

Agriculture | La filière Foie gras est de retour



Renforcement de la réglementation sur la conduite des élevages et sur le transport des animaux, mise en place de contrôles préalables à tout déplacement d'animaux, création d'un système d'alerte au niveau national pour améliorer les réactions collectives en cas de crise... Le tout sans remettre en cause le principe de l'élevage en plein air, véritable ADN des pratiques d'élevage des acteurs de la filière palmipèdes à foie gras. Le travail et les investissements, notamment au niveau des producteurs, ont été importants ces 2 dernières années, suite au double épisode d'épizootie aviaire qui a frappé les exploitations. Mais les efforts paient. La dynamique de production est bien repartie en 2018 et celle des ventes de foie gras devrait suivre, pour des consommateurs toujours confiants dans la filière française.

D'après les estimations du CIFOG, la production française de Foie Gras sera au rendez-vous avec des volumes assurés pour 2018, en hausse de 49% par rapport à 2017. De 10 950 t l'an dernier, la production devrait atteindre les 16 360 t cette année. Un chiffre qui se rapproche de celui de 2015 (19 250 tonnes), dernière année de référence avant les deux épisodes d'influenza aviaire, sans pour autant tomber dans le risque de la surproduction. La filière, génératrice de 100 000 emplois directs et indirects affiche en effet clairement son ambition d'un « développement maîtrisé de la production, pour une juste rémunération de tous les acteurs de la filière ».

Foie gras et magret, des consommations en hausse en 2018

Ces chiffres de production à la hausse sont aussi une bonne nouvelle pour les consommateurs français amateurs de foie gras, et ils sont nombreux : 93% (chiffre novembre 2017) déclarent consommer du foie gras et ce, plusieurs fois dans l'année pour 77% d'entre eux. Et les épisodes d'influenza aviaire ne semblent pas avoir entamé leur confiance dans le produit. En effet 93% d'entre eux déclarent faire confiance au foie gras en matière de qualité gustative, de sécurité alimentaire pour 87%, et de traçabilité pour 82%. Une forme de reconnaissance sans doute de la mobilisation des professionnels sur la mise en place de nouvelles règles de production durables. En 2017, le mois de décembre avait d'ailleurs été déterminant pour les ventes l'an passé : il a représenté 81% des ventes en volume de la saison festive et près de 40% des ventes totales de l'année 2017, contre 30% en 2016. Comme quoi les amateurs de foie gras joignent la parole aux actes...

Et cette dynamique se poursuit en 2018 : le foie gras a vu ses ventes progresser sur les 7 premiers mois de l'année. « Tous circuits confondus, les achats des ménages ont augmenté de +2% en valeur par rapport à la

même période de 2017. Le foie gras prêt-à-consommer de canard mi-cuit à en particulier enregistré une hausse des achats de +8,7% sur la période », se félicite le CIFOG. Et à l'image de décembre 2017, le produit, reconnu «produit du patrimoine culturel et gastronomique protégé en France » depuis 2006, est très attendu pour Noël : 80% des Français le considèrent incontournable au moment des repas de fêtes.

Mais, s'il en est une pièce maîtresse, il n'y a pas que le foie gras, dans le canard gras. Le Cifog porte aussi ses efforts sur le magret. « Tous circuits de distribution confondus, ses ventes sont à la hausse en valeur comme en volume sur les 8 premiers mois de l'année 2018. De janvier à août 2018, les achats des ménages ont progressé de +7% en volume par rapport à la même période de 2017 et de +11% en valeur. ». Une dynamique par ailleurs soutenue par une importante campagne de communication vers les consommateurs et les professionnels de la distribution et de la restauration lancée cet été.

La 1ère Semaine nationale du Foie Gras

Et que ce soit pour le foie gras ou magret, les efforts de communication vont se poursuivre en cette saison automnale, pour s'intensifier à l'approche des fêtes de fin d'année. La filière s'appête notamment à lancer une nouvelle campagne de publicité à la télévision du 11 novembre au 9 décembre prochain. Objectif : « ancrer le foie gras dans le quotidiens des plus jeunes générations » .

Autre initiative : le lancement de la 1ère Semaine nationale du Foie Gras : durant toute la première semaine du mois de décembre, du 3 au 9, des centaines de restaurants organiseront des menus spécifiques et des menus du jour sur le thème du foie gras et du magret. Des livrets seront mis à la disposition de leurs clients afin de présenter ces produits, et de fournir conseils et recettes pour les apprécier au mieux chez soi. Enfin des ateliers destinés aux enfants seront organisés dans plusieurs villes de France, en compagnie de Chefs qui initieront les plus jeunes à la réalisation de recettes avec du foie gras. La filière en effet n'oublie les consommateurs de demain... !

Enfin, pour soutenir la dynamique de consommation, une campagne de communication sera également lancée sur les réseaux sociaux et divers sites de cuisine collaboratifs, lors de la période festive, sans oublier les efforts continus des marques pour inventer de nouveaux produits plus qualitatifs, plus originaux ou plus simples à préparer...



Solène Méric

Crédit Photo : Claude Hélène Yvard

Publié sur aqui.fr le 31/10/2018

[Url de cet article](#)