

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.

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



Le marteau de Thor, jarret AOP mijoté 15 heures, sera présenté à Paris sur le stand du Département mais déjà présent à la Maison du Charolais, ici présenté par Cédric Potherat, Frédéric Paperin et Frédéric Navez.



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

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 Bœuf 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.

Cédric Michelin

Valoriser la génétique par solidarité

Hugues Pichard, président de Races de France et de l'OS Charolais France, a exprimé une émotion palpable en évoquant l'absence de concours, notamment bovin charolais, rappelant combien ces rendez-vous structurent des parcours de vie. Il a souligné que *« ne pas pouvoir concourir, c'est aussi priver un jeune d'un moment fondateur, parfois décisif dans son engagement et sa construction professionnelle »*. Des réflexions sont en cours pour remédier à cette absence.

Ce choix a été dur et d'autant plus pour l'OS Mouton Charollais. Pour son président, Denis Berland, le choix de ne pas présenter d'animaux cette année a été fait par solidarité avec les éleveurs confrontés aux contraintes sanitaires. Mais l'OS tiendra bien salon : *« être présents, même autrement, reste essentiel »*, a-t-il souligné, appelant à rester positifs pour les jeunes qui s'installent, en lançant une invitation pour Palinges ce 19 février.

Accents Charolais, chant bressan et morvandiau

Les trente appellations de Saône-et-Loire se relaieront donc sur le stand comportant un espace pour échanger et accueillir des personnalités. Le stand sera agrémenté de messages décalés (Le porc parle morvandiau ; bœuf et mouton ont un accent charolais ; le poulet chante en bressan). Les vins se marieront parfaitement avec même un point animation photo. Il sera possible de commander virtuellement des produits vendus sur place par la boutique de la Maison du Charolais. Cette dernière illustre justement cette stratégie de valorisation. Créée en 1999 à l'initiative du Département, elle accueille plus de 30.000 visiteurs par an, record historique pour son président Arnaud Durix. La Maison participe elle aussi au Salon, avec animations, dégustations et vente de produits. *« Être sur le stand départemental renforce notre notoriété et celle de nos filières »*, a-t-il montré la voie à suivre, avec la recette du marteau de Thor, morceau de jarret AOP mijoté 15 heures à basse température. Amis carnivores, il faut passer commande pour l'avoir à la carte à Charolles d'ores et déjà.

À Paris, la Saône-et-Loire entend ainsi porter un message clair : celui d'une agriculture vivante, diverse et soutenue politiquement. Un engagement revendiqué, au service des producteurs comme de l'image du territoire.