

Ouverture de la saison de Chasse 2009 2010

Retrouver la voie des saveurs sauvages

La viande de gibier fait partie de notre patrimoine gastronomique et de notre économie rurale.

C'est souvent le dernier lien entre le citoyen, la nature et le chasseur, à travers la convivialité d'un faisan au chou ou d'un civet de sanglier partagés.

Jugeant que la venaison n'avait pas en France une valorisation culinaire et économique suffisante, la Fédération Nationale des Chasseurs (F.N.C.) a identifié les forces et faiblesses du secteur de la viande de gibier, et mené différentes actions :

- Lever les freins réglementaires franco-français
- Appliquer les préceptes de l'hygiène alimentaire au gibier, sans nuire au partage convivial du gibier, tout en apportant aux professionnels de la filière venaison l'indispensable garantie de sécurité sanitaire.
- Confirmer la qualité nutritionnelle de la viande de gibier : Pauvre en lipides, riche en protéines, source de potassium, de fer et de phosphore : cette viande entre résolument dans les critères actuels de recommandation nutritionnelle.
- Sensibiliser les opérateurs en aval de la filière : jusqu'alors, la France importait entre 60 et 80% de sa consommation de viande de gibier ! En fédérant l'offre de la venaison, issue des chasses françaises, sous une marque unique « Gibier de Chasse Chasseurs de France », la FNC a apporté une cohérence et une visibilité à l'attention de ces professionnels. Ceux-ci ont très rapidement manifesté leur intérêt, comme l'a montré le succès des opérations avec les Brasseries FLO et les entrepôts METRO, l'an dernier.
- Organiser la collecte : Comment organiser la collecte pour intéresser les filières de transformation ? La Fédération Nationale propose aux chasseurs son expertise dans ce domaine, afin d'initier la réflexion, la préparation et les contacts nécessaires à l'émergence d'une filière locale. Cet appui, aujourd'hui insuffisamment exploité, a besoin d'être relayé davantage pour être mieux connu.



A l'ouverture de la saison cynégétique 2009, le « Gibier de Chasse Chasseurs de France » a considérablement progressé. Il a désormais assis sa reconnaissance et sa visibilité auprès des professionnels, dont les initiatives commerciales sur le gibier français se multiplient.

C'est désormais vers le consommateur qu'il nous faut nous tourner et ce, à travers les meilleurs ambassadeurs du gibier français que nous puissions avoir : les restaurateurs. Cet automne, la FNC organisera différentes manifestations de presse avec les restaurateurs, autour de la cuisine du gibier français. Apprendre à mettre en valeur les saveurs authentiques de la nature et surprendre les convives avec un gibier sobriement cuisiné et des recettes modernisées : n'est ce pas là un moyen de donner à la chasse une autre forme de légitimité ?