

Donner et profiter de la visibilité

Le Salon international de l'Agriculture 2026 se tiendra du 21 février au 1^{er} mars à Paris. L'émergence de la dermatose a obligé les sélectionneurs bovins, à contrecœur, de ne courir aucun risque sanitaire. Amputés des concours, pour autant, plus de 600.000 visiteurs sont attendus. Le Département veut profiter de cette vitrine pour décupler la promotion des produits, agriculteurs et territoires de Saône-et-Loire.



Le stand de la Saône-et-Loire sera situé dans le Hall 7-2 (A001 et B001) sur une surface de 100 m², avec de nombreux producteurs, produits et pour le lancement d'une boutique en ligne : pourdebon.com

Malgré un contexte agricole tendu, le Département de Saône-et-Loire confirme sa participation au Salon international de l'Agriculture à Paris. Un choix assumé, présenté lors d'un point presse organisé mardi 3 février à la Maison du Charolais, à Charolles, en présence des représentants des filières agricoles.

Pour André Accary, président du Département, la question ne se posait pas. *« Dans cette période encore tourmentée pour l'agriculture, il était hors de question de ne pas être présent. Le Salon reste une vitrine extraordinaire pour nos savoir-faire et pour celles et ceux qui nous nourrissent au quotidien »*, a-t-il souligné. Premier salon professionnel français en termes de fréquentation, l'événement constitue, selon lui, un levier essentiel de reconnaissance pour les productions locales.

Depuis quatre ans, la collectivité a fait le choix d'un stand propre, entièrement dédié à la Saône-et-Loire, rompant avec une présence limitée (un jour par semaine) au sein du stand régional. *« Aujourd'hui, nous avons le temps et l'espace nécessaires pour mettre en valeur l'ensemble de nos filières »*, a insisté André Accary, soulignant que cette initiative a depuis inspiré d'autres départements.

Cette volonté est partagée par Frédéric Brochot, vice-président en charge de l'agriculture et de la viticulture. *« Être présent neuf jours à Paris, c'est donner une visibilité réelle à nos producteurs, à nos territoires et à la diversité de nos productions »*, a-t-il insisté. Chaque journée du salon sera ainsi dédiée à un territoire du département, avec la présence d'agriculteurs venus présenter et faire déguster leurs produits.

Au-delà de la vitrine parisienne, le vice-président rappelle que le soutien départemental s'inscrit dans la durée alors qu'il n'en a plus forcément la compétence : dispositifs d'aides, laboratoire Agrivalys, plateforme Agrilocal.... À ce propos, *« dans nos établissements, 99 % de la viande consommée est d'origine française, et en grande*

partie locale. L'objectif est clair : aller encore plus loin », a promis André Accary visant le 100 % local ou français.

Redonner de la fierté au métier

Revenant sur le Salon à Paris, le président de la Chambre d'agriculture de Saône-et-Loire, Luc Jeannin a salué un « *investissement indispensable* ». « *Le Salon, c'est l'identité de nos territoires, de nos produits, de nos producteurs. C'est aussi un rendez-vous avec les consommateurs et avec les jeunes générations* », a-t-il rappelé, prolongement de la nécessité de redonner de la fierté au métier d'agriculteur.

Les représentants des filières ont, eux aussi, souligné l'importance de cette présence départementale. Jacky Plançon, président de l'AOP Boeuf de Charolles, a évoqué un contexte sanitaire et économique difficile, tout en notant une progression des volumes en 2025. « *Être au Salon, c'est montrer nos spécificités, défendre nos produits et rappeler le travail de fond mené depuis des années* », a-t-il déclaré.