



SOUVERAINETE ALIMENTAIRE : LA FILIERE FRANÇAISE DU FOIE GRAS MOBILISEE POUR ACCOMPAGNER LE RENOUVEAU DE LA CONSOMMATION ET LIBÉRER TOUT SON POTENTIEL !

La filière française du Foie Gras confirme son grand retour. Alors qu'elle avance dans un contexte de résurgence mondiale de l'influenza aviaire, sa stratégie de vaccination pionnière a largement prouvé son efficacité. En 2025, elle a ainsi réussi à confirmer la fiabilité de son offre, stabilisée à plus de 16 800 tonnes de Foie Gras, soit le double de son plancher de 2022 (+0,5 % vs 2024). Une production solide qui offre à la consommation de Foie Gras de belles perspectives de progression. En 2025, les ventes en magasins ont gagné ¹ sur 1 an en volume, après le rebond de +10,4 % de 2024². À l'international, le solde positif de la balance commerciale s'est renforcé de +10 millions d'euros pour atteindre 35,6 millions d'euros.

Aujourd'hui, la filière est confiante dans ses capacités à renouer avec ses niveaux de consommation d'avant-covid, en magasins comme en restauration. Pour libérer le potentiel de ses produits, elle a enclenché un puissant programme pour accompagner les professionnels de la distribution et de la restauration. L'interprofession continue également de sensibiliser les consommateurs à l'étendue des capacités de ses produits, transformateurs de moments de vie en expériences d'exception ! Elle prolonge ainsi notamment sa présence à la télé, sur les réseaux sociaux et sur le terrain durant les Journées du patrimoine de septembre prochain.

Magasins : la filière auprès des distributeurs pour amplifier le retour gagnant !

La solidité de la production française de Foie Gras est une bonne nouvelle pour les Français, qui sont 91 % à dire en consommer (+ 2 points vs 2024)². Des déclarations qui se concrétisent dans les ventes en magasins lorsque l'offre est bien exposée. En effet, si les achats des ménages ont progressé sur l'ensemble de l'année 2025 (+ 6,9 % en volume et + 3 % en valeur), la saison festive s'est montrée plus mitigée pour tous les produits festifs traditionnels. En hypers et supermarchés spécifiquement, le Foie Gras a toutefois enregistré un repli moindre, avec un recul des ventes de -5,4 % en volume sur la période de mi-novembre à début janvier. Sur l'ensemble de l'année 2025, les performances restent cependant positives à +0,4 % dans ces grandes surfaces alimentaires, qui représentent 65 % de ses ventes en valeur.³ Les professionnels sont ainsi convaincus que le succès du Foie Gras peut être largement amplifié en proposant une offre élargie, précoce et mise en avant. Trois leviers qu'ils ont partagés lors

1 Source : Worldpanel by Numerator 2025 vs 2024 – tous magasins

2 Baromètre CIGOG/CSA décembre 2025

3 Source : Circana sur GSA

du **webinaire organisé avec les représentants de la distribution début mars**. Cet événement fait partie du programme spécifiquement développé par l'Interprofession pour les enseignes, aux côtés du relancement de l'opération nationale d'animations « Le Comptoir du Canard » ou encore de la formation des équipes des magasins aux spécificités des produits et de la filière.

Restaurants : un programme à la carte pour concrétiser les envies des Français

En restauration aussi, les Français attendent du Foie Gras : près de 9 sur 10 sur la période des réveillons (89 %) et 2 sur 3 tout au long de l'année (66 %). En 2025, les ventes de Foie Gras cru et prêt à consommer de la filière auprès de la Restauration Hors Domicile sont en hausse de +43,2 % par rapport à 2022, au plus fort de la crise de l'influenza aviaire. Pour le Magret, les achats de la restauration hors domicile progressent de +26,3 % pour le magret et de +22,3 % pour le confit, par rapport à ce plancher historique. En effet, ces deux autres pépites ont aussi une belle place à tenir à la carte puisque les 2/3 des Français disent savourer du Magret au restaurant et plus de la moitié dans le cas du Confit (53 %).

Cependant, si les ventes de la filière reprennent progressivement auprès de la Restauration Hors Domicile, il reste encore du chemin à parcourir pour retrouver les niveaux de 2019, année de référence avant les crises du Covid et de l'influenza aviaire. C'est pourquoi l'Interprofession est mobilisée pour accompagner les Chefs au retour de ce mets emblématique de la gastronomie française sur leurs tables. Elle lance notamment une stratégie digitale spécifique à l'attention des restaurateurs, avec une plateforme numérique dédiée : « **Les Tables du Foie Gras & Co** ». Elle continue également de les accompagner avec la « Semaine nationale du Foie Gras » prévue du 30 novembre au 6 décembre 2026, des MasterClass dans les écoles, le prestigieux Challenge Foie Gras des Créateurs Culinaire autour des 4 saisons cette année, etc.

International : le succès plein et entier de la vaccination suspendu à la réouverture de toutes les frontières au Foie Gras

En 2025, la solidité de la production de Foie Gras de France a permis de diminuer les importations du pays de -26 % en volume par rapport à 2024. Pour assurer la reprise de ses exportations (-4 % en 2025 vs 2024), la filière continue ses démarches pour rouvrir toutes les frontières à ses produits. Cette étape est décisive pour transformer sa stratégie de vaccination en pleine réussite. C'est pourquoi elle demande à l'État de poursuivre son accompagnement financier des mesures de prévention. Il est en effet indispensable que les Pouvoirs publics continuent à soutenir le dispositif de surveillance et de supervision vétérinaire, qui représente 40 % du coût de la stratégie mise en place pour lutter contre l'influenza aviaire. La filière ne peut en effet prendre en charge la totalité du coût de cette stratégie vaccinale. Elle rappelle qu'elle contribue à protéger l'ensemble des filières avicoles et que la filière Foie Gras fait déjà face à des charges de production incompressibles, en raison de la prise en charge d'une partie de la lutte et de la mise en place du sexage dans l'œuf. De plus, le CIFOG appelle le Gouvernement à tenir les engagements pris par la ministre sur les compensations annoncées à hauteur de 90 % des 22 millions d'euros de pertes liées à l'épisode 2025-2026 de l'influenza aviaire.

SOMMAIRE

PRODUCTION

LA FILIERE FOIE GRAS FRANÇAISE MAINTIENT SON OFFRE A HAUT NIVEAU

- La digue de la vaccination résiste face à l'influenza aviaire p.5
- L'offre en Foie Gras de France stabilisée à un niveau élevé p.8
- La filière Foie Gras renforce son excédent commercial p.9

CONSOMMATION

FOIE GRAS : RETROUVAILLES CONFIRMÉES AVEC LES CONSOMMATEURS !

- Le Foie Gras : un capital confiance renforcé pour des moments d'exception plébiscités p.12
- Restaurants : retour progressif et attendu des Foie Gras, Magret, Confit p.15
- Magasins : ventes en hausse et nouveaux acheteurs au rendez-vous p.19
- Élargir, anticiper, animer : trois leviers du succès en magasins p.24

ACCOMPAGNEMENT

UN PROGRAMME A LA CARTE CONCOCTE POUR LES RESTAURATEURS

- Lancement d'une plateforme digitale dédiée aux Chefs :
« Les tables du Foie Gras & Co » p.28
- Mise en avant dans les restaurants : 7e semaine nationale du Foie Gras p.29
- Concours culinaire : les futurs chefs interprètent leur Foie Gras des 4 saisons p.30
- Les professionnels du Foie Gras à la rencontre de toutes les générations de restaurateurs p.31

INFORMATION

UN RAYON D' ACTIONS DEDIEES AUX PROFESSIONNELS DE LA DISTRIBUTION

- Le « Comptoir Du Canard, Foie Gras, Magret, Confit » : le dispositif national d'animations de retour en magasin p.34
- Formations des équipes aux particularités du Foie Gras : 350 magasins concernés partout en France p.35

SENSIBILISATION

LES PROFESSIONNELS AUPRES DE TOUTES LES GENERATIONS DE CONSOMMATEURS !

- Fermes ouvertes pour les Journées du Patrimoine : les enfants cuisinent ! p.37
- Le Foie Gras de retour en TV et au menu d'émissions à succès ! p.38
- Un programme européen de pédagogie vers les jeunes générations
- Réseaux sociaux : les fans toujours connectés aux Foie Gras, Magret, Confit p.39



PRODUCTION
LA FILIERE FRANÇAISE DU FOIE GRAS
MAINTIENT SON OFFRE A HAUT NIVEAU

LA DIGUE DE LA VACCINATION RESISTE FACE A L'INFLUENZA AVIAIRE

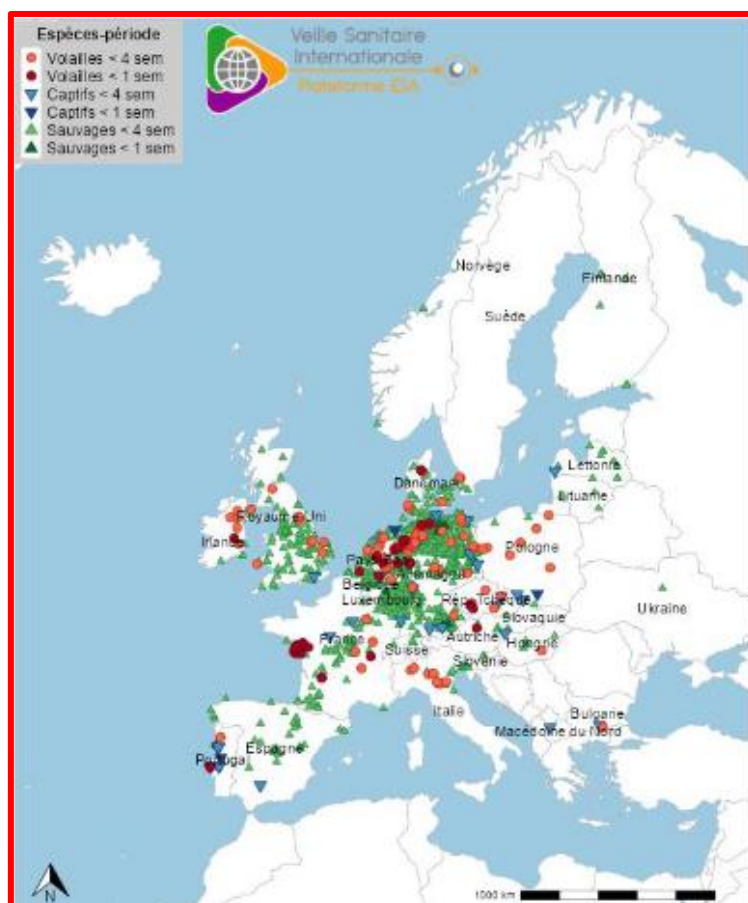
La France : une résistance exemplaire en Europe face à l'influenza aviaire

En Europe, entre le 1^{er} août et le 1^{er} mars 2026, 707 foyers d'IAHP ont été signalés chez les oiseaux domestiques et 5 762 chez les oiseaux sauvages.

Face à cette résurgence du virus, la France prouve l'efficacité de sa stratégie de vaccination débutée en octobre 2023. Sur la saison 2025-2026 seuls 121 foyers ont été recensés dans des élevages du pays (chiffres arrêtés au 13 mars). Sur 25 départements touchés, 22 ont aujourd'hui retrouvé leur statut indemne. Le virus a majoritairement touché les Pays de la Loire cette saison et a entraîné l'abattage de moins de 262 550 palmipèdes dans la filière Foie Gras, sur un total de près de 1,77 million pour l'ensemble des filières avicoles en France.

Face à cette résistance, d'autres pays européens ont décidé d'adopter la stratégie vaccinale française en se lançant dans des campagnes de vaccination ou des expérimentations. C'est notamment le cas au Royaume-Uni, en Italie et aux Pays-Bas.

Cette réussite exemplaire de la France récompense le travail mené conjointement par les Pouvoirs publics, les autorités sanitaires, les vétérinaires et les professionnels de la filière.



Plus de 22 millions d'euros de pertes pour la filière Foie Gras

L'interprofession attend toujours la mise en place concrète des engagements pris par la ministre sur l'indemnisation des producteurs pour cette nouvelle saison 2025-2026, notamment la mise en place début avril d'un dispositif d'avance devant couvrir 50% des pertes, et d'une compensation à hauteur de 90% des pertes liées aux vides sanitaires. De plus, à ce jour, aucun engagement n'a été pris pour compenser les pertes liées aux entreprises d'accoupage, de transformation et de ramassage, à la dédensification volontaire autour des foyers et au surcoût lié au blocage des animaux en zone réglementée.

L'accompagnement de l'État indispensable

Véritable défi technique et financier, le coût total de la campagne de vaccination est estimé à près de 100 millions d'euros sur un an pour les deux filières de canards de chair et de canards à foie gras (achat des vaccins, administration, suivi...).

L'État a progressivement procédé à la diminution de son soutien. 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 2024-2025, le financement de l'État est passé 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, à nouveau, diminué sa participation à 40 %, correspondant aux coûts générés par la surveillance et la supervision vétérinaire.

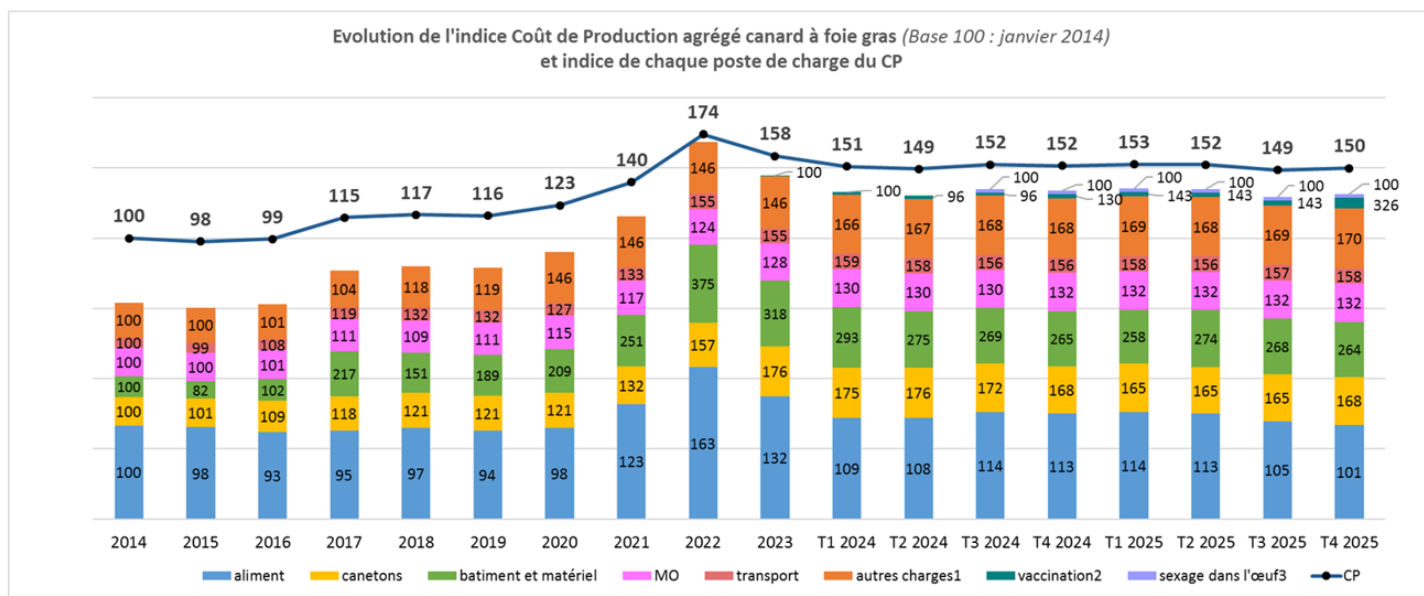
Pour la nouvelle campagne 2026/2027, le CIFOG demande la poursuite de l'accompagnement pour la surveillance et la supervision vétérinaire. La filière finance déjà une grande partie de la stratégie qui protège l'ensemble des filières avicoles et n'est pas en mesure d'en assumer la charge totale.



De nouvelles charges de production incompressibles

Le CIFOG souligne que la vaccination a un coût important pour la filière, auquel il faut désormais ajouter le coût du sexage dans l'œuf pour la sélection des mâles utilisés pour la production de Foie Gras. Ces charges sont incompressibles et empêchent la diminution des coûts de production qu'aurait pu générer la baisse du cours des matières premières destinées à l'alimentation des animaux. Au 4^e trimestre 2025, l'indice du coût de production agrégé du canard gras s'établit à 150, pour un indice 100 en 2014 et 140 en 2021.

Indicateur Agrégé « Coût de Production du canard Gras »

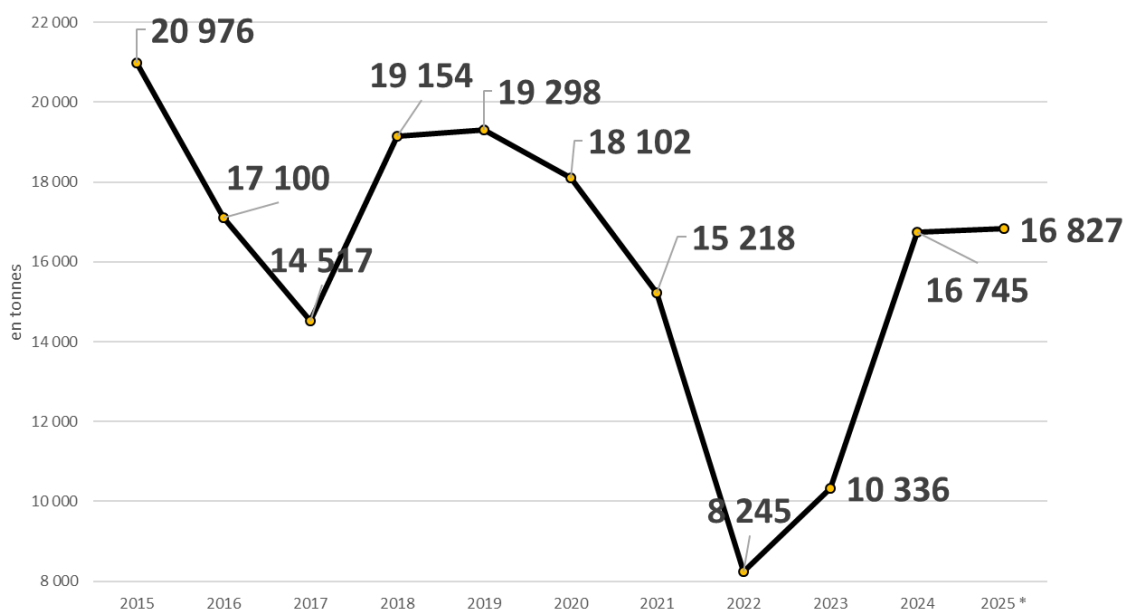


L'OFFRE EN FOIE GRAS DE FRANCE STABILISEE A HAUT NIVEAU

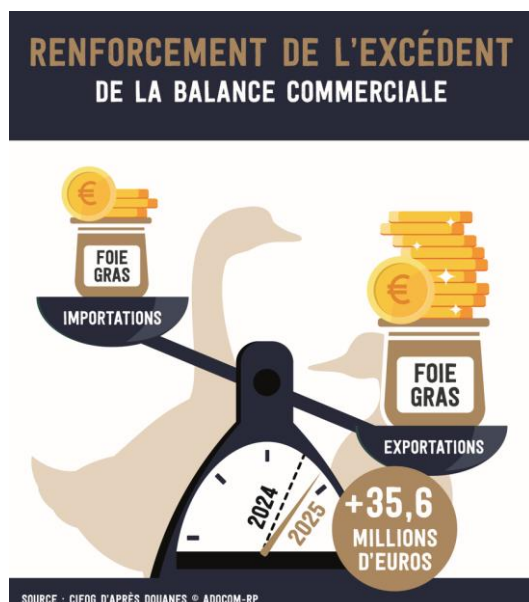
À partir de l'été 2023, la production de Foie Gras a pu reprendre de façon régulière, progressive et sécurisée grâce à la mobilisation de la filière pour la campagne de vaccination des canards, ses mesures volontaires de dé-densification et la stricte application des mesures de biosécurité.

Ainsi, l'offre en Foie Gras sur le marché français, après avoir atteint un plancher aux environs de 8 000 tonnes en 2022, confirme en 2025 son maintien à haut niveau avec 16 827 tonnes produites, soit +0,5 % vs 2024.

Evolution de l'offre en foie gras cru
sur le marché français



LA FILIERE FOIE GRAS RENFORCE SON EXCEDENT COMMERCIAL

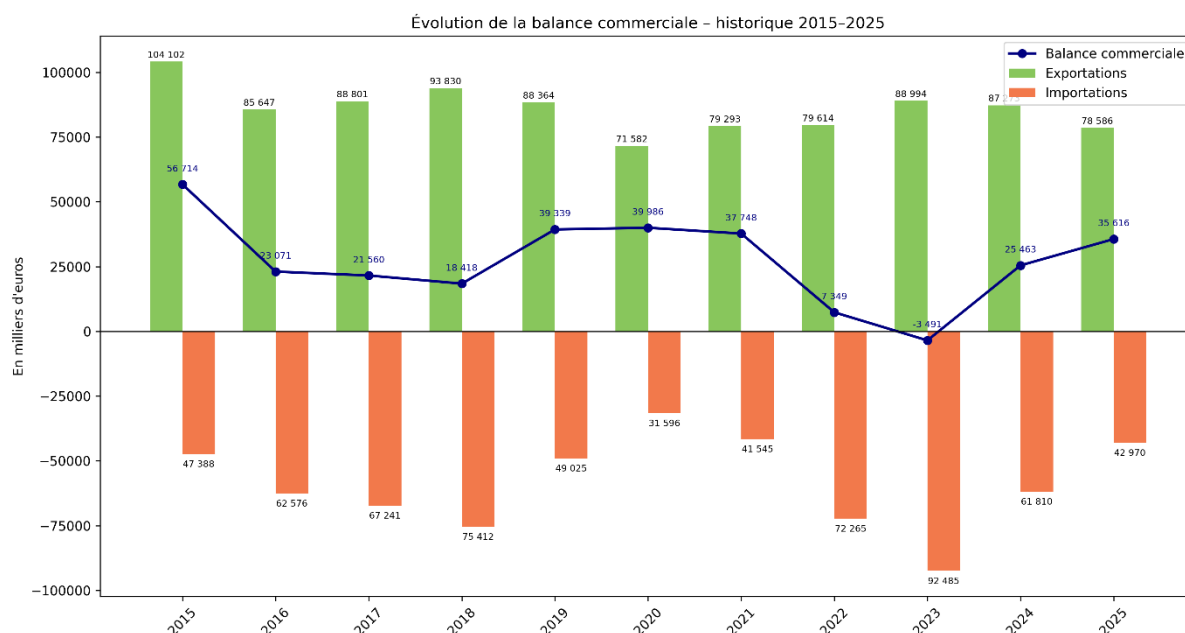


Balance commerciale : un solde positif de +35,6 millions d'euros

L'année 2025 s'est achevée avec un excédent de la balance commerciale du Foie Gras en hausse de +10 millions d'euros par rapport à 2024, avec un solde positif à 35,6 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 2025, les importations de Foie Gras sont en effet en forte baisse, à -26 % vs 2024, notamment en raison de nombreux foyers d'influenza aviaire en Hongrie et Bulgarie. La chute est particulièrement marquée pour le Foie Gras cru. Une diminution qui permet de compenser le repli des exportations à -4 % sur 1 an.



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. Considérée 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), la Thaïlande ou encore la Corée.

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 !**





CONSOMMATION

**FOIE GRAS : RETROUVAILLES
CONFIRMÉES AVEC LES
CONSOMMATEURS !**



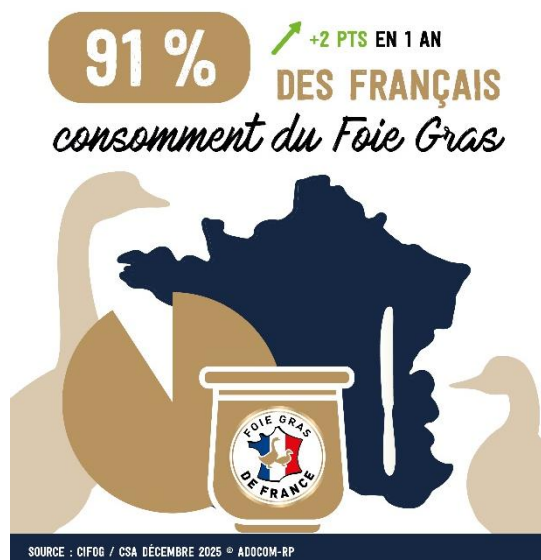
LE FOIE GRAS : UN CAPITAL CONFIANCE RENFORCE POUR DES MOMENTS D'EXCEPTION PLEBISCITES

Source : Enquête CIFOG / Institut CSA menée du 25 novembre au 2 décembre 2025 auprès d'un échantillon de 1011 Français âgés de 18 ans et plus.

Une passion française au sommet : plus de 9 Français sur 10 consommateurs

Les résultats de la dernière enquête menée par CSA pour l'Interprofession du Foie Gras (CIFOG) fin 2025 montrent l'intensification de l'enthousiasme des Français pour le Foie Gras.

Ils sont en effet **de plus en plus nombreux** à déclarer en consommer : 91 % en 2025, soit +2 pts comparé à l'enquête précédente de 2024.



SOURCE : CIFOG / CSA DÉCEMBRE 2025 © ADCCOM-RP

Le Foie Gras : allié gourmand des moments-plaisir !

Le Foie Gras reste largement associé aux **occasions festives** pour 83 % des Français. Cependant, si 69 % disent en consommer durant la traditionnelle période des **réveillons**, ils sont également plus d'1 sur 3 (35 %) à en savourer à **tout moment de l'année**, dès qu'une occasion festive se présente. Ils sont également plus d'1/3 (35 %) à confier en consommer lorsqu'ils en ont envie, **sans attendre d'occasion particulière**, une réponse en hausse de +3 points en 1 an.



Pas de fêtes sans Foie Gras pour plus de 7 Français sur 10 !

Les Français n'imaginent pas la période de fin d'année sans Foie Gras. Ils sont ainsi 73 % à le juger **incontournable** de leurs **repas de fêtes**. Un score qui dépasse tous les autres produits traditionnels des fêtes.

Le Foie Gras : une confiance des consommateurs renforcée

Les Français accordent des niveaux de confiance très élevés au Foie Gras, qui continuent même de croître pour certains. Ils ont notamment confiance en matière de **qualités gustatives** (91 % ; idem 2024), de **sécurité alimentaire** (88 % ; +2 pts vs 2024), de **traçabilité** (89 % ; +2 pts vs 2024) ou de **mode de production** (85 % ; + 2 pts vs 2024).

Aujourd'hui, les $\frac{3}{4}$ des Français (75 %) s'accordent à dire que le Foie Gras est forcément issu d'un **animal en bonne santé**. Cette proportion a fait un bond de +5 pts en 1 an. Cependant, seulement 8 % de la population sait que la **phase d'engraissement** ne dure que **10 % du temps d'élevage** de l'animal. 46 % confient n'avoir aucune idée de la durée de cette phase.

Le logo « Origine France » : la garantie d'un savoir-faire historique

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** » (+2 pts v 2024) et 88 % déclarent qu'il s'agit même d'un **critère incitant au choix** en rayon (+1 pt).



En effet, ils sont très attachés à son **origine française**, que 90 % considèrent comme un **critère de choix primordial** au moment de l'achat (+1 pt) en **magasin**. 83 % des Français consommant du Foie Gras au **restaurant** jugent également que son origine française est importante lorsqu'ils en commandent.

Le Foie Gras : un savoir-faire gastronomique historique à transmettre aux nouvelles générations

Une grande majorité de la population, 92 %, s'accorde à dire que le Foie Gras fait partie du **patrimoine gastronomique hexagonal** et ils sont 87 % à estimer à ce titre qu'il est important de **transmettre cette tradition culinaire aux jeunes générations**.

87 % des Français estiment également qu'il s'agit d'un **produit « Made in France » à soutenir** et 89 % d'un **savoir-faire traditionnel à préserver** (+4 pts vs 2024).



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



Le Foie Gras de France : acteur de la vitalité des territoires

Accoupage, élevage, engraissement, transformation : chaque étape de la production de la filière Foie Gras fait appel au savoir-faire et au professionnalisme de femmes et d'hommes passionnés par leur métier. En France, le Foie Gras représente environ 100 000 emplois directs et indirects, pour la plupart ancrés au cœur des zones rurales. La filière participe ainsi à la vitalité économique des territoires à travers ses productions, mais également en favorisant le tourisme gastronomique. Cinq grandes régions françaises sont particulièrement concernées : Nouvelle-Aquitaine, Occitanie, Bretagne, Pays de la Loire et l'Alsace.

RESTAURANTS : RETOUR PROGRESSIF ET ATTENDU DES FOIES GRAS, MAGRET, CONFIT

(Source : Enquête de la Fédération des Industries des Aliments Conservés auprès d'un échantillon constant d'entreprises - 2025)

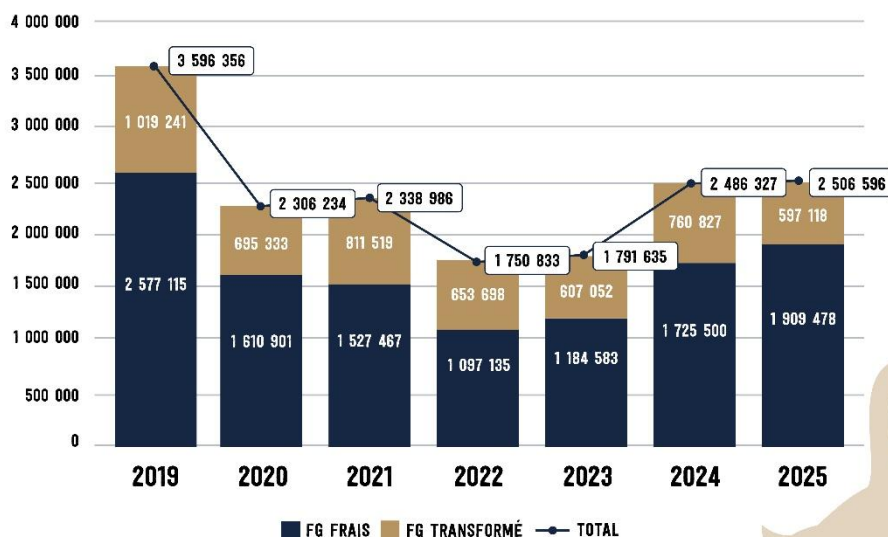
Les restaurateurs renouent avec le Foie Gras

Le Foie Gras confirme son retour en restauration hors domicile. En 2025, les achats de Foie Gras cru et prêt à consommer du secteur ont progressé de +0,8 % par rapport à 2024. Ils sont en hausse de +8,7 % sur 5 ans et de +43,2 % par rapport à 2022, au plus fort de la crise de l'influenza aviaire. Il reste cependant encore du chemin à parcourir pour retrouver le niveau de 2019. 1 million de tonnes de Foie Gras cru et préparé doivent en effet retrouver le chemin des restaurants pour retrouver ce niveau d'avant-covid, où près de 3,6 millions de tonnes sortaient des cuisines.

À noter : Avec le retour de l'offre française sur le marché, le Foie Gras cru regagne plus vite du terrain dans les restaurants que le Foie Gras transformé. Les achats de cru enregistrent une hausse des achats de la restauration hors domicile de +10,7 % de 2024 à 2025. En 2025, le Foie Gras cru a représenté plus de 76 % des achats, par rapport à moins de 70 % en 2024.



VENTES DE FG CRUS ET TRANSFORMÉS EN RHD



SOURCE : ENQUÊTE ADHÉRENTS FIAC - ©ADOCOM-RP

Le Foie Gras de France : jugé indispensable à la carte des Chefs !

(Source : CIFPG / CSA décembre 2025)

Le Foie Gras fait partie des incontournables des tables des restaurants. Près de 6 Français sur 10 (59 %) disent en consommer lorsqu'ils y vont. **89 % des Français** estiment même que le Foie Gras doit être proposé dans les **restaurants en fin d'année** (+1 pt vs 2024) et les 2/3 (66 %) l'attendent **tout au long de l'année** (+3 pts).

89 % s'accordent à dire que la présence du Foie Gras à la carte est un signe de **tradition** pour les établissements, 79 % qu'il est annonciateur de **bons plats** et autant de **moments conviviaux**. 78 % des Français pensent ainsi que le Foie Gras est **valorisant** pour l'image des restaurants.

LES FRANÇAIS POUR DU FOIE GRAS DANS LES RESTAURANTS À :

89 %

↑ **+1 PT VS 2024**

**PENDANT LES
FÊTES DE FIN D'ANNÉE**

66 %

↑ **+3 PTS VS 2024**

**TOUT AU LONG DE
L'ANNÉE**



SOURCE : CIFOG / CSA DÉCEMBRE 2025 © ADOCOM-RP

Magrets et confits reprennent place à table

Le Magret et le Confit font un retour progressif aux menus des restaurants, après avoir enregistré une chute spectaculaire due à l'arrêt des activités de restauration durant le covid, puis de la crise d'influenza aviaire.

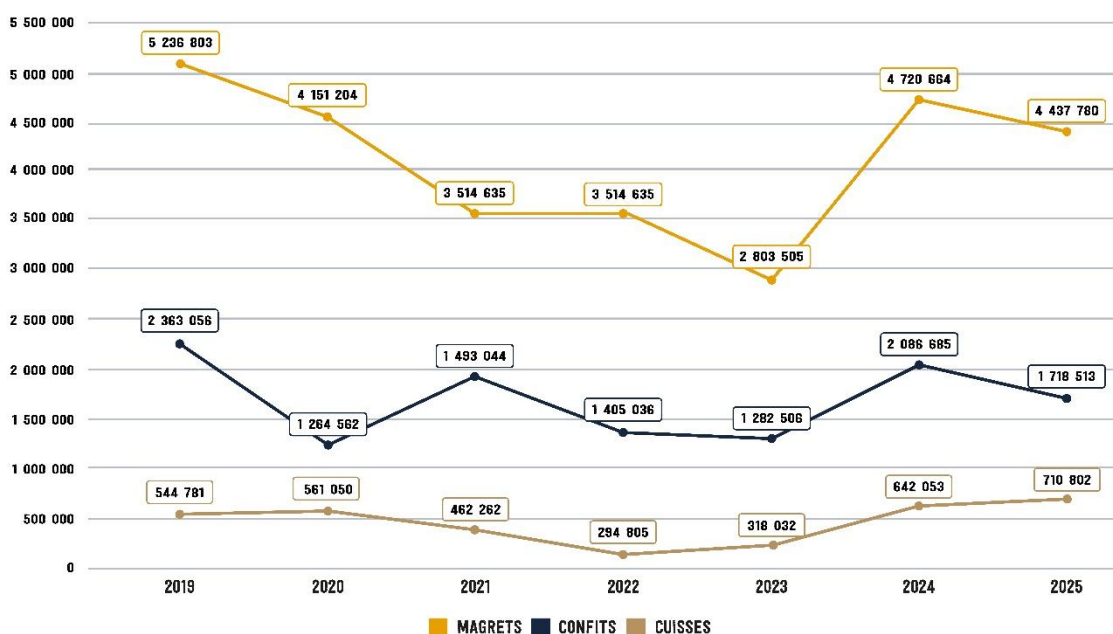
Les achats de la restauration hors domicile sont ainsi en hausse de +26,3 % en 2025 par rapport au plancher historique de 2022 et de +22,3 % pour le confit.

Par rapport à 2019, année de référence pré-crise, leurs ventes restent cependant en retrait de 15 % pour le Magret et de 27 % pour le Confit.

Les cuisses gagnent quant à elle plus de 140 % de ventes aux professionnels de la restauration sur la période, soit 30 % de plus qu'en 2019.



VENTES DE MAGRETS, CUISSES ET CONFITS EN RHD 2019-2025



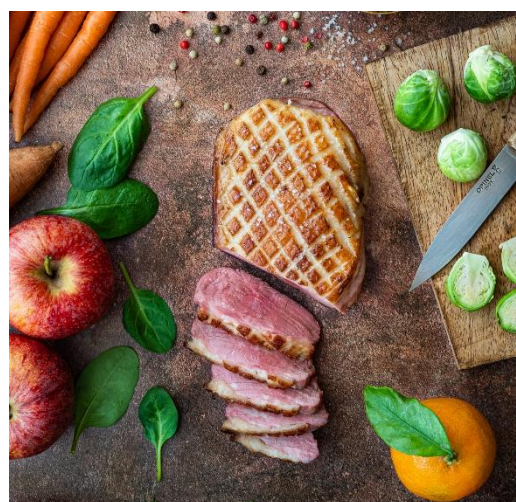
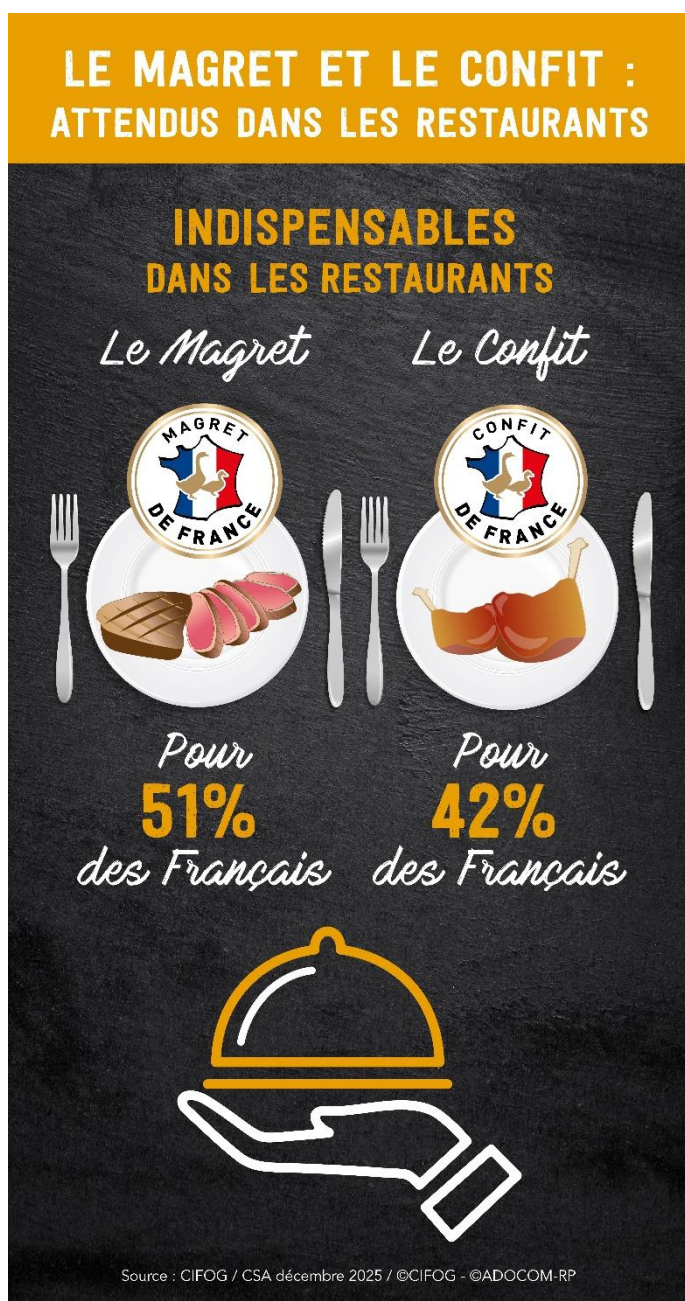
SOURCE : ENQUÊTE ADHÉRENTS FIAC - ©ADOCOM-RP

Magret et Confit : des classiques jugés indispensables à la carte !

(Source : CIFPG / CSA décembre 2025)

Si les Français apprécient de déguster le **Magret** chez eux, ils sont également plus des 2/3 à en savourer au restaurant (65 %). Lorsqu'ils passent commande, 81 % sont attentifs à son origine française. De plus, plus de la moitié de la population (51 %) qualifie même le Magret de plat indispensable à la carte des restaurants français ! 81 % pensent ainsi qu'il devrait y figurer tout au long de l'année.

Il en va de même pour le **Confit**. Plus de la moitié des Français en commandent au restaurant (53 %) et, lorsqu'ils le font, il leur tient cœur qu'il soit français : 80 % estiment son origine française importante. Au-delà, 42 % des Français jugent que le Confit fait partie des plats indispensables aux restaurants français.



MAGASINS : VENTES EN HAUSSE ET NOUVEAUX ACHETEURS AU RENDEZ-VOUS

Le marché du Foie Gras à la hausse en magasins : +150 000 acheteurs de Foie Gras en 1 an

(Source : Worldpanel by Numerator 2025 vs 2024)

Tous magasins, le Foie Gras confirme son succès : en 2025, les achats de Foie Gras augmentent de **+6,9 % en volume** et de **+3 % en valeur**, sur l'ensemble des circuits de vente à domicile comparé à 2024.

Une hausse due à la fois à l'augmentation du nombre d'acheteurs et à celle des quantités. En 2025, près de 11 millions de foyers français ont acheté du Foie Gras pour le partager en famille ou entre amis, soit une hausse de +1,9 % par rapport à 2024.

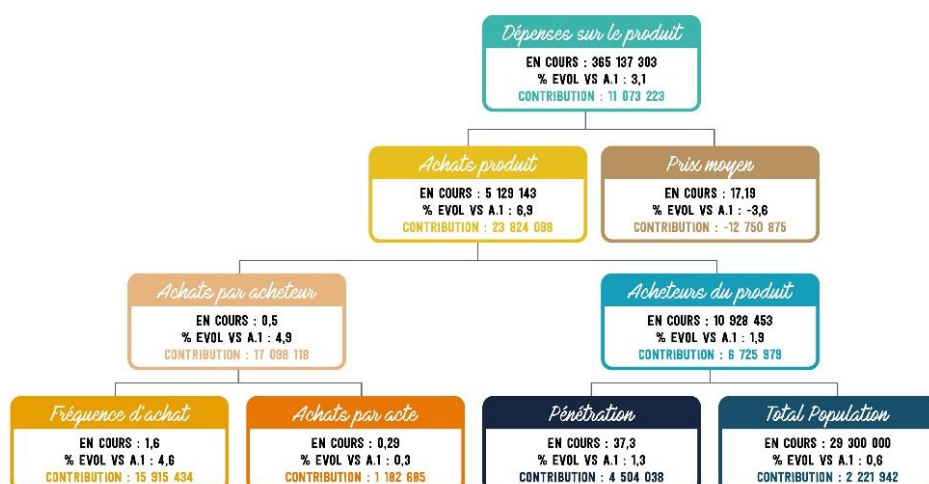
Ainsi, 37,3% des ménages français se sont procuré du Foie Gras, contre 37,3 % en 2024. Une proportion qui se rapproche de la période pré-covid de 2019, année qui a compté 37,9 % d'acheteurs. La fréquence d'achat est également en augmentation de +4,6 % en 2025 vs 2024 et atteint 1,6 achat dans l'année, proche des 1,7 de 2019. Enfin, les acheteurs ont totalisé 470 g de Foie Gras dans leur panier en 2025, soit +30 g vs 2024.

FOIE GRAS : ACHETEURS ET QUANTITÉS EN HAUSSE

	2024	2025
 TAUX DE MÉNAGES ACHETEURS	36,8 % 	37,3 %
 QUANTITÉS MOYENNES ACHETÉES DANS L'ANNÉE	450 G 	470 G
 NOMBRE MOYEN D'ACHATS DANS L'ANNÉE	1,56 	1,63
 SOMME DÉPENSÉE PAR ACHAT	21,2 € 	20,5 €

SOURCE : WORLD PANEL BY NUMERATOR TOUS CIRCUITS - CIFS +ADCOM-RP

DÉCOMPOSITION DE L'ÉVOLUTION DES DÉPENSES



Du côté du Magret de canard : des achats plus que doublés en 3 ans

(Source : Worldpanel 2025 – tous magasins)

En 2025, le Magret de Canard confirme son succès en magasin, tous circuits confondus. Les Français en ont acheté +117 % par rapport à 2022. Ils sont près de 6 millions à s'en être procuré. Ils en ont en moyenne acheté 780 g plus de deux fois dans l'année (2,1x), soit plus de 1,6 kg sur 12 mois.

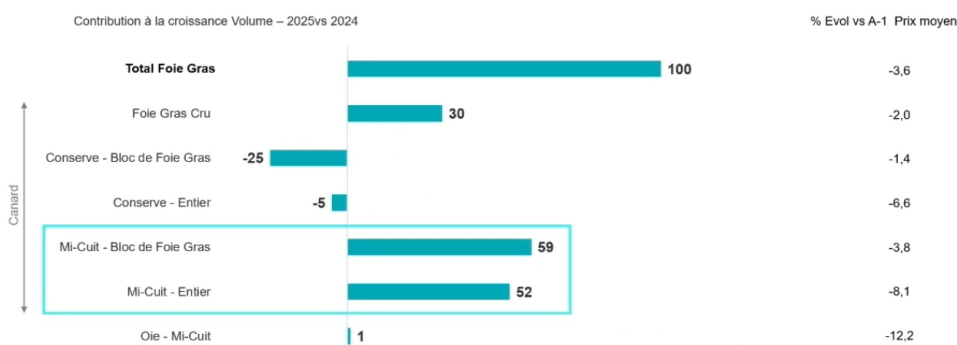
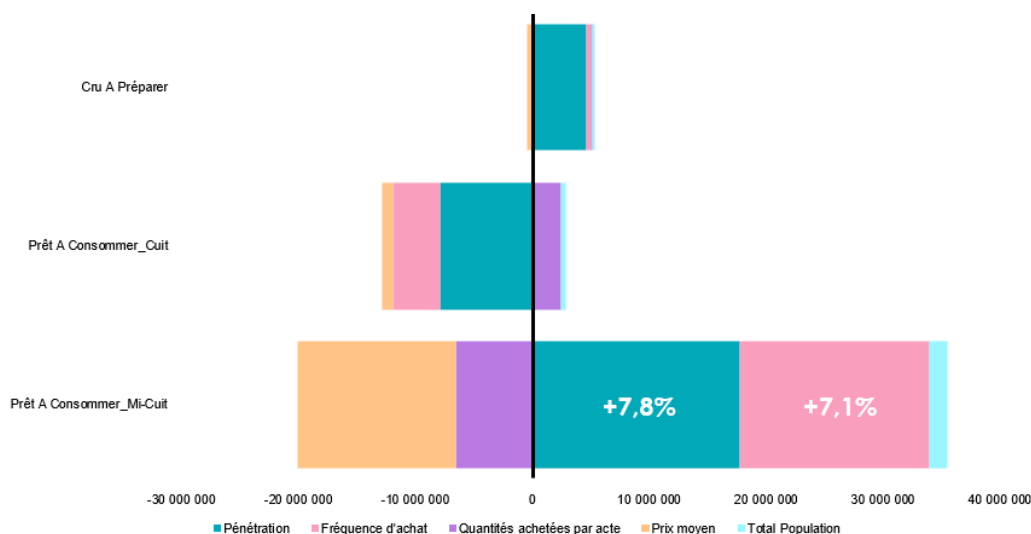


Le Foie Gras mi-cuit prêt à consommer renforce son statut de pilier et le cru à cuisiner fait de nouveaux adeptes

(Source : Worldpanel by Numerator 2025 vs 2024)

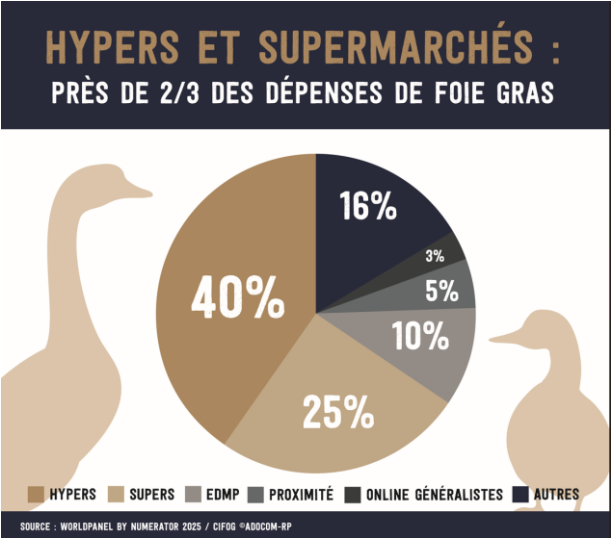
Tous magasins, les Français continuent de largement privilégier les achats de Foie Gras **Prêt-à-Consommer mi-cuit**, qui gagne **+7,8 % de ménages acheteurs** et enregistre une **fréquence d'achats en hausse de +7,1 %** en 2025 par rapport à 2024. Le mi-cuit proposé en bloc est ainsi le premier contributeur aux gains de ventes en volume : il représente 59 % des gains. Il est immédiatement suivi du mi-cuit entier, avec 52 % des volumes gagnés.

Le Foie Gras cru, inscrit dans la tendance du fait maison, gagne du terrain et représente 30 % des volumes gagnés en 2025, quand les conserves sont quant à elles en recul : -25 % pour le bloc et -5 % pour le Foie Gras entier.



Hypers et supers restent dominants, mais les circuits spécialisés montent en puissance

(Source : Worldpanel by Numerator 2025 vs 2024)



Les dépenses pour les achats de Foie Gras pour la consommation à domicile ont majoritairement lieu dans les hypers et supermarchés, qui cumulent 65% des ventes en valeur de l’année 2025 : 40 % en hypers et 25 % en supermarchés.

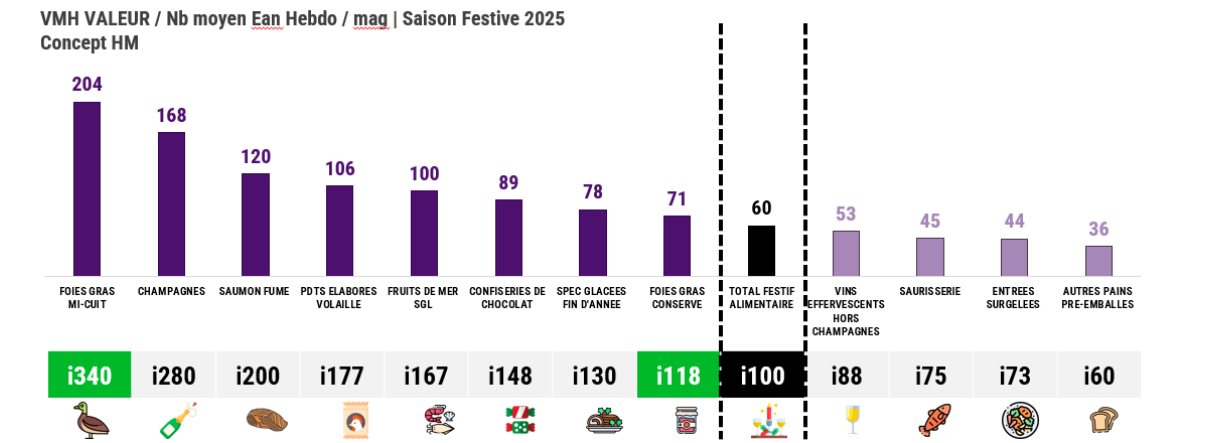
Les Enseignes à Dominante Marques Propres (EDMP) sont quant à elles en 3^e position, concernées par 10 % du chiffre d’affaires en magasins.

Les circuits spécialisés montent en puissance et représentent désormais 16 % des dépenses de Foie Gras en magasins, un poids record, en hausse de +2 pts vs 2024.

Le Foie Gras : un excellent rendement pour les magasins

(Source : Circana en hypermarchés – saison festive 2025)

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 **3,4 fois plus de chiffre d’affaires que la moyenne des produits festifs en hypermarché** ! Le Foie Gras en conserve a également un excellent rendement : 18 % supérieur à la moyenne des produits festifs !



Zoom sur la saison festive en hypers et supermarchés

L'ensemble des produits festifs à la peine en fin d'année

(Source : Circana en hypermarchés et supermarchés – saison festive 2025)

Dans les Grandes Surfaces Alimentaires, qui représentent 65 % des ventes de Foie Gras en valeur des circuits de vente à domicile en 2025 d'après Worldpanel, l'ensemble des produits festifs ont connu une fin d'année difficile. En Grandes et Moyennes Surfaces, les produits festifs ont enregistré un recul de -2,7 % en unités vendues par rapport à la saison festive 2024.

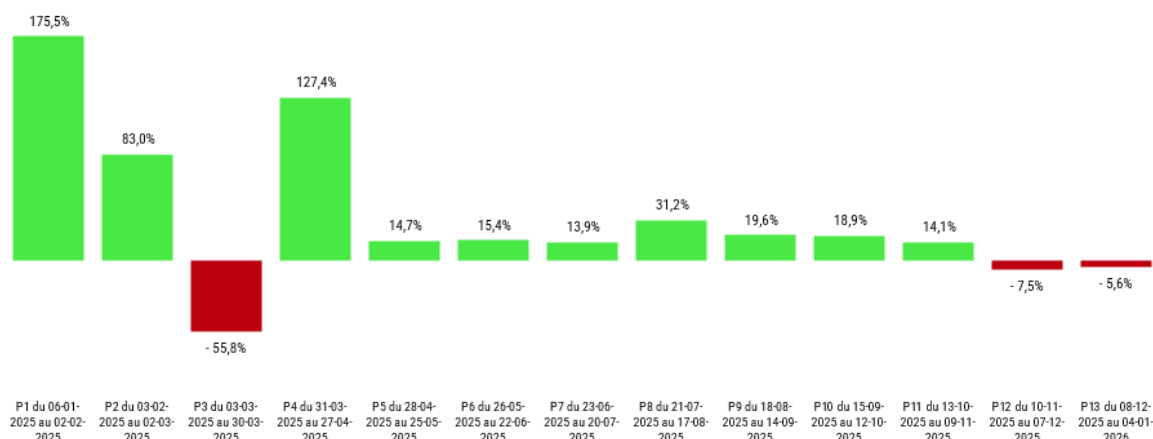
Des fêtes difficiles, mais une année positive !

Après une très belle saison festive pour le Foie Gras en 2024, à +17 % en volume en hypers et supermarchés, le Foie Gras a suivi la tendance des autres produits festifs en 2025, avec un repli des ventes de -5,5 % sur 1 an. Malgré cette baisse saisonnière, le Foie Gras enregistre pour l'ensemble de l'année 2025 une hausse à +0,4 % en volume, après une augmentation de +14,1 % en 2024 vs 2023. Les consommateurs ont en effet répondu présents lorsqu'ils ont trouvé des produits disponibles après les réveillons 2024, sur le début d'année 2025. Hormis la période festive, tous les mois sont en hausse, excepté le mois de mars en raison du décalage calendaire de Pâques.



©CIFOG / ADOCOM-RP / Megalowfood

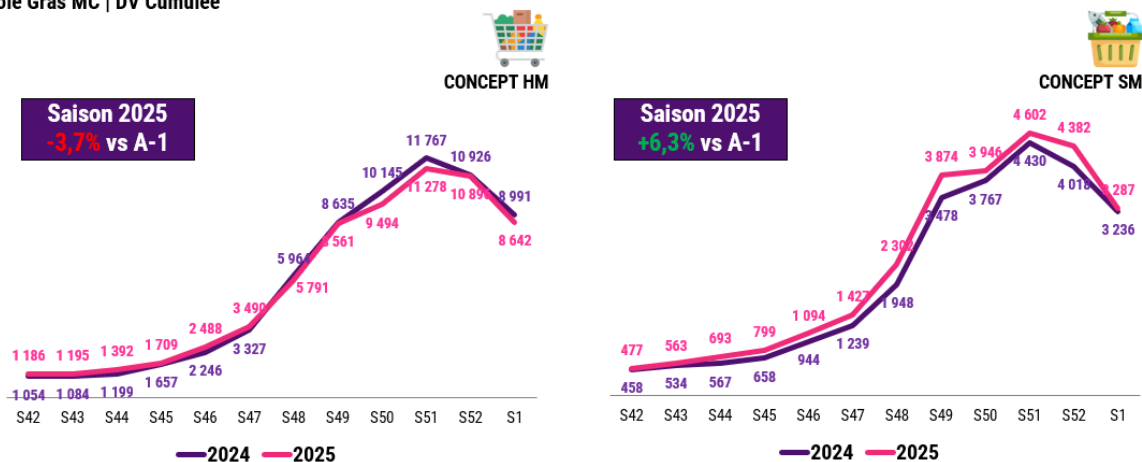
TOTAL FOIE GRAS (Mi-Cuit + Conserve) | Tous Circuits GSA | Evolution Volume (%)



Des ventes freinées en hypermarchés par un manque d'exposition

En Grandes Surfaces, ce sont les hypermarchés qui entraînent les ventes de Foie Gras à la baisse, avec un recul à -4,3 % en volume sur la saison festive, contre une stabilité à +0,2 % en supermarchés. Les hypers ont en effet restreint leur offre sur la saison : -0,2 % (DV cumulée), alors que les supers l'ont augmenté de +7,1 %. Le mi-cuit accuse en particulier un retrait du volume d'offre dès la semaine 48 (24 novembre) en hypers alors qu'il reste plus large tout au long de la saison dans les supermarchés. Dans ces magasins, l'offre en mi-cuit est en retrait de -3,7 % de la semaine 42 (19 octobre) à la 1^{ère} semaine de janvier (29 décembre-4 janvier) par rapport à la même période en 2024, quand les supermarchés proposent une offre en augmentation de +6,3 % dans le même temps.

Foie Gras MC | DV Cumulée

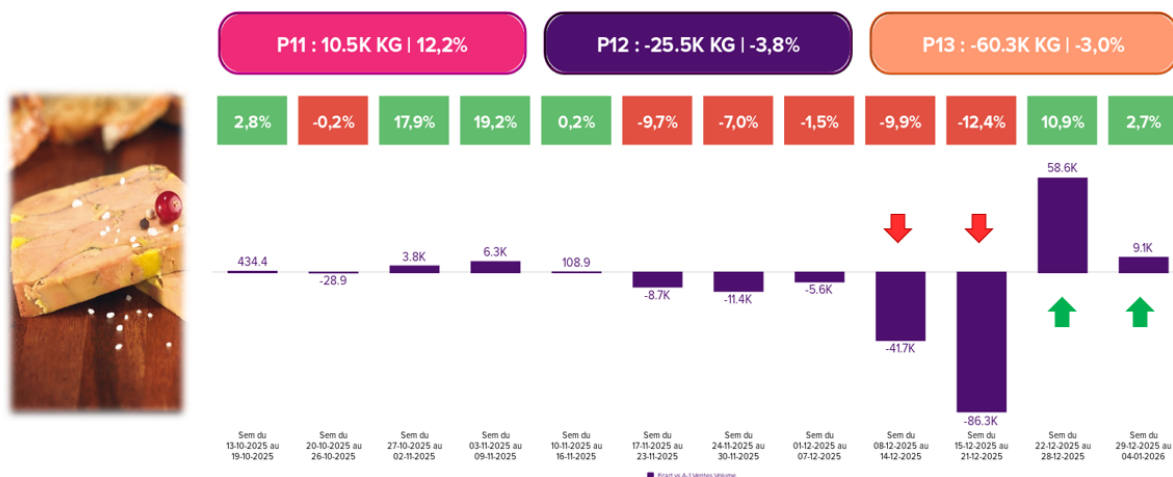


Des achats trop concentrés sur les semaines des réveillons

(Source : Circana, hypers et supermarchés)

Dans les hypers et supermarchés, les ventes de Foie Gras ont connu un sursaut de dernière minute, à +10,9 % sur la semaine de Noël et +2,7 % sur celle du Nouvel An.

Total Concepts HMSM | TOTAL FOIE GRAS | SAISON FESTIVE VS A-1



ÉLARGIR, ANTICIPER, ANIMER : TROIS LEVIERS DU SUCCES EN MAGASINS

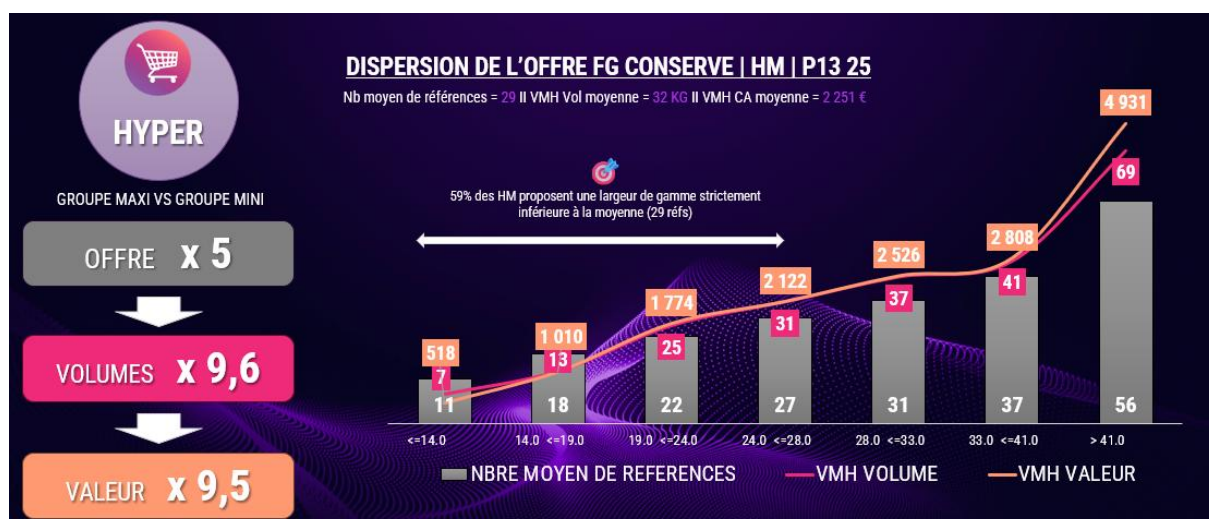
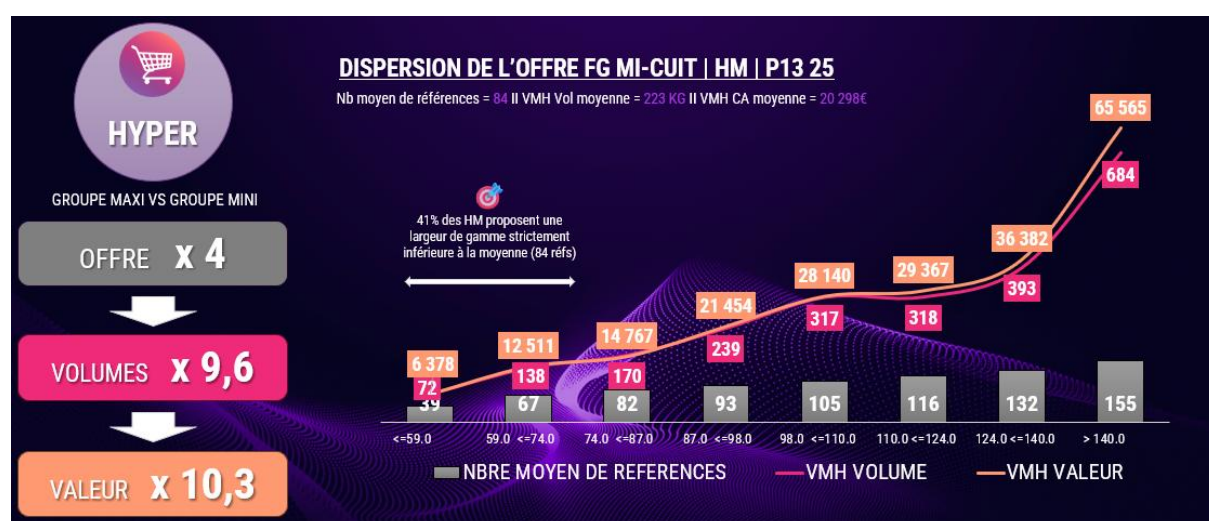
Élargir l'offre pour gagner en visibilité et en achats

Les chiffres ci-après sont issus de l'étude Circana comparant l'offre en Foie Gras des hypers ayant enregistré les meilleures performances sur la saison 2025 par rapport aux hypermarchés les moins performants.

Le Foie Gras est une catégorie **extrêmement sensible à la largeur de l'offre en rayon**. Les données montrent que les performances progressent beaucoup plus vite que l'assortiment lui-même. Plus l'offre est large, plus la catégorie devient visible, lisible et attractive pour le consommateur.

Sur le **mi-cuit**, une offre multipliée par 4 peut générer jusqu'à 10 fois plus de chiffre d'affaires. Sur la **conserve**, l'effet est comparable : une offre multipliée par 5 permet également de multiplier le chiffre d'affaires par 9,5.

De plus, il est important d'extraire les produits du rayon pour capter l'attention. Il s'agit de trouver des emplacements stratégiques et de multiplier les points de contact avec le consommateur pour l'accompagner et l'aider à trouver le Foie Gras facilement.



Anticiper l'implantation pour élargir la saison

Les chiffres ci-après sont issus d'une étude Circana comparant l'offre en Foie Gras des hypers et supermarchés ayant implanté le Foie Gras mi-cuit en novembre vs les magasins l'ayant implanté en décembre.

La performance du Foie Gras se joue dès l'amont de la période festive. Implanter la catégorie dès le mois de novembre permet de capter une demande précoce et d'étaler les achats dans le temps.

Les magasins qui anticipent l'implantation du mi-cuit enregistrent ainsi une performance sur l'ensemble de leurs ventes de Foie Gras de +17 % en chiffre d'affaires sur la pré-saison (semaines du 27 octobre au 30 novembre 2025) et conservent un avantage sur l'ensemble de la période, avec +7 % de chiffre d'affaires sur la saison totale.

L'anticipation permet de sortir d'une saison trop concentrée sur quelques semaines de décembre.



Enquête :

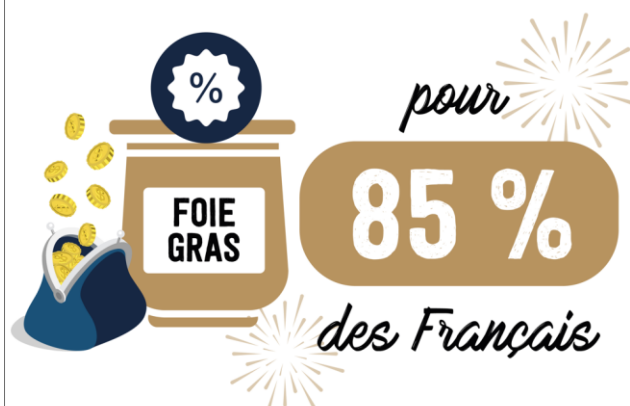
Un avant-goût de fêtes attendu dès la mi-novembre !

Les Français sont nombreux à être prêts à acheter du Foie Gras avant le top départ des fêtes de fin d'année.

63 % des acheteurs de Foie Gras en grande distribution déclarent ainsi qu'ils seraient incités à acheter leur Foie Gras plus tôt dans la saison si les produits arrivaient en rayon dès la mi-novembre.

Des acheteurs qui seraient même 85 % à le faire s'ils étaient en promotion dès cette période.

**LES PROMOTIONS DE FIN D'ANNÉE :
UNE INCITATION
À CONSOMMER DU FOIE GRAS**



SOURCE : CIFOG / CSA DÉCEMBRE 2025 © ADOCOM-RP

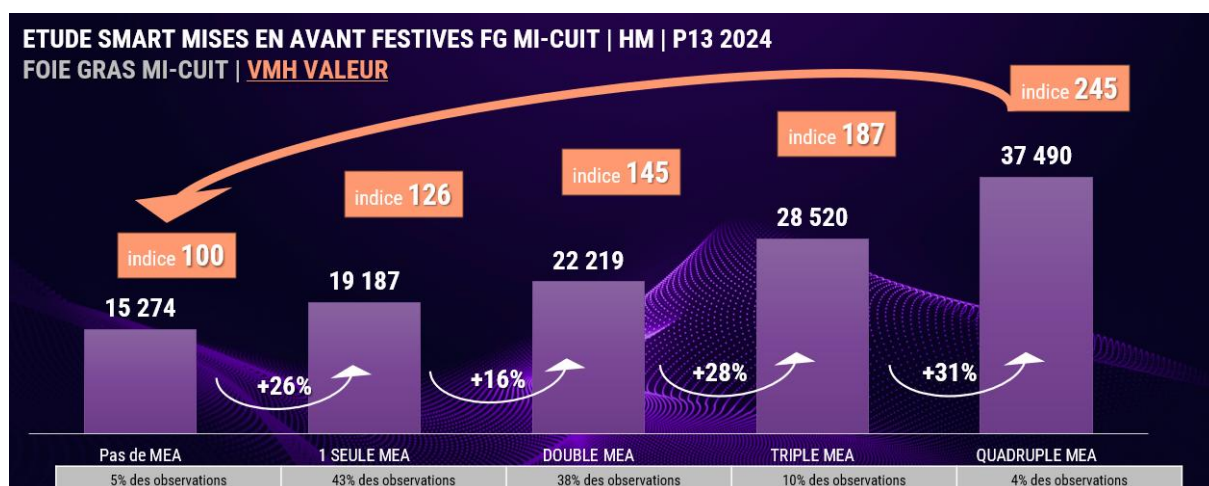
Animer pour maximiser l'impact en magasin

Les chiffres ci-après sont issus de l'étude Circana est basée sur les performances des magasins en fonction du nombre de mises en avant festives et de leur localisation.

La visibilité en point de vente constitue un accélérateur décisif de performance. La multiplication des points de contact renforce l'impact de la catégorie et maximise son potentiel auprès des consommateurs. L'exposition doit ainsi s'accompagner de dispositifs d'animation (dégustation, PLV), d'information et d'aide à l'achat pour guider les consommateurs et optimiser la mise en avant en magasin.

Chaque mise en avant supplémentaire génère ainsi un gain mesurable de chiffre d'affaires. Sur le **mi-cuit**, 4 mises en avant permettent de multiplier les ventes par 2,5 par rapport à une seule.

Sur la **conserve**, trois mises en avant dans le magasin multiplient par près de 2 le chiffre d'affaires par rapport à une seule.



ACCOMPAGNEMENT
UN PROGRAMME A LA CARTE CONCOCTE
POUR LES RESTAURATEURS

LANCEMENT D'UNE PLATEFORME DIGITALE DEDIEE AUX CHEFS : « LES TABLES DU FOIE GRAS & CO »

Le CIFOG réaffirme sa volonté de rassembler les chefs restaurateurs autour du Foie Gras, du Magret et du Confit, et de renforcer leur rôle dans la restauration, à travers une nouvelle stratégie digitale. Véritable point de ressources pour les professionnels, le CIFOG met en place une plateforme dédiée pour répondre aux besoins des restaurateurs et propose des formats concrets. Axés sur **4 piliers éditoriaux complémentaires** : le goût, la créativité, le business et le savoir-faire, ces contenus éditoriaux s'articuleront autour de témoignages de chefs, recettes et inspirations de carte, conseils business et analyses des tendances de consommation.

Les tables
du
foie gras
& co

Ce dispositif vise à accompagner les restaurateurs dans leurs enjeux de rentabilité, d'attractivité et de création de valeur, tout en valorisant ces produits comme des incontournables modernes. L'ensemble des contenus est diffusé sur **Instagram, Facebook et LinkedIn** afin d'amplifier la visibilité de la démarche et de toucher l'ensemble des acteurs du secteur.



MISE EN AVANT DANS LES RESTAURANTS : 7^E SEMAINE NATIONALE DU FOIE GRAS

La **semaine nationale du Foie Gras** a conquis de nombreux restaurants partout en France depuis son lancement. En 2026, les plus grandes associations professionnelles de la restauration seront de nouveau partenaires de cet événement qui s'inscrit désormais dans le calendrier des Chefs. Du 30 novembre au 6 décembre 2026, 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**.



CONCOURS CULINAIRE : LES FUTURS CHEFS INTERPRÈTENT LEUR FOIE GRAS DES 4 SAISONS

22^e Challenge Foie Gras des Jeunes Créateurs Culinaires : « Le Foie Gras aux saveurs des 4 saisons »

Pour son édition 2026, le Challenge Foie Gras des Jeunes Créateurs Culinaires invite les futurs talents de la cuisine de 16 à 24 ans, élèves ou apprentis cuisiniers, à mettre le Foie Gras en vedette d'une recette inspirée de la saisonnalité des saveurs. Le Cercle des Amoureux du Foie Gras, à l'initiative de ce prestigieux concours culinaire, souhaite en effet inscrire le Foie Gras dans le rythme des saisons en plaçant cette 22^e édition sur le thème :

« Le Foie Gras aux saveurs des 4 saisons ! »

Il s'agit de dépasser l'image du Foie Gras traditionnellement associé aux fêtes de fin d'année. Ce mets d'exception a en effet la particularité d'ajouter une touche d'exception à tous les moments gourmands que l'on souhaite passer en famille ou entre amis pour célébrer des événements spéciaux.

Pour recevoir leur dossier de participation, les candidats doivent en faire la demande avant le 18 juin 2026 minuit auprès de l'agence ADOCOM-RP. Ils auront ensuite jusqu'au 7 septembre 2026 pour envoyer leur dossier avec leur recette.

Le règlement du concours ainsi que la fiche d'inscription sont disponibles sur le site fandefoiegras.fr et sur demande auprès d'anais@adocom.fr, ou encore par simple appel au 01 48 05 19 00.

Six candidats seront sélectionnés sur dossier pour venir réaliser leur recette à Paris et tenter de remporter jusqu'à 1 700 € pour le 1^{er} Prix.



L'affiche du concours qui est adressée aux écoles
de cuisines françaises

LES PROFESSIONNELS DU FOIE GRAS A LA RENCONTRE DE TOUTES LES GENERATIONS DE RESTAURATEURS

« 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 au SIRHA 2027

Du 21 au 25 janvier 2027, la filière Foie Gras, Magret, Confit sera présente au SIRHA Lyon. Cette 23^e édition attend plus de 200 000 professionnels de la restauration hors domicile

Mise à disposition 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.



2

CHAPITRE 1
Il était un foie
Histoire du Foie Gras page 4

CHAPITRE 2
Tradition et savoir-faire
La production du Foie Gras page 10

CHAPITRE 3
Les artisans du Foie Gras
Une filière engagée et impliquée page 16

CHAPITRE 4
Le Foie Gras
sous toutes ses formes
Pour une utilisation optimale en restauration page 22

CHAPITRE 5
À table
Cuisiner le Foie Gras page 28

Sommaire

3



INFORMATION

**UN RAYON D' ACTIONS DEDIEES AUX PROFESSIONNELS
DE LA DISTRIBUTION**

LE « COMPTOIR DU CANARD, FOIE GRAS, MAGRET, CONFIT » : LE DISPOSITIF NATIONAL D'ANIMATIONS DE RETOUR EN MAGASIN

L'interprofession relance le dispositif du « Comptoir du Canard, Foie Gras, Magret, Confit » en magasin, une opération nationale déjà menée en 2020 et 2021 au sein des enseignes Carrefour Market, Carrefour, Leclerc et Intermarché.

Cette action vise à accompagner les distributeurs dans la valorisation de la filière canard en grande distribution, à travers un dispositif complet combinant PLV, animations commerciales, mises en avant en rayon, activation digitale et jeu-concours.

La relance s'effectuera dans un premier temps par une phase de test lors du pré-festif 2026 dans un nombre limité de magasins, avec la présence de producteurs pour animer les points de vente, avant un déploiement à plus grande échelle à l'occasion du pré-festif 2027.



FORMATION DES EQUIPES AUX PARTICULARITÉS DU FOIE GRAS : 350 MAGASINS CONCERNES PARTOUT EN FRANCE

Le CIFOG repart à la rencontre des professionnels de la distribution directement en magasins. Son objectif est de former les équipes aux particularités de ses produits et de sa filière.

Très bien accueillies, ces actions pédagogiques ont concerné 350 magasins en 2025. Un objectif reconduit en 2026, notamment dans les régions de Paris, Lyon et Marseille. Les formations débuteront en mai et seront animées par 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.

D'après les premiers retours recueillis en 2025, cette démarche porte ses fruits : 95 % des chefs de rayon déclarent bien comprendre la filière et 96 % ont une perception positive de la démarche PALMI G Confiance, tandis que les signes officiels de qualité et d'origine sont jugés déterminants pour les consommateurs.

Deux tiers des professionnels estiment par ailleurs que le Foie Gras dispose d'un potentiel de développement au-delà des fêtes, notamment à l'occasion de temps forts comme la Saint-Valentin, Pâques ou les événements familiaux.

Les leviers de performance sont clairement identifiés : visibilité, lisibilité de l'offre et anticipation. Lorsqu'ils sont activés, la catégorie joue pleinement son rôle en magasin et confirme un potentiel de croissance encore sous-exploité.

Un achat prévu et réfléchi

- Un achat anticipé**
8 acheteurs sur 10 ont prévu leur achat de Foie Gras avant de se rendre en magasin : un produit symbolique, associé à une forte charge émotionnelle et au bon déroulement des fêtes.
- Un achat minutieux en rayon**
Les acheteurs prennent leur temps : 54 secondes en moyenne pour sélectionner un Foie Gras prêt à consommer, vs 74 secondes en moyenne pour les PCC, et 53 secondes pour le Saumon fumé.
- Un enjeu fort pour l'information produit**
Ce temps est consacré à lire les emballages : importance de la lisibilité, clarté des infos et de la structuration du linéaire.

Une expérience d'achat à optimiser...

- Des actions en magasin qui portent leurs fruits**
82 % des acheteurs de Foie Gras prêt à consommer, et 66 % des acheteurs de Foie Gras cru perçoivent positivement les initiatives de mise en avant.
Ces actions de mises en avant valorisent le point de vente et favorisent la fidélité.
- Des leviers d'amélioration identifiés par les consommateurs**
 - Davantage d'animations et de dégustations en magasin (32 %)
 - Une meilleure signalétique pour distinguer les types de Foie Gras (23 %)
 - Une offre plus visible et plus large, y compris en dehors de la période festive (21 %), notamment en termes d'offre « petits producteurs » et d'entier mi-cuits

Focus rayon : ce qui fait la différence

- Élargir la gamme : moteur de croissance**
Plus l'offre est large, plus le CA grimpe : Les hypers avec jusqu'à 87 réf. en mi-cuit font 45 % de moyenne. Même constat en conserve.
- + de mises en avant = + de ventes**
En mi-cuit : +54 % de CA avec 4 mises en avant.
En conserve : ventes x2 quand les emplacements se multiplient.
- Implanter + tôt = +7 % de CA**
Dès novembre, les magasins ayant installé le Foie Gras ont enregistré +7 % de ventes par rapport à une implantation en décembre. (données 2024).
- Une MEA dans les prospectus en automne**
L'achat de Foie Gras est un acte anticipé par les consommateurs.

www.rencontres-foiegras.fr
 CIFOG
 7 rue du Faubourg Poissonnière
 75008 PARIS

Le précis du Foie Gras
 Pour des conseils sur une alimentation saine et équilibrée, veuillez consulter l'avis relatif à l'actualisation des repères alimentaires du PNNS : sante.gouv.fr

Cofinancé par l'Union européenne
 ENJOY IT'S FROM EUROPE

Le contenu de cet outil s'appuie sur les données recueillies par le CIFOG lors de sa mission de conseil et d'accompagnement des professionnels de la distribution. La Caisse d'Allocations Familiales (CAF) a financé la production de cet outil. Les données sont issues de l'enquête « Foie Gras et Consommation » réalisée en 2024 par le CIFOG. Les données sont issues de l'enquête « Foie Gras et Consommation » réalisée en 2024 par le CIFOG. Les données sont issues de l'enquête « Foie Gras et Consommation » réalisée en 2024 par le CIFOG.



**SENSIBILISATION
LES PROFESSIONNELS AUPRES DE TOUTES LES
GENERATIONS DE CONSOMMATEURS !**

FERMES OUVERTES POUR LES JOURNEES DU PATRIMOINE : LES ENFANTS CUISINENT !

Pour la 6^e année consécutive, la filière française du Foie Gras se mobilise pour recevoir le public à l'occasion des Journées du Patrimoine, les 18 et 19 septembre 2026.

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).

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. Une initiative qui a rencontré un franc succès auprès des écoles l'année dernière : plus de 600 élèves ont pu participer à ces ateliers culinaires, en classe ou sur les exploitations.

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



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 TV. 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 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 spot sera diffusé du 17 novembre au 14 décembre 2026.

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 Équilibre*, le programme culinaire incontournable de Laurent Mariotte sur TF1 - qui rassemble 5 à 6 millions de téléspectateurs par émission. Les deux produits 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.



UN PROGRAMME EUROPEEN 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.

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 Reels » dont le chef-ambassadeur est Pierre Chomet, demi-finaliste de Top Chef 2021. Des vidéos de 2 minutes sont filmées, mettant en scène des scénarios dans lesquels Pierre Chomet et des experts (producteurs, vétérinaires, ornithologues, historiens) interviennent pour répondre aux doutes et interrogations des consommateurs.



Des idées-recettes sont également présentées. Les vidéos sont disponibles sur le site internet existant (rencontres-foiegras.fr) et les réseaux sociaux du CIFOG. Ils sont également déclinés 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 informent leurs communautés sur les spécificités du Foie Gras et de la filière, via des recettes accessibles et gourmandes. Le CIFOG instaure cette année des partenariats avec @margotetaymeric, @martin.cuisto, @ellealaflemme et @nicomercio. À eux quatre, ils représentent une communauté de plus de 600 000 abonnés.



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.



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

Arnault, Sandra & C° - L'équipe ADOCOM-RP, Service de Presse CIFOG
vous remercie de votre attention
Tél : 01 48 05 19 00 – Courriel : adocom@adocom.fr


ÉCOUTER - COMPRENDRE - TRANSMETTRE
11 rue du Chemin Vert - 75011 Paris
01 48 05 19 00 • adocom@adocom.fr