

# Salon de l'agriculture 2023 : les médias entre célébration et inquiétude

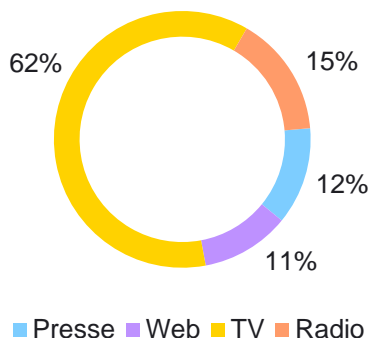
24 février – 5 mars 2023

Une forte visibilité de l'édition 2023, avec 17 messages par Français grâce à la puissance de la télévision



**1 680 UBM**

-3% par rapport à 2022

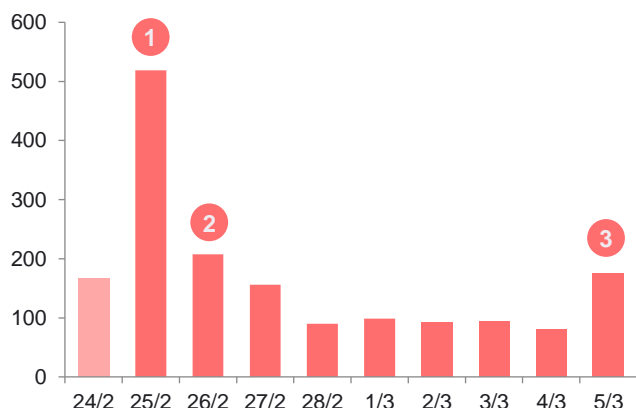


- Tenu du 25 février au 5 mars, le **Salon International de l'Agriculture 2023** s'ouvre dans un **contexte tendu** : réforme des retraites, sécheresse, inflation... **Chaque Français de 15 ans et plus est potentiellement exposé 17 fois** à l'événement entre le 24 février et le 5 mars, soit **2 messages par jour en moyenne**. La médiatisation est **relativement stable par rapport à 2022 (1 724 UBM)**, année électorale qui a pourtant vu de nombreux candidats sillonner les allées de la plus grande ferme de France. Elle reste néanmoins en-deçà de son niveau avant-Covid (2 836 UBM en 2020). La « **visite marathon** » d'**Emmanuel Macron le jour de l'ouverture** est le grand point d'orgue médiatique de cette 59<sup>e</sup> édition.
- La **télévision** est de loin le **meilleur relais de l'événement** grâce à la **force de frappe des JT**, à commencer par celui de **TF1** (36 min d'antennes cumulées). *France 2*, *France 3* et *M6* sont également très impliquées, avec notamment des éditions du 12/13, du 19/20 et de Capital en direct du salon.

## Une inauguration sous l'œil des caméras avec la visite d'Emmanuel Macron

En UBM

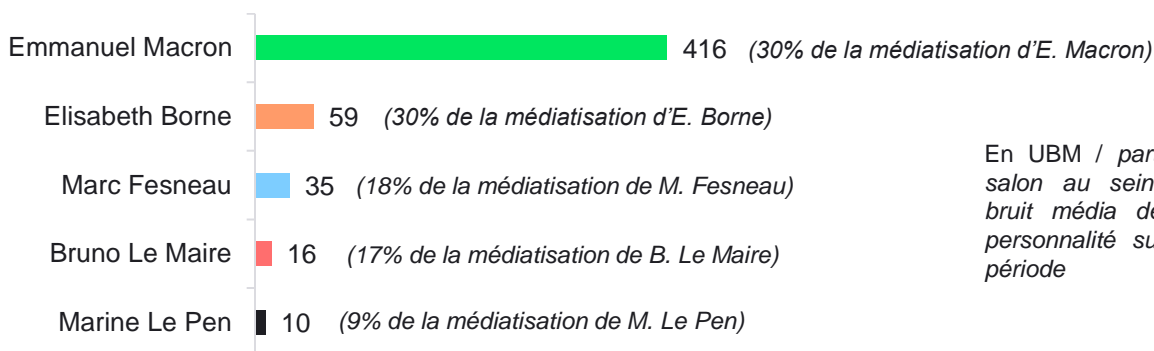
■ Saisonnalité et temps forts



- 25 février** **519 UBM**  
Ouverture du salon et visite d'Emmanuel Macron. La journée concentre à elle seule 31% de la visibilité de l'événement.
- 26 février** **208 UBM**  
Retour sur la visite d'Emmanuel Macron et sur ses annonces, retombées sur les stands de gastronomie aux JT.
- 5 mars** **176 UBM**  
Clôture du salon sur une fréquentation en hausse, retour sur la fermeture anticipée de la veille en raison d'une affluence trop forte.



## Emmanuel Macron de loin la personnalité politique la plus associée au salon



En UBM / part du salon au sein du bruit média de la personnalité sur la période

- Présent durant 13 heures le 1er jour du salon, **Emmanuel Macron** oscille entre « **selfies, bain de foule, applaudissements, huées et sifflets** » (*France Inter*). Le Président rassure les pêcheurs sur l'aide carburant, annonce un plan de sobriété sur l'eau et demande aux distributeurs « *un effort sur leurs marges* ». Il est également interpellé sur les retraites et pris à partie par un militant écologiste. « *Le menu du Président au Salon de l'agriculture a été copieux* », écrit le JDD.
- Elisabeth Borne** se rend à son tour au salon le lundi 27 février. La Première Ministre y évoque les alternatives aux pesticides, confirme qu'un plan sur l'eau est en préparation et revient sur la question des retraites. Moins chahutée que celle du Président, sa visite est « *un jour tranquille* » pour *leparisien.fr* et une « *déambulation sous contrôle* » pour *Le Figaro*.
- Le ministre de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire **Marc Fesneau** reste omniprésent durant toute la durée du salon : 4 vérités de *France 2*, Grand jury *LCI – RTL*, portrait dans *Le Figaro*, interviews dans *Libération* et dans la presse régionale, annonce d'un grand plan pour les fruits et légumes...

## Une 59<sup>e</sup> édition tirillée entre crises et célébration de l'agriculture française

- « **Les défis et la fête** » : c'est *La Dépêche du Midi* qui, par ce titre, résume le mieux la couverture de l'événement. D'un côté, les médias s'attardent ainsi sur **les nombreux challenges de l'agriculture française** : hausse des coûts de production, négociations commerciales, aléas climatiques, transition écologique, digitalisation, vieillissement de la population agricole... « **Malaise à la ferme** » titre l'édito du *Figaro*, quand *Libération* exhorte la filière bio à « *tenir le choc* ».
- De l'autre côté, la fête. Les journalistes partent tour à tour à la découverte de la vache Ovalie, égérie du salon, couvrent les nombreux concours agricoles, mettent en avant le savoir-faire de nos terroirs et la passion de nos agriculteurs ou bien suivent les déambulations de familles dans les allées... « **L'ambiance est plutôt à la joie et à la transmission** » explique *M6*, les visiteurs venant « *prendre une bouffée de campagne* » pour *TF1*.
- A sa fermeture, **le bilan de l'édition fluctue entre positif et mitigé**. Si la majorité des sources évoque une « **affluence record** » (*France 2, France 3, M6*) ou un « **franc succès sur le plan populaire** » (*France2vinfo.fr*), certaines regrettent « **quelques perturbations** » (*RTL.fr*), à l'image de la fermeture des portes pour raisons de sécurité l'avant-dernier jour ou « **l'abus d'alcool** » (*Lefigaro.fr, Aujourd'hui en France*).

### Méthodologie :

L'UBM est un indicateur global d'impact médiatique offline et online. Le calcul d'impact sur les médias traditionnels est basé sur l'espace rédactionnel occupé par l'information, en pages ou en secondes, à partir d'un corpus de 120 supports leaders en termes d'audience sur la cible grand public.

Cette mesure de visibilité est pondérée par l'audience moyenne du média qui véhicule l'information auprès de la cible grand public (15 ans et plus).

Pour la presse écrite et le web, seuls les mots-clés associés au salon de l'agriculture dans la titraille ou l'iconographie des articles sont retenus.

100 UBM = 100% des Français 15+ exposés = 55 millions de contacts