



FNPSMS  
maiz'EUROP



AGPM  
maiz'EUROP

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

### **La campagne « Cet épi m'épate ! » remporte le Gold Sabre Award 2017 de la meilleure campagne française**

*La campagne de promotion du maïs Cet Epi m'épate, conduite à l'initiative de la FNPSMS par l'ensemble de la filière (AGPM, FNPSMS et GNIS) avec l'agence Burson – Marsteller i&e a remporté le prix Gold Sabre Award\* 2017 de la meilleure campagne française remis le 28 mai dernier à Londres. Ce prix de renommée internationale, fondé dans les années 2000 par le britannique Paul Holmes, a ainsi récompensé le travail de trois années de promotion du maïs (sur la période 2014-2016).*

Cette campagne, au ton décalé et amusant, avait pour objectif de changer le regard des français sur le maïs en leur révélant les usages variés et méconnus de la céréale : produits alimentaires, cosmétiques, médicaments, matériaux, emballage. L'objectif était de positionner le maïs comme une plante épataante qui contribue à un quotidien plus agréable, pratique et naturel.

La particularité de cette campagne a été d'intégrer différents formats, adaptés à une large palette de publics :

- Une campagne d'opinion avec une série de 5 visuels décalés pour la presse nationale et régionale.
- Des chroniques et des partenariats radios sur le maïs "dans notre quotidien".
- Des opérations innovantes avec des youtubers.
- Des opérations de proximité avec le bus « Cet épi m'épate » pour rencontrer le grand public et les influenceurs.
- Un prix Imagin'Maïs pour sensibiliser les étudiants ingénieurs et universitaires à la culture et à son potentiel au service d'une diversité d'usages.
- Et des relations presse et blogueurs complétées par des relations institutionnelles.

Pour Joël Arnaud, Président de la FNPSMS : « Ce prix est une très belle consécration pour cet investissement collectif de toute la filière au service de la plante maïs. Il montre tout l'intérêt d'une collaboration d'expertises diversifiées : agriculteurs, communicants et semenciers, qui ont participé à ce travail ». Pour Daniel Peyraube, Président de Maiz'Europ' : « Je suis d'autant plus fier de ce prix qu'il y a eu des innovations et des prises de risque dans cette campagne totalement en adéquation avec la démarche de notre filière. On entend trop souvent que le monde agricole ne sait pas communiquer. Ça c'était avant ! Les agriculteurs et leurs organisations ont pleinement mesuré l'enjeu de prendre leur image en main et le maïs n'a pas fini d'y prendre part ».

*\* : Les grands prix SABRE awards sont organisés chaque année par le groupe Holmes, analyste de référence des relations publiques et éditeur du Holmes Report qui fait autorité dans le monde des relations publics. Ces prix sont parmi les plus prestigieux sur le plan international.*

**Contact Presse** : Anne KETTANEH : tél. 06.83.22.05.01 - anne.kettaneh@agpm.com