

LA CHARCUTERIE FRANCAISE



SEMINAIRE ALE JETRO 10 FEVRIER 2016

Antoine D'ESPOUS – Vice Président de la FICT

L'industrie charcutière française

La **FICT** (Fédération Française des Industriels Charcutiers Traiteurs Transformateurs de Viandes) une fédération professionnelle, représentative des industries charcutières, traiteurs et transformatrices de viandes existe depuis 1924.

- **250 entreprises**

- ✓ majoritairement des PME
- ✓ implantées souvent depuis des générations, dans toutes les régions françaises

- **40.000 personnes employées**

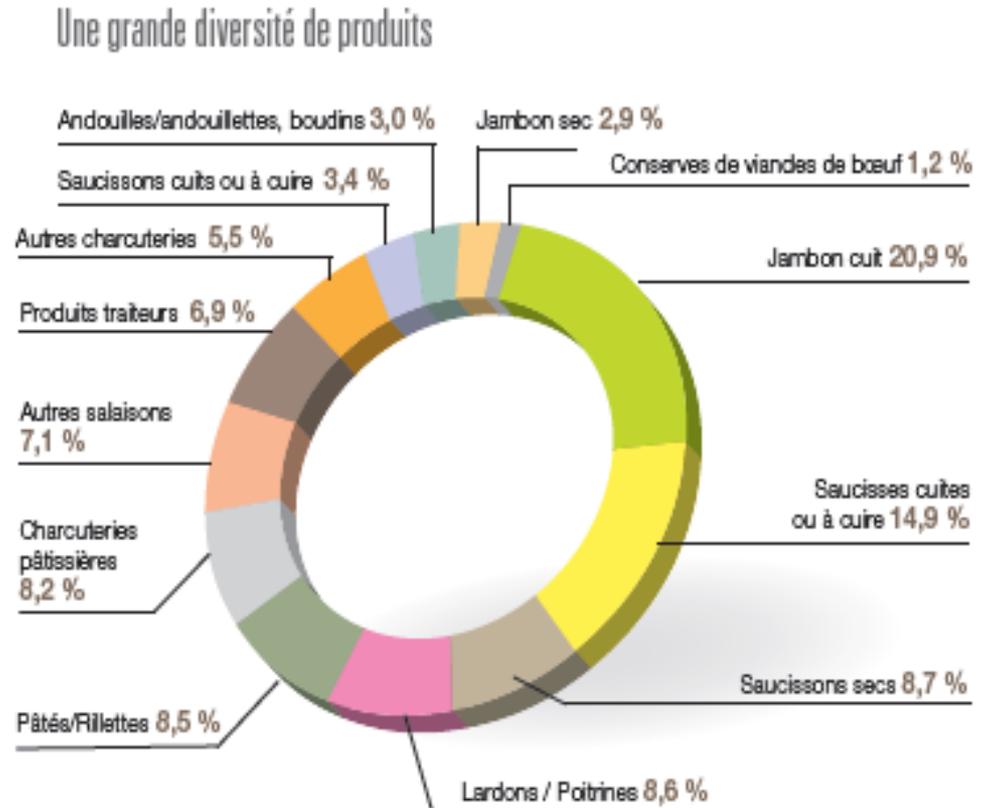
- **1,2 million de tonnes de produits fabriqués**

- **7 milliards d'€ de chiffre d'affaires**

- **315 millions d'€ de charcuterie-salaison à base de porc sont exportés**

L'industrie charcutière française en 2015

- **Une grande diversité de produits**
- Jambons cuits 260 000 T
- Jambons secs 42 000 T
- Saucissons secs 109 000 T
- Saucisses cuites (à cuire) 186 000 T
- Pâtés 107 000 T
- Rillettes 30 000 T
- Charcuteries pâtissières 84 000 T
- **L'industrie charcutière française s'appuie sur un réseau d'éleveurs et d'abatteurs très qualifiés, produisant 2,2 millions de tonnes de Porc Français**



Les exportations françaises de charcuterie salaisons

Principaux clients de la France

(en millions d'€)

- Belgique (100)
- Allemagne (72)
- Royaume Uni (35)
- Italie (14)
- Espagne (13)

Parts de marché de la France UE *(en valeur)*

- Belgique (28,3%)
- Espagne (9,9%)
- Allemagne (7,9%)
- Italie (6,4%)
- Portugal (5,3%)
- Royaume Uni (2,4%)
- Pologne (1,7%)

Parts de marché de la France dans les importations des pays tiers *(en valeur)*

- Singapour (8,2%)
- Suisse (5,2%)
- Norvège (2,7%)
- Brésil (0,8%)
- Chine +HK (0,7%)
- Taiwan (0,5%)
- Russie (0,4%)
- Japon (0,2%) → 60 T (soit 824 K€)
- USA (0,1%)
- Corée du Sud (0,0%)



Le JAPON MARCHE A FORT POTENTIEL

Le Japon est l'un des plus gros marchés potentiels du monde pour la charcuterie française (fort pouvoir d'achat + image France très favorable + effet de mode bistrots français).

Le Japon est un marché alimentaire où les consommateurs attachent une forte importance au plaisir de manger et aux produits alimentaires de qualité (une alimentation saine et variée / des produits traditionnels / des produits respectueux de l'environnement).

Les produits français bénéficient d'une bonne notoriété et sont considérés comme des produits de qualité (jambon de Bayonne, saucissons secs, pâtés, rillettes, saucisses de Morteau et de Montbéliard...). Des perspectives commerciales ont d'ores et déjà été identifiées par les entreprises de notre secteur, mais les barrières non tarifaires freinent encore les exportations des produits de charcuterie-salaison vers cette destination.



Le JAPON MARCHE A FORT POTENTIEL

Les Etats-Unis sont de loin, le principal fournisseur du Japon avec 39 932 tonnes, soit 119 millions d'€ (22% de part de marché en valeur)

Le Danemark (5 217 t soit 17 millions d'€ et 3,1% de part de marché en valeur) , l'Italie (3 500 t soit 35 millions d'€ et 6,6% de part de marché en valeur) et l'Espagne (915 t soit 9 millions d'€ et 1,8% de part de marché en valeur) sont les principaux fournisseurs européens.

Les exportations françaises de charcuterie/salaison restent faibles puisque la France a exporté 68 t (soit 824 000 € et 0,2% de part de marché en valeur) de charcuterie/salaison et reste loin derrière les Italiens et les espagnols.

ASSOCIATION CHARCUTERIE FRANÇAISE AU JAPON

La FICT est membre l'Association Charcuterie Française au Japon, créée en juillet 2013, dont la mission est de diffuser la culture des charcuteries-salaisons françaises au Japon et créer de nouvelles opportunités de marchés aux entreprises françaises (160 membres payants) - 80 professionnels dont une dizaine de sociétés et 80 « amateurs de charcuterie ».

- Objectif → faire connaître les produits de charcuteries française et faciliter les ventes sur le marché japonais
 - 19 mai 2014 → diner charcuterie au restaurant STELLA MARIS (25 participants)
 - 31 mai 2014 → Séminaire charcuterie au Cordon Bleu (44 participants) + soirée charcuterie en présence de l'Ambassadeur au Cordon Bleu (100 participants)

CHARCUTERIE FRANÇAISE AU JAPON

Réalisation d'outils collectifs de communication à disposition des entreprises

- Etude de marché approfondie sur le marché Japonais (2014)
- brochure d'information adaptée au marché japonais, présentation des produits de charcuteries-salaisons français : histoire, fabrication, conseils d'utilisation / accompagnement, recettes...
 - 16 pages sous la forme de 4 dossiers de 4 pages
 - Dossier 1 : histoire de la charcuterie française
 - Dossier 2 : la charcuterie française aujourd'hui: qualité, tradition, créativité, les entreprises, les labels, le Code des Usages...
 - Dossier 3 : la charcuterie et l'art de vivre à la française: plaisir, convivialité, modes de consommation...
 - Dossier 4 : recettes adaptées par un chef japonais (+ photos)

Le JAPON MARCHÉ A FORT POTENTIEL

CHARCUTERIE FRANÇAISE シャルキュトリー・フランセーズ

LE SAVOIR-FAIRE CHARCUTIER FRANÇAIS



フランスのシャルキュトリーノウハウ



〈豚は美食の王さま〉 « Le cochon roi »

フランスのシャルキュトリー: 古代から受け継がれてきた伝統

フランスのシャルキュトリー(豚肉加工食品)の歴史は非常に古く、その起源は古くは古代まで遡ります。現在のフランスが古代ローマ人によってギリシアと呼ばれていた時代には、すでに豚の飼育が各地で盛んに行われていました。そうした豚たちの大半は、秋になるとシラクや栗が豊盛に実る森の中で、自然のまま殺し、刺にされていました。

豚は定住性があらず肉食性のため、羊や牛、山羊などの反芻動物と違って、餌となる草を求めて絶えず移動させる手段がいらず、長大な牧草場を必要としないため飼育が簡単です。そのため人間のごく身近な存在として、村や農場など人々の暮らし

のいたるところで自由に生きることができました。

ガリア産の豚肉は地域による品種や豚の選りから味わいが豊かで、その評判はローマ帝国にまで伝わりました。そして一代にまで誇ります。豚はハムのような加工の形として取り上げられるようになった。つまりハムを発明したのはガリア人たちだったのです。彼らは豚肉を美味しく加工する術をよく心得ていて、その味に魅了されたゲルマン人、ローマ人、イベリア人といった当時の「ヨーロッパ人」たちは、そこから学んだ技術を自分たちの土地に適した方法で発展させていったのです。



豚肉は常に特種の食材

豚肉がフランスの農産物加工工業におい

La Charcuterie de France: une tradition ancestrale

Les traditions de la charcuterie française remontent aux temps les plus anciens. À l'époque de la Gaule, les peuples qui occupent les différentes régions de la France actuelle élevaient déjà d'importants élevages de cochons qui se nourrissaient naturellement, en liberté, en grande partie de glands et de châtaignes abondantes dans les forêts en automne. Les cochons sont sédentaires, faciles à nourrir grâce à leur alimentation diversifiée contrairement à d'autres espèces comme les vaches, les moutons, les chèvres et autres ruminants demandant des herbages et très souvent des traitements: on se gâte avec eux. Proches compagnons des humains, les porcs pouvaient vivre librement partout où se trouvaient des hommes, au milieu des villages et dans les fermes.

Pour des raisons qui tenaient à la fois à la qualité primitive des différentes races locales et à leur alimentation, les porcs de Gaule étaient extrêmement réputés, ce qui leur permettait d'être en partie exportés vers l'Étranger. Romains sous la forme de charcuteries, particulièrement sous la forme de jambon. Il faut en effet savoir que les Gaulois sont les inventeurs du jambon. Ils avaient « le pain » le porc que les « Européens de l'époque: Germains, Romains et Sères qui en étaient fous » s'inspirent de leur savoir-faire dans ce domaine et l'adaptent à leur terre.



Le JAPON MARCHE A FORT POTENTIEL

Brochure diffusée lors de la soirée « Charcuterie » du 27 mai 2015 organisée par l'Association.



Charcuterie gastronomie française

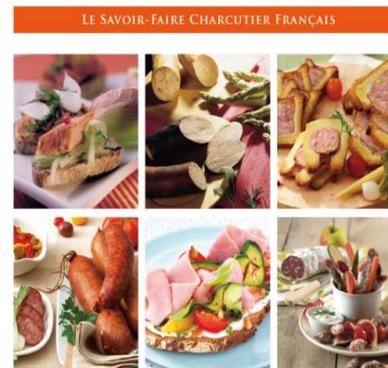


Un Site Internet dédié aux charcuteries-salaisons françaises :

<http://charcuterie-de-france.jp/>

CHARCUTERIE FRANÇAISE

シャルキュトリー・フランセーズ



フランスのシャルキュトリーノウハウ



Charcuterie gastronomie française



SEMINAIRE TECHNIQUE NOVEMBRE 2015

En 2015, la FICT a organisé les 5 et 6 novembre 2015, avec BusinessFrance, un séminaire au Japon et des rencontres avec des décideurs influents pour les sensibiliser au savoir-faire charcutier français (diversité des produits, fabrication, qualité, traçabilité, Code des Usages, métiers...).

- 5 novembre 2015 : présentation du marché japonais et visites de magasins
- 6 novembre 2015 : Séminaire Culturel – Rencontre avec des spécialistes de la cuisine au Japon → Organisateur : Association de la Charcuterie Française au Japon - 5 conférenciers, culture Alimentaire générale (Takashi Osawa) - 1 importateur / Spécificité accès au marché - 1 chef japonais / aspect restauration / Spécificité pour se développer dans les restaurants au Japon / attente des consommateurs - 1 commerçant/ Spécificité pour se développer dans les magasins au Japon / attente des consommateurs

Le Code des Usages de La charcuterie, monument gastronomique français



Plus de 450 produits de charcuterie inscrits : préparations traditionnelles à base de viandes crues, cuites, salées, fumées ou confites.

Chacune de ces spécialités évoque une région, une tradition, une recette et le savoir-faire français.

Un Code des Usages. Le *Code des usages* de la charcuterie a été créé en 1968 pour répertorier les usages de l'ensemble des produits et des procédés de fabrication des charcuteries, des salaisons et des conserves de viande.

Il protège l'utilisation des noms des spécialités charcutières françaises.

Il garantit également la manière dont elles sont fabriquées.

Ce référentiel est validé par l'administration française





Terre de contrastes

En France, chaque région a ses spécialités



Chaque Charcuterie est l'expression
d'un terroir.



Les charcuteries françaises un Tour de France gastronomique





Bretagne . Pays de la Loire

Rillettes de Tours



Jambon de Vendée



Pâté de campagne Breton



Andouille de Guéméné



Ile-de-France



Jambon de Paris



Saucisson à l'ail



Andouillette de Troyes





Sud-Ouest



Saucisse de Toulouse



Gratton Bordelais



Jambon de Bayonne



Boudin Basque



Saucisson sec de Lacaune



Auvergne-Rhône-Alpes



Rosette de Lyon



Andouillette Lyonnaise



Jambon d'Ardèche



Saucisse d'herbes



Les plats traditionnels régionaux

Un vrai équilibre des repas

La choucroute alsacienne



La potée d'Auvergne



Le cassoulet toulousain



Le petit salé
franc-comtois



Tarte fondante à l'andouillette basque



Le boudin à la normande



L'ambition des charcuteries françaises au Japon

- Faire connaître et apprécier les charcuteries et salaisons françaises
- Proposer des produits pratiques avec du goût et des textures qui apportent une nouveauté au consommateur japonais
- Faire déguster un morceau de France, de sa culture, de sa tradition, de ses savoir-faire

Les charcuteries françaises créent l'ambiance



MERCI DE VOTRE ATTENTION !

