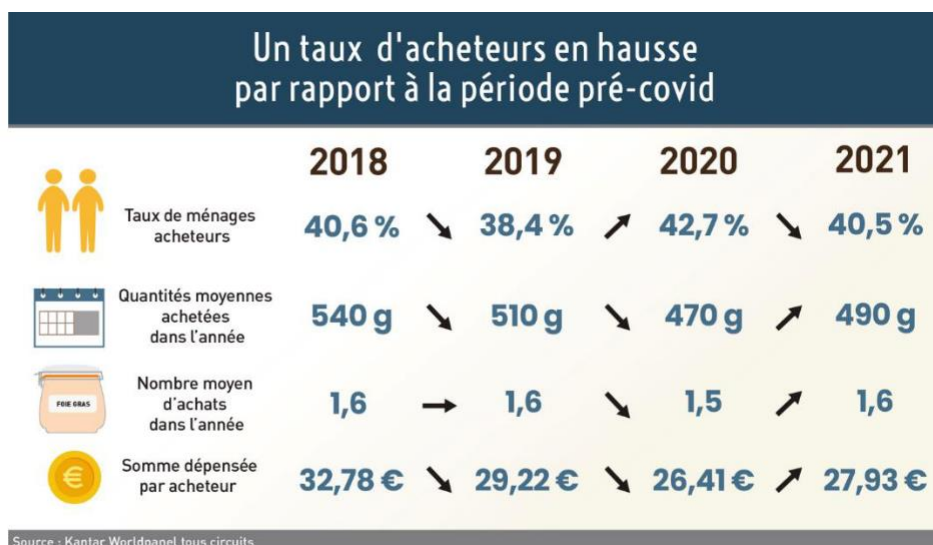
LE FOIE GRAS CONFIRME SON SUCCES INDEFECTIBLE AUPRES DES CONSOMMATEURS

Un taux de ménages acheteurs supérieur à la période pré-covid

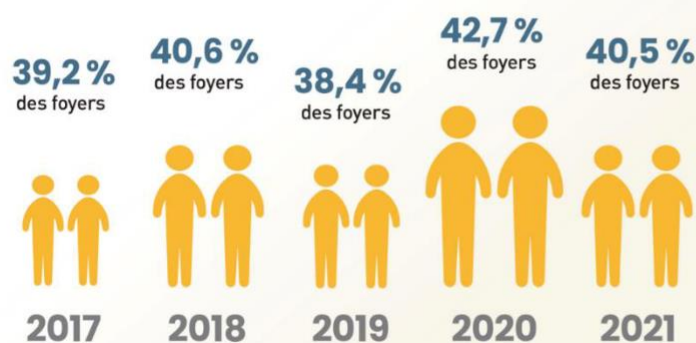
(Source : Kantar – tous circuits)

En 2021, les ventes de Foie Gras ont progressé de +0,8 % en valeur sur le marché de la consommation à domicile, tandis qu'elles sont restées stables en volume, en raison du repli du taux de ménages acheteurs. En effet, si le taux de ménages acheteurs de Foie Gras en 2021 reste supérieur à celui de la période pré-covid, il a cependant diminué par rapport à 2020, année exceptionnelle de recrutement passant de 42,7 % à 40,5 %. L'année a notamment été marquée par la fin des restrictions au moment des fêtes de fin d'année. Ainsi, en 2021, la limite des 6 convives autour des tables de fêtes 2020 n'était plus de mise et les tablées se sont donc agrandies, réduisant de fait le nombre d'acheteurs, mais augmentant les quantités achetées : de 470 g en 2020 à 490 g en 2021.

Le budget consacré aux achats de Foie Gras est également en augmentation en 2021, enregistrant une hausse de 1,50 € par ménage acheteur par rapport à 2020, mais sans retrouver son niveau de 2018. Le nombre d'achats effectués au cours de l'année (fréquence d'achat) a aussi progressé par rapport à 2020, passant de 1,5 achat en 2020 à 1,6 en 2021.



Le Foie Gras retrouve son attractivité de 2018



Source : Kantar tous circuits

Le Foie Gras de retour à Pâques et des achats de fin d'année concentrés sur décembre

(Source : Kantar – tous circuits)

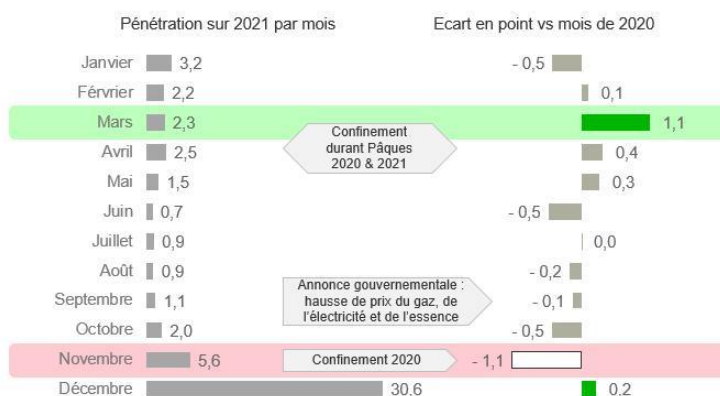
L'observation de l'évolution mensuelle du taux de ménages acheteurs tous circuits montre le retour des achats de Foie Gras pour Pâques et le poids grandissant du mois de décembre dans les achats de fin d'année.

Ainsi, en 2021, le taux de ménages acheteurs a atteint 5,6 % des ménages acheteurs au mois de novembre, un taux en recul de -1,1 point par rapport à novembre 2020, pourtant marqué par le confinement.

En revanche, les achats de dernière minute se confirment. Le dernier mois de l'année a compté un taux record de 30,6 % de ménages acheteurs, soit +0,2 point par rapport à 2020.

Par ailleurs, l'évolution mensuelle du taux de ménages acheteurs met également en évidence un pic d'achat de Foie Gras à Pâques en 2021 malgré le confinement. En mars, période précédant Pâques, le taux de ménages acheteurs a ainsi progressé de +1,1 point en 2021 vs 2020.

Données mensuelles–Foie gras- Total France



Du Foie Gras sur les tables de fêtes de fin d'année !

Déjà 75 % de Français décidés à consommer du Foie Gras pour les fêtes 2021

Source : CIFO6 / CSA décembre 2021

Des déclarations confirmées en achats !

Début décembre, 75 % des Français disaient avoir prévu de savourer du Foie Gras pour les fêtes de fin d'année. Des déclarations d'intention qui se sont donc bel et bien transformées en actes d'achats ! (Source : Enquête CIFO6 / CSA décembre 2021)

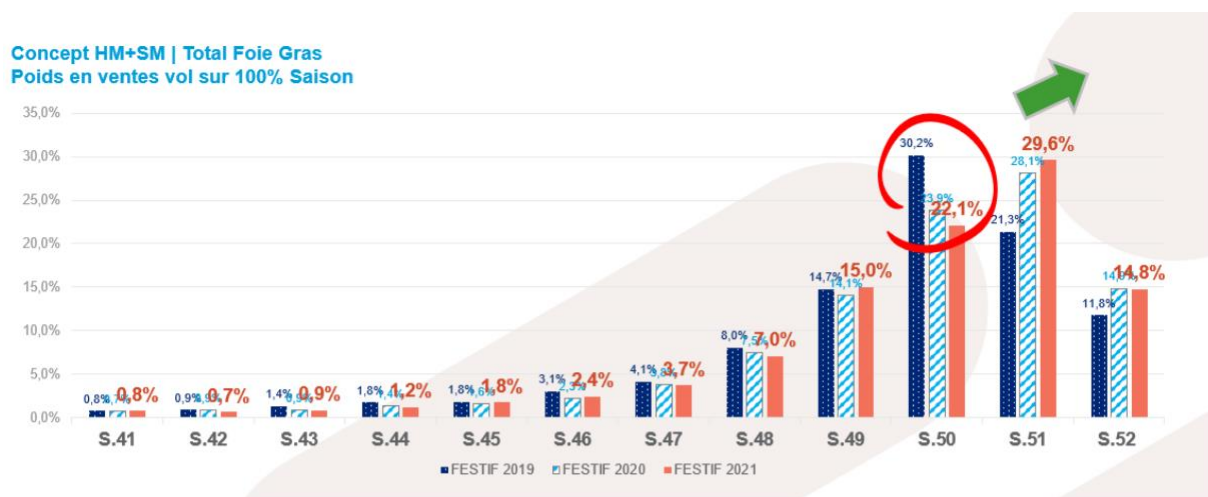
Zoom Grandes et Moyennes Surfaces : des achats de plus en plus tardifs

(Source : IRI- hypers et supermarchés)

Les achats de Foie Gras de dernière minute continuent de se développer en se concentrant sur décembre et même plus particulièrement sur la semaine de Noël. En 2021, la période du 6 décembre au 2 janvier a représenté 81 % des volumes vendus sur l'ensemble de la saison festive (11 octobre – 2 janvier) et la totalité de la hausse de la saison, avec +1,2 % de ventes en volume vs 2020 (contre -0,8% pour p12 et -8,3% pour p11).

Le poids de la semaine précédant Noël devient de plus en plus important dans les achats de dernière minute. En 2021, la semaine 51 a représenté 29,6 % des ventes de la saison festive en volume, soit +1,5 point vs 2020 et +8,3 points vs 2019. Dans le même temps, le poids de la semaine 50 diminue. Elle a représenté 22,1 % des ventes de Foie Gras de la saison en 2021, vs 23,9 % en 2019 et encore 30,2 % en 2019.

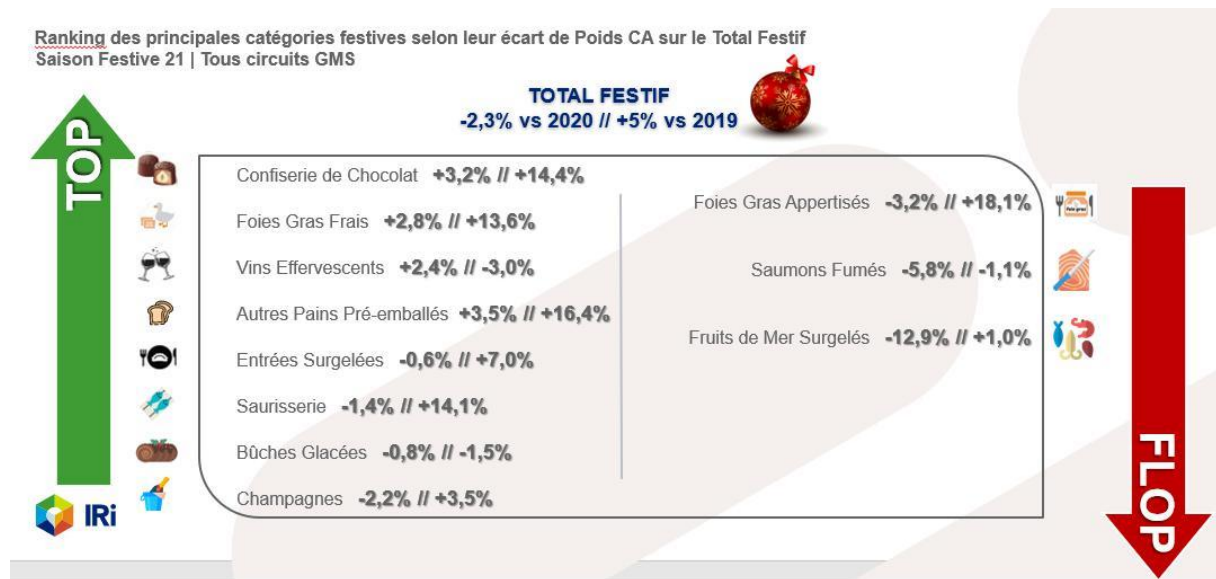
Une concentration qui démontre le besoin de théâtralisation en amont des fêtes pour déclencher des achats bien avant la semaine de Noël.



Le Foie Gras : la vedette des produits festifs !

(Source : IRI- tous circuits Grandes et moyennes Surfaces – Saison festive 11 octobre 2021 au 2 janvier 2022)

Le Foie Gras fait partie des grands gagnants des produits festifs au regard de la situation en 2019, période sans impact du confinement lié à la Covid. En fin d'année, de mi-octobre à début janvier, pendant que les ventes de produits festifs progressaient dans leur ensemble de +5% en valeur par rapport à la même période en 2019, les ventes de Foie Gras frais (mi-cuit) augmentaient de +13,6 % et celles de Foie Gras appertisé de +18,1 %. Des performances à deux chiffres qui sont bien supérieures à celles des fruits de mer, champagnes ou autres bûches glacées, également largement associés aux fêtes de fin d'année.



Circuits de proximité, sites e-commerce et supermarchés confirment leur attrait auprès des consommateurs

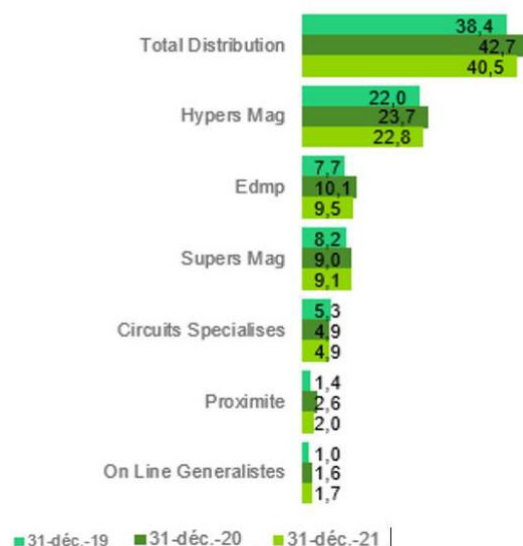
(Source : Kantar année 2021 – tous circuits)

En 2021, les hypermarchés ont compté 22,8 % de ménages acheteurs de Foie Gras, tandis qu'ils étaient 9,5 % dans des Enseignes à Dominante Marque Propre (EDMP), 9,1 % en supermarchés, 4,9 % dans les circuits spécialisés, 2 % dans les circuits de proximité et 1,7 % sur les sites e-commerce généralistes.

Les circuits de proximité, les sites de e-commerce et les supermarchés, qui avaient fortement progressé en 2020 vs 2019, confirment leurs positions en 2021.

Total Produit | Annuel Mobile

% Pénétration



UNE DEMANDE FREINEE PAR UN MANQUE DE DISPONIBILITE DES PRODUITS

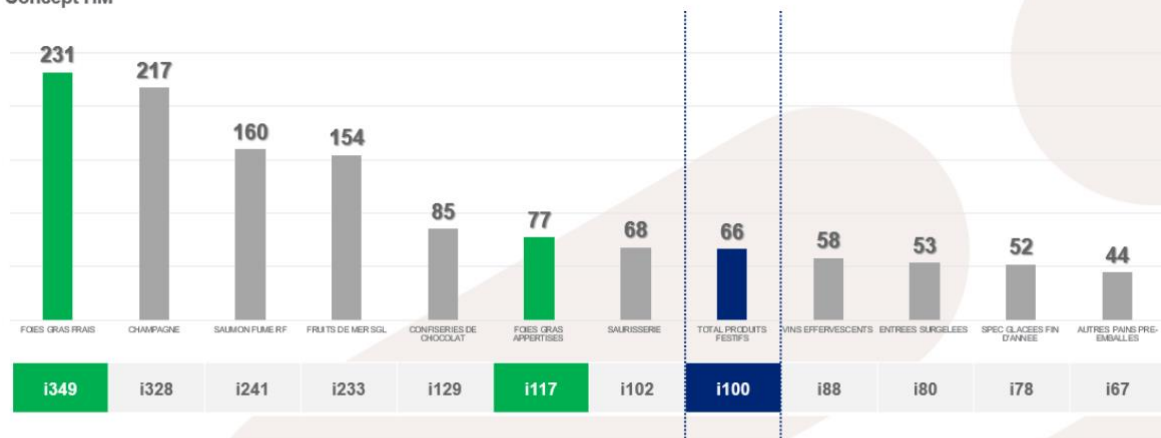
Hypermarchés : la stratégie de réduction de l'offre pèse sur l'évolution des ventes

Les hypermarchés sont à nouveau restés frileux dans leurs approvisionnements en Foie Gras en 2021. Le nombre moyen de références de mi-cuit, même s'il a augmenté de +1,4 % vs 2020, reste cependant en recul de -9 % par rapport à 2019. Pourtant, le Foie Gras mi-cuit représente une très belle opportunité en matière de chiffre d'affaires pour les magasins. Il s'agit en effet du plus rémunérateur des produits festifs : une référence rapporte 3,5 fois plus de chiffre d'affaires qu'un produit festif moyen !

De son côté, l'éventail d'offres proposé en Foie Gras appertisé a chuté de -13,9 % sur 1 an et de -18,2 % en 2 ans, alors qu'une référence sur ce segment est 17 % plus rentable que la moyenne des produits festifs !

L'affaiblissement de l'offre en magasin, avec un nombre restreint de références, représente donc un important manque à gagner pour les hypermarchés.

VMH VALEUR / Nb moyen Ean Hebdo / mag | Saison Festive 2021
Concept HM



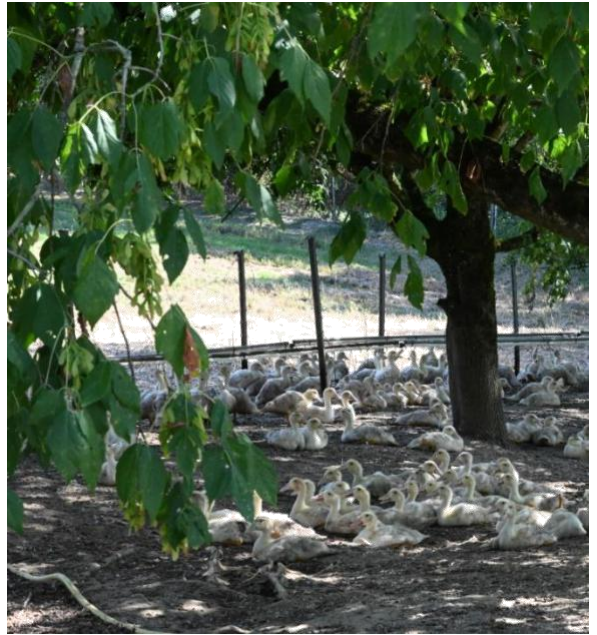
Evolution & Delta Nb moyen Ean Hebdo / mag | Saison Festive 2021
Concept HM



Vente directe : des situations contrastées selon les territoires

Les consommateurs confirment leur volonté de développer leurs achats de proximité et sont de plus en plus nombreux à s'approvisionner directement auprès des producteurs de Foie Gras. Pour rappel, en 2020, les ventes à la ferme avaient enregistré des records : +58,7% en volume vs 2019 d'après Kantar.

En 2021, les ventes à la ferme ont ainsi confirmé leur attrait auprès des ménages. Cependant, la situation est très contrastée cette année selon les zones géographiques. En effet, de nombreux producteurs du Sud-ouest, région touchée de plein fouet par l'Influenza Aviaire, n'ont pas pu répondre à la demande en raison du manque de produits.



Restauration : le Foie Gras de retour sur les tables des Chefs



(source : FIAC)

Les ventes de Foie Gras ont été fortement malmenées en restauration par la crise covid en 2020, en raison des restrictions appliquées aux établissements.

En 2021, le Foie Gras fait bel et bien son grand retour sur les tables, mais reste victime de la reprise difficile des restaurants, qui enregistrent une baisse de leur fréquentation, ainsi que d'un manque de disponibilité pour le Foie Gras cru.

Les ventes de Foie Gras transformé sont ainsi en augmentation de + 14,7% en 2021 vs 2020, même si elles peinent logiquement à retrouver le niveau pré-covid en enregistrant -13 % vs 2019.

Le Foie Gras cru, quant à lui, est victime de son manque de disponibilité en raison de l'influenza aviaire. Il enregistre un recul de ses ventes à -3,8 % par rapport à 2020, année marquée par les confinements et les fermetures des restaurants, et de -37,5 % par rapport à la période pré-covid de 2019.

International : la balance commerciale reste positive à près de 38 millions d'euros

(Source : CIFOG d'après douanes)

En 2021, suite à la réouverture progressive des restaurants à l'étranger après leur fermeture durant les confinements, les exportations de Foie Gras ont repris à +9 % en volume et +11 % en valeur vs 2020. Cependant, en raison de l'augmentation concomitante des importations à +11 % en volume et +31 % en valeur, la balance commerciale du Foie Gras a perdu plus de 2 millions d'euros, mais reste cependant positive à près de 38 millions d'euros.

Valeur milliers d'euros	Cumul 12 mois		Evol. en k€	en %
	2020	2021		
TOTAL VALEUR IMPORT	31 596	41 545	9 949	31%
Foie gras de canard	23 465	31 200	7 735	33%
Foie gras d'oie	5 711	7 578	1 867	33%
Préparations à base de Foie gras	2 421	2 767	346	14%
TOTAL VALEUR EXPORT	71 582	79 293	7 712	11%
Foie gras de canard	33 425	37 692	4 267	13%
Foie gras d'oie	1 396	1 665	269	19%
Préparations à base de Foie gras	36 761	39 936	3 176	9%
BALANCE COMMERCIALE	39 985	37 748	-2 237	



© CIFOG / Ph. Asset / ADOCOM-RP

ENQUETE : LES FRANÇAIS S'ACCORDENT SUR LEUR ATTACHEMENT AU FOIE GRAS !

Enquête CIFOG / CSA menée du 24 novembre au 5 décembre 2021 auprès d'un échantillon national représentatif de 1005 Français âgés de 18 ans et plus.

Plus de 9 Français sur 10 consomment du Foie Gras

Les résultats de la dernière enquête menée par CSA pour l'Interprofession du Foie Gras (CIFOG)⁴ ne font pas débat : plus de 9 Français sur 10 (91 %) déclarent en consommer. Ils sont même près de 8 sur 10 (79 %) à le classer n°1 des incontournables des fêtes de fin d'année, devant le saumon fumé (70 %) et la bûche de Noël (64 %).



Du Foie Gras : oui et du vrai !

De plus, les Français veulent du véritable Foie Gras et non du simili ! Ils sont en effet 77 % à confier ne pas être prêts à le remplacer par un produit exclusivement fabriqué à base de végétaux et cette proportion monte à 79 % lorsqu'il s'agit un produit de synthèse cultivé en laboratoire.

Pour les Français, le Foie Gras est en effet bien un produit traditionnel (94 %), qui fait partie du patrimoine gastronomique français (93 %). Ils sont d'ailleurs 87 % à estimer nécessaire d'acheter du Foie Gras pour soutenir les éleveurs français. Ils sont même 90 % à juger que l'origine française est un critère de choix primordial lors de l'achat d'un foie gras et autant à estimer que le logo « Foie Gras de France » les rassure sur son origine et sa traçabilité.



⁴ Enquête CIFOG / CSA menée du 24 novembre au 5 décembre 2021 auprès d'un échantillon national représentatif de 1005 Français âgés de 18 ans et plus.

Le Foie Gras : attendu à la carte et soutenu par les 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**, 83 % à l'occasion des moments festifs comme Pâques, Saint-Valentin, fête des Mères, etc., et près des deux tiers (65 %) tout au long de l'année. Il existe en effet un lien étroit entre les Chefs et ce mets d'exception, qui participe au **rayonnement de l'art de vivre et de la culture gastronomique** d'après 86 % de la population. C'est donc tout naturellement que **16 associations de Chefs**, représentant plusieurs dizaines de milliers de Chefs à travers tous les territoires de France et à l'international, se sont engagées en signant le **manifeste de soutien à la filière française du Foie Gras**.



Foie Gras : les Français toujours plus confiants

Les Français accordent une grande confiance au Foie Gras.

Celle-ci est même renforcée par rapport à l'an passé, que ce soit en matière de **qualités gustatives** (91 % vs 87 % en 2020), de **sécurité alimentaire** (88 % vs 84 %), de **traçabilité** (87 % vs 80 %) et de **mode de production** (82 % vs 74 %).

Le Foie Gras : un mets de confiance

Les Français confiants en matière de :



qualités gustatives (91 % vs 87 % en 2020)



sécurité alimentaire (88 % vs 84 %)

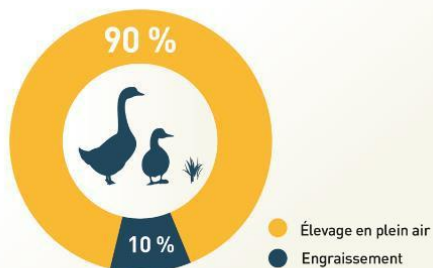


traçabilité (87 % vs 80 %)



mode de production (82 % vs 74 %)

Source : CIFOG / CSA décembre 2021



Source : CIFOG

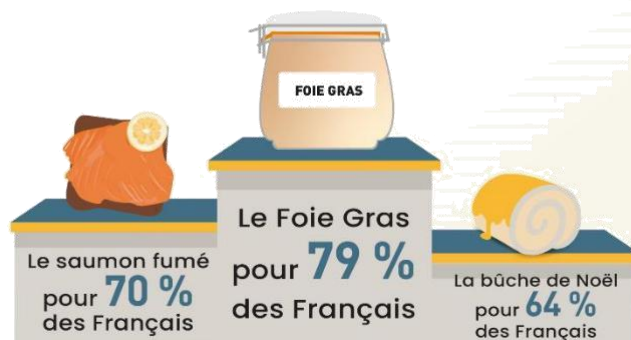
Par ailleurs, les Français sont 71 % (vs 69 % en 2020) à s'accorder à dire que le Foie Gras est forcément issu d'un **animal en bonne santé**. Cependant seuls 12 % (11 % en 2020) de la population sait que la **phase d'engraissement** ne dure que **10 % du temps d'élevage** de l'animal (*Pour en savoir plus : rendez-vous en fin de dossier*)

Le Foie Gras : toutes les qualités d'un produit de fêtes !

Les Français n'imaginent pas la période de fin d'année sans Foie Gras : plus des $\frac{3}{4}$ le jugent incontournable de leurs **repas de fêtes** (79 %). Ils sont en effet plus de 9 sur 10 à estimer que le Foie Gras est un produit « **traditionnel** » (94 %), « **festif** » (93 %), « **à partager** » (93 %) 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, incontournable des fêtes de fin d'année

Les **produits incontournables** des repas de fêtes :



Source : CIFOG / CSA décembre 2021



© CIFOG / Ph. Asset / ADOCOM-RP

Le Foie Gras : 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**. 88 % 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, 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 : un mets français emblématique

86 % des Français estiment que le Foie Gras participe au **rayonnement de l'art de vivre** et de la **culture gastronomique française**



Source : CIFOG / CSA décembre 2021

Le logo « Origine France » gage de confiance

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 depuis la crise. Ils jugent massivement leur présence rassurante et incitative à l'achat. 90 % des Français se disent **rassurés sur la traçabilité et l'origine** des produits porteurs du logo « **Foie Gras de France** » et 88 % 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 90 % 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



90 % des Français rassurés
sur l'origine et la traçabilité

Source : CIFOG / CSA décembre 2021

« Foie Gras de France » :
une aide au choix en magasin



Une incitation au choix pour 88 % des Français

Source : CIFOG / CSA décembre 2021



© CIFOG / Ph. Asset / ADOCOM- RP

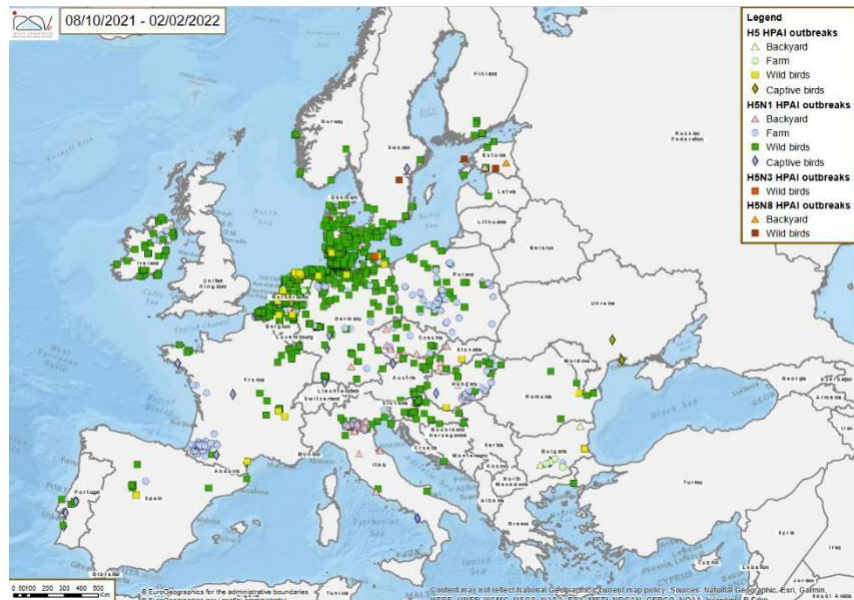
**INFLUENZA AVIAIRE :
LA FILIERE CONFRONTEE A UNE SOMME
DE DIFFICULTES INEDITES**



LE REDEMARRAGE DANS LE SUD-OUEST MENACE PAR LA FLAMBEE SOUDAINE ET INEDITE DU VIRUS DANS LES PAYS DE LA LOIRE

Une épizootie de dimension européenne

Le nouvel épisode 2021-2022 d'Influenza aviaire est loin de se limiter à la France, tous les pays européens sont touchés.



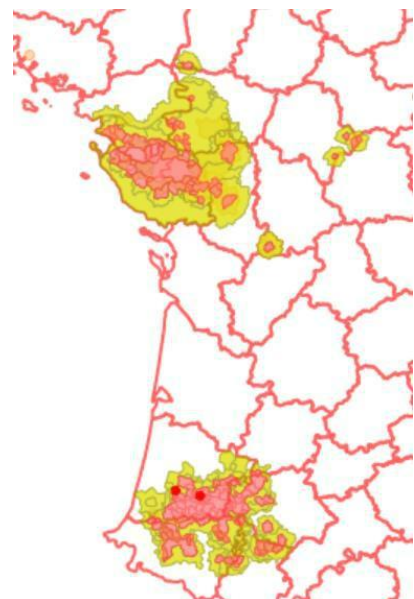
La survenue inattendue de l'Influenza Aviaire dans les Pays de la Loire

Alors que, dans le Sud-Ouest, l'épizootie d'Influenza aviaire semble toucher à sa fin, avec une situation en voie de stabilisation, ce sont désormais toutes les filières avicoles de la région des Pays de la Loire qui sont confrontées à une situation aussi inédite qu'imprévisible.

Jusqu'à présent relativement épargné par les précédentes épizooties, ce très important bassin de production de volailles et de palmipèdes fait face à une flambée d'Influenza Aviaire d'une extrême agressivité. Ainsi, la filière Foie Gras est à nouveau victime de ce virus, qui, cette fois-ci, serait transmis par les migrations ascendantes d'oiseaux sauvages.

Dans ce contexte totalement inédit, c'est la filière tout entière qui fait preuve d'une solidarité sans faille avec ses confrères de l'Ouest touchés par ce virus et qui vont devoir mettre en place un vide sanitaire de plusieurs semaines.

Deux bassins de production concernés en France



Les Pays de la Loire : fournisseurs de 72 % des canetons à engraisser

Ce nouveau front de l'Influenza Aviaire touche de nombreux élevages de volailles, mais également le maillon de l'accoupage qui fournit les canetons tant attendus dans les élevages du Sud-Ouest pour assurer le redémarrage des élevages à l'arrêt depuis plusieurs mois.

En effet, il faut savoir que si le bassin des Pays de la Loire produit 20 % du Foie Gras de France, il est à l'origine de 72 % des canetons mis en place pour la production de la filière. Le rôle des élevages dans cette région est donc déterminant pour le repeuplement du Sud-Ouest.

L'incertitude pèse sur le redémarrage fixé au 29 mars dans le Sud-Ouest

Le CIFOG salue les mesures prises par les autorités sanitaires, pour protéger spécifiquement les activités de sélection, de reproduction et d'accoupage, indispensables au fonctionnement de la filière. Sous réserve de l'application de protocoles très stricts, les livraisons d'œufs à couvrir et de canetons d'un jour, en provenance de cette région, pourront être assurées et permettre les remises en place progressives des animaux dans les élevages du Sud-Ouest à partir du 29 mars, comme indiqué la semaine dernière par le ministre de l'Agriculture.

Malgré la très grande mobilisation collective de toute la filière avicole française, ce rebond inattendu d'Influenza Aviaire risque de profondément réduire la disponibilité de Foie Gras, comme des autres produits de volailles.

LA FILIERE A PIED D'ŒUVRE POUR SECURISER LES PROCHAINES SAISONS

Un travail collectif et collaboratif : tous les maillons mobilisés

Le CIFOG poursuit son travail collectif avec l'ensemble des maillons de la filière (vétérinaires, couvoirs, producteurs, intervenants en élevages, transporteurs et entreprises de transformation) et les pouvoirs publics afin d'optimiser les mesures préventives et la gestion de ce type d'événement.

Les professionnels de la filière attendent beaucoup des enquêtes épidémiologiques en cours, qui devraient encore apporter des informations et permettre de mieux anticiper et gérer le risque de retour d'un virus du même type à l'avenir.

Dans le Sud-Ouest, les opérateurs des filières avicoles (palmipèdes et volailles) ont engagé une phase d'analyse et de concertation avec l'ensemble des acteurs de la filière afin de décider de nouvelles mesures à prendre pour rendre la filière encore plus robuste sur le plan sanitaire, comme par exemple une planification concertée afin de rendre les territoires moins vulnérables.

Rappel des mesures prises entre les crises :

	Structurel	Organisation collective	Pratiques d'élevage
2015-2016	<ul style="list-style-type: none"> Investissements biosécurité 	<ul style="list-style-type: none"> La bande unique par UP 	<ul style="list-style-type: none"> Formations biosécurité des éleveurs
2016-2017	<ul style="list-style-type: none"> Sécurisation du transport (investissements ND et bâchages) Investissements mise à l'abri (>3200) 	<ul style="list-style-type: none"> Adaptation des effectifs mis en place/élevage pour mise à l'abri (<3200) 	<ul style="list-style-type: none"> Guide de bonnes pratiques intervenants en élevage Formation biosécurité du transport et du ramassage Dépistages avant mouvement (étude gène M) Audits biosécurité (contrôles DD, PalmiGconfiance)
2020-2021	<ul style="list-style-type: none"> Investissements mise à l'abri (<3200) 	<ul style="list-style-type: none"> Adaptation des effectifs/élevage pour mise à l'abri (<3200) Allongement des vides sanitaires en ZRD et ZRP à partir du 15/10 pour réduire la densité d'élevages 	<ul style="list-style-type: none"> Audits biosécurité obligatoires Réduction des délais de dépistage avant mouvement

La mise à l'abri en risque élevé + Zone à risque de diffusion ZRD

Un virus d'une extrême virulence ralenti par les mesures adoptées par la filière

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 pour donner un cadre strict à l'élevage des palmipèdes à Foie Gras.

La feuille de route définie collectivement a permis de renforcer 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

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 impérative 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-engraisser 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 attaché 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 sont 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 doivent depuis le 1^{er} juillet 2021, 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 jours 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





**2022 : DES PERSPECTIVES SOUS LE POIDS DES
INCERTITUDES DES CAPACITES DE PRODUCTION ET
DE LA FLAMBEE DES COUTS**

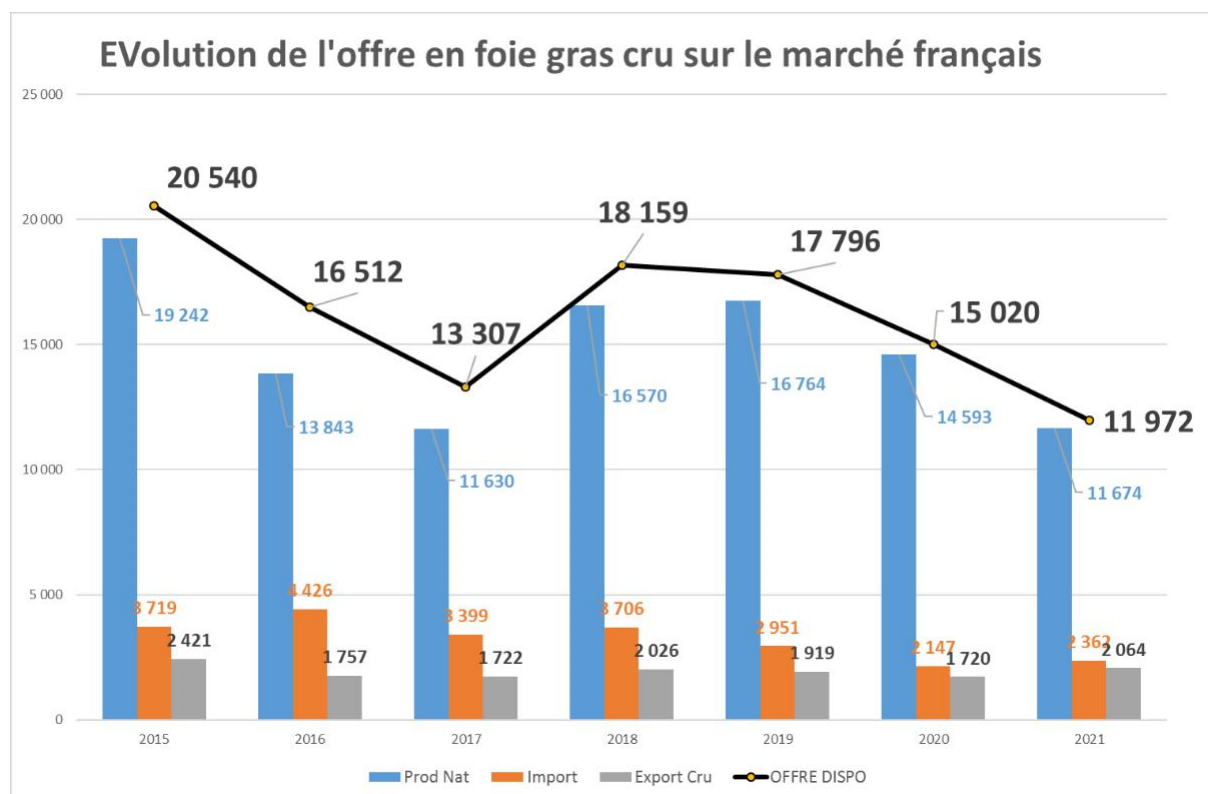


VERS UNE 4^E ANNEE DE REDUCTION DE LA PRODUCTION A L'AMPLITUDE INCERTAINE

En 2022, l'offre en produits issus de la filière Foie Gras va poursuivre sa diminution entamée en 2020, d'autant que les réserves de conserves se sont épuisées cette année pour répondre à la demande.

En 2021, la France n'a produit que 11 674 tonnes de Foie Gras, contre 14 593 tonnes en 2020 et encore 16 764 tonnes en 2019. En 2 ans, la production française a chuté de plus de 30 % en raison de l'extrême virulence des épisodes successifs d'Influenza Aviaire.

En 2022, la filière anticipe d'ores et déjà un nouveau recul de la production de Foie Gras en France. En effet, les élevages du Sud-Ouest ont été mis à l'arrêt et 2 millions de canards ont été abattus. Et, alors qu'un redémarrage est annoncé au 29 mars dans la région, l'épizootie touche désormais les Pays de la Loire, qui fournit 72 % des canetons. Les capacités de production prochaines dépendent donc désormais de la maîtrise de la propagation de l'Influenza aviaire dans les élevages de reproducteurs des Pays de la Loire.

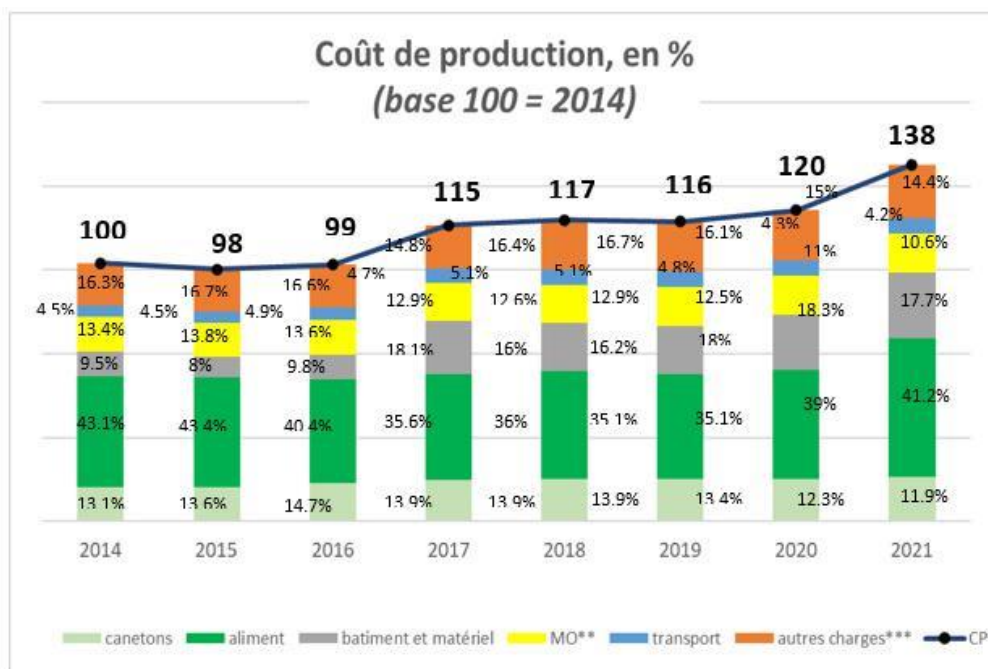


LA FLAMBEE DES COÛTS DE PRODUCTION DU CANARD A FOIE GRAS : L'INDICATEUR DU CIFOG

Alors que les coûts de production des professionnels du Foie Gras connaissent déjà une hausse spectaculaire, la situation va continuer de se détériorer en raison du conflit ukrainien. Tous les maillons de la filière sont touchés par des hausses de coûts sans précédent.

Du côté des éleveurs, la hausse des coûts ne peut pas se résumer à la seule inflation des matières premières pour l'alimentation des palmipèdes. C'est pourquoi, restant fidèle aux exigences de la loi Egalim2, le CIFOG a mis en place un indicateur de référence agrégeant l'ensemble des coûts de production :

- la hausse des prix de l'aliment (+22% en 1an)
- la hausse du prix du caneton (+6% en 1 an)
- la hausse des charges structurelles comme l'adaptation des bâtiments et du matériel de production face aux risques d'Influenza Aviaire (+17,2% en 1 an)
- la hausse des coûts du transport (+4,4% en moyenne sur 1 an).



En complément de ces hausses de coûts objectivées par l'indicateur de référence du CIFOG, les professionnels de la filière rappellent que ces coûts de production vont encore augmenter de façon significative en 2022/2023 pour s'adapter aux nouvelles règles de biosécurité afin de lutter contre les risques récurrents d'Influenza Aviaire.

De plus, à l'ensemble de ces hausses pour la partie agricole, s'ajoute également l'explosion des coûts de production pour le maillon transformation à l'aval de la filière : énergie, emballages, transport, main-d'œuvre, etc.

Cet indicateur est publié sur : elevage-gavage.fr.

DE NOUVELLES NEGOCIATIONS COMMERCIALES INDISPENSABLES DANS UN CONTEXTE D'URGENCE INEDITE

Alors que la filière Foie Gras affronte l'une des pires crises de son histoire, subissant de plein fouet une violente épizootie d'Influenza Aviaire et une explosion historique de l'ensemble de ses coûts de production, elle est en plus aujourd'hui confrontée à certains refus de ses clients distributeurs de prendre en compte l'intégralité de cette implacable réalité dans les prix d'achat de leurs produits.

Ce déni face à une conjoncture inédite met en très grand danger une filière et ses entreprises déjà économiquement très fragilisées, qui font travailler 5 000 éleveurs en France et font vivre près de 100 000 personnes dans les territoires de production.

Pour Éric Dumas, Président du CIFOG, « *Le constat est particulièrement alarmant ! Dans trop de cas, les négociations commerciales avec les distributeurs ressemblent à un dialogue de sourds. Le dispositif souhaité dans le cadre de la loi Egalim2 ne fonctionne pas ! L'esprit de la loi n'est pas respecté par les distributeurs : les coûts de production de la partie agricole qui devaient être sanctuarisés ne le sont même pas dans leur intégralité. De plus, les surcoûts des entreprises de transformation ne sont pas non plus pris en compte dans le cadre de ces négociations* ».

En plus de la flambée des coûts de production, la filière doit faire face au rebond du violent épisode d'Influenza Aviaire dont elle est victime depuis l'automne 2021 et qui a fait récemment son apparition - en février - dans les Pays de la Loire.

Il faut savoir qu'il avait déjà mis à l'arrêt les élevages dans le Sud-Ouest, sur un territoire représentant près de 50% de la production française de canards gras. Une situation qui entraîne de nombreux surcoûts et pertes financières à tous les niveaux de la filière, depuis les accoueurs jusqu'aux transformateurs en passant par les éleveurs et tous leurs sous-traitants spécialisés. Outre la fragilisation économique immédiate de très nombreux professionnels et entreprises, cette situation pourrait également avoir de lourdes conséquences en termes de disponibilité de Foie Gras, Magret et Confit dans les prochains mois et entraînerait inévitablement de cruels arbitrages pour la fourniture des produits de la saison à venir.

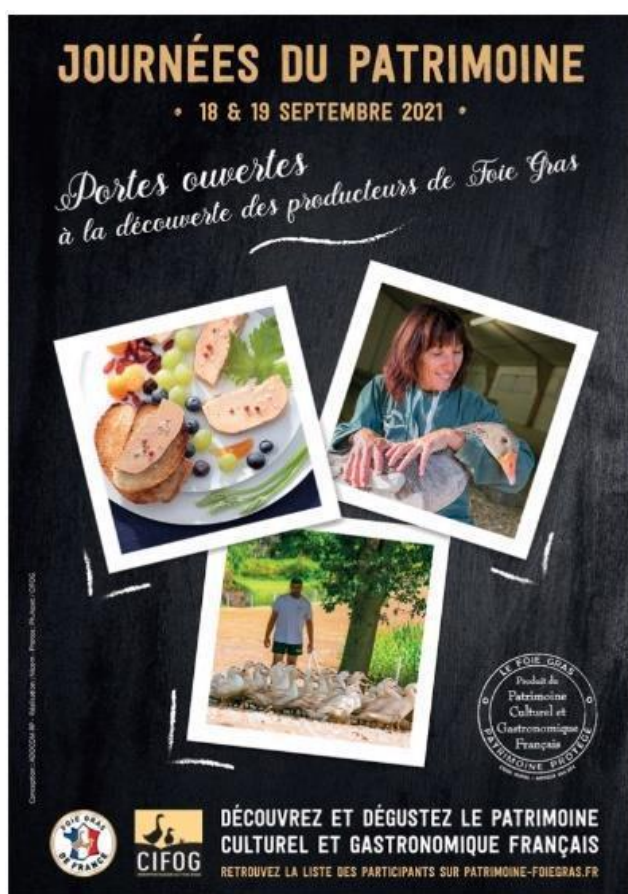


**LA FILIERE MOBILISEE POUR ACCOMPAGNER
L'ENVIE DES CONSOMMATEURS
AVEC DE NOMBREUSES ACTIONS
DE TRANSPARENCE ET DE PEDAGOGIE**



SUR LE TERRAIN : LES PROFESSIONNELS DE LA FILIERE OUVRIRONT LEURS PORTES AU PUBLIC POUR LES JOURNEES DU PATRIMOINE

93 % des Français considèrent que le Foie Gras fait partie du patrimoine gastronomique hexagonal* et ils ont raison ! Le Foie Gras bénéficie en effet de la reconnaissance officielle « Produit du patrimoine culturel et gastronomique protégé en France » depuis 2006. De plus, 88 % des Français estiment que le Foie Gras est issu d'un savoir-faire traditionnel à préserver*. C'est ce savoir-faire historique que les professionnels de la filière Foie Gras les invitent à découvrir les 17 et 18 septembre 2022, à l'occasion des Journées du Patrimoine.



En effet, pour la troisième année consécutive, les éleveurs et entreprises vont ouvrir leurs portes au public durant ce week-end exceptionnel. Ils seront cette année rejoints par des restaurateurs, traiteurs et boutiques situés à proximité.

Cette opération conviviale et gourmande constitue pour les consommateurs un moyen convivial et gourmand d'en savoir davantage sur le Foie Gras.

L'événement représente en effet l'occasion de rencontrer les professionnels de terrain, qui travaillent chaque jour avec passion pour proposer des produits d'excellence : Foie Gras, mais aussi Magret et Confit.

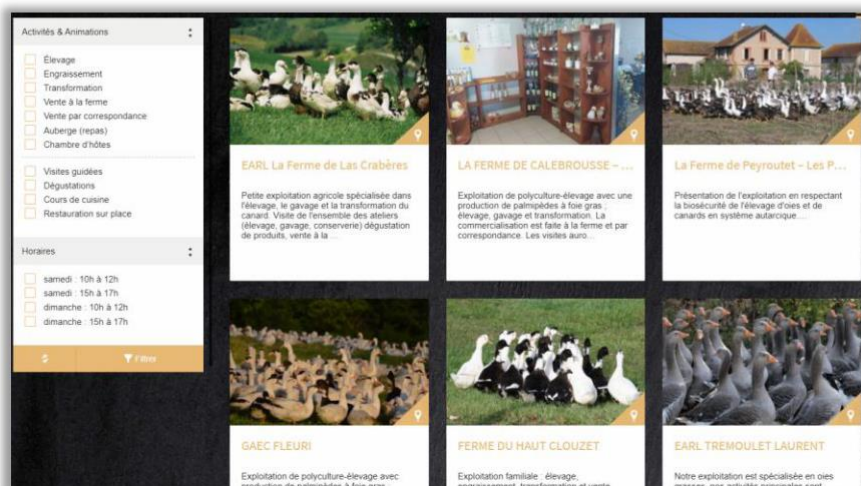
* Source : Enquête CIFOG / CSA, décembre 2021

Élevage, engraissement, transformation : les visiteurs ont l'opportunité 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. Sur place, les consommateurs seront également invités à savourer leurs délicieux produits et se verront offrir des livrets d'information et de recettes ainsi que des flyers de recettes pour prolonger l'expérience !



Un espace web dédié permet de trouver et géolocaliser toutes les fermes participantes pour visiter leurs installations, échanger avec les professionnels et déguster du Foie Gras ainsi que du Magret et du Confit ! Rendez-vous sur :

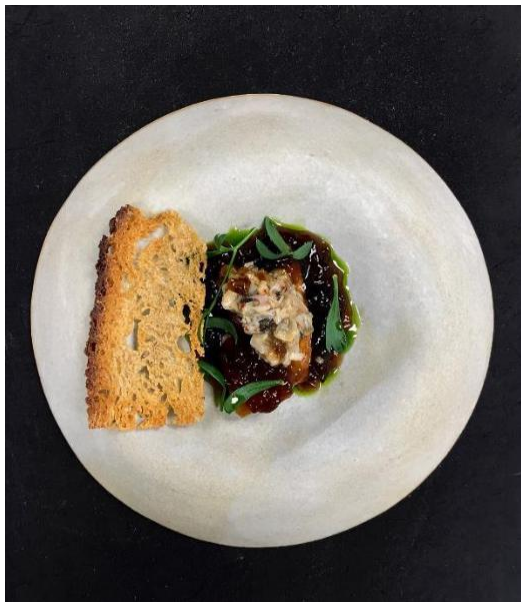
patrimoine-foiegras.fr



EN CUISINE : L'AUDACE DU CUISINIER ADRIEN CACHOT 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. 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 2022. 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 en vidéos et en photos 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, 32 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. Il est actuellement en résidence au Perchoir Ménilmontant à Paris.

AU RESTAURANT : DES ANIMATIONS A LA CARTE PARTOUT EN FRANCE EN DECEMBRE AVEC LA 5^E SEMAINE DU FOIE GRAS

La semaine nationale du Foie Gras a conquis de nombreux restaurants partout en France depuis son lancement en 2018. Elle revient cette année pour la 5^e année consécutive après s'être adaptée au contexte particulier des années 2020 et 2021, notamment en soutenant les initiatives de repas à emporter prises par les Chefs autour des produits de la filière.

En 2022, les plus grandes associations de la restauration participeront à cet événement qui s'inscrit désormais dans le calendrier des Chefs. Début décembre, plusieurs centaines de restaurants organiseront ainsi des menus spécifiques et des menus du jour sur le thème du Foie Gras et du Magret.

La Semaine du Foie Gras sera également l'occasion pour les consommateurs de participer à un grand jeu organisé sur Facebook (@FanFoieGras), pour gagner des repas dans les restaurants participants à l'opération ainsi que 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, 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.



À LA TELEVISION : FOIE GRAS ET CONFIT AU MENU DES EMISSIONS CULINAIRES

Foie Gras et Confit joueront les vedettes tout au long de l'année dans les émissions culinaires vedettes. On les retrouvera notamment dans les « Petits Plats en Équilibre » de Laurent Mariotte sur TF1 et « Objectif Top Chef » sur M6. Ces émissions 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.



JEUNES GENERATIONS : DES ACTIONS DEDIEES

Dans le cadre d'une campagne européenne de communication sur deux ans, l'Interprofession mène de nombreuses actions spécifiquement dédiées aux jeunes générations : consommateurs, futurs professionnels ou professionnels déjà en exercice. L'objectif du programme est de faire de la pédagogie sur la filière : de l'accoupage aux différents types de Foie Gras, toutes les étapes de production sont partagées.

Comme en 2021, les professionnels du Foie Gras vont ainsi repartir en 2022 à la rencontre des chefs de rayons dans les magasins, des étudiants en écoles culinaires et agronomiques... Ils ont également noué un partenariat avec l'Atelier des Chefs, pour faire découvrir aux amateurs de cuisine de nouvelles recettes et les informer sur la réalité de la filière.

En 2022, le Foie Gras se découvre aussi en vidéos sur les réseaux sociaux, en compagnie des jeunes Chefs **Matthias Marc** et **Pierre Chomet**, qui se sont en particulier fait remarquer dans l'émission Top Chef 2021. Comme l'an passé, les deux compères repartent 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 Chefs 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 !

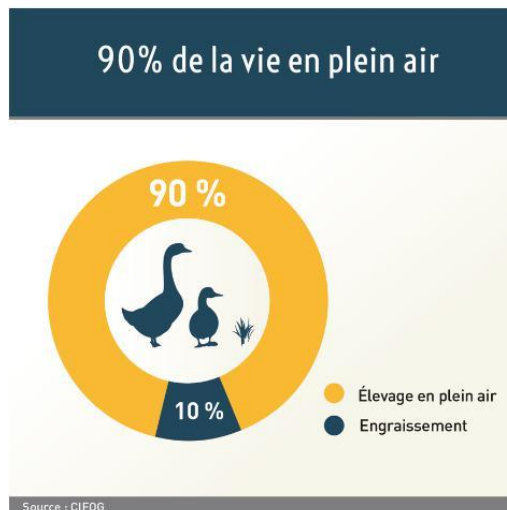
rencontres-foiegras.fr



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.



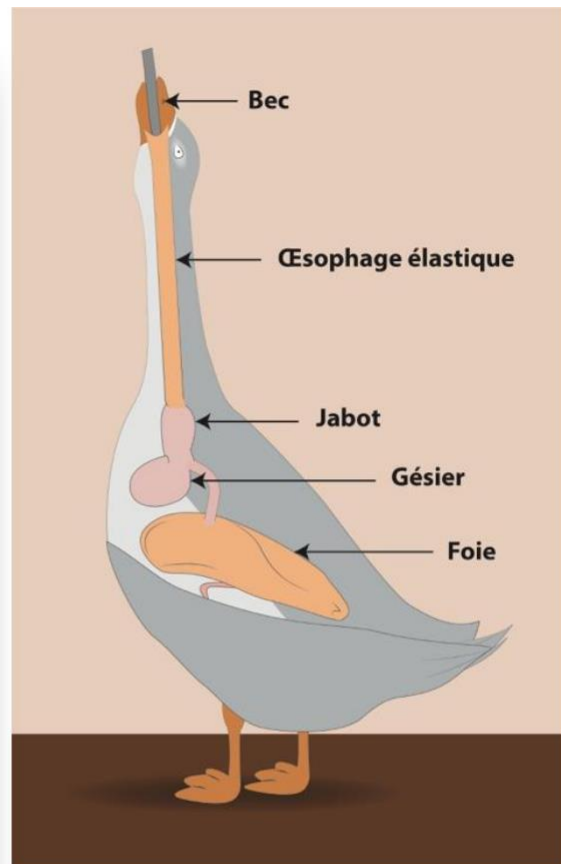
La reproduction d'un phénomène naturel : l'engraissement est une technique ancestrale 100 % réglementée. Elle respecte l'anatomie particulière des oies et des canards qui ont un œsophage élastique, leur permettant d'avaler de grosses proies. Grâce à leur métabolisme spécifique, ces palmipèdes sont habitués 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 pour délivrer manuellement 2 repas par jour

pendant 12 jours : 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



[@FoieGrasFrancais](https://www.facebook.com/FoieGrasFrancais)

[@FandeFoieGras](https://www.facebook.com/FandeFoieGras)



[@BlogFoieGras](https://www.instagram.com/BlogFoieGras)

[@FandeFoieGras](https://www.instagram.com/FandeFoieGras)



[leblogdufoiegras](https://www.youtube.com/channel/UC...)



CIFOG