



LE MAÏS FRANÇAIS AU SERVICE DE LA SOUVERAINETÉ ALIMENTAIRE & ÉNERGÉTIQUE DE L'UE



L'INFO SOUS TOUTES SES FORMES / RAPPORT D'ACTIVITÉS 2021 - 2022

L'information produite par Maiz'Europ' tout au long de l'année s'adresse à différents publics. Nos administrateurs et leurs réseaux bénéficient d'informations dédiées concernant la production de maïs en général ainsi que les cultures de maïs spécialisés ; semences et doux, sans oublier les productions irriguées avec des newsletters dédiées. Ce document porte un éclairage particulier sur les actions de communication externe, destinées aux acteurs institutionnels, aux journalistes et au grand public.

MAIZ'EUROP', L'INFORMATION DE LA FILIÈRE TOUT AU LONG DE L'ANNÉE

Maiz'Europ' assure l'information de la filière maïs via 4 outils principaux : les newsletters AGPM *INFO technique et économie* (qui chaque mois font le point sur l'actualité de la filière et les actions de l'AGPM à son service), la lettre hebdomadaire *Marchés maïs*, le compte twitter de l'AGPM (@agpm_maïs) et la page LinkedIn AGPM, notre tout dernier relais pour montrer l'expertise AGPM.

SALON INTERNATIONAL DE L'AGRICULTURE, TEMPS FORT DE LA COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE

Comme chaque année l'AGPM se mobilise au moment du Salon de l'agriculture qui demeure un rendez-vous incontournable. L'AGPM et le maïs étaient représentés sur le stand de l'interprofession céréalière Intercéréales avec l'ambition de présenter un monde de solutions, sur un bel espace comprenant une partie VIP pour l'accueil de personnalités et une partie pour l'accueil du public.

L'ambition pour le climat était un message central du stand, où l'ensemble des maillons de la filière étaient représentés : l'alimentation animale, la meunerie, la transformation.

ÉCHANGES NOMBREUX AVEC LES ÉLUS

Diverses personnalités politiques ont été reçues du samedi au vendredi par le Président de l'AGPM, Daniel Peyraube, le Secrétaire Général,



Cette structure évoquait une bulle d'oxygène pour expliquer le rôle des céréales pour atténuer le changement climatique.

Franck Laborde ainsi que d'autres membres du Bureau. Une dizaine de Ministres (Premier Ministre, Agriculture, Économie, Industrie, Affaires étrangères, Relation avec le parlement, ...), ont été rencontrés, ainsi que 3 candidats à l'élection présidentielle, 6 députés européens, une délégation de la Commission Agriculture du Parlement européen, les membres des Commissions des Affaires Économiques du Sénat et de l'Assemblée Nationale, le Président du Sénat et de nombreux parlementaires français. Ces rencontres ont été racontées dans les émissions vidéo *La quotidienne des céréales*, réalisées en partenariat avec l'AGPB et envoyées chaque jour à 2 000 acteurs de la filière céréalière.

L'ACCÈS À L'EAU, UNE DEMANDE PORTÉE HAUT ET FORT

S'il est un sujet qui divise, c'est bien celui de l'accès à l'eau, mis à la une de tous les médias durant une large partie de l'été. Pour l'AGPM et tout particulièrement pour sa section Irrigants de France, il est indispensable d'affirmer que l'accès à l'eau par le stockage de la ressource hivernale est le meilleur moyen d'adapter notre agriculture au changement climatique. Nous avons abordé ce message de manière proactive : par des actions ciblées en anticipant la vague médiatique de l'été.

UN ESPACE DÉDIÉ AU SALON DE L'AGRICULTURE

Irrigants de France était partenaire du stand *Irriguer, drainer, manger durablement* aux côtés de l'ANDHAR et l'AFEID (Association Française

Daniel Peyraube, président de la filière maïs et de Maiz'Europ' prend régulièrement la parole pour expliquer son action au service de la filière. Voici quelques exemples :



Interview de Daniel Peyraube dans les publications annuelles (revue, agenda, bloc-notes) de la chambre d'Agriculture des Landes



Le Président de l'AGPM affirme sa détermination au service de tous les maïsiculteurs français dans les magazines *Terre Net* et *La France Agricole* de décembre 2021



Daniel Peyraube s'est exprimé en juin dernier pour expliquer les avancées obtenues dans la nouvelle PAC, pour préserver les exploitations maïsicoles spécialisées.

pour l'eau, l'irrigation et le drainage), avec l'APCA, et l'AIMRF (Association des irrigants des régions méditerranéennes françaises). L'objectif était de faire reconnaître le rôle de l'irrigation et du drainage pour la production française par des informations et de la pédagogie. Un objectif réussi grâce à la tenue de quiz permettant aux visiteurs de tester leurs connaissances sur l'irrigation et le drainage.

INTERVENTIONS DANS LES MÉDIAS DURANT L'ÉTÉ 2022

Dans le contexte de la sécheresse et de la canicule estivale, le Président d'Irrigants de France, Éric Frétilière a pris part à différents plateaux TV et a répondu à de nombreux journalistes de la radio et de la presse écrite : BFM Business, LCI, Sud Radio, Le Figaro, l'Opinion...



Éric Frétilière sur le plateau de BFM Business

DE L'EAU POUR NOS TERRES – LA MINUTE INFO

Le programme radio *De l'eau pour nos terres – La minute Info*, a été conçu au printemps dernier par IRRIGANTS de France, la FNPSMS avec les partenaires, Intercéréales et Andhar-Draineurs de France. L'objectif était de sensibiliser le grand public aux enjeux de l'eau. Pour cela six chroniques ont été proposées à 1 000 radios françaises invitées à diffuser le programme entre le 27 juin et le 26 août. Ressources en eau utilisées pour l'agriculture, rôle territorial, économique et environnemental de l'irrigation, usage du drainage, réalité face aux idées reçues,... sont autant de sujets traités dans ces chroniques, réalisées à partir d'interviews de professionnels de la filière (agriculteurs, élus agricoles et agronomes).

Cette action a connu un véritable succès : 164 radios (332 fréquences), dont l'antenne nationale BFM, ont diffusé ce programme pour une audience estimée à 3 459 225 auditeurs quotidiens <https://soundcloud.com/de-l-eau-pour-nos-terres>.

PROMOTION DE LA CULTURE DU MAÏS AUPRÈS DES AGRICULTEURS

La FNPSMS assure de nombreuses actions de promotion de la culture du maïs auprès des agriculteurs et de leurs prescripteurs en France et à l'international pour conforter nos marchés (France et Union Européenne) et en développer d'autres (Russie et Biélorussie par exemple). Au-delà du choix de la culture, les utilisateurs doivent s'orienter vers la semence française, c'est pourquoi la FNPSMS communique sur son excellence. Voici quelques exemples.

DES TÉMOIGNAGES DE MAÏSCULTEURS

Les pages Facebook Ma vache, mon maïs fourrage et moi et Mon sol, mon maïs grain et moi proposent des vidéos de témoignages de maïsiculteurs convaincus et convaincant, ainsi que des animations proposées à la communauté

DE LA PROMOTION À L'INTERNATIONAL

Les actions de valorisation de la filière française de production de semences de maïs en France sont identifiées avec l'appellation « Maize in France - Semences d'Excellence » mettant en avant les nombreuses qualités de sa filière au travers d'un dispositif de communication complet dont une newsletter et un site Internet.



De plus, la FNPSMS en partenariat avec le PZPK (organisation des producteurs de maïs et de semences de maïs polonaise) poursuit la Campagne « Seeds for Future » destinée à promouvoir les cultures de maïs et sorgho et la génétique européenne dans 7 pays Européens (France, Italie, Espagne, Allemagne, Pologne, Roumanie et Bulgarie). Cette campagne passe notamment par des publications dans la presse agricole, des vidéos et des participations à des événements.

PROMOTION DU MAÏS AUPRÈS DU GRAND PUBLIC

La filière maïs prend son image en main et mène un programme de promotion du maïs auprès du grand public. Porté par la marque *Cet épi m'épate – Les épisodes du changement*, le récit initié en 2021 s'est poursuivi tout au long de l'année. Il s'agit de montrer que le maïs est une culture utile et vertueuse qui évolue avec la société, qu'elle accompagne. Le maïs se positionne en solution pour relever le défi du changement climatique. Cette promotion, particulièrement destinée aux jeunes adultes, s'est articulée autour de 3 axes :

- La sponsoring dans les réseaux sociaux de nos médias Les épisodes du changement
- La réalisation d'un spot pour la télévision et diffusé sur les chaînes du groupe M6
- Des partenariats avec d'autres médias



Des professionnels interrogés au micro de Marc Perrin, expliquent le rôle du maïs, le poids de la filière, racontent leur métier, apportent leurs éclairages sur des idées reçues

Notre médiathèque *Les épisodes du changement* totalise 7 podcasts audio disponibles sur les plateformes de podcasts grand public, 8 vidéos et 8 animations. Ces dernières ont été sponsorisées sur Facebook, afin d'en assurer la visibilité. Maïs et lait, importance du maïs français, bioplastique, popcorn, irrigation, bioéthanol, captation et stockage du carbone sont autant de sujets approfondis avec passion.

Le maïs est passé à la télévision sur les chaînes du groupe M6 (M6, W9 et 6 TER) du 15 avril au 4 juin. Les téléspectateurs urbains de 25 à 55 ans, équipés d'une box, ont pu découvrir un spot TV dans lequel le chercheur en sciences politiques, Mathieu Brun, spécialiste des questions agricoles, explique l'importance géostratégique du maïs. Une version plus longue, enrichie d'un témoignage d'agriculteur, a été diffusée en amont des émissions regardées en Replay. Cette action ayant déjà permis de sensibiliser 500 000 personnes va être renouvelée en fin d'année.

Le maïs est souvent ancré dans des territoires touristiques. C'est pourquoi un partenariat avec les médias *Que faire dans les Landes* et *Que faire dans le Pays basque* (sur Internet, Facebook et Instagram) a donné lieu à deux publications : l'une sur la ferme de Benoit Laborde, producteur de maïs et éleveurs de porcs, proposant des produits gastronomiques en vente directe et l'autre sur le labyrinthe de maïs d'Urrugne. Au-delà des activités proposées, ces articles expliquent le rôle de la culture dans ces régions.

LE PRIX IMAGIN'MAÏS



5 binômes de deux étudiants doivent réaliser une recette créative au maïs

Le prix Imagin'Maïs est un concours culinaire proposé aux étudiants des écoles de cuisine, pâtisserie, diététique et agroalimentaire. L'objectif est de nouer des liens entre la filière maïs et l'univers des restaurateurs, notamment grâce au partenariat avec une nouvelle école chaque année. La dernière édition s'est déroulée jeudi 17 février à l'Institut Paul Bocuse. Deux étudiants de l'école Ferrandi de Bordeaux ont gagné les deux prix en lice. Ce concours a été suivi à distance par près de 2000 internautes et a donné lieu à 33 articles de presse. L'édition 2023 est lancée : le prix sera remis le 7 février prochain à la Faculté des métiers de Rennes, notre partenaire pour cette année 2022-2023.