



« ANTICIPER ET GÉRER L'ENSEMBLE DES RISQUES AU SERVICE D'UNE FILIÈRE MAÏS D'AVENIR »



RAPPORT D'ACTIVITÉ COMMUNICATION 2022-2023

Tout au long de l'année, Maiz'Europ' organise une communication multicanale (newsletter, digital, presse, évènementiel), au service de l'ensemble de la filière maïs, dans sa diversité de territoires et de productions, à destination de toutes ses parties prenantes (agriculteurs, institutionnels, journalistes, consommateurs, pouvoirs publics). En cohérence avec les décisions politiques des instances de gouvernance et en se basant sur les expertises des responsables de dossiers, l'ensemble des actions de communication menées par Maiz'Europ' visent à : relayer les positions syndicales de l'organisation, défendre l'intérêt des producteurs de maïs et faire la promotion des atouts de la filière.

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

L'organisation Maiz'Europ' assure l'information syndicale, économique, technique et politique de la filière maïs, à destination de ses administrateurs et de leurs réseaux, via 5 outils principaux :

- **Newsletter hebdomadaire** : « La Lettre des Marchés du Maïs » propose un décryptage et une analyse de l'ensemble des actualités économiques et marchés de la filière maïs, au niveau international, européen et français.
- **Newsletters mensuelles** : « L'AGPM Info Economique » permet de faire le point sur l'actualité syndicale et économique du maïs, tout en mettant en avant les actions menées par l'AGPM au service de la filière. « L'AGPM Info Technique » est assurée par Arvalis, l'institut technique des filières grandes cultures, et permet de diffuser aux maïsiculteurs et à leurs réseaux une information agronomique adaptée chaque mois.
- **Plateforme digitale** : www.maizeurop.com, cette plateforme digitale offre un accès complet à toutes les informations des structures qui composent la filière

maïs (AGPM et sections, FNPSMS, CEPM, Irrigants de France) et notamment à toutes les actualités, les publications, les communiqués de presse et les chiffres clés.

- **Réseaux sociaux** : la filière maïs dispose de multiples comptes sur les réseaux sociaux pour relayer, sur chaque réseau, les actualités et prises de position de la filière auprès d'une large audience. Deux nouveaux RDV réguliers ont été mis en place : le #MardiEconomie, permettant de publier chaque semaine l'actualité des marchés du maïs de façon synthétique et le #JeudiSansApriori qui, un jeudi par mois, permet de contrer de façon pédagogique une idée opposée au maïs. Nos réseaux : LinkedIn - AGPM & FNPSMS / Twitter - @AGPM_maïs & @Irrigants_Fr.
- **Application mobile** : « Maïs Connexion », une application téléchargeable gratuitement par tous sur Apple Store & Android et permettant d'avoir accès à l'essentiel de l'information syndicale, économique et technique de la filière maïs.



Maïs connexion
L'application des producteurs de Maïs

Toute l'actualité du maïs
dans votre poche au
quotidien !

Présentation de l'application Maïs Connexion

LES CHIFFRES CLÉS DE LA COMMUNICATION

1 conférence
de presse AGPM,
avec **13** journalistes
et près de **35** retombées

8 animations
grand public
autour du
maïs au SIA

5 portraits d'agriculteurs en partenariat
avec le média Néo

+25% d'abonnés sur l'ensemble de
nos réseaux sociaux

LE SALON INTERNATIONAL DE L'AGRICULTURE 2023

Organisé du 25 février au 05 mars, le Salon International de l'Agriculture est un temps fort pour la visibilité de la filière et le portage de nos messages auprès des pouvoirs publics. Cette année, sur le stand d'Intercéales, voici quelques chiffres clés : 12 administrateurs mobilisés ; 48 rendez-vous politiques effectués, 6 newsletters « La Quotidienne des Céréales » en partenariat avec l'AGPB envoyées à près de 2 000 contacts de notre réseau et 2 vidéos produites ; plus de 145 retombées presse sur la filière céréalière et 8 animations pédagogiques autour de la culture du maïs organisées.

Tout au long de ces 9 jours, durant lesquels tous les projecteurs sont braqués sur les enjeux et les acteurs de l'agriculture française, l'AGPM a été au rendez-vous pour représenter la filière maïsicole et défendre la production avec conviction, en se tenant, avec engagement, aux côtés des agriculteurs.

Ainsi face à Emmanuel Macron, face à Marc Fesneau et aux membres du Gouvernement, face aux délégations de parlementaires et face aux élus locaux, l'AGPM a rappelé notamment trois choses essentielles :

- Les interdictions sans solutions et la surtransposition réglementaire dans un marché ouvert, mettent en péril notre production, la compétitivité de nos exploitations et la pérennité de notre agriculture.
- L'eau n'est pas une option, c'est une absolue nécessité si l'on veut continuer à nourrir nos concitoyens. Capter, stocker, utiliser l'eau pour produire, c'est servir l'intérêt général, c'est transformer l'eau et la rendre notamment dans les assiettes.
- L'investissement dans la recherche et l'innovation sont des conditions à l'avenir de notre agriculture pour faire face à l'enjeu incontournable de produire plus et de produire mieux.



© Intercéréales

Visite d'Emmanuel Macron sur le stand d'Intercéréales au SIA 2023

L'ENJEU DE L'EAU : UN AXE DE COMMUNICATION MAJEUR

Face au changement climatique bouleversant notre façon de produire et nos certitudes, la question de l'accès à l'eau est un enjeu absolument central, notamment pour la production de maïs, porté à l'agenda médiatique été comme hiver. C'est pourquoi l'AGPM et Irrigants de France ont fait de l'eau un axe de communication majeur avec trois angles principaux : la pédagogie, l'illustration par la preuve et le témoignage et les propositions d'avenir. Afin d'anticiper le temps très sensible de l'été, un voyage de presse a été organisé par le service communication le mardi 1^{er} août sur la ferme du président d'Irrigants de France, Eric Frétilière, pour échanger sur les enjeux autour de l'irrigation et dévoiler les priorités et les ambitions du syndicat. Au total, 6 journalistes ont fait le déplacement jusqu'en Dordogne : Réussir La Dordogne, Sud-Ouest, La France Agricole, France Bleu, L'Éleveur Laitier, la chaîne locale TV7. Pour les absents, un communiqué a été envoyé à toute la presse, insistant sur la nécessité de cohérence des politiques publiques et d'une gestion locale du partage de l'eau, d'un accès à la ressource et du développement du stockage et de l'amélioration de l'efficacité de l'usage de l'eau et de l'investissement dans l'innovation. Près de 38 retombées presse mentionnant Irrigants de France dont : l'AFP, le Figaro, France Inter, France Bleu et La France Agricole ont été recensées à la suite de cette action.

Également, afin de porter ces messages et de donner une voix plus importante au syndicat représentant l'intérêt des irrigants français et défendant un accès à l'eau partout et pour tous, un compte Twitter a été créé fin mars,



© IRRIGANTS de France

Eric Frétilière, lors du voyage de presse organisé sur son exploitation en août 2023

réunissant à date plus de 480 abonnés et 81 posts, soit près de 10 posts chaque mois. C'est dans cette voie qu'une campagne digitale « L'inf'eau en 60 sec chrono » a été menée du 07 au 16 août avec la diffusion d'un motion design pédagogique sur l'irrigation par jour. Un relai sur les comptes Twitter d'Irrigants de France, d'Eric Frétilière, de l'AGPM et de Franck Laborde a été assuré, ainsi que sur le compte LinkedIn de l'AGPM.

LA VALORISATION DE LA CULTURE DU MAÏS AUPRÈS DES AGRICULTEURS

UTILISER LA VOIX DE L'AGRICULTEUR

Quoi de mieux qu'un agriculteur fier de son travail pour convaincre un autre agriculteur ? C'est en partant de ce constat que les campagnes digitales « [Ma vache, mon maïs fourrage et moi](#) » et « [Mon sol, mon maïs grain et moi](#) » se poursuivent sur Facebook et Youtube. Consultées plusieurs millions de fois, une quarantaine d'interviews de maïsiculteurs et d'éleveurs ont été diffusées et témoignent de l'intérêt du maïs et de la génétique dans leurs exploitations.

PROMOUVOIR LA CULTURE ET SA GÉNÉTIQUE DE POINTE

La campagne de promotion « Seeds for future » se poursuit dans les 7 pays européens ciblés (France, Italie, Espagne, Allemagne, Pologne, Roumanie et Bulgarie) avec l'objectif de valoriser la culture de maïs et la génétique occidentale auprès des agriculteurs et autres professionnels. Les actions terrain dans le cadre de cette campagne ont été nombreuses avec la participation à une vingtaine d'événements (conférences, salons, plateformes techniques, formations) relayés sur les réseaux sociaux. Ces actions sont complétées par une présence digitale valorisant les messages dans la presse agricole spécialisée et dans une quinzaine de nouvelles vidéos disponibles sur le site internet www.seedsforfuture.eu.

MISE EN AVANT DE L'EXCELLENCE DE LA PRODUCTION FRANÇAISE

En ciblant les agriculteurs utilisateurs de semences de maïs, l'appellation « *Maize in France - Semences d'Excellence* » a pour ambition de faire de l'origine française un nouveau critère de choix. Les actions de communication menées dans la presse spécialisée ou par le biais du site internet

www.maizeinfrance.com et de sa newsletter *Maiz'Info* servent également cet objectif sur la dernière année de la campagne. La nouvelle campagne de communication *Maize in France* est en préparation pour diffusion en 2024.



© FNPSMS

Panel d'outils de communication Maize in France

LA PROMOTION DU MAÏS AUPRÈS DU GRAND PUBLIC

L'année 2023 est la dernière année de mise en œuvre du plan de communication triennal débuté en 2021 avec le lancement de la campagne « Les Épisodes du Changement », avant de débiter un tout nouveau projet en 2024. Aussi, cette dernière année s'est organisée autour de 4 axes :

- Le repositionnement de la marque « Cet Epi M'Épate » sur l'ensemble de nos supports de communication afin d'être plus lisible et mieux visible auprès de nos cibles
- La diffusion d'extraits de podcasts « Les Episodes du Changement » en pré-roll d'émissions de RTL afin de valoriser ces contenus auprès de 100 000 personnes supplémentaires
- La réalisation et la médiatisation des 5 derniers « Episodes du Changement » consacrés à faire de la pédagogie sur le lien entre maïs et emploi/production d'œufs/production de semences/captation de CO₂/production de cosmétiques
- Le tournage de 5 portraits d'agriculteurs au champ pour valoriser la production de maïs en partenariat avec le média Néo avec un objectif de 200 000 vues par vidéo
- Le Prix Imagin'Maïs, concours culinaire inter-écoles organisé à Rennes pour valoriser la place du maïs dans la gastronomie, présidé par Pierre Pagès avec la participation de 5 écoles de toute la France.



© MAIZEUROPE

Prix de la 6^{ème} édition du concours Imagin'Maïs