



RETOUR CONFIRMÉ POUR LE TRIO FOIE GRAS, MAGRET, CONFIT À LA TABLE DES FRANÇAIS ET SUR LES CARTES DES RESTAURANTS ! *LA CONFIANCE RETROUVÉE DE TOUTE UNE FILIÈRE*

Foie Gras, Magret, Confit : les Français aiment ce trio et le prouvent en passant de la parole aux actes ! En 2024, ils ont augmenté leurs achats de Foie Gras en magasins de +10,4 % en volume sur l'année et même de +14,8 % sur le seul mois des fêtes.¹ Le Magret a quant à lui vu ses achats en magasins bondir de +108 % sur l'année et le Confit de +36 %.² Un succès qui s'étend bien au-delà de la consommation à domicile ! Comparées à 2023, les entreprises ont augmenté leurs ventes auprès des restaurateurs de +39 % pour le Foie Gras, de +68 % pour le Magret et +63 % pour le Confit.³ Des hausses records, entraînées par le retour de l'offre sur le marché. La mobilisation exemplaire des professionnels pour sécuriser les approvisionnements, avec une stratégie de vaccination pionnière contre l'influenza aviaire, est en effet une réussite au bénéfice de tout le pays. Ils se sont engagés de façon responsable pour protéger l'ensemble des élevages et ce volontarisme leur a permis de reprendre sereinement leur production de Foie Gras, en hausse de +40 % sur 1 an. Compte tenu du succès de cette stratégie vaccinale les professionnels de la filière lancent un appel au maintien du soutien financier indispensable de l'Etat, alors même que le ministère a annoncé une baisse drastique de sa contribution aux mesures de vaccination, passant de 70% aujourd'hui à 40% pour la prochaine campagne 2025/2026.



Réaffirmant leur confiance dans le potentiel de leurs produits, les professionnels de la filière se mobilisent aujourd'hui collectivement pour accompagner les consommateurs dans leurs envies gourmandes et concrétiser le potentiel de leurs trois pépites. Ils vont en particulier investir plus de 2 millions d'euros dans un puissant programme d'information, qui sera mené tout au long de l'année auprès de tous leurs publics : consommateurs, dont les jeunes générations, distributeurs, restaurateurs, apprentis cuisiniers, etc. En 2025, le Foie Gras fera son grand retour à la télévision en fin d'année !

¹ Source : Circana 2024 – ventes de Foie Gras transformé gen-codé en grandes surfaces + e-commerce + magasins de proximité

² Source : Kantar 2024 - tous magasins

³ Source : Fédération des Aliments Conservés – FIAC 2024

Foie Gras, Magret, Confit : un trio gourmand plébiscité

Les Français sont fans des trois produits phares de la filière Foie Gras. La récente enquête menée par l'Institut CSA pour l'Interprofession CIFOG depuis plus de 10 ans est sans équivoque sur le sujet⁴. Près de **9 Français sur 10 (89 %) déclarent en effet consommer du Foie Gras, 84 % du Magret et 73 % du Confit**. Ils les attendent non seulement chez eux, mais **également dans les restaurants** et toute l'année ! C'est le cas pour 63 % des Français en ce qui concerne le Foie Gras, 54 % pour le Magret et 43 % pour le Confit. Il faut dire que les Français leur prêtent d'**innombrables qualités** et 83 % estiment même que le Foie Gras constitue un moyen de partager des moments de **fête** et de **plaisir** dans un contexte morose. Quelles que soient les circonstances, les produits de la filière ont un bel avenir pour offrir des **parenthèses épicuriennes** aux Français.

La filière à l'initiative d'un puissant plan d'action de 2 millions d'euros

Pour concrétiser le potentiel de leurs produits, les professionnels s'appuient sur un puissant programme d'information. Leurs actions, articulées autour des maîtres-mots **Transparence, Pédagogie et Séduction**, sont prévues tout au long de l'année, avec un retour en télévision en point d'orgue fin 2025. Les professionnels sont ainsi déjà allés à la rencontre de leurs partenaires restaurateurs et des consommateurs au **SIRHA**, au **Salon de l'Agriculture** et lors d'une **Journée d'Information** qu'ils ont organisée ce mois de mars pour les acheteurs de la distribution et les restaurateurs. En septembre, c'est le grand public que les professionnels invitent à faire le déplacement dans leurs fermes, durant leurs **Portes Ouvertes** organisées à l'occasion des **Journées du Patrimoine**. Des consommateurs qui pourront également savourer les produits de la filière durant la **Semaine du Foie Gras**, organisée par les restaurants fin novembre. Du côté de la restauration, les futurs cuisiniers sont aussi invités à s'approprier les produits de la filière, lors de **Masterclass** organisées dans les écoles de cuisine. Des jeunes qui réinventeront ces produits lors du **21e Challenge des Jeunes Créateurs Culinaires**. Véritable tremplin aux talents de la cuisine, ce concours a cette année pour thème : « **Foie Gras, Magret, Confit : le trio star des planches bistro** ». Les jeunes générations sont également la cible privilégiée du **programme européen « Teach Further »**, déployé sur 3 ans jusqu'à 2026 et comprenant notamment des mini-vidéos à découvrir sur le site : rencontre-foiegras.fr. Et, bien sûr, le Foie Gras, le Confit et le Magret restent connectés tout au long de l'année sur les réseaux sociaux. Plus de 15 000 fans supplémentaires ont été recrutés en 2024, réunissant désormais une communauté de plus de **75 500 abonnés**.



⁴ Source : Enquête CIFOG/ CSA décembre 2024

SOMMAIRE

MARCHÉ

FOIE GRAS, MAGRET, CONFIT : LES FRANÇAIS MATÉRIALISENT LEURS ENVIES GOURMANDES EN AUGMENTANT LEURS ACHATS !

- **CONSOMMATION : HAUSSE RECORD DES VENTES EN MAGASINS ET EN RESTAURATION**
 - Retour gagnant du Foie Gras en magasins : les consommateurs répondent présents ! p.6
 - Succès remarquable du Magret et du Confit en magasins p.12
 - *Zoom restauration* : Foie Gras, Magret et Confit de retour en force à la carte ! p.13
- **BAROMÈTRE CSA : FOIE GRAS, MAGRET ET CONFIT, 3 PÉPITES GASTRONOMIQUES PLÉBISCITÉES PAR LES FRANÇAIS**
 - Le Foie Gras : la valeur sûre des moments de fête et de plaisir ! p.15
 - Le magret : les Français conquis par une viande au goût unique p.19
 - Le confit : l'autre produit vedette de la filière ! p.23

PRODUCTION

LA SÉRÉNITÉ RETROUVÉE AVEC LE RETOUR D'UNE OFFRE SÉCURISÉE

- **OFFRE : LES APPROVISIONNEMENTS ASSURÉS PAR LA REPRISE CONFIRMÉE DE LA PRODUCTION FRANÇAISE** p.26
- **VACCINATION CONTRE L'INFLUENZA AVIAIRE : UNE CHARGE POUR LES FILIÈRES CANARDS AU BÉNÉFICE DE TOUT LE PAYS** p.29

MOBILISATION

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

- **DISTRIBUTION : UNE JOURNÉE D'INFORMATION DÉDIÉE AUX PROFESSIONNELS DES RESTAURANTS ET MAGASINS** p.33
- **TRANSMISSION : LES JEUNES TALENTS DE LA CUISINE RÉINVENTENT FOIE GRAS, MAGRET, CONFIT** p.34
- **GASTRONOMIE : FOIE GRAS, MAGRET, CONFIT VEDETTES DES RESTAURANTS** p.36
- **PROXIMITÉ : LES PROFESSIONNELS OUVRENT LEURS PORTES POUR LES JOURNÉES DU PATRIMOINE** p.37
- **TÉLÉVISION : LE FOIE GRAS DE RETOUR EN NOVEMBRE ET AU MENU D'ÉMISSIONS À SUCCÈS** p.38
- **EUROPE : UN PROGRAMME PÉDAGOGIQUE VERS LES JEUNES GÉNÉRATIONS** p.39
- **RÉSEAUX SOCIAUX : LES FANS TOUJOURS CONNECTÉS AUX FOIE GRAS, MAGRET, CONFIT** p.41



MARCHÉ :
FOIE GRAS, MAGRET, CONFIT :
LES FRANÇAIS MATÉRIALISENT
LEURS ENVIES GOURMANDES EN ACHATS !

**CONSOMMATION :
HAUSSE RECORD DES VENTES
EN MAGASINS ET EN RESTAURATION**

RETOUR GAGNANT DU FOIE GRAS EN MAGASIN : LES CONSOMMATEURS RÉPONDENT PRÉSENTS !

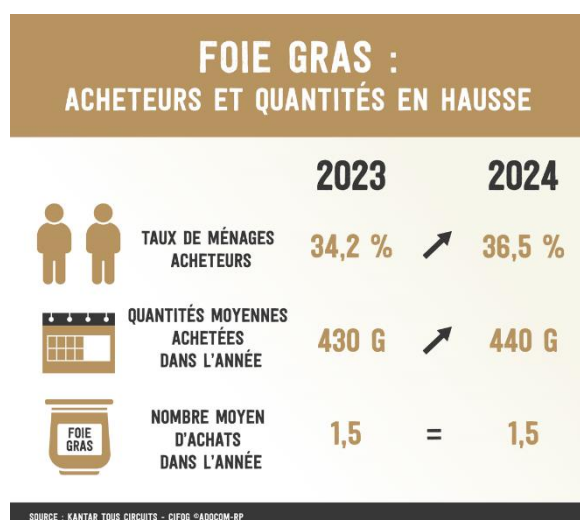
Sur l'année 2024

Plus d'acheteurs et plus de quantités achetées !

(Source : Kantar 2024 vs 2023)

Tous magasins, les ventes de Foie Gras se démarquent en 2024. Le retour de l'offre en rayon lui permet même d'enregistrer une hausse des achats à deux chiffres, le plaçant en tête des produits festifs en fin d'année. En 2024, les achats de Foie Gras augmentent en magasins de +10,8 % en volume comparé à 2023.

Une hausse 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. Ainsi, 36,5 % des ménages français ont acheté du Foie Gras, soit +2,3 pts par rapport à l'année précédente. Ils en ont acheté 10 g en moyenne de plus, soit 440 g sur l'année, réparti en 1,5 fois.



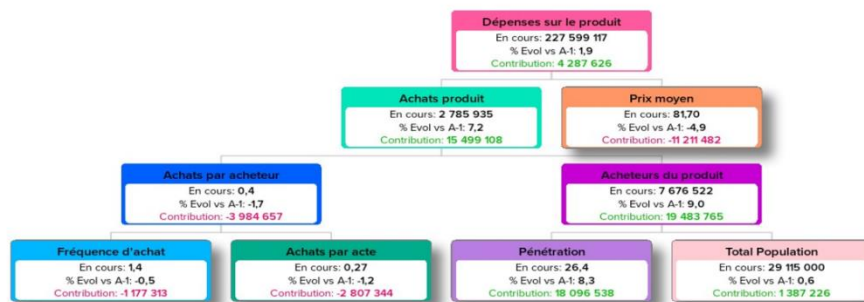
Le Foie Gras cru à cuisiner revient mais le mi-cuit reste la référence incontournable du marché

(Source : Kantar 2024 vs 2023)

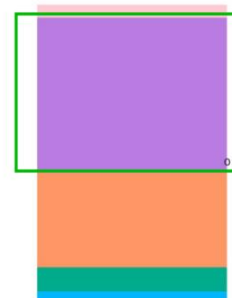
Tous magasins, les Français continuent de largement privilégier les achats de Foie Gras Prêt-à-Consommer mi-cuit, qui représente 59,2 % des ventes en volume, en léger repli à -2,1 pts du fait du retour de l'offre en foie gras cru à cuisiner soi-même comparé à 2023. En effet, si les conserves restent stables à +0,2 pts pour atteindre 23,1 % du Foie Gras vendu, le Foie Gras cru à cuisiner soi-même retrouve progressivement ses adeptes : sa part de marché est en hausse de +1,9 pt en 1 an, pour atteindre 14,6 % du Foie Gras vendu en magasins.



Notons la progression en volume du mi-cuit de 7,2 %, qui s'explique majoritairement par un gain de ménages acheteurs de 9 % et une érosion du prix de 4,9 %.



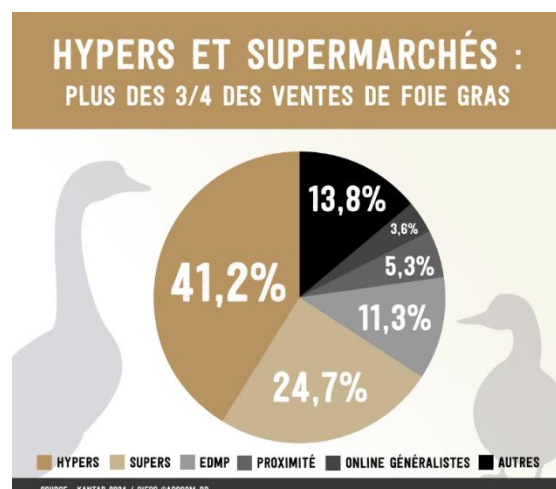
Décomposition de l'évolution des dépenses



Hypers et supermarchés : les ¾ des achats des ménages

(Source : Kantar 2024 vs 2023)

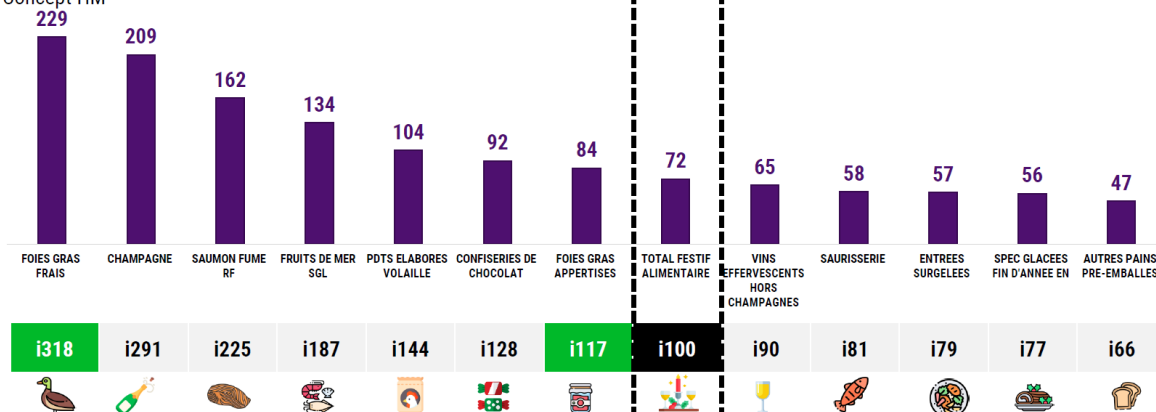
Les achats de Foie Gras pour la consommation à domicile ont majoritairement lieu dans les hypers et supermarchés, qui cumulent 75,9 % des ventes en volume de l'année 2024 : 41,2 % en hypers et 24,7 % en supermarchés. Les Enseignes à Dominante Marques Propres (EDMP) sont quant à elles en 3^e position, concernées par 11,3 % des ventes.



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)

VMH VALEUR / Nb moyen Ean Hebdo / mag | Saison Festive 2024
Concept HM



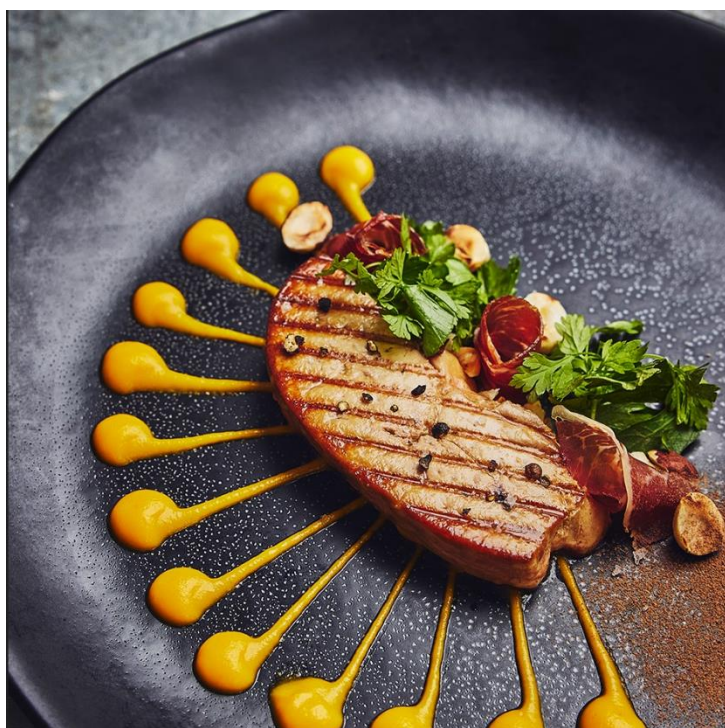
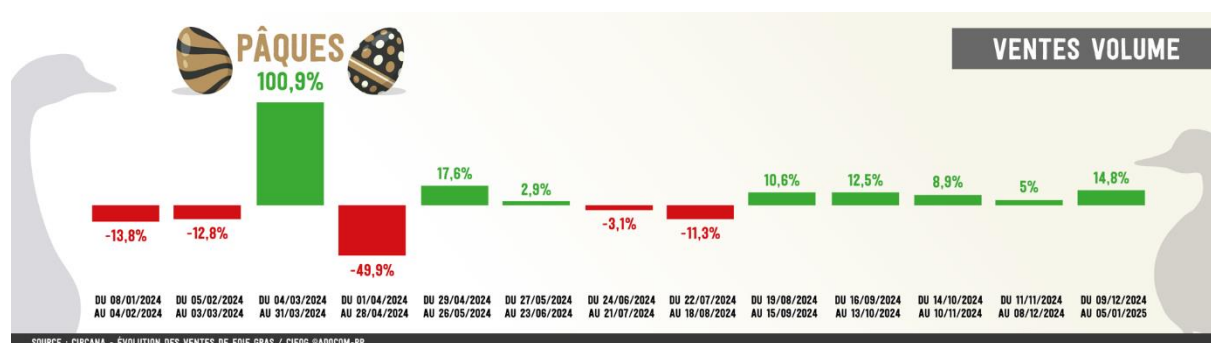
Zoom sur les fêtes de fin d'année

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

(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, cette augmentation est de +10,4 % en volume et de +4,8 % en volume.

Le succès du Foie Gras s'est prolongé au-delà 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. Le Foie Gras est en effet très apprécié au-delà des fêtes de fin d'année. Ainsi, en 2024, les consommateurs ont largement profité du retour de l'offre pour célébrer **Pâques**, avec des achats en hausse de +100,8 % en mars 2024 vs mars 2023, bien supérieurs à la baisse observée sur la période suivante du fait du décalage de la fête de Pâques

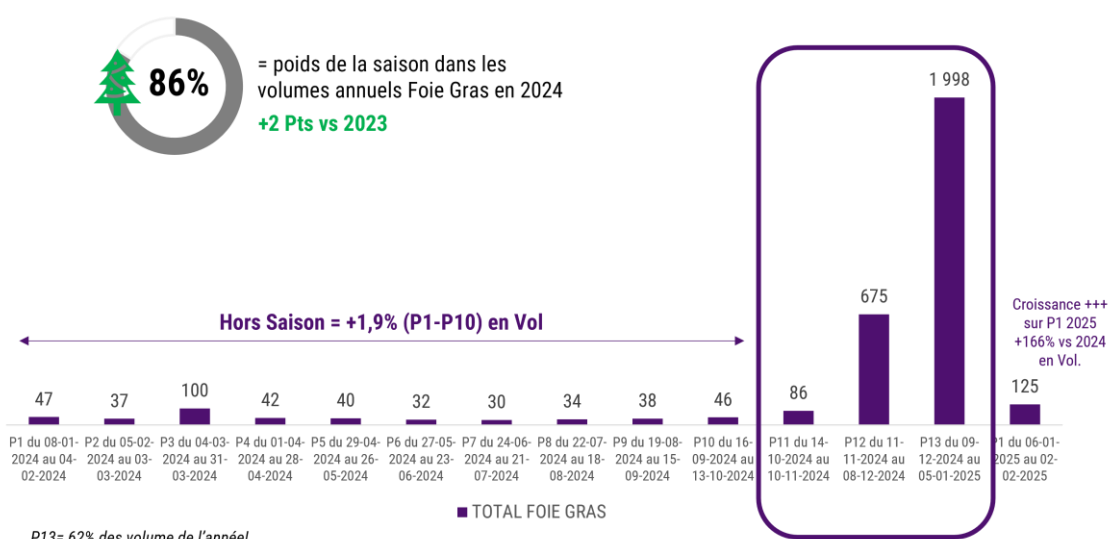


Des achats encore trop concentrés sur la fin de l'année

(Source : Circana, hypers et supermarchés)

Les ventes de Foie Gras se concentrent sur la fin de l'année, à partir de mi-octobre. En 2024, en hypers et supermarchés, 86 % des ventes ont eu lieu entre le 14 octobre 2024 et le 5 janvier 2025 : + 2 pts vs 2023. 62 % des achats ont même été effectués en toute fin de période, entre début décembre et début janvier (du 9/12/24 au 05/01/25). Notons la performance de la P1 (4 janvier au 4 février), dont les volumes commercialisés portent cette période à la 3^e place, preuve que le foie gras mis en avant en début d'année continue de séduire.

Les ventes de Foie Gras concentrées en fin d'année



Source : Circana - Ventes Vol (T) vs A-1 - HMSM - à période Total Foie Gras 2024 + P1



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

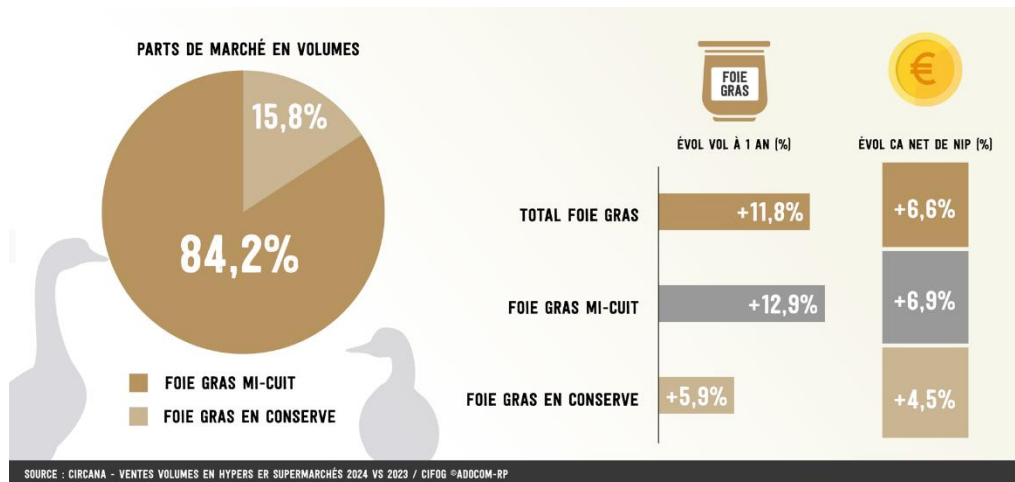


© CIFOG / ADOCOM-RP / Megalowfood

Le retour du Foie Gras mi-cuit : moteur du marché

(Source : Circana, hypers et supermarchés, chiffres de la saison festive, du 14 oct. 2024 au 5 janvier 2025)

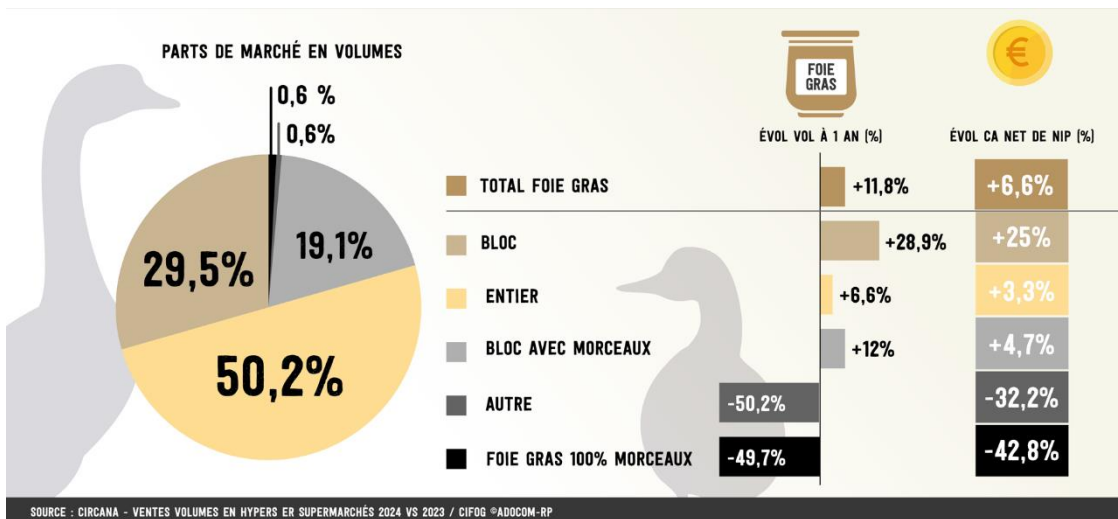
En hypers et supermarchés, les ventes de Foie Gras mi-cuit ont augmenté de +12,9 % en volume et de +6,9 % en valeur, sur un marché du Foie Gras prêt-à-consommer transformé en progression de +11,8 % en volume et de +6,6 % en valeur sur la saison festive (du 14/10/24 au 5/01/25). Il représente désormais 84,2% du Foie Gras vendu dans les grandes surfaces, tandis que le Foie Gras appertisé (conserve) détient 15,8 % de parts de marché. En 2024, les achats de Foie Gras appertisé ont également progressé, de +5,9 % en volume et de +4,5 % en valeur.



Le Foie Gras entier domine les ventes et le Bloc de Foie Gras retrouve ses parts de marché

(Source : Circana, hypers et supermarchés, chiffres de la saison festive, du 14 oct. 2024 au 5 janvier 2025)

En hypers et supermarchés, parmi les différentes préparations proposées, le bloc de Foie Gras enregistre la plus forte progression : +28,9 % en volume sur le marché à +11,8 %. Sa part de marché gagne ainsi +4 pts en 1 an. Il reste cependant en 2^e place, derrière le Foie Gras entier qui représente plus de la moitié des ventes de Foie Gras (50,2 %) des grandes et moyennes surfaces. Ce dernier progresse, à +6,6 % en volume vs 2023. En 3^e position, le bloc avec morceaux progresse quant à lui de +12 % et représente 19,1 % de parts de marché.





En savoir plus

Foie Gras : 3 appellations réglementées

L'appellation « Foie Gras » est strictement encadrée par une réglementation précise, tant aux niveaux français qu'europpéen. Le terme « Foie Gras » est défini par le règlement UE 543-2008 et les préparations à base de Foie Gras par le décret n°93-999 du 9 août 1993.

L'appellation ne peut donc être appliquée qu'à un foie issu d'un canard, ou d'une oie, engraisé(e). Tout produit non-issu de ce procédé ne peut se faire attribuer le terme « Foie Gras ».

Cette disposition réglementaire vise à protéger les consommateurs contre d'éventuelles tromperies.

Le Foie Gras prêt-à-consommer répond ainsi à trois appellations définies par le décret :

« **Foie Gras entier** » : il s'agit d'une préparation composée d'un Foie Gras entier ou d'un ou plusieurs lobes entiers de Foie Gras et d'un assaisonnement. À la coupe, il présente une belle coloration uniforme. Les assaisonnements autorisés sont le sel, le sucre, les épices et plantes aromatiques, les eaux-de-vie, les vins de liqueur et les vins.

« **Foie Gras** » (sans autre qualificatif) : c'est une préparation composée de morceaux de lobes de Foie Gras assemblés pouvant provenir d'animaux différents et d'un assaisonnement. Il présente un aspect marbré esthétique très recherché au tranchage.

« **Bloc de Foie Gras** » : il s'agit d'une préparation composée d'un assemblage de Foies Gras émulsionnés et d'un assaisonnement. Lorsqu'on y inclut des morceaux de lobes de Foie Gras, il devient « Bloc de Foie Gras avec morceaux » et présente alors une belle tranche où les morceaux sont bien visibles.



SUCCÈS REMARQUABLE DU MAGRET ET DU CONFIT EN MAGASINS !

Magret de canard : deux fois plus d'achats en 2024 !

(Source : Kantar 2024 – tous magasins)

En 2024, les achats de Magret pour la consommation à domicile (Kantar) ont fait un bond de +108 % en volume et de +79 % en valeur par rapport à 2023, tous magasins confondus. Près de 6,5 millions de Français en ont acheté, soit +57,7 % vs 2023.

En 2024, le taux de ménages acheteurs s'élève 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.



nouveauté 2024

Confit de canard : +36 % d'achats en magasins

(Source : Kantar 2024 – tous magasins)

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, réparti en près de 2 fois sur l'année (1,9 fois en 2024).





ZOOM RESTAURATION FOIE GRAS, MAGRET ET CONFIT DE RETOUR

EN FORCE À LA CARTE !

(Source : Enquête de la Fédération des Industries des Aliments Conservés auprès d'un échantillon constant d'entreprises - 2024)

Les ventes de Foie Gras, de Magret et de Confit enregistrent une très nette hausse en 2024 auprès de la restauration hors domicile avec le retour des approvisionnements. Les ventes de **Foie Gras** sont en augmentation de **+39 %** comparé à 2023 : +25 % pour le Foie Gras transformé et +45 % pour le Foie Gras cru.

Les ventes de magret et de confit aux professionnels de la restauration ont également largement repris en 2024. **+63 % pour le confit** et de **+68 % pour le magret**.



FOIE GRAS, MAGRET, CONFIT LE TRIO GAGNANT DES RESTAURANTS



↑ **+39%**

↑ **+68%**

↑ **+63%**



SOURCE : FIAC - VENTES VOLUMES - 2024 VS 2023 / CIFOG ©ADOCOM-RP

BAROMÈTRE CIFOG / CSA : FOIE GRAS, MAGRET ET CONFIT PLÉBISCITÉS PAR LES FRANÇAIS

*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.*

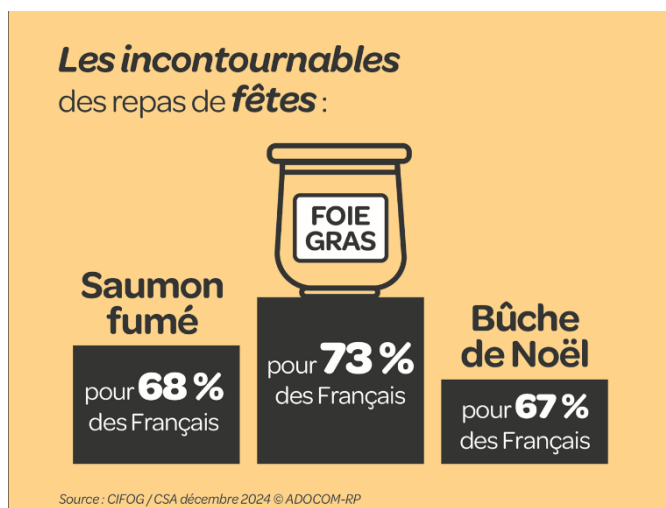
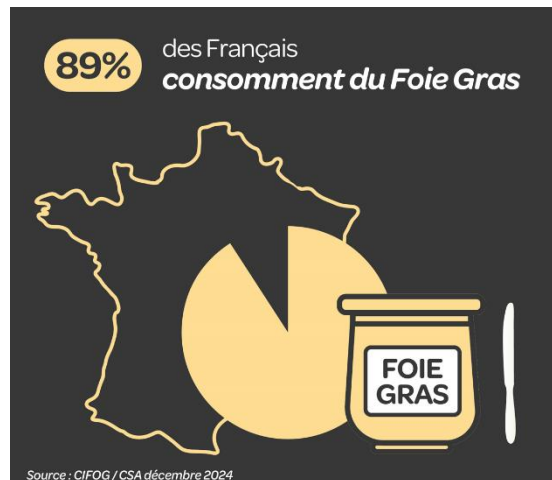
LE FOIE GRAS : LA VALEUR SÛRE DES MOMENTS DE FÊTE ET DE PLAISIR !

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 : parenthèse 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 :



**qualités
gustatives**

91%



**sécurité
alimentaire**

86%



traçabilité

87%



**mode de
production**

83%

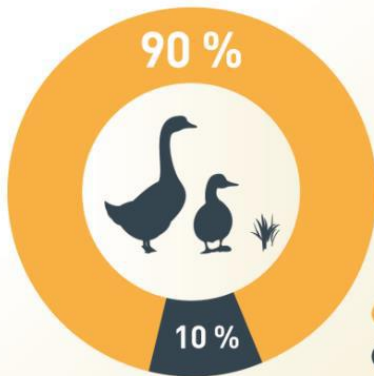
Source : CIFOG / CSA décembre 2024 © ADOCOM-RP

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



● Élevage en extérieur
● Engraissement

Source : CIFOG



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, 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 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.



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 : 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 « **patri-moine 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

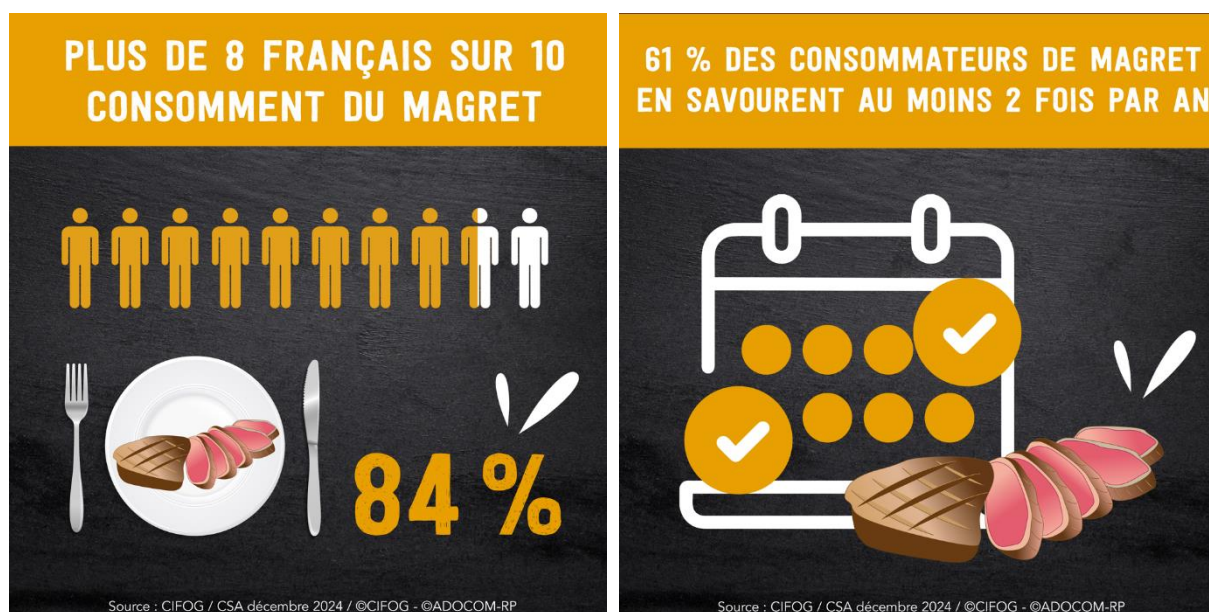
Accoupage, élevage, engraissement, transformation : chaque étape de la production de la filière Foie Gras fait appel au savoir-faire et au professionnalisme de femmes et d'hommes passionnés par leur métier. En France, le Foie Gras représente environ 100 000 emplois directs et indirects, pour la plupart 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.

LE MAGRET : LES FRANÇAIS CONQUIS PAR UNE VIANDE AU GOÛT UNIQUE

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 !

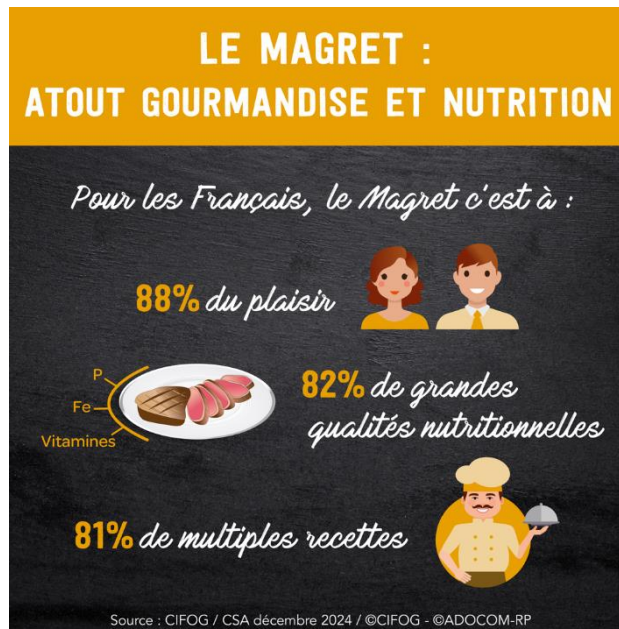
Ils sont ainsi au 9 sur 10 à s'accorder à dire que c'est une viande de qualité (90 %), à la juger savoureuse et goûteuse (89 %), à estimer qu'elle fait plaisir (88 %).



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 : L'AUTRE PRODUIT VEDETTE DE LA FILIÈRE !

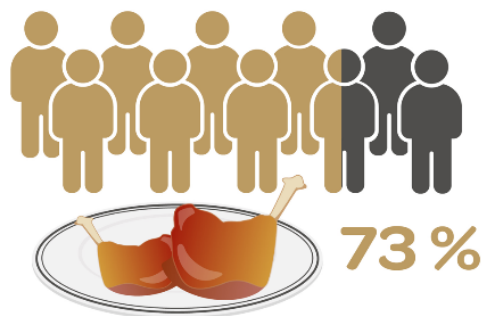
Source : Enquête CIFOG/ CSA décembre 2024

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 blanche 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.

**Le Confit :
une volaille qui se démarque**



**- de qualité
- qui change des
autres volailles**

pour 88 % des Français

Source : CIFO6 / CSA décembre 2024

Le Confit : au restaurant aussi !

**43% des Français jugent le Confit
indispensable dans les restaurants**



Source : CIFO6 / CSA décembre 2024

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.



A man with a beard and glasses, wearing a dark cap and a light blue t-shirt, stands behind a large flock of white ducks. The ducks are gathered on the ground, some with their heads tilted back. They are positioned in front of a large tree with green leaves. The background is a blurred outdoor setting with greenery and a fence.

**PRODUCTION :
LA SÉRÉNITÉ RETROUVÉE
AVEC LE RETOUR D'UNE OFFRE
SÉCURISÉE**

OFFRE : LES APPROVISIONNEMENTS ASSURÉS PAR LA REPRISE CONFIRMÉE DE LA PRODUCTION

2024 : la production de Foie Gras consolidée

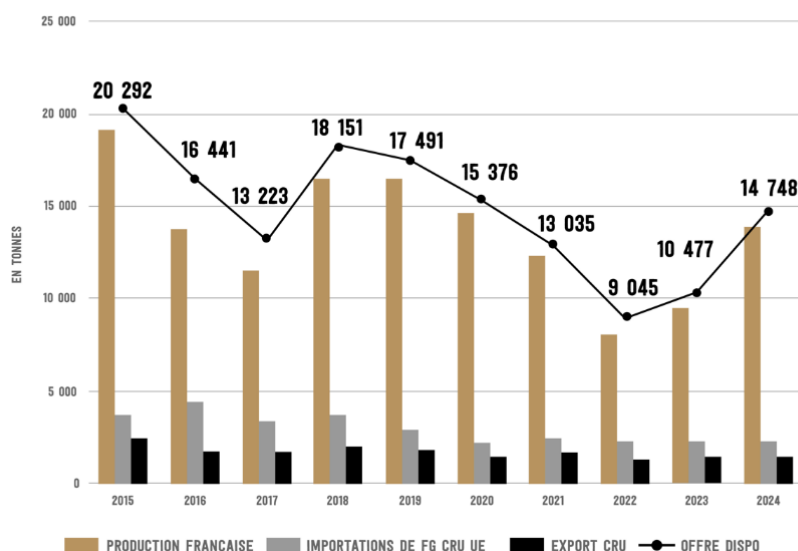
Après trois années d'influenza aviaire, la mobilisation de la filière pour la campagne de vaccination des canards, ses mesures volontaires de dé-densification et la stricte application des mesures de biosécurité ont permis une reprise régulière, progressive et sécurisée de la production depuis l'été 2023.

Ainsi, l'offre en Foie Gras sur le marché français, après avoir atteint un plancher aux environs de 10 000 tonnes en 2022 et 2023, approche en 2024 les 14 750 tonnes, soit un bond de + 40 % en 1 an.

Le succès de la vaccination permet une reprise sereine de la production en France, dont la part passe de 80 % en 2023 à 86 % de la fourniture en Foie Gras cru en 2024 (production + achats UE).

•Offre = production nationale + achats UE– exportations + variations de stocks

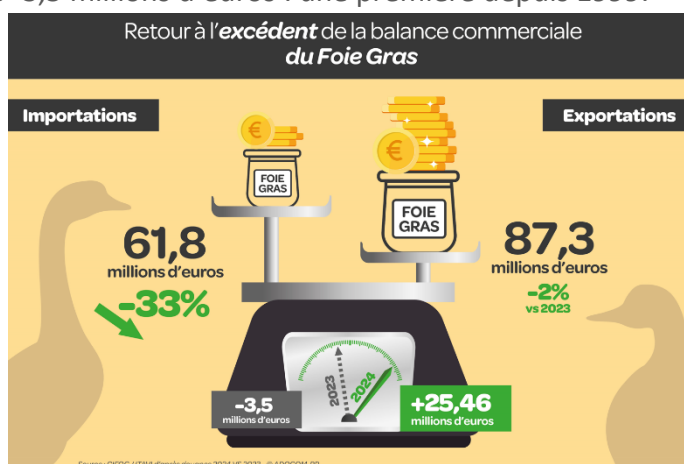
RETOUR À LA NORMALE DE LA PRODUCTION



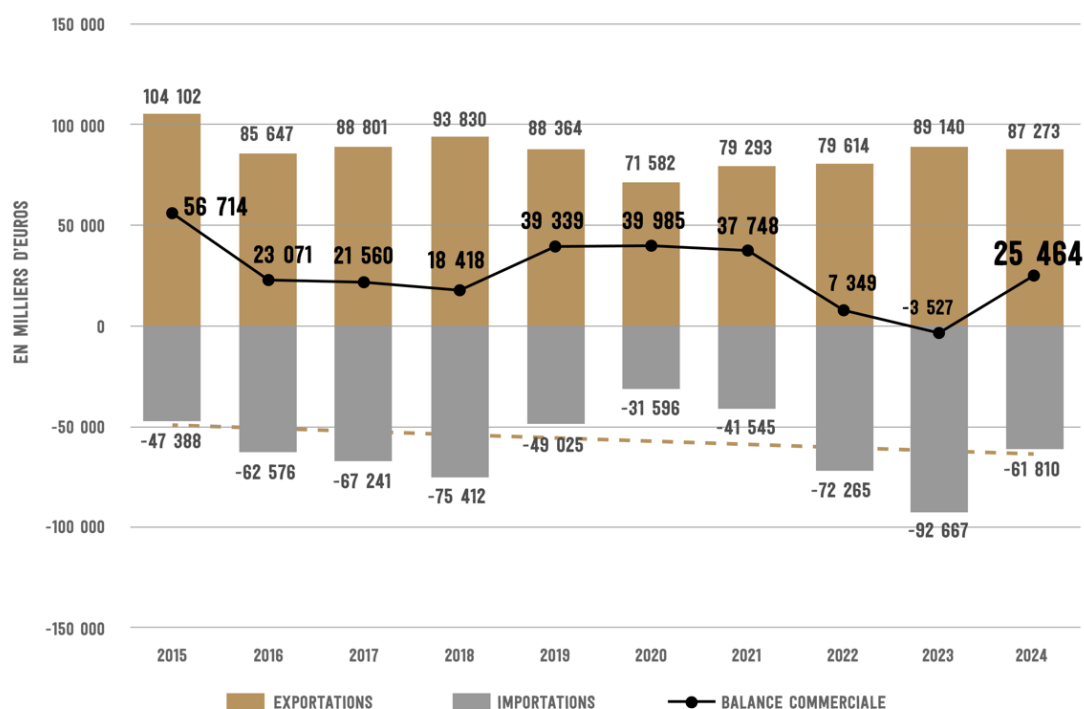
La balance commerciale renoue avec l'excédent

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

En 2024, les exportations ont gagné +5 % en volume et atteint 87,3 millions d'euros en valeur sur l'année, malgré la fermeture persistante des frontières de certains pays. Dans le même temps, si les importations sont restées stables en volume, elles ont chuté de -33 % en valeur pour tomber à 61,8 millions d'euros.



RETOUR À L'EXCÉDENT DE LA BALANCE COMMERCIALE



Le dialogue continue pour la réouverture des pays fermés en raison de la vaccination

L'engagement de la France en première ligne dans la lutte contre l'influenza aviaire ne doit pas lui fermer les frontières de certains pays traditionnellement importateurs de Foie Gras français. La réussite de la vaccination ne sera entière que lorsque l'acceptabilité de tous les clients sera totale. Considéré comme outil complémentaire à la biosécurité par la Commission européenne depuis juin 2022 et par l'Organisation Mondiale de la Santé Animale (OMSA) depuis juin 2023, il a été établi que la vaccination n'aurait aucun impact sur les échanges internationaux, à condition que le plan vaccinal soit assorti de mesures de surveillance et de traçabilité rigoureuses, ce qui est le cas.

Aussi, une des prochaines étapes pour aboutir à la réussite de la vaccination est d'obtenir l'acceptabilité de celle-ci auprès de tous ses partenaires internationaux, comme le Japon, qui était historiquement le premier pays destinataire du Foie Gras de France (comptabilisant 25% des exportations à lui seul en 2019), ainsi que le UK qui a mis en place un embargo lié à la vaccination depuis mars 2024.

Véritable emblème international de la gastronomie hexagonale et de l'art de vivre « à la française », le Foie Gras est en effet **exporté vers plus de 80 pays, soit près de la moitié des pays du monde !**



VACCINATION CONTRE L'INFLUENZA AVIAIRE : UNE CHARGE POUR LES FILIÈRES CANARDS AU BÉNÉFICE DE TOUT LE PAYS

Vaccination : un outil responsable et décisif pour la pérennité des élevages de volailles

Après plusieurs années de crises d'influenza aviaire particulièrement éprouvantes pour le monde avicole en général, et la filière des palmipèdes gras en particulier, les espoirs étaient placés dans la campagne de vaccination démarrée le 2 octobre 2023. Après 18 mois de campagne, force est de constater que la mobilisation des filières canards pour mettre en œuvre ce nouveau moyen de lutte contre l'influenza aviaire a été déterminante pour protéger l'ensemble des espèces avicoles. De plus, il est à noter que cette campagne de vaccination relève d'une décision particulièrement responsable au regard de l'évolution de la situation ailleurs en Europe et dans le monde.



Une réduction drastique du nombre de foyers : signe de la réussite de la vaccination

Aucun foyer n'a été détecté depuis ce début d'année 2025 et la France avait ainsi pu retrouver son statut indemne le 4 février. Aucun abattage préventif n'est à déplorer depuis l'été dernier et seulement 15 foyers ont été détectés et rapidement maîtrisés. Sur la saison dernière, plus de 400 foyers avaient été constatés. Ce résultat positif de cette deuxième campagne de vaccination récompense le travail mené conjointement par les Pouvoirs publics, les autorités sanitaires, les vétérinaires et les professionnels de la filière. Attentifs à l'évolution de la situation, les professionnels du Foie Gras restent d'une extrême vigilance quant à la stricte application des mesures de biosécurité.



Une première mondiale complémentaire aux mesures de biosécurité et un strict plan de surveillance

Fruit d'un travail intensif des services de l'État et des filières avicoles, notamment du CIFOG, le dispositif de vaccination, avec toutes les mesures de surveillance qui lui sont associées, est une première mondiale. Il s'agit d'un outil complémentaire aux mesures de biosécurité. Ainsi, en France, la vaccination est désormais obligatoire pour l'ensemble des canards (chair et foie gras) à destination commerciale sur tout le territoire métropolitain et volontaire pour les cheptels de reproducteurs. Un plan de surveillance exemplaire assure un suivi draconien du dispositif.

Baisse continue de l'accompagnement de l'État : un reste à charge de la filière déjà multiplié par deux

Véritable défi technique et financier, le coût total de la campagne de vaccination est estimé à plus de 100 millions d'euros sur un an pour les deux filières de canards de chair et de canards à foie gras (fabrication du vaccin, administration, suivi...). Pour la première année de campagne de vaccination, d'octobre 2023 à septembre 2024, 85 % du montant a été financé par l'État et les 15 % restants pris en charge par les professionnels de la filière.

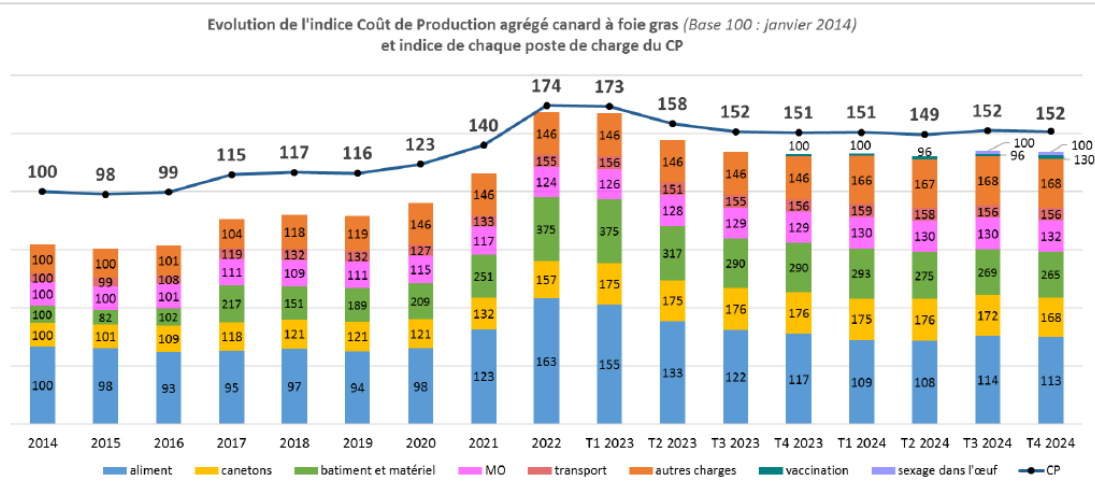
Pour la deuxième campagne de vaccination, démarrée au début de ce mois d'octobre, l'État a décidé de limiter son financement à 70 % du coût, doublant ainsi le reste à charge pour la filière Foie Gras. Pour la 3^e campagne de vaccination 2025/2026, l'État a d'ores et déjà annoncé une forte baisse de son accompagnement, à seulement 40 % pour la prochaine campagne 2025/2026.

Le CIFOG tient à rappeler que le financement par l'État est vital pour poursuivre la vaccination, qui évite l'abattage préventif de milliers d'animaux et dont le coût est considérablement inférieur par rapport aux indemnités. De plus, cette vaccination des canards protège en effet l'ensemble des volailles sensibles au virus et évite la circulation de virus potentiellement transmissibles à d'autres espèces. C'est également une question de santé publique.



Indicateur Agrégé « Coût de Production du canard Gras »

Indicateur mis à jour sur la plateforme et le site <https://elevage-gavage.fr/> (onglet « La filière » > « Les indicateurs de coûts de production »).

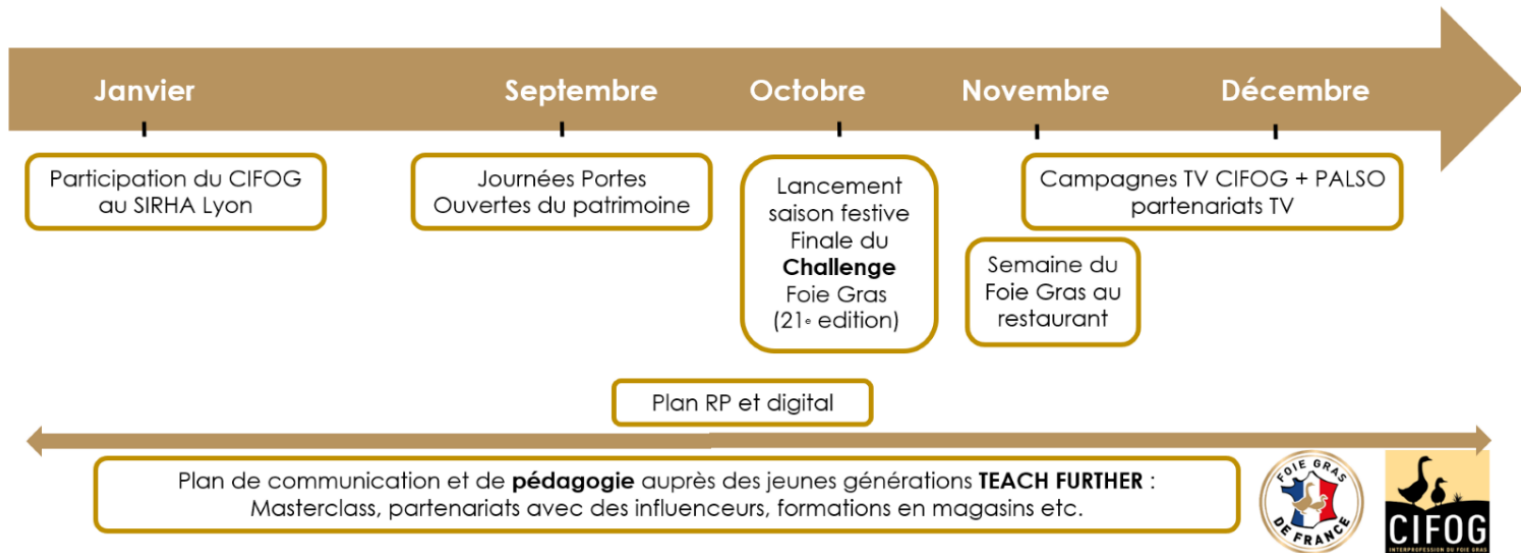




MOBILISATION :

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

Un puissant plan de communication sur toute l'année auprès de toutes les cibles



DISTRIBUTION : UNE JOURNÉE D'INFORMATION DÉDIÉE AUX PROFESSIONNELS DES RESTAURANTS ET MAGASINS

Mardi 11 mars 2025, le CIFOG a accueilli une centaine de représentants des clients de la filière des canards à Foie Gras pour partager informations et analyses inédites sur leurs marchés et échanger sur la reprise confirmée de la production. L'objectif était de mobiliser ces professionnels de la restauration et de la distribution autour du fort potentiel des produits de la filière. Les plus grandes enseignes de la distribution et les principales associations de restaurateurs ont répondu présentes pour participer au succès et développer les achats de ces produits emblématiques de la gastronomie française.



L'événement, organisé à l'École Ferrandi-Paris, était animé par des experts de la distribution et de la restauration. De nombreux intervenants se sont succédés lors de tables rondes pour échanger avec les professionnels présents. Des spécialistes de la filière, de la distribution, de la restauration, des Chefs cuisiniers, des responsables d'entreprises du secteur, des représentants de la grande distribution, des grossistes, des spécialistes du marketing, des

analystes de la consommation, etc. ont présenté l'actualité et les perspectives du marché. De plus, la journée a été ponctuée de démonstrations culinaires autour des Foie Gras, Magret, Confit.

Les principaux thèmes abordés lors des tables rondes étaient liés aux chiffres économiques de la filière, aux évolutions des tendances de consommation, aux études de perception des consommateurs, aux atouts du Foie Gras, du Magret et du Confit pour chacun des circuits. La journée a permis d'identifier les leviers clés à actionner pour concrétiser le potentiel des produits de la filière dans les circuits de ventes à domicile et hors domicile.



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-bonomiques ! »

Pour sa 21^e édition, le Challenge Foie Gras des Jeunes Créateurs Culinaires invite 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-bonomique. 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.

Pour recevoir leur dossier de participation, les candidats doivent s'inscrire avant le 30 juin 2025 minuit auprès de l'agence ADOCOM-RP. Ils auront ensuite jusqu'à la mi-septembre 2025 pour envoyer leur dossier recette. Le règlement du concours ainsi que la fiche d'inscription sont disponibles sur le site fandefoiegras.fr, sur demande auprès d'anais@adocom.fr, ou encore par simple appel téléphonique au 01 48 05 19 00.



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. Tout juste diplômé d'un BTS Hôtellerie-Restaurant, le jeune Chef 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 reprennent le chemin des écoles hôtelières à la rencontre des cuisiniers de demain.

Un représentant de la filière leur proposera 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 entraînera également à la découverte du terrain grâce à une vidéo sur la filière.



Un Chef EuroToques Jeunes prendra 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 sera également active sur Instagram où les recettes des MasterClass seront relayées.

Le Foie Gras sur les salons :

SIRHA et Salon International de l'Agriculture

Du 23 au 27 janvier 2025 dernier, le CIFOG a rencontré une forte affluence sur son stand situé au cœur du salon professionnel SIRHA LYON. Le Chef ambassadeur de la filière Pierre Chomet ainsi que le Chef star des réseaux sociaux Armand Hasanpapaj y ont réalisé de nombreuses démonstrations culinaires autour des trois produits phares du canard gras.

Le Foie Gras, et autres produits de la filière étaient également représentés au Salon International de l'Agriculture à Paris, du 22 février au 2 mars 2025. Des Chefs Eurotoques ont sublimé ces produits tout au long de l'événement.



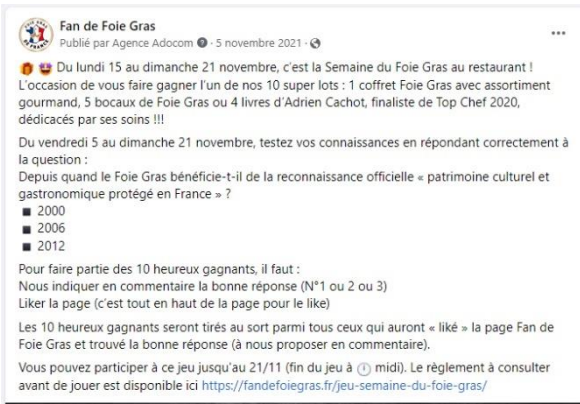
GASTRONOMIE : FOIE GRAS, MAGRET, CONFIT VEDETTES DES CARTES DES RESTAURANTS

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 seront de nouveau partenaires de cet événement qui s'inscrit désormais dans le calendrier des Chefs. Fin 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**.



Fan de Foie Gras
Publié par Agence Adocom · 5 novembre 2021 ·

🔥 Du lundi 15 au dimanche 21 novembre, c'est la Semaine du Foie Gras au restaurant ! L'occasion de vous faire gagner l'un de nos 10 super lots : 1 coffret Foie Gras avec assortiment gourmand, 5 bocaux de Foie Gras ou 4 livres d'Adrien Cachot, finaliste de Top Chef 2020, dédiés par ses soins !!!

Du vendredi 5 au dimanche 21 novembre, testez vos connaissances en répondant correctement à la question :
Depuis quand le Foie Gras bénéficie-t-il de la reconnaissance officielle « patrimoine culturel et gastronomique protégé en France » ?

- 2000
- 2006
- 2012

Pour faire partie des 10 heureux gagnants, il faut :
Nous indiquer en commentaire la bonne réponse (N°1 ou 2 ou 3)
Liker la page (c'est tout en haut de la page pour le like)

Les 10 heureux gagnants seront tirés au sort parmi tous ceux qui auront « liké » la page Fan de Foie Gras et trouvé la bonne réponse (à nous proposer en commentaire).

Vous pouvez participer à ce jeu jusqu'au 21/11 (fin du jeu à midi). Le règlement à consulter avant de jouer est disponible ici <https://fandefoiegras.fr/jeu-semaine-du-foie-gras/>



JEUX CONCOURS !
Semaine du Foie Gras

Le Foie Gras est un produit de la région d'origine.
Il bénéficie de la reconnaissance officielle « patrimoine culturel et gastronomique protégé en France ».

Mais savez-vous ?

471 595 Personnes touchées

9 727 Interactions

↑ +6,2x plus de diffusion



PROXIMITÉ : LES PROFESSIONNELS OUVRENT LEURS PORTES POUR LES JOURNÉES DU PATRIMOINE : LES ENFANTS CUISINENT !

Pour la 5^e année consécutive, la filière française du Foie Gras se mobilise pour recevoir le public à l'occasion des Journées du Patrimoine, les 19 et 20 septembre 2025.

Au programme de ces deux journées : des moments privilégiés de visites, d'échanges et de dégustation.

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

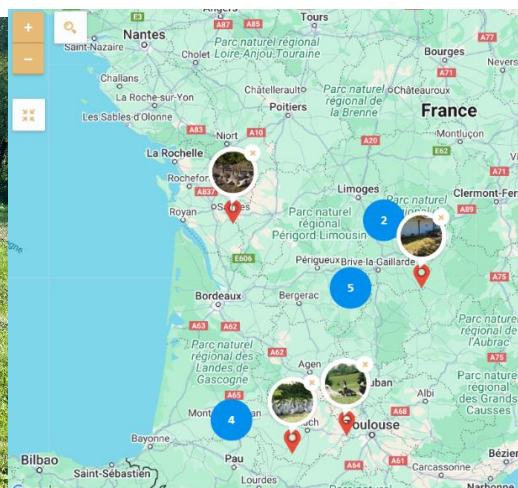
En complément, ces sites accueilleront des groupes scolaires pour permettre aux jeunes générations d'échanger avec les femmes et les hommes de la filière, héritiers et gardiens d'un savoir-faire historique et de découvrir leurs pratiques et leurs installations.



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).

Nouveauté 2025 : les enfants auront 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 visiteurs pourront découvrir toutes les fermes ouvertes près de chez eux en s'appuyant sur le site internet : patrimoine-foiegras.fr



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 signera son grand retour en publicité sur les écrans tés. Il tiendra 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 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 »**. Le nouveau spot sera diffusé sur les chaînes France TV dès la mi-novembre.

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 sera déployé cette année. Foie Gras et Magret joueront en effet les vedettes dans deux émissions phares, notamment. *Petits Plats en Equilibre*, 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 menée sur 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'UE. 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 : 6 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, ornithologues, historiens) interviennent pour répondre aux doutes et interrogations des consommateurs. Des idées-recettes seront également présentées.

Les 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*, *Onmangequicoesoir* 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
197K followers



Alexcook.in
198K followers



Onmangequicoesoir
87.4K followers



Sandrabssi
136K followers

Des actions de pédagogie à destination des étudiants

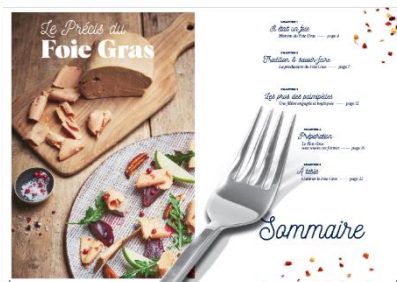
L'objectif du programme étant de faire de la pédagogie sur la filière, le CIFOG organise des masterclass auprès des élèves des écoles hôtelières et des écoles d'ingénieurs agronomes. Elles sont animées par un producteur et un représentant du CIFOG à raison de 5 par an dans diverses écoles. Ces sessions, 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 collaborateurs des grandes enseignes

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

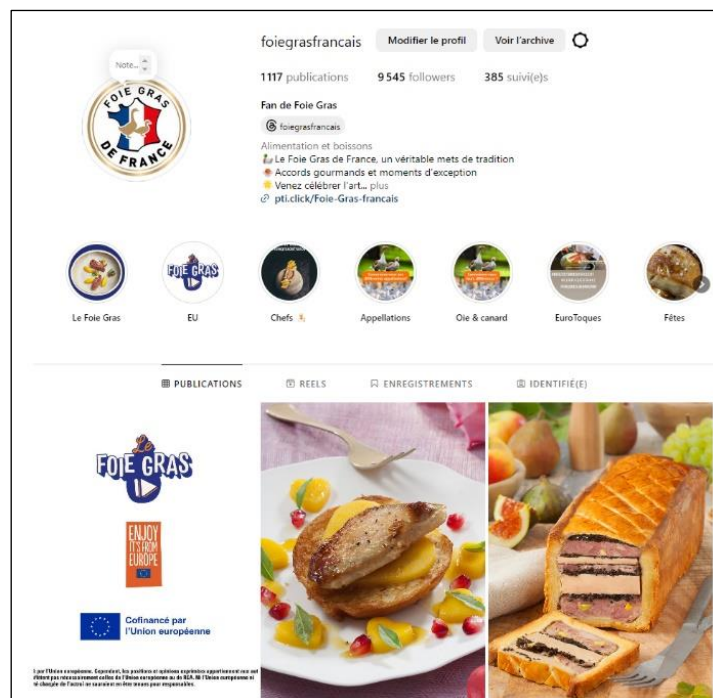
Le CIFOG a créé un manuel technique de référence diffusé auprès d'écoles et établissements culinaires, hôtellerie-restauration en France. Ce précis technique a pour ambition de donner une vision complète de la filière Foie Gras : histoire, production, portrait de producteurs passionnés, techniques de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



Retrouvez toutes les actions de ce programme sur le site rencontres-foiegras.fr

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 socionautes 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
