



## FOIE GRAS : LA FILIÈRE CONFIANTE MAIS PRUDENTE ET RESPONSABLE POUR UNE REPRISE SEREINE DE LA PRODUCTION

La présence du Foie Gras sur les tables festives est extrêmement importante aux yeux des Français, quelles que soient les circonstances. Dans le contexte particulièrement morose de la fin d'année 2022 (inquiétudes sur la guerre en Ukraine, inflation, grèves, éventuelles coupures d'électricité...), ils étaient 84 % à considérer le Foie Gras comme un moyen de partager des moments de fêtes et de plaisir avec leurs proches<sup>1</sup> !

### Le Foie Gras résiste envers et contre tout

Ainsi, alors que la disponibilité du Foie Gras était en baisse d'environ un tiers en raison de l'influenza aviaire, les professionnels ont réussi à contenir le recul des ventes en grande distribution à -19,2 % en volume sur la saison festive. En valeur, le repli s'est quant à lui limité à -2 % comparé aux fêtes de fin d'année 2021. Pour réussir cette prouesse au moment des fêtes, ils ont notamment pu compter sur les stocks de conserves. Leurs ventes ont progressé de +10,2 % en valeur, avec un recul limité à -6,3 % en volume.<sup>2</sup> Le Foie Gras confirme ainsi son statut de valeur refuge. Les Français considèrent qu'il s'agit d'un produit indispensable pour réussir leurs fêtes de fin d'année.



### Une filière victime de l'influenza aviaire et qui a pris des mesures drastiques

Cet amour indéfectible des Français, qui sont 9 sur 10 à déclarer consommer du Foie Gras<sup>1</sup>, sonne comme un encouragement pour les professionnels de la filière, confrontés à de graves tensions liées à l'influenza aviaire et des coûts de production aux sommets. Ils ont en effet affronté une épizootie d'influenza aviaire d'une violence inédite en 2022. Pour la première fois, elle s'est étendue de l'Occitanie au Périgord et aux Pays de la Loire, région abritant la majeure partie des couvoirs de canetons et des élevages de reproducteurs. En ordre de bataille pour assurer un redémarrage serein de la production en s'appuyant sur des mesures de biosécurité strictes, des plans de dé-densification volontaires et l'arrivée du vaccin, prévue pour l'automne prochain, les professionnels tablent sur un niveau de production encore limité du fait de la pénurie de canetons qui perdurera jusqu'à l'été.

### 2023 : une année de reconstruction pour la filière

Confiants, mais prudents, les professionnels de la filière placent l'année 2023 sous le signe de la reconstruction et demandent aux Pouvoirs publics un accompagnement à la hauteur des enjeux. Entre les animaux perdus, les plans volontaires de dédensification, le manque de matière première et les investissements à prévoir pour la vaccination, tous les maillons de la filière sont

<sup>1</sup> Source : Enquête CIFOG / CSA décembre 2022

<sup>2</sup> Source : Circana, grandes et moyennes surfaces, chiffres de la saison festive, du 21/11/22 au 01/01/23

concernés, depuis les couvoirs jusqu'aux entreprises de transformation, qu'ils se situent sur le territoire, en zone indemne ou réglementée.

Même si aucun cas d'influenza aviaire n'a été détecté dans les élevages en France depuis le 10 mars, le manque de canetons à mettre en production devrait perdurer jusqu'à l'automne. La filière est ainsi sous pression puisque ce manque entraînera une disponibilité limitée de la matière première. Une situation qui est partie pour durer puisque la filière doit également assumer la dédensification de certaines zones historiques d'élevage : devant le succès du « plan Adour » dans le Sud-ouest, qui a synchronisé un vide sanitaire des élevages de palmipèdes dans 68 communes entre le 15 décembre et le 15 janvier (-95 % de cas), c'est au tour des Pays de Loire d'adopter un dispositif similaire.

## Le Foie Gras : une valeur refuge incontournable pour les fêtes

Les Français restent très attachés au Foie Gras durant les fêtes de fin d'année. Ainsi, ils ont été nombreux en 2022 à écouter les messages des professionnels et ont débuté leurs achats plus tôt qu'à l'accoutumée pour s'assurer d'en avoir pour les fêtes. Ils ont ainsi effectué 55 % de leurs achats en volume sur le mois de décembre, contre 63 % en 2021<sup>3</sup>. Il faut dire que les Français sont 75% à lui attribuer la place de n°1 des incontournables des fêtes de fin d'année, devant le saumon fumé (67 %) et la bûche de Noël (61 %)<sup>4</sup>. Difficile pour les Français de s'imaginer des fêtes sans Foie Gras, même si c'est en plus petite quantité. En hypers et supermarchés, les tranches de 100 g à 299 g ont représenté 57 % de leurs achats pour les fêtes 2022, contre 51 % sur la période en 2021.<sup>5</sup>

## Une communication vers tous les publics pour accompagner le retour des produits en magasin et sur les cartes des restaurants

L'Interprofession poursuit sa mobilisation en 2023 pour accompagner les consommateurs dans toutes leurs envies de dégustation et de découverte du Foie Gras, du Magret et du Confit. Son objectif est de s'adresser à tous les publics pour continuer à offrir ces moments d'exception tant attendus. Des rencontres sont programmées dès le mois de juin prochain à destination des restaurateurs et distributeurs pour présenter et expliquer la sécurisation du redémarrage de la production et présenter les perspectives pour les prochaines années. Les professionnels seront également aux côtés des cuisiniers de demain, avec la nouvelle édition du Challenge Foie Gras des Jeunes Créateurs Culinaires sur le thème du burger chic et magique. Des Masterclass autour du Foie Gras et des produits du canard gras seront également organisées dans les écoles de cuisine en partenariat avec les chefs de l'Association EuroToques Jeunes. Après une année de pause en 2022, la Semaine du Foie Gras et du Magret au restaurant fera également son grand retour début décembre dans toute la France.

Les consommateurs auront l'occasion pour la 4<sup>e</sup> année de découvrir sur le terrain les élevages et entreprises de la filière et de rencontrer les éleveurs et professionnels passionnés dans le cadre des Portes Ouvertes durant les Journées du Patrimoine 2023. Des programmes très offensifs d'information seront également déployés sur les différents réseaux sociaux afin d'informer les Français sur les modes de production et sur les grandes tendances de consommation. Le Foie Gras sera également présent dans le cadre de partenariats sur les grandes émissions TOP Chef sur M6 et Petits Plats en Équilibre sur TF1 en fin d'année 2023.

---

3 Source : Kantar - tous circuits de distribution

4 Source : enquête CIFOG / CSA décembre 2022

5 Source : Circana, grandes et moyennes surfaces, chiffres de la saison festive, du 21/11/22 au 01/01/23

# Sommaire

## **FÊTES DE FIN D'ANNÉE : LA CONSOMMATION DE FOIE GRAS HANDICAPÉE PAR UN MANQUE DE MATIÈRE PREMIÈRE**

Achats de fin d'année : le Foie Gras garde une belle place sur les tables de fêtes malgré la morosité ambiante et une disponibilité réduite	p.5
Enquête : le Foie Gras reste l'indétrônable emblème des fêtes réussies pour les Français !	p.11

## **UNE FILIÈRE CONFIANTE MAIS PRUDENTE ET RESPONSABLE POUR UNE REPRISE SEREINE DE LA PRODUCTION**

Une production encore limitée en 2023	p.15
Le virus freiné par des mesures drastiques	p.16
La vaccination : un atout supplémentaire attendu pour octobre	p.19
Le coût de la lutte contre l'influenza aviaire s'ajoute à des coûts de production historiquement hauts	p.21

## **UN PUISSANT PLAN DE COMMUNICATION ET DE PÉDAGOGIE EN SOUTIEN AU REDÉMARRAGE DE LA FILIÈRE**

Sur le terrain : les professionnels de la filière ouvrent leurs portes au public pour les Journées du Patrimoine	p.23
En cuisine : les futurs talents de la cuisine s'approprient l'incontournable de la carte !	p.24
Au restaurant : des animations à la carte partout en France en décembre avec la 6 <sup>e</sup> Semaine du Foie Gras	p.25
À la télévision : Foie Gras et Magret au menu des émissions culinaires	p.26

A glass of white wine is on the left, partially filled. In the center, a light-colored plate holds several foie gras appetizers: a slice on a cracker with a garnish, a small bowl with a white sauce and red berries, and a small white dumpling-like item with a blackberry. The background is a dark blue pattern of white starburst shapes.

**FÊTES DE FIN D'ANNÉE :  
LA CONSOMMATION DE FOIE GRAS  
HANDICAPÉE PAR UN MANQUE  
DE MATIÈRE PREMIÈRE**



# ACHATS DE FIN D'ANNÉE : LE FOIE GRAS GARDE UNE BELLE PLACE SUR LES TABLES DE FÊTES MALGRÉ LA MOROSITÉ AMBIANTE ET UNE DISPONIBILITÉ RÉDUITE

## Tous les produits festifs à la peine

(Source : Circana, grandes et moyennes surfaces, chiffres de la saison festive, du 21/11/22 au 01/01/23)

Marquée par l'inflation et un climat anxieux, notamment en raison de la guerre en Ukraine et l'annonce de possibles coupures d'électricité dans l'hiver, la fin de l'année 2022 a vu les ventes de produits festifs reculer en volume. Les Français ont en effet diminué leurs achats de produits alimentaires festifs de -2,3 % en unités de vente par rapport à la saison festive 2021. En valeur, le marché des produits alimentaires festifs a enregistré une progression de ses ventes en valeur de +5,8 %, avec une inflation à de +10,1 % sur la période.

## Le Foie Gras résiste malgré son manque de disponibilité

(Source : Circana, grandes et moyennes surfaces, chiffres de la saison festive, du 21/11/22 au 01/01/23)

Comme la majorité des produits festifs, le Foie Gras s'est inscrit dans la tendance à la baisse. En hypers et supermarchés, il réussit tout de même à résister au regard du recul de sa production, de l'ordre de -33 %. Malgré une offre réduite en rayon, les ventes ont résisté à -19,2 % en volume sur la période festive et la diminution du chiffre d'affaires s'est limitée à -2 % (net de NIP - Nouveaux Instruments Promotionnels).

En Grandes et Moyennes Surfaces, comparé à 2019, le marché du Foie affiche même sur la saison festive 2022 un chiffre d'affaires supérieur de +14% comparé à la même période de 2019, en dépit de sa contraction en volume à hauteur de -5%.

TOTAL FOIE GRAS | Tous Circuits



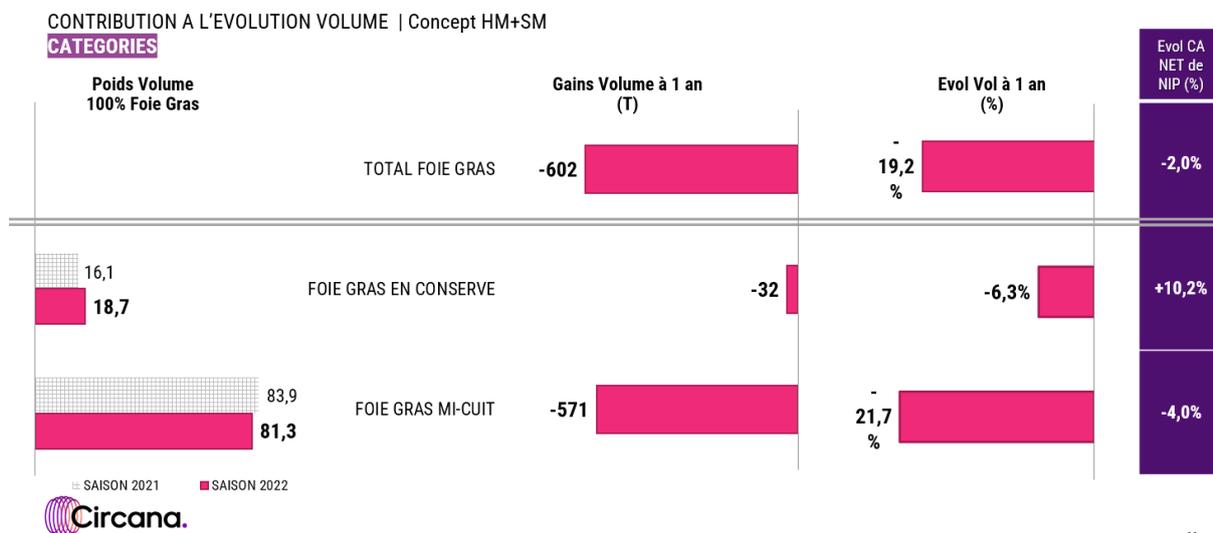
Base 100 = Saison 2019



## L'embellie du Foie Gras en conserve face à la rareté de l'offre

(Source : Circana, grandes et moyennes surfaces, chiffres de la saison festive, du 21/11/22 au 01/01/23)

Pour limiter le recul des ventes à -19,2 % en volume au moment des fêtes alors que le recul de l'offre était de l'ordre de -33 %, les professionnels du Foie Gras ont notamment pu compter sur les conserves, fabriquées tout au long de l'année et faciles à stocker. Les ventes de Foie Gras en conserve en hypers et supermarchés ont progressé de +10,2 % en valeur sur la saison festive, avec un recul limité à -6,3 % en volume par rapport à la même période l'an passé.

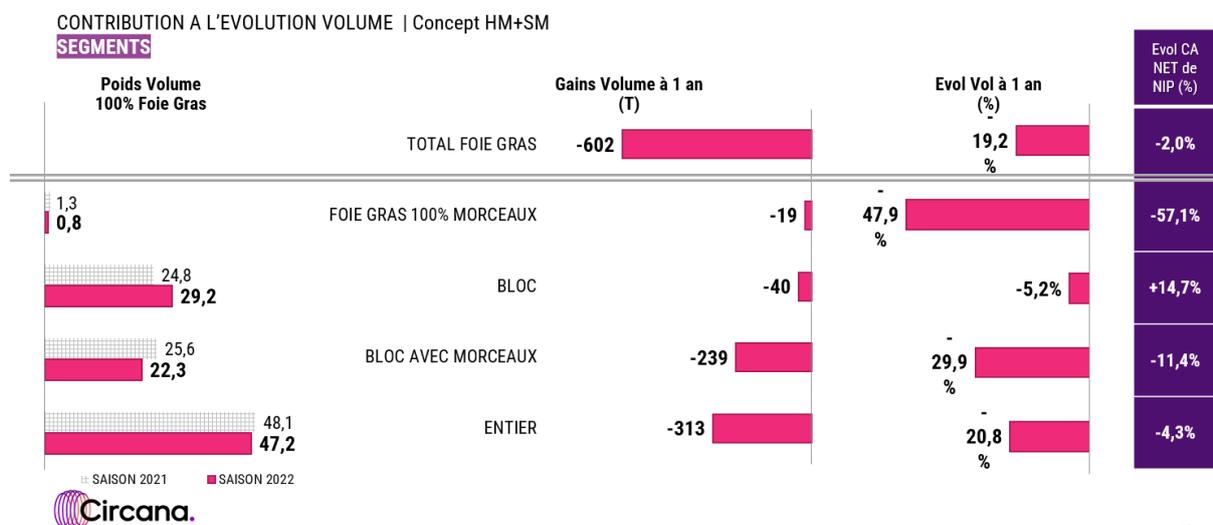


11

## De même les blocs se démarquent et gagnent en valeur

(Source : Circana, grandes et moyennes surfaces, chiffres de la saison festive, du 21/11/22 au 01/01/23)

Parmi les différentes préparations, le Foie Gras proposé en bloc est celui qui résiste le mieux en hypers et supermarchés, à -5,2 % en volume. Il s'agit également de la seule appellation à gagner en valeur sur la saison festive : +14,7 % comparé à la même période en 2021. Dans un contexte tendu pour les ménages, le bloc de foie gras qui est le produit le plus accessible retrouve ainsi des couleurs.



13

## Les petits formats montent en puissance

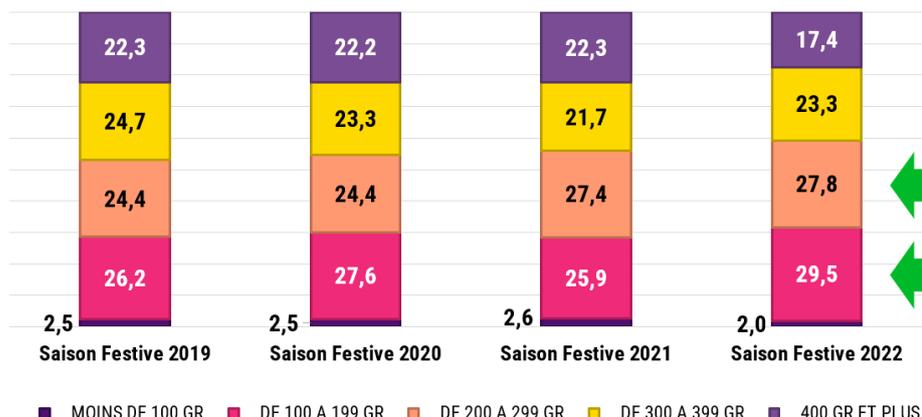
(Source : Circana, grandes et moyennes surfaces, chiffres de la saison festive, du 21/11/22 au 01/01/23)

De la même manière, Les Français orientent leurs achats vers de plus petits conditionnements, dont le prix unitaire permet de mieux gérer la problématique de l'inflation. Ils choisissent ainsi de continuer à se faire plaisir malgré l'inflation. Ainsi, en hypers et supermarchés, alors que les tranches de 100 g à 299 g représentaient 51 % des volumes vendus en 2019, elles sont passées à 57 % en 2022. Dans le même temps, les tranches de 300 g et plus ont diminué de 47 % en 2019 à 41 % en 2022.

Poids Volume des Formats vs 100% Foie Gras  
Concept HM+SM



 Circana.



■ MOINS DE 100 GR ■ DE 100 A 199 GR ■ DE 200 A 299 GR ■ DE 300 A 399 GR ■ 400 GR ET PLUS

15

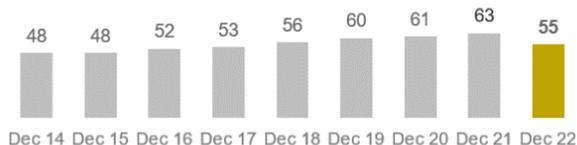
## Des achats mieux anticipés pour les fêtes 2022

(Source : Kantar)

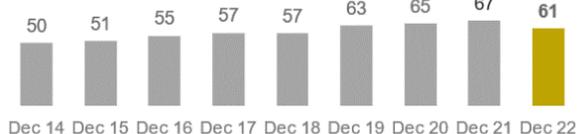
Tous circuits de distribution pour la consommation à domicile confondus, les Français ont davantage anticipé leurs achats de Foie Gras pour les fêtes en 2022. Ils ont en effet entendu les messages des professionnels sur le manque de disponibilité des produits. Leurs achats de l'année sont ainsi passés de 63 % en volume en décembre 2021 à 55 % en décembre 2022, soit le plus faible taux depuis 2018.

Données sur le foie gras – Total France

Poids du mois de Décembre **dans les volumes** de l'année



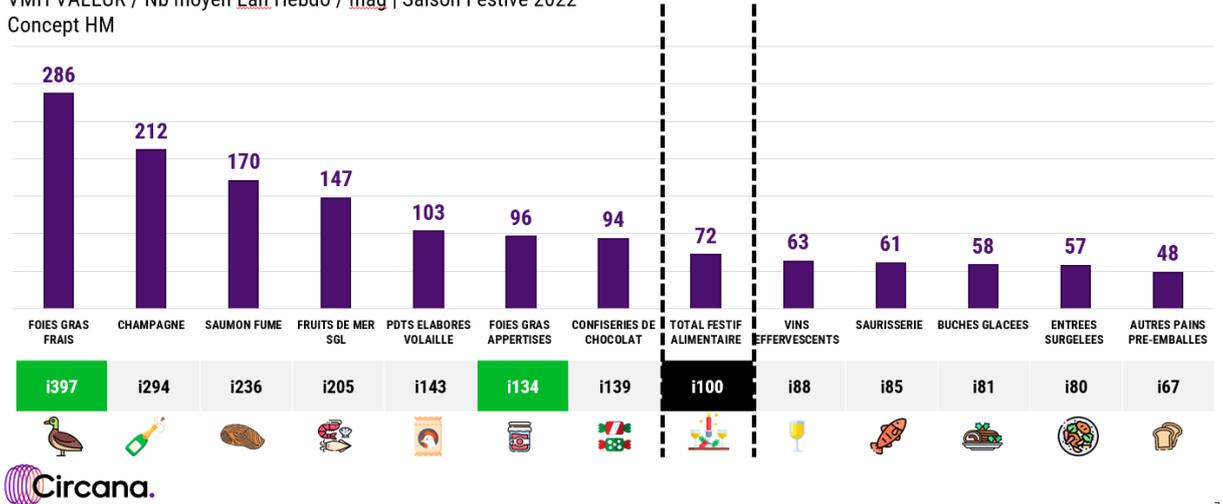
Poids du mois de Décembre **dans les dépenses** de l'année



## 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 4 fois plus de chiffre d'affaires qu'un produit festif moyen en hypermarché ! Le Foie Gras en conserve a également un excellent rendement : 34 % supérieur à la moyenne des produits festifs !

VMH VALEUR / Nb moyen Ean\_Hebdo / mag | Saison Festive 2022  
Concept HM



7



## Restauration : les professionnels mobilisés pour le retour du Foie Gras sur les tables des Chefs en 2023

(source : FIAC)

Les ventes de Foie Gras ont été fortement malmenées en restauration en 2022. Face au manque de disponibilité de Foie Gras en raison de l'influenza aviaire, certains établissements ont même pris la difficile décision de le retirer de leurs cartes.

Conscients de leurs attentes, les professionnels du Foie Gras vont tout mettre en œuvre cette année afin de leur permettre de le réintégrer à leurs cartes.

Le Foie Gras est en effet très attendu des clients des restaurants. D'après la récente enquête CIFOG / CSA de décembre 2022, **88 % des Français** estiment 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 de 6 sur 10 (58 %) 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 87 % de la population.

Les Français **pour du Foie Gras dans les restaurants** à :

**88%**

*pendant les*

**fêtes de fin d'année**

**58%**

*tout au long de*

**l'année**



Source : CIFOG / CSA décembre 2022 © ADOCOM-RP

## International : érosion de l'excédent de la balance commerciale

En 2022, la balance commerciale du Foie Gras reste positive en valeur à +8 millions d'euros, mais elle perd 30 millions d'euros par rapport à 2021, malgré la forte diminution des importations en volume.

En effet, si les importations de Foie Gras cru ont diminué de -8 % en 1 an en volume et le Foie Gras préparé de -1 %, leurs tarifs ont respectivement bondi de +87 % et +47 % sur 1 an. Profitant de la forte tension de l'offre, les importations ont donc augmenté en valeur de +70 % sur 1 an, atteignant plus de 71 millions d'euros.

Les exportations ont quant à elles reculé de -25 % pour le Foie Gras cru et de -19 % pour le Foie Gras transformé, avec des tarifs en hausse de +38 % pour le cru et +16 % pour les préparations. Au global, les exportations sont ainsi restées stables en valeur à -1 %.

Valeur milliers d'euros	Cumul 12 mois		Evol.	
	2021	2022	en k€	en %
<b>TOTAL VALEUR IMPORT</b>	<b>41 750</b>	<b>71 147</b>	<b>29 397</b>	<b>70%</b>
Foie gras de canard	31 361	59 705	28 344	90%
Foie gras d'oie	7 578	7 380	-198	-3%
Préparations à base de Foie gras	2 811	4 062	1 251	45%
<b>TOTAL VALEUR EXPORT</b>	<b>80 636</b>	<b>79 574</b>	<b>-1 061</b>	<b>-1%</b>
Foie gras de canard	37 692	39 626	1 934	5%
Foie gras d'oie	1 665	1 299	-366	-22%
Préparations à base de Foie gras	41 279	38 649	-2 630	-6%
<b>BALANCE COMMERCIALE</b>	<b>38 886</b>	<b>8 427</b>	<b>-30 458</b>	



# ENQUÊTE : LE FOIE GRAS RESTE L'INDÉTRÔNABLE EMBLÈME DES FÊTES RÉUSSIES POUR LES FRANÇAIS !

Source : enquête CIFOG / CSA décembre 2022 - 1008 interviews représentatives de la population française âgée de 18 ans et plus du 21 au 28 novembre 2022



## Le Foie Gras synonyme de fêtes et de plaisir partagé !

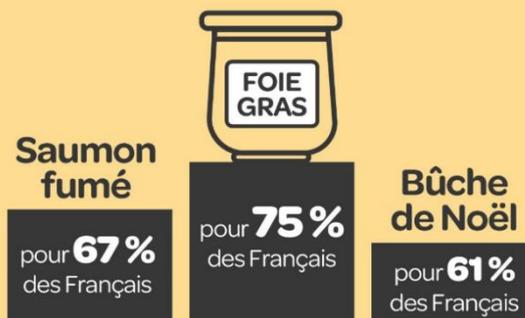
La présence du Foie Gras sur les tables festives est extrêmement importante aux yeux des Français, surtout dans les périodes difficiles... En fin d'année 2022, dans le contexte de morosité et d'anxiété ambiantes, ils étaient 84 % à estimer que le Foie Gras était un **moyen de partager des moments de fêtes et de plaisir avec leurs proches !**

## 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 : les  $\frac{3}{4}$  le jugent incontournable de leurs **repas de fêtes**.

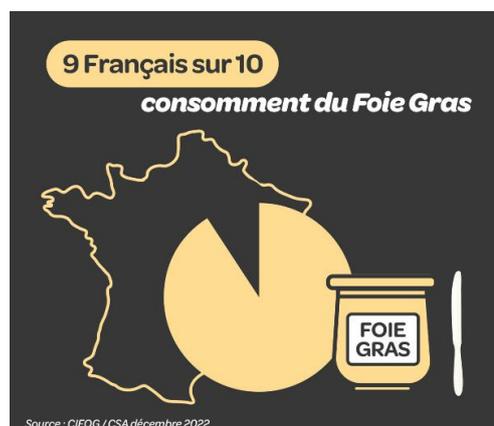
Ils sont en effet plus de 9 sur 10 à estimer que le Foie Gras est un produit « **traditionnel** » (94 %), « **festif** » (93 %), « **haut de gamme** » (92 %), « **de qualité** », « **qui fait plaisir** » (92 %) et « **à partager** » (91 %) : les caractéristiques idéales d'un mets à savourer pour faire une pause festive en famille ou entre amis, en rupture avec un contexte chahuté !

### Les produits incontournables des repas des fêtes :



## 9 Français sur 10 consomment du Foie Gras

Les résultats de la dernière enquête menée par CSA pour l'Interprofession du Foie Gras (CIFOG) ne font pas débat : 9 Français sur 10 (90 %) déclarent en consommer, quel que soit le moment de l'année.



## Foie Gras : un haut niveau de confiance

Les Français accordent des niveaux de confiance très élevés au Foie Gras, que ce soit en matière de **qualités gustatives** (90 %), de **sécurité alimentaire** (89 %), de **traçabilité** (89%) ou de **mode de production** (83 %).

Par ailleurs, les Français sont 73 % s'accordent à dire que le Foie Gras est forcément issu d'un **animal en bonne santé**. Cependant seulement 11 % de la population sait que la **phase d'engraissement** ne dure que **10 % du temps d'élevage** de l'animal. (Rendez-vous en fin de dossier pour en savoir plus sur les bonnes pratiques des éleveurs).



## 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**. 89% des Français estiment également qu'il s'agit d'un **produit « Made in France » à soutenir** et 88 % d'un **savoir-faire traditionnel à préserver**.



**87%** des Français estiment que le Foie Gras participe **au rayonnement de l'art de vivre de la culture gastronomique française**

Source : CIFOG / CSA décembre 2022 © ADOCOM-RP

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

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

## Le 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. Ils jugent massivement leur présence rassurante et incitative à l'achat. 91 % 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

« Foie Gras de France » : **un logo collectif rassurant**

**91%** des Français rassurés sur **l'origine et la traçabilité**

Source : CIFOG / CSA décembre 2022 © ADOCOM-RP

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

une incitation au choix pour **88%** des Français

Source : CIFOG / CSA décembre 2022 © ADOCOM-RP

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 octobre 2019.

A man wearing a blue t-shirt, dark shorts, a cap, and glasses stands in a farm setting. He is surrounded by a large group of white ducks with pink beaks. The scene is outdoors, with a large tree on the right and a fence in the background. The text is overlaid on a semi-transparent dark grey band across the middle of the image.

**UNE FILIÈRE CONFIANTE MAIS PRUDENTE  
ET RESPONSABLE POUR UNE REPRISE SEREINE  
DE LA PRODUCTION**

# UN PRODUCTION ENCORE LIMITÉE EN 2023

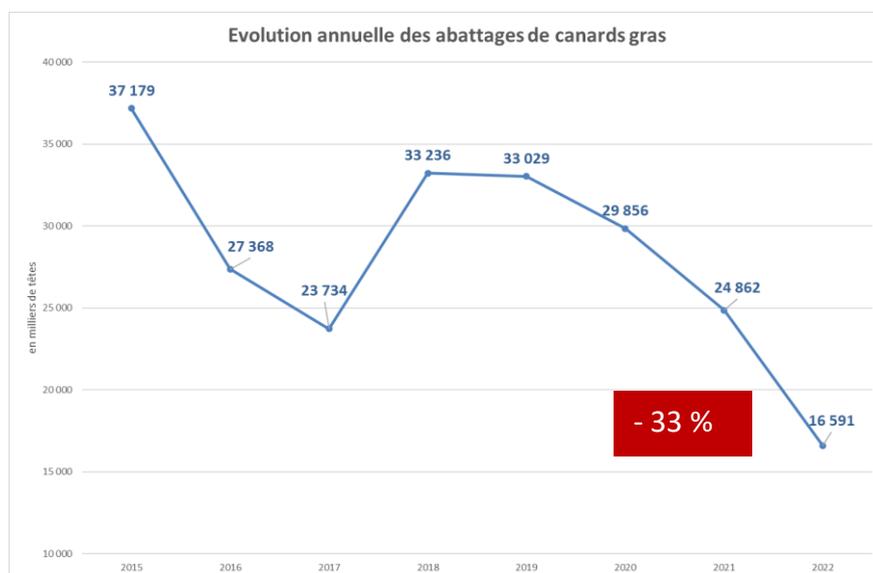
## Une crise historique mondiale : toutes les espèces de volailles touchées et 35 pays européens concernés

La saison dernière, la filière française du Foie Gras a été victime, au même titre que les autres filières avicoles dans le monde, d'une épizootie d'influenza aviaire aussi violente qu'inattendue. Tous les types d'élevages et toutes les espèces ont été concernés. Aux USA, 58 millions de volailles ont été concernées, dont 44 millions de poules pondeuses.

La France a totalisé près de 1 400 foyers. L'épizootie a entraîné la disparition de 21 millions de volailles sur le territoire, dont 3,8 millions de canards dans la filière Foie Gras. S'ajoutent à cela 6 millions de canards qui n'ont pas été mis en place.

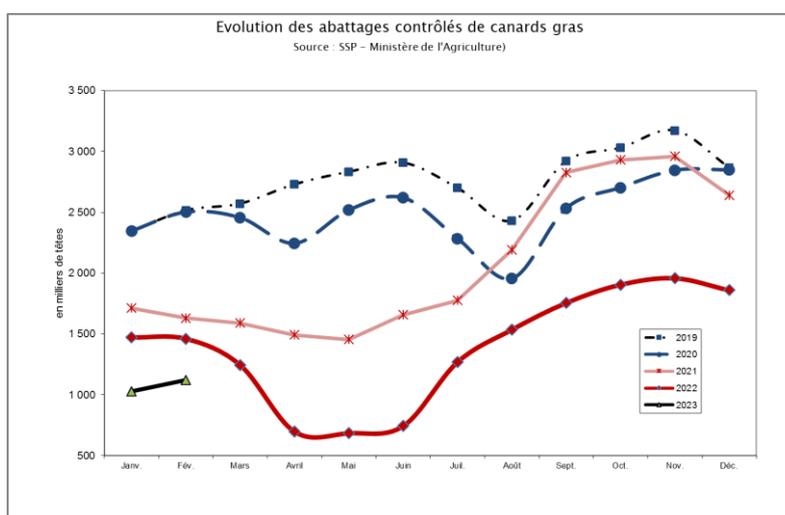
## Un recul de production de -33 % en 2022

Fragilisée par plusieurs crises successives, la production française de Foie Gras a connu en 2022 un recul historique de 33 %.



En **2023**, les professionnels estiment que le niveau de production restera limité, en raison du manque de canetons, dont le retour à la normale n'est pas attendu avant l'automne et des mesures de prudence qu'ils souhaitent s'imposer au cours de l'hiver prochain.

Sur les deux premiers mois de l'année 2023, la production est en recul de -23 % par rapport à la même période l'an passé.



# LE VIRUS FREINÉ PAR DES MESURES DRASTIQUES

## Une évolution de la situation encourageante après une année 2022 noire

Aucun cas d'influenza aviaire n'a été détecté en France depuis le 4 avril sur la faune sauvage et depuis le 10 mars en élevage. Depuis le 1<sup>er</sup> juillet 2022, 378 cas d'influenza aviaire ont été confirmés en France toutes volailles confondues, en majorité dans les Pays de la Loire.

En effet, après le Sud-Ouest lourdement touché dès l'automne 2021, le virus s'est propagé fin février 2022 pour la première fois aux **Pays de la Loire, zone stratégique** pour la filière. Si le bassin des Pays de la Loire produit **20 % du Foie Gras de France**, il concentre en effet **100% de la génétique mondiale** et plus de **70% des canetons destinés à la filière Foie Gras** en France. Près de 90% des reproducteurs de ce bassin ont été décimés ce printemps dans ce territoire et ce capital va mettre de longs mois avant de se reconstituer. Le Périgord connaîtra ensuite une crise sans précédent, dépeuplant une bonne partie de son territoire.



Puis, **la seconde vague a débuté en septembre 2022**, touchant de nouveau la bassin des Pays de la Loire, décimant à nouveau 140 000 reproducteurs et mettant à l'arrêt les producteurs de cette zone. Les cas plus tardifs identifiés en Bretagne en mars dernier n'ont pas concerné la filière Foie Gras.

### Plan Vendée : un redémarrage prudent

Dans les Pays de la Loire, les professionnels des filières Palmipèdes (à foie gras et chair) ont volontairement prévu un redémarrage prudent de la filière, basé sur une réflexion commune « le Plan Vendée », identifiant les communes les plus denses du territoire dans lesquelles le redémarrage sera retardé et très progressif. Il concerne une zone de 45 communes ainsi que des périmètres de 3 km autour des couvoirs ayant des activités d'exportation ou des lignées spécifiques et de 1 km autour de 10 élevages de reproduction de la filière foie gras. Même en cas de levée officielle de leurs restrictions, ces zones ne remettront pas en place d'animaux, jusqu'au 15 mai 2023 lorsqu'il s'agit d'élevages et jusqu'au 15 juin lorsqu'il s'agit d'activités d'engraissement.

## Le succès du Plan Adour redonne confiance

En concertation avec les acteurs de la filière volaille et les chambres d'agriculture qui ont notamment rassemblé les propositions des opérateurs des filières courtes, le CIFOG a proposé l'an passé une réduction drastique de la densité des élevages de palmipèdes dans 68 communes du Bassin de l'Adour dans le Sud-Ouest, zone systématiquement touchée par l'Influenza aviaire. Il s'agissait d'organiser un vide synchronisé des bâtiments d'élevage pendant la période la plus à risque soit entre le 15 décembre et le 15 janvier. Ce plan volontaire et inédit a été expérimenté dès cet hiver 2022/2023 et a porté ses fruits. Au 2 février 2023, seuls 20 foyers d'infection avaient été signalés sur la zone concernée, soit 95 % de moins qu'un an auparavant, au 2 février 2022.

## L'accompagnement financier indispensable de tous les acteurs concernés est encore incomplet

Encourageant les professionnels dans cette voie, le ministre de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire a validé un accompagnement financier du Plan Adour. Il s'agit notamment de financer une partie de ce vide sanitaire en indemnisant les éleveurs, mais pour l'instant, ce dispositif ne prend pas en compte les pertes que vont subir les entreprises par le manque de ressources au cours du premier trimestre 2023.

De plus, les professionnels exerçant leurs activités en zone indemne ne bénéficient d'aucune aide alors qu'ils sont également impactés par la pénurie de canetons. Seul un dispositif professionnel, grâce au fonds sanitaire mis en œuvre au sein du CIFOG venant compléter un plan mis en œuvre au sein du FMSE (Fonds de mutualisation sanitaire et environnemental) pourra compenser une partie de leurs pertes.

Enfin, si les modalités d'indemnisation des producteurs pour la vague d'influenza démarrée au 15 septembre 2022 et pour le plan de dé-densification ont été annoncées, aucun dispositif d'aide pour les entreprises de l'aval ou pour les couvoirs n'est acté à ce jour.



## Hiver 2023-2024 : entre vaccination et dédensification, le CIFOG étudie avec prudence les modalités de production

Les professionnels du Foie Gras travaillent dès à présent sur la prochaine saison 2023-2024 afin d'agir préventivement contre l'influenza aviaire en complétant les mesures qui ont déjà fait leurs preuves et en capitalisant sur la mise en place de la stratégie vaccinale qui devrait intervenir à l'automne 2023.

En effet, la mise en place de la vaccination est annoncée pour octobre et permettra de protéger les palmipèdes contre le virus et de stopper toute diffusion du virus : un canard vacciné pouvant être considéré comme une simple volaille dans la chaîne de diffusion.

Voici les pistes de travail du CIFOG :

- Capitaliser sur les acquis des précédentes crises, du plan Adour et des éléments connus sur les vaccins
- Protéger les sites de génétique et de reproduction
- Nécessité d'accompagner la mise en place de la vaccination par une baisse de la densité d'animaux => objectif = réduire risque de diffusion en attendant la vaccination et l'immunisation maximale



# LA VACCINATION : UN ATOUT SUPPLÉMENTAIRE POUR LUTTER CONTRE LE VIRUS

## Vacciner et exporter : 6 mois exempts de vaccination hors période à risque

Les professionnels du Foie Gras sont fortement mobilisés afin de contribuer au développement d'une stratégie vaccinale complémentaire aux mesures de biosécurité. Ils participent à l'expérimentation en France qu'ils soutiennent financièrement. L'Interprofession du CIFOG tient cependant à souligner que cette stratégie vaccinale ne doit pas porter atteinte aux capacités d'exportation de la filière. Les professionnels demandent une suspension de la vaccination durant 6 mois, hors période à risque, du 15 avril au 15 octobre, afin de préserver les exportations de Foie Gras. En effet, certains pays refuseront de s'approvisionner en produits français si les animaux ont été vaccinés, ce qui serait dommageable à toute la filière et creuserait encore davantage l'excédent de la balance commerciale.

## Un calendrier respecté : début du plan vaccinal prévu à l'automne 2023

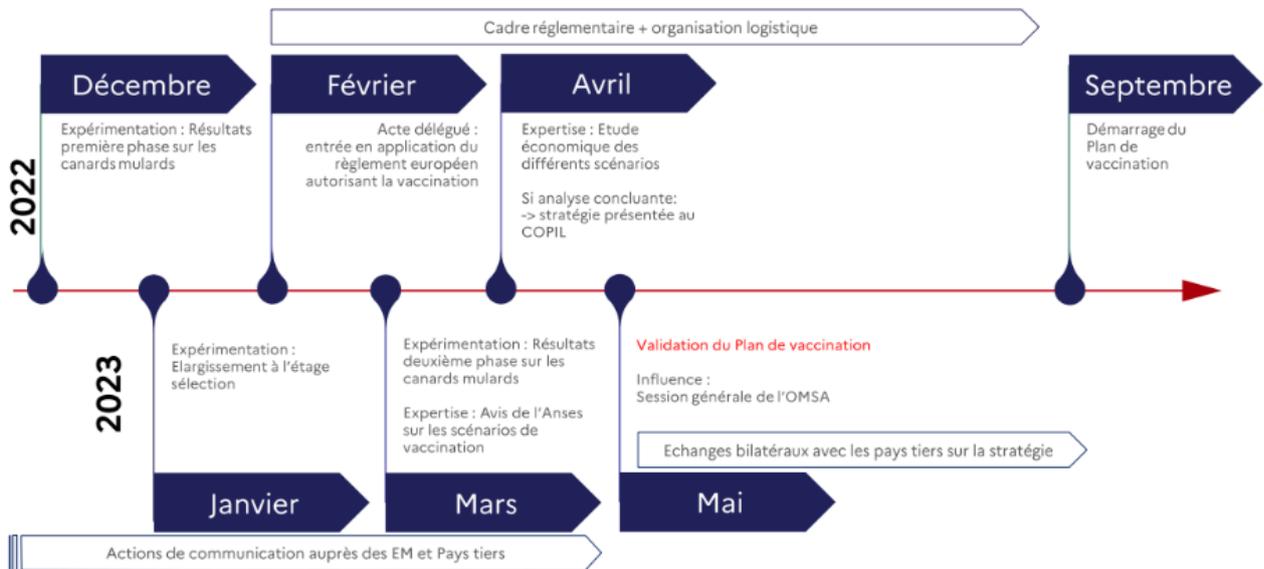
Le Conseil de l'Union européenne a pris la décision d'**approuver le déploiement d'une approche stratégique visant à développer la vaccination en tant qu'outil complémentaire de prévention et de contrôle de l'Influenza Aviaire** le 24 mai 2022. Les chefs des services vétérinaires des différents pays européens réunis à Paris le 15 juin 2022 ont convenu d'une feuille de route pour rendre les décisions du Conseil opérationnelles.

En France, la première réunion du comité de pilotage du Plan d'action chargé de définir et développer une stratégie vaccinale contre l'influenza aviaire hautement pathogène s'est tenue le 17 janvier 2023, conformément aux engagements pris par le ministre de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire le 22 décembre dernier.

Les échanges ont permis d'évoquer la dynamique engagée au niveau européen à l'initiative de la France ainsi que les travaux lancés en 2022 dans l'Hexagone autour de l'expérimentation et de la stratégie vaccinales. Plusieurs étapes importantes seront à franchir pour tenir le calendrier serré des prochains mois : confirmation de l'efficacité vaccinale des vaccins candidats, validation par le ministère de stratégie vaccinale et des conditions technico-économiques de son déploiement, confirmation de la capacité des acteurs de l'industrie pharmaceutique à produire le(s) vaccin(s) dans les temps impartis, échanges nécessaires avec nos partenaires commerciaux, etc.

À ce stade, **5 États membres** effectuent des tests expérimentaux sur des vaccins contre l'IAHP dont les résultats sont attendus en 2023 : **France (canards)**, Pays-Bas (poulets), Hongrie (oies), Italie (dindes), République tchèque (oies).

## CALENDRIER



Direction Générale de l'Alimentation

## Un indispensable accompagnement financier pour la mise en œuvre de la vaccination

Plusieurs éléments sont encore en cours d'évaluation dans la mise en œuvre de la vaccination : stratégie vaccinale, période de vaccination, mise en œuvre de la surveillance, évaluation du coût et sa prise en charge.

Si les filières Palmipèdes sont à coup sûr assurées de devoir vacciner leurs animaux pendant la période hivernale, les premières évaluations de son coût imposeront un indispensable accompagnement de l'État et des filières.

En effet, les premières approches financières intégrant le coût des doses, leur application, la surveillance exigée par le règlement européen indiquent un coût allant de 1 à 2 € par tête selon les scénarios.

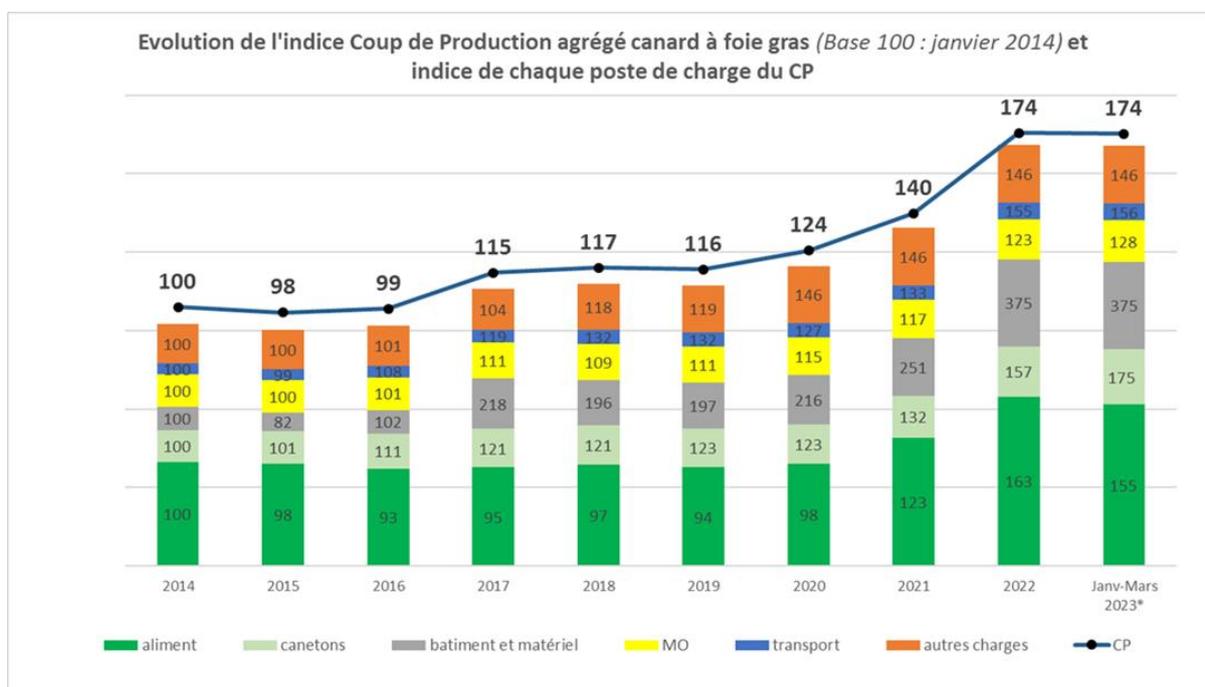
# LE COÛT DE LA LUTTE CONTRE L'INFLUENZA AVIAIRE S'AJOUTE À DES COÛTS DE PRODUCTION HISTORIQUEMENT HAUTS

Alors que les professionnels doivent faire face à une diminution historique de la production, ils sont également touchés par la hausse généralisée de leurs coûts de production, qui atteignent des niveaux historiques depuis 3 ans.

En complément de ces hausses de coûts objectivées par l'indicateur de référence du CIFOG et même avec le tassement des coûts de l'alimentation des canards, les professionnels de la filière rappellent que ces coûts de production vont rester à des niveaux records dans les mois à venir 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 : [elevation-gavage.fr](http://elevation-gavage.fr).





**UN PUISSANT PLAN DE COMMUNICATION  
ET DE PÉDAGOGIE EN SOUTIEN  
AU REDÉMARRAGE DE LA FILIÈRE**

# SUR LE TERRAIN : LES PROFESSIONNELS DE LA FILIÈRE OUVRENT LEURS PORTES AU PUBLIC POUR LES JOURNÉES DU PATRIMOINE

Pour la quatrième année consécutive, les éleveurs et entreprises spécialistes du Foie Gras vont ouvrir leurs portes au public les 16 et 17 septembre 2023, durant des Journées du Patrimoine. 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, symbole du patrimoine gastronomique français.

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.



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](http://patrimoine-foiegras.fr)

**JOURNÉES DU PATRIMOINE & FOIE GRAS**  
*Portes ouvertes à la découverte des producteurs de Foie Gras*

Vente par correspondance  
 Auberge (repas)  
 Chambre d'hôtes

Visites guidées  
 Dégustations  
 Cours de cuisine  
 Restauration sur place

Horaires :

samedi : 10h à 12h  
 samedi : 15h à 17h  
 dimanche : 10h à 12h  
 dimanche : 15h à 17h

EARL La Ferme de Las Crabères  
Petite exploitation agricole spécialisée dans l'élevage, le gavage et la transformation du canard. Visite de l'ensemble des ateliers (élevage, gavage, conserverie) dégustation de produits, vente à la...

LA FERME DE CALEBROUSSE - ...  
Exploitation de polyculture-élevage avec une production de palmipèdes à foie gras - élevage, gavage et transformation. La commercialisation est faite à la ferme et par correspondance. Les visites auto...

La Ferme de Peyroulet - Les P...  
Présentation de l'exploitation en respectant la biosécurité de l'élevage d'oses et de canards en système autoécologique...

GAEC FLEURI  
Exploitation de polyculture-élevage avec production de palmipèdes à foie gras.

FERME DU HAUT CLOUZET  
Exploitation familiale : élevage, engraissement, transformation et vente

EARL TREMOULET LAURENT  
Notre exploitation est spécialisée en oies grasses, nos activités principales sont

## EN CUISINE : LES FUTURS TALENTS DE LA CUISINE S'APPROPRIENT L'INCONTOURNABLE DE LA CARTE !

### Challenge Foie Gras des Jeunes créateurs culinaires : « Le burger, c'est chic et magique ! »

Au cœur des nouvelles tendances de consommation, le burger est apprécié de toutes les générations de consommateurs et a acquis ses lettres de noblesse en faisant son entrée au menu des plus grands Chefs étoilés français. Pour sa 19<sup>e</sup> édition, le Challenge Foie Gras des Jeunes Créateurs Culinaires invite les Chefs de Demain à donner leur version du burger, en y intégrant du Foie Gras ! Ce concours culinaire est ouvert aux jeunes talents de la cuisine de 18 à 24 ans, élèves ou apprentis cuisiniers. Pour recevoir leur dossier de participation, les candidats doivent s'inscrire avant le 30 juin 2023 minuit auprès de l'agence ADOCOM-RP. Ils auront ensuite jusqu'à la mi-septembre 2023 pour envoyer leur dossier recette. Le règlement du concours ainsi que la fiche d'inscription sont disponibles : sur le site [fandefoiegras.fr](http://fandefoiegras.fr), sur demande auprès d'[anais@adocom.fr](mailto:anais@adocom.fr), ou encore par simple appel téléphonique au 01 48 05 19 00.



### MasterClass Foie Gras auprès des cuisiniers de demain

En partenariat avec le réseau EuroToques Jeunes, le Foie Gras part à la rencontre des cuisiniers de demain au sein de leurs écoles en 2023. Un représentant de la filière leur proposera de découvrir les particularités du Foie Gras, véritable symbole 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.

# AU RESTAURANT : DES ANIMATIONS À LA CARTE

## PARTOUT EN FRANCE EN DÉCEMBRE

### AVEC LA 6<sup>E</sup> SEMAINE DU FOIE GRAS

La semaine nationale du Foie Gras a conquis de nombreux restaurants partout en France depuis son lancement en 2018. En 2023, 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](https://semaine-du-foie-gras.fr).



# À LA TÉLÉVISION : FOIE GRAS ET MAGRET AU MENU DES ÉMISSIONS CULINAIRES

Foie Gras et magret joueront les vedettes tout au long de l'année dans les émissions culinaires vedettes. On retrouvera notamment le Foie Gras dans « Objectif Top Chef » avec Pierre Chomet, ex-candidat de Top Chef. Foie Gras et Magret tiendront également la vedette des « Petits Plats en Équilibre » de Laurent Mariotte sur TF1. 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.



### **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](http://www.lefoiegras.fr)



---

Arnault, Sandra & C° / ADOCOM-RP, Service de Presse CIFOG  
vous remercient de votre attention  
Tél : 01 48 05 19 00 – mail : [adocom@adocom.fr](mailto:adocom@adocom.fr)

**ADOCOM<sup>®</sup>-RP**

AGENCE DOGNIN COMMUNICATION

11 rue du Chemin Vert - 75011 Paris - Tél : 01.48.05.19.00 - Fax : 01.43.55.35.08

e-mail : [adocom@adocom.fr](mailto:adocom@adocom.fr) - site : [www.adocom.fr](http://www.adocom.fr)

Qualification : Agence Certifiée OPQCM