

Salon de l'Agriculture, Mercosur, loi Duplomb, dermatose nodulaire...

Tagaday dévoile la 1^{ère} édition de l'Observatoire du traitement médiatique de l'agriculture

TV & radios | Presse écrite | Presse en ligne

Paris, février 2026. **A quelques jours de l'ouverture du Salon de l'Agriculture dans un climat de très fortes tensions, [Tagaday](#), 1^{ère} plateforme de veille médias, dévoile la 1^{ère} édition de son Observatoire du traitement médiatique de l'agriculture dans les médias français.**

3 millions de contenus médiatiques en 2024 / 2025

Avec 3 001 183 contenus publiés dans la presse française en seulement deux ans, soit une augmentation annuelle moyenne de plus de 30 % par rapport aux huit années précédentes, la thématique agricole s'impose désormais comme un sujet central dans les rédactions.

Mercosur, PAC, dermatose nodulaire, loi Duplomb, ou encore controverse autour de la réintroduction de l'acétamipride... les sujets sont nombreux. Dans un contexte de paupérisation du monde paysan et de période pré-électorale, les agriculteurs sont « chauffés à blanc ».

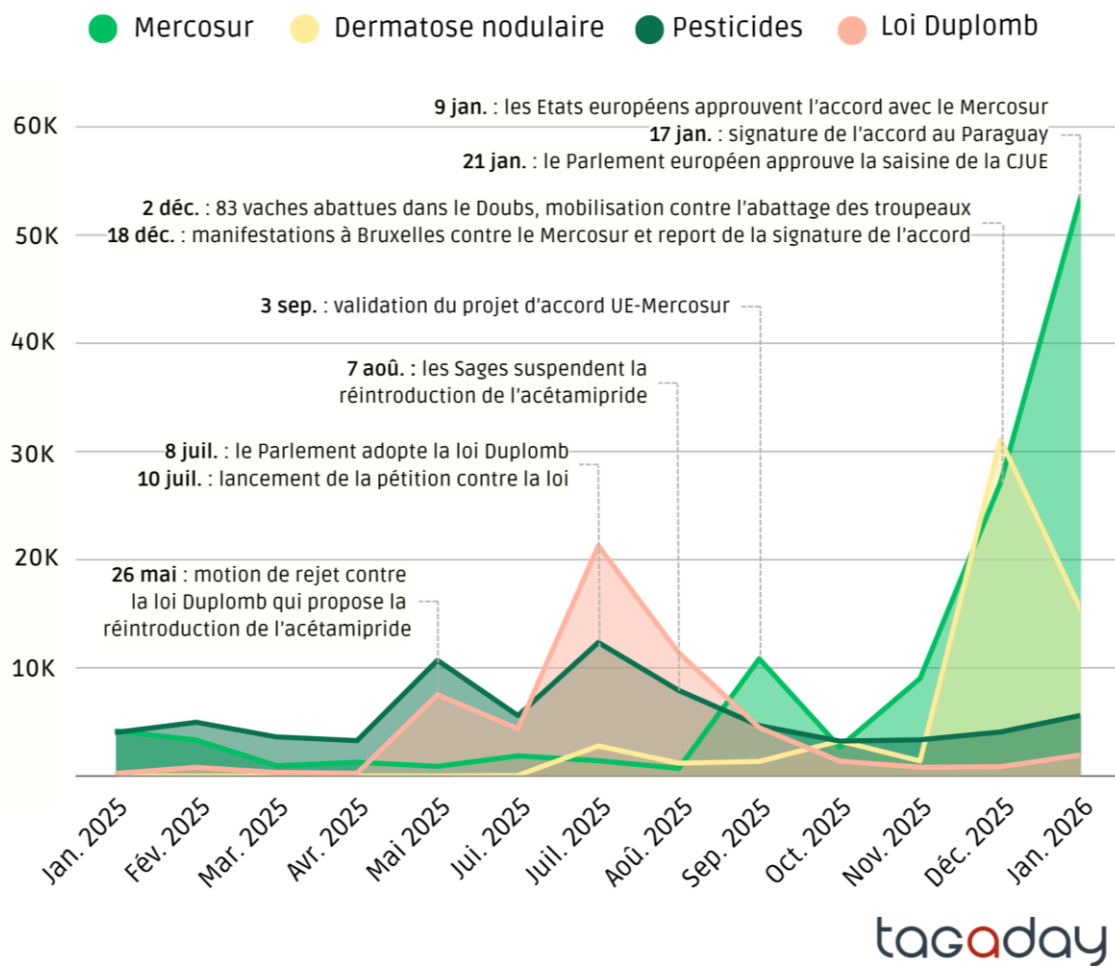
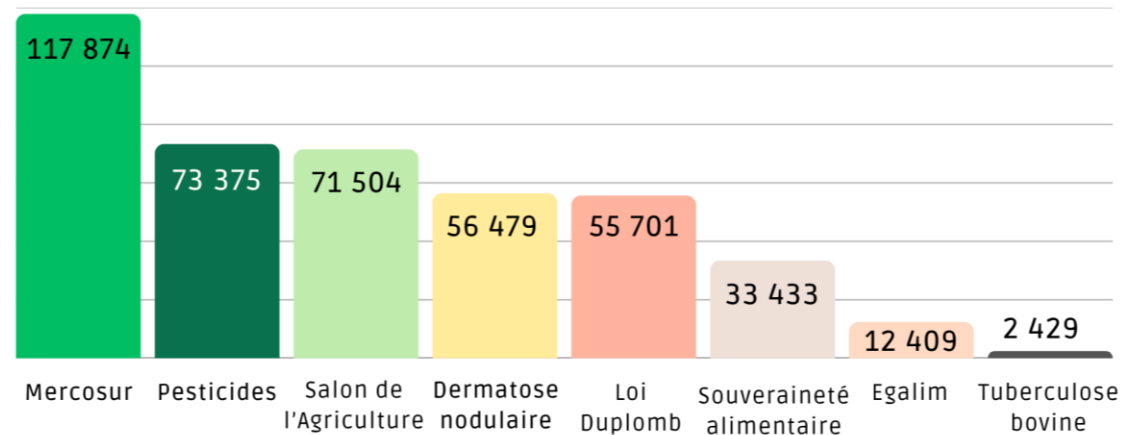
Quels échos ces événements trouvent-ils dans les médias français ? Quelle place occupent les syndicats agricoles dans l'espace médiatique ? Plus largement, quels sont les sujets structurants dans le traitement médiatique de l'agriculture au cours des dix dernières années, et quelle visibilité est accordée au Salon de l'agriculture ?

Principaux résultats et enseignements.

2025 : l'annus horribilis de l'agriculture

Mercosur : catalyseur médiatique de la crise agricole

Volume de contenus médiatiques du 1er janvier 2025 au 31 janvier 2026

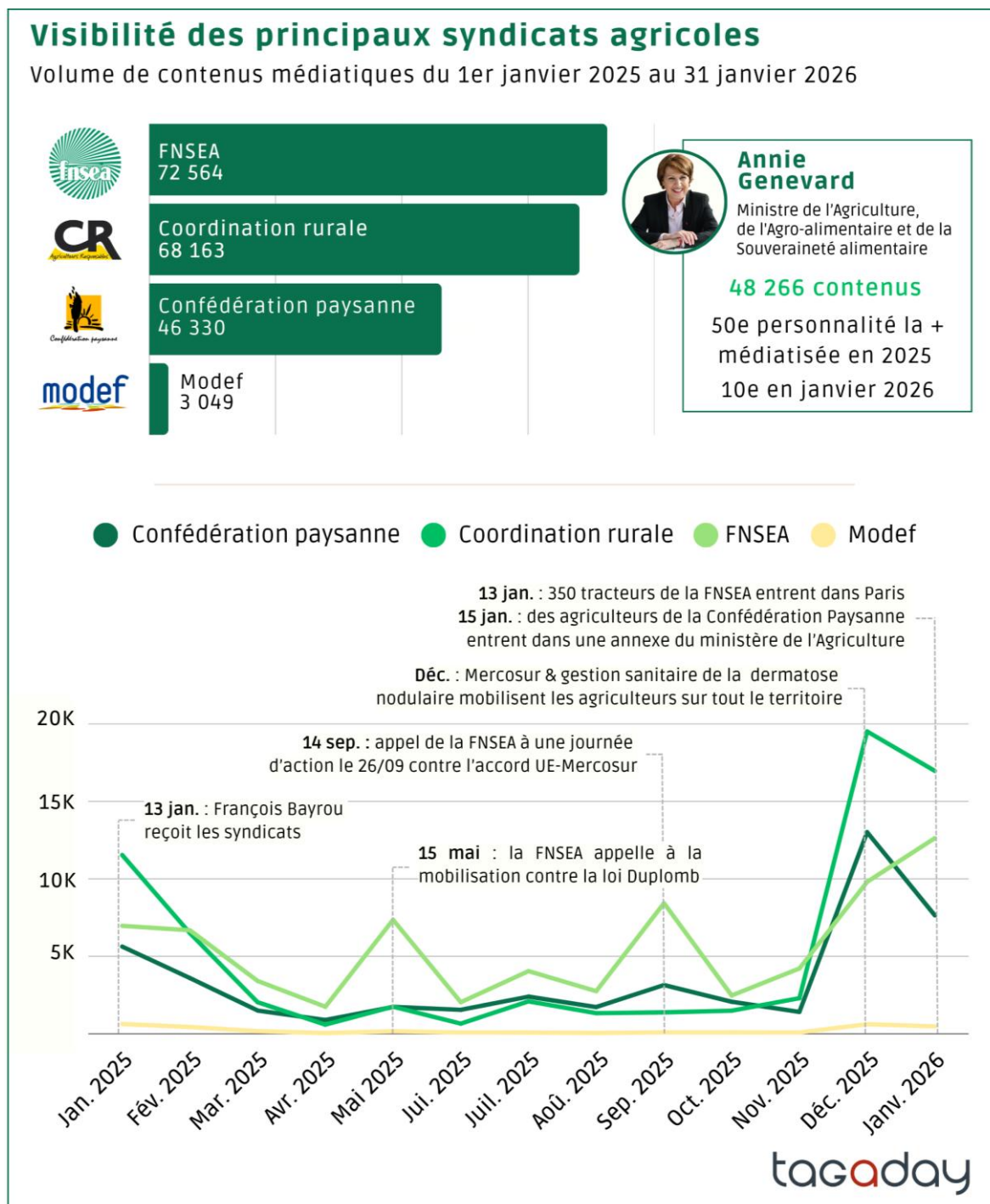


Signé le 17 janvier 2026, après plus d'un quart de siècle de tractations, l'accord UE-Mercosur reste fortement contesté. Les dernières étapes de la négociation et la signature ont cristallisé la colère du monde agricole, soulevant de nombreux débats sensibles : souveraineté alimentaire, concurrence déloyale des pays exportateurs, normes sanitaires et environnementales ou encore compétitivité d'une agriculture française déjà fragilisée. Face à ces tensions et aux nombreuses critiques, le Parlement européen est intervenu en saisissant la Cour de justice de l'Union européenne (CJUE), repoussant ainsi la ratification.

Entre janvier 2025 et janvier 2026, **le Mercosur a généré plus de 117 000 contenus médiatiques**, avec un pic de près de 54 000 articles en janvier 2026, contre une moyenne mensuelle d'environ 5 000 en 2025, faisant de ce dossier la thématique agricole la plus commentée de l'année.

Cette prédominance médiatique dépasse celle d'autres enjeux majeurs du secteur, eux aussi largement débattus : **les pesticides (73 375 contenus)**, **la dermatose nodulaire (54 479 contenus)**, **la loi Duplomb (55 701 contenus)**, ou encore **la souveraineté alimentaire (33 433 contenus)**.

Visibilité des syndicats en 2025 : la Coordination rurale talonne la FNSEA



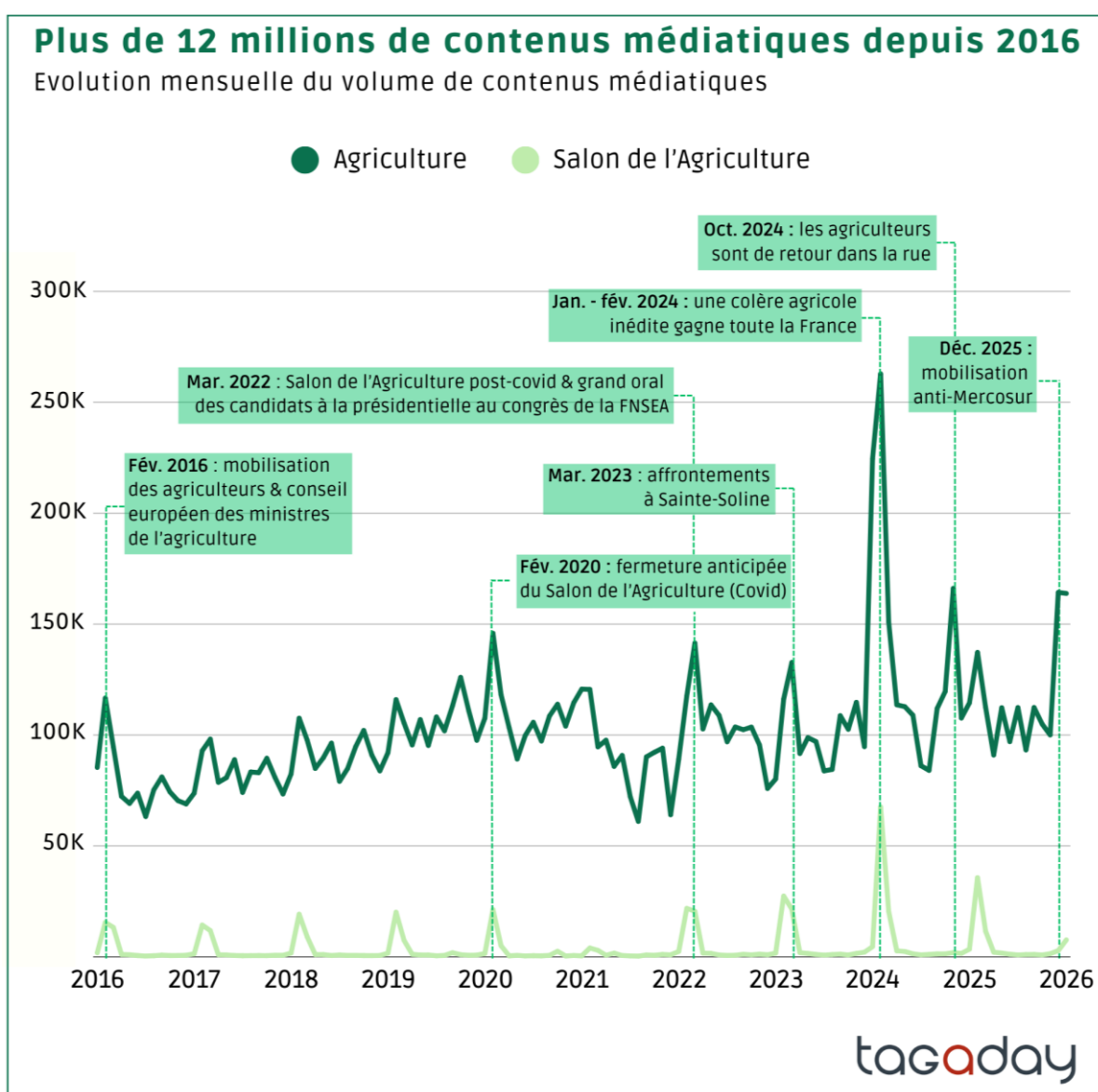
La FNSEA, syndicat majoritaire historique, est à la fois présente sur tous les fronts de la contestation et critiquée par ses détracteurs pour son soutien à une agriculture « productiviste ». Dans l'ensemble, elle domine en volume médiatique avec plus de 72 000 contenus. **La Coordination rurale** a, quant à elle, vu son exposition exploser en fin d'année,

avec plus de 19 000 contenus rien que pour le mois de décembre 2025, à la suite de son appel à la mobilisation contre la politique d'abattage des troupeaux dans le cadre de la crise sanitaire de dermatose nodulaire. Cette surexposition permet au deuxième syndicat français d'afficher une visibilité quasi équivalente à celle de la FNSEA, avec 68 163 contenus sur l'ensemble de 2025.

Très active également sur la gestion sanitaire de la dermatose nodulaire, la **Confédération paysanne** (46 330 contenus) confirme son statut de troisième force médiatique du secteur. **Le Modéf**, en revanche, reste largement en retrait avec seulement 3 049 contenus, reléguant le syndicat à une position relativement marginale dans le débat public.

Par ailleurs, **Annie Genevard**, ministre de l'Agriculture, enregistre 48 266 contenus, un niveau comparable à celui de la Confédération paysanne. 50^e du [classement Tagaday 2025 des 1 000 personnalités les plus médiatisées](#), elle bondit à la 10^e place en janvier 2026, signe que les dossiers agricoles structurent désormais fortement l'agenda politique national.

Augmentation significative des contenus dédiés à l'agriculture



Plus de 12 millions : c'est le volume de contenus médiatiques consacrés aux enjeux agricoles sur dix ans, avec une augmentation significative de +31 % au cours des deux dernières années (3 001 183 contenus en 2024-2025 contre 9 155 270 entre 2016 et fin 2023).

Entre 2016 et 2023, la couverture médiatique de l'agriculture se maintenait à un rythme soutenu, oscillant entre 50 000 et 150 000 contenus par mois, témoignant d'un intérêt constant pour le secteur. L'année 2024 marque toutefois un tournant : la vague de contestation sans précédent propulse l'agriculture à un niveau de visibilité record, avec un pic de plus de 262 000 contenus en février 2024.

L'agriculture devant les grands conflits internationaux. La production journalistique récente place désormais les enjeux agricoles devant d'autres sujets majeurs de l'actualité. À titre d'exemple, pour la seule année 2025, les sujets agricoles cumulent 1,35 million de contenus, contre 1,04 million pour la guerre en Ukraine et 1,1 million pour le conflit Israël – Hamas.

Au-delà des crises émaillant l'actualité, notons enfin que le **Salon de l'Agriculture conserve son statut de rendez-vous médiatique incontournable** : il représente à lui seul 4 % du traitement médiatique du secteur sur la décennie, confirmant son rôle de baromètre annuel du monde agricole français, particulièrement à l'approche des échéances électorales majeures.

***Méthodologie :** étude réalisée sur la base de l'analyse de plus de 5 500 programmes d'information (diffusés par 410 chaînes et stations TV/radio pour une moyenne de 2 400 heures quotidiennes) et d'une sélection de 3 000 publications de presse écrite (titres de la presse imprimée et sites web éditoriaux). Les articles paraissant dans plusieurs éditions de publications print régionales ne sont comptabilisés qu'une fois.*

A propos de Aday

Fondée en 1985, Aday est une société française indépendante à forte expertise technologique. Elle développe des solutions de marquage, de traçabilité et de routage des contenus, au service de la protection des droits et de la valorisation des publications.

Aday est notamment à l'origine de Tagaday, un moteur d'indexation et d'analyse qui capte en continu les flux presse (papier, Web, audiovisuel), applique un marquage numérique à chaque contenu, et garantit ainsi une identification précise des usages.

La plateforme Tagaday analyse et restitue à une clientèle de décideurs et de communicants les contenus pertinents et toutes les retombées médias de leurs alertes : veille de crise, de la concurrence, de la réputation... Revues de presse, panoramas et bilans, analyses quanti et quali, recherches d'archives : tous les services Tagaday rémunèrent les éditeurs par un prélèvement à la source s'appuyant sur un marquage numérique traçant chaque contenu et chaque usage de chaque client.

Avec toute l'intelligence artificielle nécessaire et ce qu'il faut d'esprit, Tagaday sert le marché de la veille et de l'analyse des médias avec une précision et une rapidité inégalées.

En savoir plus sur Aday et Tagaday, la 1^{ère} plateforme de services de veille des médias : www.aday.fr

Contacts presse

Agence Dakota Communication

aday@dakota.fr – 01 55 32 10 40