

Les français plébiscitent le foie gras

Le foie gras reste le produit festif incontournable des repas de fêtes de fin d'année. Dans un bilan du marché pour 2009 qui reste provisoire, les achats des ménages français seraient en progression de 4,5 % en volumes, démontrant ainsi que malgré la crise les français ne conçoivent pas les fêtes de fin d'année sans foie gras.

Baisse de la production française

Sur la base du nombre de canards traités par les abattoirs, la production de 2009 est de 33,642 millions de têtes, soit une baisse de 6 % par rapport à 2008 (35,6 millions).

A noter que les prévisions de production pour 2010 sont identiques à 2009, ce qui démontre la volonté des entreprises d'être plus en adéquation avec la consommation et d'éviter d'avoir à gérer des reports de stocks importants en début d'année.

On constate par ailleurs que les transformateurs qui travaillent avec les achats extérieurs de foie gras

(Hongrie, Bulgarie,...) ne sont pas sur la même logique. Avec 3 681 tonne sur 11 mois en 2009 contre 3 117 tonnes sur la même période en 2008, les achats extérieurs sont en progression de 18 %, principalement en canard (+ 515 tonnes).

La baisse du prix moyen de 12 % pour le foie gras de canard «importé» (12,05 €/kg) a favorisé ce circuit parallèle.

Côte exportations, elles sont stables sur les 11 mois au niveau des préparations à base de foie gras (1 650 T) mais en forte baisse pour le foie gras cru avec 1 820 tonnes au

lieu de 2 296 tonnes en 2008, soit une chute de 21 % liée pour beaucoup à une baisse des achats par l'Espagne et le Japon qui sont les deux premiers clients en volume de la France.

A noter, une baisse de 8 % (de 22,67 € à 20,88 €) du prix moyen au kilo du foie gras de canard cru français destiné à l'export.

En résumé, l'offre en foie gras cru sur le marché français n'aurait baisser que de 2 % malgré une baisse de la production nationale de 6 %.

Les français s'orientent sur les produits crus à préparer

Avec 2 % de ménages acheteurs en plus et 4,5 % d'achats supplémentaires en volumes, le foie gras est bien une des produits festifs préférés des français.

L'augmentation de la consomma-

tion a porté essentiellement sur le foie gras cru à préparer, traduisant ainsi l'orientation très nette de la recherche d'un produit plus accessible en prix et de consommateurs qui n'hésitent plus à travailler eux-

même le produit.

Sur le marché de la viande, il apparaît que la consommation de magret baisse de 4,3 % en volume et de 1,3 % en prix, alors que le filet progresse de 3,7 %.