



LE FOIE GRAS : LA STAR DES TABLES DE FÊTES QUE LE MONDE ENTIER NOUS ENVIE !

Premières tendances 2015 éloquentes :

- Le Foie Gras, l'incontournable des fêtes pour 79% des Français¹
- Croissance des ventes en grande distribution en France : +2,5% en volume et +3,7% en valeur (en GMS sur les 4 premiers mois de l'année 2015 vs 4 premiers mois 2014)²
- Une augmentation des ventes à l'international : +5% en valeur (sur les 8 premiers mois de l'année vs 8 premiers mois 2014)³

« Le Foie Gras participe au rayonnement de l'art de vivre et de la culture gastronomique française dans le monde » : les Français sont 89% à le penser et ils ont raison ! S'il est une star incontournable des tables de fêtes en France, pour 79% d'entre eux, le Foie Gras s'envole également à l'international où il joue un formidable rôle d'ambassadeur pour la gastronomie française¹.

Les premiers chiffres de l'année 2015 le confirment, après une excellente année 2014, qui a vu les ventes de Foie Gras augmenter en GMS de +3% en volume et +4,2% en valeur et un excédent de la balance commerciale battre tous ses records en augmentant de +10%. Le Foie Gras continue ainsi sur sa lancée et, sur les premiers mois de l'année 2015, les achats des ménages en GMS en France progressent de +2,5% en volume et de +3,7% en valeur (sur les 4 premiers mois de l'année 2015 vs 4 premiers 2014)².

A l'international, les exportations enregistrent une augmentation de +5% en valeur (sur les 8 premiers mois de l'année vs 8 premiers mois 2014)³. L'excédent de la balance commerciale bondit ainsi de +5,7 millions d'euros sur la période, alors qu'elle avait déjà atteint un niveau record à 57,3 millions d'euros en fin d'année 2014. Véritable ambassadeur de la gastronomie et de l'art de vivre à la française à travers le monde, le Foie Gras est officiellement reconnu « Patrimoine Culturel et Gastronomique Protégé en France » depuis 2006. Une reconnaissance à laquelle les Français sont attachés puisqu'ils sont 95% à affirmer « qu'il fait partie du patrimoine gastronomique français ». Le Foie Gras confirme ainsi son statut de valeur sûre en France et 74% des Français ont déjà prévu d'en consommer pour les fêtes de fin d'année.¹



¹ Source : Enquête CIFOOG/CSA d'octobre 2015 menée auprès d'un échantillon de 1004 individus représentatifs de la population française âgés de 18 ans et plus

² Source : IRI – Foie Gras transformé gencodé ; cumul du 5 janvier 2015 au 26 avril 2015 vs cumul du 6 janvier 2014 au 20 avril 2014

³ Source : Douanes – Ubifrance

Foie Gras : des offres pour toutes les envies

En phase avec les attentes des consommateurs français et internationaux, les professionnels du Foie Gras proposent un large éventail de nouveautés pour la fin de l'année. Leur sens de l'innovation fait partie des clés du succès du Foie Gras et permet de répondre aux différentes envies des consommateurs. Cette année, leurs nouveaux produits s'articulent entre nouvelles tendances de consommation, qualité et authenticité. De plus en plus passionnés de cuisine, les Français pourront ainsi compter sur des produits permettant des présentations personnalisées. Et, pour que les hôtes puissent séduire leurs convives dès l'apéritif sans consacrer trop de temps à la préparation, les marques complètent leurs offres avec de nouveaux produits pour les « apéros gourmets » : petits formats et associations de saveurs des plus classiques aux plus originales. L'accompagnement du Foie Gras fait en effet partie des grandes tendances du moment : les professionnels développent de nombreux produits à associer avec le Foie Gras, afin d'offrir un petit « plus » qui fera toute la différence pour le dressage des assiettes.

Le Foie Gras continue également de séduire les connaisseurs en jouant la montée en gamme pour que les pauses festives deviennent de véritables moments d'exception. Les professionnels travaillent aussi les blocs avec morceaux en mettant davantage l'accent sur le raffinement.

Enfin, l'authenticité est au rendez-vous de ces fêtes avec la mise en avant des origines géographiques du Foie Gras et le développement de chartes d'excellence, points de repère pour les consommateurs quant au savoir-faire des professionnels.



« Offrez du Foie Gras, on s'en souviendra » :

le Foie Gras en campagne sur tous les fronts

Le Foie Gras entre en scène dès le mois de novembre pour accompagner les consommateurs dans la préparation de leurs pauses festives. L'ensemble des actions d'information mené auprès des consommateurs est articulé autour de la signature du spot publicitaire « Offrez du Foie Gras, on s'en souviendra ». La campagne débute dès le 11 novembre sur les écrans de télévision. Dans le même temps, sur le terrain, les consommateurs trouveront des idées de créations culinaires ainsi que des informations pratiques auprès de restaurateurs, de cavistes et de primeurs, qui mettent à leur disposition des livrets d'information et des fiches recettes sur le thème des saveurs du monde. Et, comme tout au long de l'année, les fans de Foie Gras pourront échanger leurs bonnes idées recettes et suivre toute l'actualité de leur mets préféré sur le web et les

réseaux sociaux (twitter, facebook, instagram). Le Foie Gras est en effet une source intarissable de créations culinaires, comme le montre le succès remporté par les éditions 2015 du Challenge Foie Gras des professionnels et du Concours des amateurs, organisés sur le thème du Foie Gras autour du monde !

Une filière engagée dans une démarche d'amélioration continue

Mets d'exception, le Foie Gras doit son succès au savoir-faire des professionnels qui, sur le terrain, sont chaque jour guidés par l'amour des produits de qualité. En France, la production de Foie Gras génère 100 000 emplois directs et indirects et fait vivre plus de 30 000 familles. Au fil des siècles, les professionnels ont su concilier respect des traditions, nouvelles techniques et technologies pour diversifier leur offre et s'inscrire dans une démarche continue d'amélioration de la qualité et du bien-être animal.

Ainsi, à partir du 1^{er} janvier 2016, ils s'engagent à ce que 100% de leurs produits soient issus d'élevages mis aux nouvelles normes européennes, parmi les plus exigeantes au monde. Ils vont même plus loin puisqu'ils ont créé, en 2014, le programme PalmiG Confiance pour encadrer l'élevage des palmipèdes destinés à la production de foie gras, dans une logique d'éthique professionnelle et de transparence. Elle garantit la bonne application de la Charte Européenne du Foie Gras, prouvant ainsi que l'élevage est pratiqué par des éleveurs responsables, dans le respect du bien-être de l'animal et des règles de bonnes pratiques.

La démarche est aujourd'hui suivie par 27 organisations de production, représentant près de 90 % de la filière de production spécialisée.



A 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, présence sur internet : www.lefoiegras.fr

L'équipe ADOCOM, Service de Presse CIFOG
vous remercie de votre attention - Tél : 01 48 05 19 00



LE FOIE GRAS EN CHIFFRES CLES 2014

LA PRODUCTION 2014

Production mondiale de Foie Gras cru	⇒	Environ 25 000 tonnes¹
Rang de la France dans la production mondiale	⇒	1^{er} rang mondial
Production française de Foie Gras	⇒	19 608 tonnes²
<i>dont Foie Gras de canard</i>	⇒	97%
<i>pour un nombre de palmipèdes élevés de</i>	⇒	38 millions
Importations de Foie Gras cru + transformé		3 986 tonnes²
Exportations de Foie Gras cru + transformé	⇒	4 934 tonnes²
Solde du commerce extérieur pour les échanges de Foie Gras (cru+transformé)	⇒	+57,3 millions d'€²
Chiffre d'affaires (sortie entreprises) estimé de la filière palmipèdes gras en France	⇒	env. 2 milliards d'€
Nombre d'emplois directs générés par la filière en France	⇒	env. 30 000
Nombre d'emplois indirects	⇒	env. 100 000
Part du grand sud-ouest (zone IGP) dans la production nationale	⇒	75%
<u>Autres productions des palmipèdes gras</u>	⇒	env. 44 400 tonnes
<i>dont : magrets</i>	⇒	env. 26 000 tonnes
<i>magrets séchés, salés, fumés</i>	⇒	env. 1 600 tonnes
<i>confits</i>	⇒	env. 13 000 tonnes
<i>rillettes</i>	⇒	env. 1 600 tonnes
<i>gésiers</i>	⇒	env. 1 000 tonnes
<i>graisses</i>	⇒	env. 1 200 tonnes

¹Source : estimation CIFOG d'après commerce extérieur, des volailles hongrois, Interpalm, Union bulgare de l'aviculture, Ubifrance, SSP

²Source : SSP / Douanes chiffres

³Source : SSP / Ministère de l'Agriculture



LA CONSOMMATION 2014

Français consommateurs de Foie Gras	⇒	95% ⁵
Taux de ménages acheteurs français de Foie Gras	⇒	45,5% ⁶
Quantités achetées par ménage acheteur	⇒	Env. 635 g ⁶
Nombre moyen d'actes d'achat	⇒	1,8 ⁶
Part de marché du Foie Gras de Canard (PdM volume hypers + supermarchés)	⇒	95,5 % ⁷
Part de marché du Foie Gras d'Oie (PdM volume hypers + supermarchés)	⇒	4,5% ⁷
Part de la grande distribution dans les achats des ménages (PdM volume hypers + supermarchés+hard discount)	⇒	83,6% ⁶
Part du cru dans les achats de Foie Gras	⇒	Env. 21,5% ⁶
Part du prêt à consommer dans les achats de Foie Gras (blocs + entier)	⇒	Env. 78,5% ⁶
Part du Foie Gras transformé en conserve (PdM volume hypers + supermarchés)	⇒	22,3% ⁷
Part du Foie Gras transformé en mi-cuit (PdM volume hypers + supermarchés)	⇒	80,6% ⁷

⁵ Source : Enquête CIFOG/CSA 2014

⁶ Source : Kantar Word panel

⁷ Source : Symphony IRI Group

