



L'INFO SOUS TOUTES SES FORMES

RAPPORT D'ACTIVITÉS 2019-2020



SOMMAIRE

- L'AGPM INFORME LE TERRAIN
- LE MAÏS AU SALON DE L'AGRICULTURE
- CET ÉPI M'ÉPATE :
À LA CONQUÊTE DU GRAND PUBLIC
- PROMOTION DU MAÏS
ET DE LA SEMENCE FRANÇAISE
- LE MAÏS COMMUNIQUE
AVEC PASSION CÉRÉALES

Les différentes entités de Maiz'Europ' mènent de nombreuses actions d'information et de promotion du maïs, que ce soit à destination des élus, des agriculteurs ou du grand public. Ce document présente les principales actions.

L'AGPM INFORME LE TERRAIN

L'AGPM informe régulièrement les producteurs de maïs français de ses actions. La presse agricole, l'application Maïs Connection et les lettres d'information Maïs Actus et Irri@ctus, sont les principaux vecteurs.

La lettre électronique *Maïs Actus* envoyée à quelque 17 000 agriculteurs producteurs de maïs en 2020 (en février et en septembre) informe les producteurs des actions menées par l'AGPM.

Les informations de l'AGPM sont également diffusées via les revues périodiques : les mensuels *AGPM INFO technique* et *économie* et la lettre hebdomadaire *Marchés maïs*.

LE MAÏS AU SALON DE L'AGRICULTURE

Le maïs est chaque année au rendez-vous du Salon International de l'Agriculture (SIA) pour prendre la parole auprès du grand public et des personnalités politiques. La filière a été représentée sur l'espace des *Coulisses des céréales* mettant en scène les différentes familles de l'interprofession céréalière.

ENGAGEMENTS ET ATTENTES DES MAÏSICULTEURS DEVANT LES ÉLUS

L'AGPM a rencontré de nombreux responsables politiques pour affirmer la contribution des producteurs aux enjeux de société. Les représentants de l'AGPM, aux côtés de ceux de l'AGPB, ont démontré leur engagement dans la transition agroécologique attendue par la société.



Échanges privilégiés entre les producteurs de grandes cultures et le Président de la République

Outre le Président de la République, rencontré avec les représentants des Association Spécialisées grandes cultures, 4 ministres, 2 secrétaires d'État ont été rencontrés ainsi que des parlementaires français et européens et des présidents de régions.

LE QUIZZ SUPER MAÏS À LA RENCONTRE DU GRAND PUBLIC

Une animation sur le maïs a été organisée le premier dimanche du SIA au cours de laquelle les visiteurs étaient invités à tester leurs connaissances sur le maïs. Ce jeu a permis de sensibiliser 400 personnes aux différentes facettes de notre plante.

LA REMISE DU PRIX IMAGIN'MAÏS

La troisième édition du prix Imagin'Maïs, organisée dans le cadre des actions Cet épi m'épate, s'est clôturée avec une remise de prix organisée sur le stand des *Coulisses des céréales*. Cette action vise à promouvoir le maïs et ses utilisations auprès des professionnels et étudiants des écoles de cuisine. Elle se poursuit cette année avec un partenariat avec l'école Ferrandi.

CET ÉPI M'ÉPATE : À LA CONQUÊTE DU GRAND PUBLIC

Depuis 2014 la filière maïs et semencière (AGPM-FNPSMS-GNIS) prend en main l'image du maïs. L'année 2020 a permis de poursuivre l'information du grand public et des décideurs sur les enjeux du maïs et de promouvoir le maïs en cuisine. En parallèle un sondage auprès de la population française sur sa perception du maïs durable a été entrepris et contribuera à bâtir la stratégie de communication 2021-2023.

PARLONS MAÏS À LA RADIO

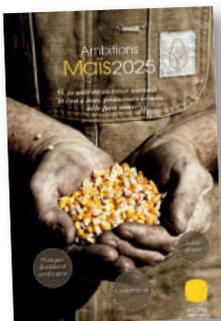
Les chroniques *Parlons maïs* ont investi les ondes radio du 29 juin au 2 août : du lundi au dimanche au moment du journal de la mi-journée. Différents experts ont montré en quoi le maïs était une solution pour répondre aux enjeux d'alimentation, de souveraineté, d'énergie et de climat. [Retrouvez toutes les chroniques ici](#)

LE MAÏS EN CUISINE

Cet épi m'épate conduit un partenariat avec le Youtuber Hervé Cuisine qui a créé quatre recettes originales à base de maïs et diffusées sur ses chaînes YouTube et Instagram. A tester sur : <https://bit.ly/3frd909> et <https://bit.ly/2WYKYyV>

Le #congresmaïs2019
Entre novembre 2019
et août 2020 :
1 000 mentions
et 1 826 480 impressions

Le dernier congrès du maïs a donné lieu à une très large reprise de notre message : « L'AGPM s'engage pour la durabilité du maïs français » dans les titres de la PAD des régions maïs et la situation de l'été a généré de nombreuses prises de paroles sur l'impact de la sécheresse et les facteurs de production.



La plaquette *Ambition maïs 2025* qui guidera l'action syndicale des 5 années à venir a été envoyée aux administrateurs Maiz'Europ' et à l'ensemble de la filière maïs ainsi qu'aux AS végétales, APCA et FNSEA.



Cette campagne, conçue pour les réseaux sociaux, a mis en lumière le travail des producteurs de maïs à une période où la France était bloquée par la pandémie. Elle a été complétée par la campagne #RécolteMaïs.

Même démarche avec l'émission de M6 *Objectif Top Chef*, animée par le célèbre chef du Sud-Ouest, Philippe Etchebest lors de laquelle maïs doux et popcorn jouent les vedettes lors des quarts de finale de la saison 6. La diffusion de l'émission se déroulera au cours du dernier trimestre 2020.

Afin de sensibiliser spécifiquement les professionnels de la cuisine, Cet épi m'épate est partenaire du nouveau journal-dictionnaire *Agueusie* gratuit, qui ambitionne de combattre les préjugés autour de l'alimentation et de mettre en lumière certains aspects de l'histoire de la cuisine.



Thierry Vandame, membre du bureau de l'AGPM et trésorier de Passion Céréales, a participé au tournage d'objectif TopChef afin d'y présenter ses maïs doux et popcorn.

PRÉPARER L'AVENIR AVEC UN SONDAGE D'OPINION

Afin d'éclairer la stratégie à venir en matière de promotion, un sondage d'opinion a été confié au panéliste ViaVoice. Il s'agissait de mesurer l'évolution de la perception du maïs par rapport à 2016, de valider la démarche du plan stratégique AGPM, et de déterminer les axes sur lesquels faire reposer notre récit.

L'étude montre qu'il n'y a pas eu d'évolution majeure de la perception du maïs, qui reste très positive et liée à l'alimentation. Elle montre que les interviewés assurent préférer un maïs français (pour 70 %), sont en faveur d'une meilleure rémunération des producteurs qui cultivent un maïs certifié (pour 80 %), sont en faveur de la rétribution de la captation de carbone (pour 69 %). Mais l'accès aux nouvelles technologies en agriculture ne va pas

de soi, ni la nécessaire durée de la transition écologique (que pour 53 %). Enfin, l'étude démontre une nette différence générationnelle : les plus jeunes étant davantage bienveillants vis-à-vis des producteurs et de la production que les plus âgés, même si ces derniers sont mieux informés des différents usages du maïs et de ses aspects économiques.

PROMOTION DU MAÏS ET DE LA SEMENCE FRANÇAISE

PROMOTION DES SEMENCES DE MAÏS D'ORIGINE FRANÇAISE GRÂCE À MAIZE IN FRANCE

MAIZE in FRANCE Semences d'Excellence Toujours au cœur de la stratégie de promotion de la FNPSMS, la marque *Maize in France*, destinée à valoriser le caractère haut de gamme des semences de maïs produites en France auprès des clients et à promouvoir le savoir-faire français en matière de production de semences, intensifie les actions pour développer sa notoriété.

Après les pays russophones, anglophones et francophones, l'accent est cette année mis sur les clients historiques comme l'Allemagne qui représente une grande partie des exportations françaises. Les outils de communication (sites web, annonce publicitaire, etc.) sont désormais disponibles en allemand.

La diffusion d'une campagne de communication à l'échelle européenne auprès d'une quinzaine de magazines et de sites web spécialisés, a permis aux professionnels de l'agriculture de découvrir la marque et les messages.

MAÏSCULTEURS ET ÉLEVEURS, RETROUVEZ-NOUS SUR FACEBOOK

Présenter des agriculteurs, leurs exploitations tout en montrant l'importance du maïs dans leur quotidien, tel est l'objectif de la FNPSMS, du GNIS et de l'UFS via les communications diffusées sur les pages Facebook *Ma vache, mon maïs fourrage et moi* et *Mon sol, mon maïs grain et moi*. Avec plus de 100 vidéos diffusées sur les deux pages depuis 2016, de nombreux témoins présentent leurs pratiques et affirment leur confiance en la plante maïs.

La communication auprès des exploitants grâce au réseau social Facebook continue de captiver puisque la page *Ma vache, mon maïs fourrage et moi* compte désormais plus de 30000 fans engagés. Communauté friande de nouvelles vidéos et d'informations techniques comme celles issues de travaux sur le maïs fourrage. Les animations proposées, tels que le groupe d'échange *Vachement Pro* ainsi que le concours photo, éveillent régulièrement leur intérêt.

La communauté de la page *Mon sol, mon maïs grain et moi*, a doublée grâce à des contenus adaptés à leur attente de messages axés sur la performance agroéconomiques. Elle atteint presque 13000 fans.

Afin de mettre à disposition plus largement toutes les vidéos déjà diffusées, deux chaînes Youtube respectives aux pages Facebook, ont été lancées en cette fin d'année.

PLANS DE PROMOTION DES SEMENCES DE MAÏS FRANÇAISES SOUTENUES PAR L'UE

L'interprofession continue de mener de nombreuses actions de promotion du maïs et du sorgho dans les différents pays de l'Europe centrale et de l'est grâce aux plans de promotion subventionnés par l'Europe. Les sites internet, réseaux sociaux et autres supports de communication digitaux permettent de valoriser la sélection et les semences européennes auprès de publics variés mais également d'informer sur les débouchés possibles des deux cultures. Jusqu'aux restrictions dues à la situation sanitaire, la F.N.P.S.M.S. a mené diverses actions de promotion locales : conférences, salons, voyage destiné, plateformes techniques... et développé la documentation adaptée aux besoins locaux.

LE MAÏS COMMUNIQUÉ AVEC PASSION CÉRÉALES

L'AGPM est partie prenante des actions menées par la collective *Passion Céréales* avec la présence de Thierry Vandame en qualité de trésorier et de Céline Imart. *Passion Céréales* mène un grand nombre d'actions pour sensibiliser le grand public et les relais d'opinion à la culture des céréales, à leurs utilisations et à la promotion des produits céréaliers aux niveaux national et en région. A noté cette année deux actions phares.

- Une série de mini-vidéos : *Un engagement durable en région*, avec *Passion Céréales* a été déployée du 7 au 20 septembre sur les antennes de France 3 et France Bleu des régions Bretagne, Franche-Comté et Occitanie. Avec deux passages le soir, ce programme a bénéficié d'une large audience. Voici par exemple la vidéo de [Florian Gaultier, Agriculteur dans les Côtes d'Armor](#) sur le désherbage mécanique du maïs.

- La quatrième saison de *Terres de Partage*, un programme court de France 2 parrainé par *Passion Céréales*, s'est déployée chaque week-end du 4 janvier au 1^{er} mars avec 12 épisodes avec des sujets variés : transmission des savoir-faire artisanaux, démarches collectives innovantes, recyclage et matériaux biosourcés dans le secteur agricole, biodiversité au service des cultures... Elles sont à retrouver sur <https://www.france.tv/france-2/terres-de-partage/>



Pour la deuxième année, *Passion Céréales* est partenaire des 13 parcs de loisirs *Pop-Corn Labyrinthe* qui accueillent près de 518 000 visiteurs chaque année du 1^{er} juillet au 1^{er} septembre. Ces parcs, situés sur la façade ouest de la France, proposent 5 km de promenades pédagogiques et ludiques avec diverses animations.