



ENSEMBLE POUR UN MAÏS CITOYEN

L'INFO SOUS TOUTES SES FORMES / RAPPORT D'ACTIVITÉS 2016-2017

SOMMAIRE

- EXPRIMER NOTRE AMBITION POUR LE MAÏS FRANÇAIS
- COMMUNICATION GRAND PUBLIC UNE DYNAMIQUE SE POURSUIT
- PASSION CÉRÉALES, UNE MULTITUDE D'ACTIONS AU SERVICE DE LA FILIÈRE
- PROMOTION DE LA CULTURE ET DU PROGRÈS GÉNÉTIQUE

Maiz'Europ' mène sa mission d'information et de promotion de la plante maïs auprès de diverses cibles. En 2017 ces actions ont poursuivi trois objectifs principaux. Tout d'abord soutenir l'action syndicale. L'arrivée de nouvelles équipes dirigeantes dans notre pays, a conduit l'AGPM à exprimer notre vision du maïs et des besoins des producteurs pour une maïsiculture d'avenir. Ensuite, poursuivre l'ambition portée par la campagne Cet épi m'épate afin de mieux faire connaître la culture au grand public et aux relais d'opinion. Ces actions sont complémentaires à celles de Passion Céréales, collective dans laquelle l'AGPM et son Président restent très impliqués. Enfin, assurer la promotion de la plante maïs et du progrès génétique auprès des agriculteurs producteurs de grain et des éleveurs utilisateurs de fourrage, en France et à l'étranger.

EXPRIMER NOTRE AMBITION POUR LE MAÏS FRANÇAIS

Année d'élections présidentielle et législative, 2017 a été marquée par une intense activité syndicale et l'ambition de partager notre vision du maïs et des solutions à mettre en œuvre afin d'améliorer durablement la situation des maïsiculteurs. Dès janvier, la conférence de presse de bilan de la campagne de l'AGPM donne le LA en affirmant les priorités de l'AGPM en matière d'assurance récolte et de PAC. Fin février, l'AGPM a investi le Salon International de l'Agriculture pour interpeller les élus et les décideurs sur les atouts de la culture, sa contribution à la puissance agricole de notre pays et les entraves à lever. Les priorités de l'AGPM, à savoir : le

stockage de l'eau, la réforme de la fiscalité, l'accès aux facteurs de production et à l'innovation, la PAC... ont été formalisées dans un tract envoyé aux candidats à l'élection présidentielle et les grandes lignes ont été communiquées aux agriculteurs (dans *La France Agricole*) et aux leaders d'opinion (professionnels et politiques, en particulier dans *Campagne & Environnement*).



Daniel Peyraube face à Emmanuel Macron, futur Président de la République et sa conseillère Agricole, Audrey Bourrolleau.

SENSIBILISER LES NOUVEAUX ÉLUS À L'IRRIGATION

L'irrigation et le stockage de l'eau ont été au cœur des actions du printemps et de l'été. Un document synthétique prônant une ambitieuse politique de l'eau, a été diffusé auprès des cabinets ministériels concernés et des nouveaux députés. De plus, le Président d'Irrigants de France, Éric Frétilière, s'est entretenu sans relâche avec de nombreux médias au moment des annonces relatives au plan sur l'eau.

Cette ambition pour notre culture est relayée à travers une panoplie de publications au service des professionnels. Afin d'avoir accès à tout, il suffit de consulter régulièrement le site Internet de Maiz'Europ' et le compte twitter de l'AGPM.

Entièrement renouvelé, le site présente l'ensemble des composantes de Maiz'Europ' : l'AGPM et ses sections (AGPM Maïs Semence, AGPM Maïs doux), la CEPM (confédération européenne de la production de maïs), Irrigants de France et la FNPSMS (interprofession des semences de maïs et de sorgho).

Le compte twitter @agpm_maïs relaie les actualités de l'AGPM et de Maiz'Europ' auprès d'une communauté en croissance de 1320 abonnés.

COMMUNICATION GRAND PUBLIC UNE DYNAMIQUE SE POURSUIT

CET ÉPI M'ÉPATE : LA CAMPAGNE PRIMÉE

La campagne de promotion du maïs Cet Épi m'épate, conduite par l'ensemble de la filière (AGPM, FNPSMS et GNIS) a remporté le prix Gold Sabre Award 2017 de la meilleure campagne française. Ce prix de renommée internationale a ainsi récompensé le travail de trois années de promotion du maïs (sur la période 2014/16). Il montre tout l'intérêt d'une collaboration d'expertises diversifiées : agriculteurs, communicants et semenciers, ayant participé à ce travail.

PRIX IMAGIN'MAÏS : DE LA GLACE AU TEXTILE, EN PASSANT PAR LES AÉROGELS



Daniel Peyraube a remis un prix à Marilou Simonnetto pour sa glace allégée grâce au maïs

Le Prix Imagin'Maïs a été lancé auprès d'étudiants en vue d'une réflexion prospective sur les rôles du maïs pour répondre durablement aux besoins de la vie quotidienne. Cinq établissements d'enseignement et de recherche ont participé et le jury, Présidé par Daniel Peyraube, le Président de l'AGPM, était composé de six personnalités de la recherche, de l'industrie, de la propriété intellectuelle, de l'agronomie et de la finance. Les huit projets présentés au concours ont été largement salués des membres du jury. Trois prix ont été décernés à l'occasion d'une remise des prix organisée le 14 février.

- Le prix de la « Faisabilité » a été attribué à Marilou Simonnetto qui a conçu une savoureuse glace « au caramel » allégée en sucre et en matières grasses, grâce au Maltitol et aux fibres solubles extraites du maïs.
- Le prix de « l'Innovation » a été attribué à

Lucile Ducloux et Richard Bardl du CEMEF - MINES ParisTech (Sophia Antipolis) pour leurs bio-aérogels pour révolutionner l'isolation ou fabriquer des médicaments « retard », capables de libérer dans l'organisme, avec précision, des molécules thérapeutiques.

• **Le prix de la « Durabilité »** a été remis à Alexe Brugnot, Julien Lacroux, Mathilde Lippi et Marion Torrès de l'ENSCM-Montpellier SupAgro qui ont été capables d'imaginer une nouvelle fibre textile haut de gamme, soyeuse, douce, infroissable, produite localement à partir de rafles de maïs semence.

Les vidéos de la remise des prix sont en ligne sur le site internet de Maiz'Europ' www.maizeurop.com.

CHRONIQUES « PARLONS MAÏS » SUR EUROPE 1

5 jours par semaine, du 25 juin au 13 juillet, les auditeurs d'Europe 1 ont pu découvrir les diverses facettes du maïs (culture, irrigation, exportation, diversité génétique, économie, géographie, bioéthanol, qualités diététiques...) à travers des témoignages d'experts. Ces chroniques sont passées à une heure de grande écoute à 19h30 au cœur de l'émission d'information de Nicolas Poincaré. Il est possible de les écouter sur : <http://www.maizeurop.com/cepi-mepate-parlons-mais-sur-europe1/>

LE MAÏS À LA TÉLÉ

La filière maïs s'était dotée d'une belle vidéothèque. Dans la série Maïs culture durable six vidéos (sur le pop-corn, le maïs doux, l'amidon de maïs mais aussi le bioplastique, l'alimentation animale et le maïs semence), ont été proposées comme contenu de programmation auprès d'une sélection de 200 chaînes de télévisions (nationales et régionales de la TNT, du câble et du satellite), de web TV et de sites web via l'agence Seprem. Il s'agissait de faire connaître à un large public les atouts de la plante maïs et ses multiples utilisations dans le quotidien. Pari réussi ! Du 12 juin au 21 juillet 97 médias ont diffusé le programme intitulé « Maïs : une grande culture durable » dont 46 chaînes de télévision (temps d'antenne de 372 heures), 14 web TV et 37 sites internet.

PASSION CÉRÉALES, UNE MULTITUDE D' ACTIONS AU SERVICE DE LA FILIÈRE

Depuis son origine, l'AGPM est très investie dans Passion Céréales et le Président Daniel Peyraube siège au bureau en tant que trésorier. Voici quelques actions phares de l'année.

L'ODYSSÉE VÉGÉTALE AU SALON INTERNATIONAL DE L'AGRICULTURE

Cet espace reproduit une ferme high-tech et diversifiée avec les principales grandes cultures, une moissonneuse-batteuse, des techniques de pointe (robot désherbeur, drone, gestion optimisée de l'irrigation...), un fournil, une voiture au bioéthanol et des espaces d'animation. Ces derniers ont été investis par la filière maïs qui a

organisé à deux reprises un jeu de questions / réponses sur le maïs et une distribution de pop-corn.

Récolte de maïs à 360°

Un beau petit film a été tourné en trois dimensions pour vivre la récolte du maïs comme si nous y étions. Grâce à des lunettes de réalité augmentée, les visiteurs de divers événements agricoles ont pu vivre ce moment fort de la production.

Destination Céréales

Cette application invite à la découverte des cultures et des produits céréaliers à travers l'observation des paysages. Lancée au début de l'été en prévision des départs en vacances, elle propose des jeux pour sensibiliser les familles aux spécialités culinaires, à la vie des champs, aux métiers, et patrimoine céréalier. Cette application, disponible pour la France et la Belgique, a bénéficié du fond de promotion européen pour les produits agricoles. 5900 utilisateurs ont atteint la « destination céréales ».

MonChamp.fr : l'action de la rentrée des classes

Ce réseau social permet de mettre en relation des agriculteurs et des classes afin que les élèves et leurs enseignants puissent suivre la vie d'un champ, les grandes étapes de la culture et dialoguer avec un agriculteur.

Epok Epi : le magazine des céréales des 7-11 ans

Passion céréales abonne gratuitement les enseignants des classes CE1-CM2 au magazine des céréales Epok Epi. A travers les suivis des programmes scolaires, ce trimestriel informatif et divertissant, propose de découvrir les innombrables facettes des céréales. Plus de 6 000 élèves ont été abonnés en 2016.

LA MALLETTE MAÏS

Ce kit pédagogique a été de nouveau proposé aux enseignants et diffusée à 400 exemplaires en 2016.

REPORTAGE « PROTÉGER LES CULTURES GRÂCE À LA NATURE : LES LÂCHÉS DE TRICHOGRAMMES PAR DRONES »

Un reportage consacré au principal mode de lutte biologique opérationnel aujourd'hui à grande échelle est disponible sur la chaîne YouTube de Passion Céréales.

PROMOTION DE LA CULTURE ET DU PROGRÈS GÉNÉTIQUE

La promotion de la plante auprès des agriculteurs est assurée principalement par la FNPSMS (en étroite lien avec l'AGPM), l'UFS et

le Gnis. Maïs grain et maïs fourrage font l'objet de deux programmes d'actions distincts.

LA PROMOTION DU MAÏS GRAIN

Dans un contexte de baisse des surfaces dans plusieurs zones géographiques et en particulier les surfaces en sec, la FNPSMS a lancé une enquête auprès de producteurs dont les résultats permettront de déterminer les freins et motivation au choix du maïs. Parallèlement la campagne de communication institutionnelle « Le maïs grain, entreprendre pour longtemps », initiée en 2016 (avec des insertions dans la France Agricole au moment des semis), s'est poursuivie sur la base d'un témoignage de maïsiculteur (dans la presse agricole et sur le web).



LA PROMOTION DU MAÏS FOURRAGE

La campagne « Mon maïs fourrage, ma vache et moi » se poursuit sur les réseaux sociaux avec une page Facebook contenant des témoignages d'éleveurs utilisateurs de maïs fourrage ainsi qu'un concours de photos d'ensilage, lancé en août.

La commission maïs fourrage (Arvalis-Institut du-Végétal, FNPSMS et Gnis) informe régulièrement les éleveurs pour leur permettre d'optimiser la culture, la récolte et la conservation du fourrage. Ces informations sont relayées par des communiqués largement diffusés. En raison de l'avance des maïs en 2017, un conseil régionalisé grâce à une carte de France indiquant, dès la fin juillet, les périodes de récoltes probables a été déployé. Un partenariat avec le journal Entraid' a permis de sensibiliser les Cuma à cette problématique de la bonne date de récolte.



Couverture du magazine Epok Epi



PROMOTION DE LA SEMENCE MADE-IN FRANCE

La FNPSMS, qui rassemble les semenciers et les producteurs de semences de maïs et de sorgho, œuvre à faire connaître les atouts de la génétique élite et la qualité des semences françaises. Elle engage diverses missions là où les perspectives de marchés existent.

C'est ainsi que, depuis plusieurs années, diverses conférences et formations à destination des agriculteurs ont été organisées en Ukraine, Serbie, Pologne, Roumanie et Russie. Cette année des plateformes d'essais et de démonstration ont été initiées en Iran.

En complément de ces actions de terrain, la communication digitale a été entièrement revue avec le lancement d'un nouveau site internet international.