



Promoting attractiveness, competitiveness and internationalisation of Agro-food Clusters of the Med Area

Modification des tendances de consommation

par Iphigenia Pavlou, Institut de technologie de Chypre

La compétition accrue, les pénuries alimentaires et les nouvelles tendances de consommation sont quelques uns des grands défis auxquels est confrontée l'industrie agroalimentaire en Europe. Si ces défis représentent une menace pour certaines entreprises, ils peuvent également constituer une opportunité de développement pour d'autres. Pour répondre à ces nouveaux défis, les entreprises agroalimentaires améliorent leur compétitivité en se restructurant, en se battant pour conquérir des parts de marché grâce à la différenciation des produits et/ ou au développement de nouveaux produits alimentaires. Ces changements fondamentaux et ces nouvelles priorités de l'industrie agroalimentaire ont également une grande influence sur les communautés locales et sur la société dans son ensemble. Ils peuvent en effet entraîner localement l'augmentation du chômage en cas de fermetures d'usines de transformation, ou donner lieu au développement de nouveaux produits agroalimentaires sains. Par conséquent, les entreprises agroalimentaires ne se battent pas



seulement pour conquérir des parts de marché dans leur propre secteur, elles se situent également dans un contexte socio-économique plus large, dans lequel leurs choix stratégiques ont une influence sur le bien-être de nombreux européens.

Petit à petit, les consommateurs se tournent vers des « aliments plus sains », c'est une opportunité extraordinaire pour les entreprises qui souhaitent mettre en avant la transparence nutritionnelle de leurs produits de consommation. Les entreprises qui utilisent des ingrédients sains et acceptent de faire figurer les informations nutritionnelles sur leurs emballages ont ainsi l'occasion de développer leur clientèle. La nouvelle étude Deloitte « 2011 Consumer Food and Product Insight Survey Part Two » (étude sur les attentes des consommateurs vis-à-vis des produits agroalimentaires en 2011 - (http://www.deloitte.com/view/en_US/us/Industries/consumer-products/904a05458af11310VgnVCM1000001a56f00aRCRD.htm) a montré que près de 9 personnes sur 10 (87,7 %) pensent que les prix sont de nouveau en augmentation dans les



magasins d'alimentation, et près des trois-quarts (74 %) pensent que la contenance des produits diminue. Les consommateurs se fient également aux informations nutritionnelles présentes sur les emballages pour choisir des produits plus sains, d'après cette étude. Plus de 3 personnes sur 4 (76,2 %) sont d'accord ou plutôt d'accord avec le fait qu'elles recherchent des produits alimentaires plus sains lors de leurs achats, et près des deux-tiers des personnes interrogées (64,8 %) sont d'accord ou plutôt d'accord avec le fait que les magasins d'alimentation vendent davantage de fruits et légumes produits localement.



En Europe de l'ouest et aux Etats-Unis la consommation de produits bio a augmenté considérablement au cours des dix dernières années. Cependant, la part de marché globale des aliments bio reste faible. Si la majorité des consommateurs ont une réaction positive vis-à-vis de l'achat de produits bio (Saba and Messina, 2003), ils sont parfois freinés par des barrières importantes. L'une de ces barrières concerne l'incertitude quant à l'origine bio des produits. Les raisons les plus importantes qui motivent la consommation de légumes bio sont le fait qu'ils sont produits sans pesticides de synthèse, sont meilleurs pour l'environnement, plus sains, de meilleure qualité et meilleurs au goût. Les barrières perçues comme les plus importantes sont les prix trop élevés et le manque de disponibilité (Aertsens, et al., 2011).

L'autre changement de tendance observé dans l'industrie agroalimentaire concerne la sécurité alimentaire. Depuis quelques années, la sécurité alimentaire est considérée comme l'une des priorités politiques dans la plupart des pays européens. Parmi les causes de cette évolution, on peut citer la crise de l'ESB en 1996 (plus connue sous le nom de maladie de la vache folle) et l'épidémie de fièvre aphteuse en 2001, deux épisodes qui ont entamé la confiance des consommateurs vis-à-vis de la viande de bœuf. L'épisode récent de grippe aviaire en Europe a

également alimenté les inquiétudes des consommateurs. D'autres inquiétudes plus locales concernant la sécurité alimentaire ont incité les autorités nationales et internationales à prendre des mesures pour réduire les risques liés à l'alimentation. Les bactéries comme la salmonelle, campylobacter et E.coli, qui peuvent entraîner des maladies graves, proviennent le plus souvent d'aliments contaminés. En 2004, les zoonoses ont touché plus de 380 000 européens. En plus de faire peser des menaces réelles sur la santé humaine, les risques sanitaires peuvent inciter les consommateurs à délaisser les aliments incriminés. Par exemple, suite à la découverte d'oiseaux souffrant de grippe aviaire en Italie en janvier 2006, la consommation de volaille a chuté de 70 % d'après la Confederazione Italiana Agricoltori.

La croissance attendue sur les marchés de niche locaux et internationaux représente une opportunité pour les petites entreprises qui peuvent exploiter les solutions logistiques et les moyens de communication permettant d'atteindre les consommateurs éloignés. L'importance accordée à la sécurité alimentaire et à la valeur nutritionnelle a alimenté le besoin en recherche, développement et documentation, et donc entraîné l'émergence de nouvelles compétences dans ce secteur industriel.

Sources :



Aertsens, et al., 2011. *The influence of subjective and objective knowledge on attitude, motivations and consumption of organic food*. British Food Journal Vol. 113 No. 11, 2011 pp. 1353-1378.

Saba, A. and Messina, F. 2003. *Attitudes towards organic foods and risk/benefit perception associated with pesticides*. Food Quality and Preference Vol. 14, pp. 637-45.

http://www.europa.eu.int/comm/agriculture/foodqual/beef/index_en.htm

<http://www.meatnews.com>

<http://www.meatprocess.com/Industry-markets/Fear-psychosis-hits-Italy-poultry-consumption-plummet>

Agriculture biologique à Chypre

Bien que Chypre présente un cadre idéal pour la production d'aliments biologiques, ce potentiel n'est exploité que partiellement. Cela est peut-être dû au manque de recherche locale visant à soutenir et encourager les agriculteurs, et au fait que la plupart des agriculteurs souhaitent réaliser des profits rapidement. L'agriculture biologique est donc le choix d'agriculteurs qui peuvent opter pour cette voie sans avoir besoin de soutien financier de la part du gouvernement.



L'agriculture biologique à Chypre a débuté en 1988, avec deux agriculteurs produisant différents types de légumes (dont des pommes de terre et des céréales) et des produits d'élevage (viande et produits laitiers). Au cours des années 1990, la surface et le nombre d'agriculteurs en agriculture biologique a augmenté, mais lentement. De nouveaux produits sont venus compléter la liste des produits bio, par exemple le raisin, les caroubes, le vin, les herbes aromatiques, les légumes secs... La production biologique s'est développée plus rapidement à partir de 2001, lorsque la loi 160 (I) a intégré les dispositions du règlement de l'Union Européenne 2092/91. A présent, la surface cultivée en agriculture biologique à Chypre s'élève à 1 018 hectares (0.87 % de la superficie). On compte 225 exploitations bio. Chypre reste l'un des derniers pays de l'UE des 27 en matière de surface consacrée à l'agriculture biologique. Cette situation devrait changer suite à l'adoption de nouvelles mesures de soutien à l'agriculture biologique dans le cadre du nouveau Plan de

Développement Agricole. Il faut noter également que la prochaine génération d'agriculteurs bio devrait être plus jeune, plus dynamique et mieux informée.

L'Organisation des Producteurs bio de Chypre (Syndesmos Viokalliergiton Kyprou) a été fondée en 2000. Ses membres produisent du vin, de l'huile d'olive, du maïs, des produits laitiers, de la viande et des légumes. Les herbes aromatiques, les caroubes et l'huile d'olive sont les produits les plus intéressants pour la production biologique, car ces plantes poussent naturellement sous le climat de l'île. Le vin bio est également intéressant dans les régions qui ne sont pas consacrées à l'agriculture intensive.

Pour promouvoir l'Agriculture Biologique, la Section a contribué à la mise en place de la loi nationale 227(I)/2004 sur l'Agriculture biologique, entièrement harmonisée avec le règlement (CEE) 2092/91. En 2008, la section a poursuivi la formation des agriculteurs en



Agriculture Biologique, par le biais de conférences et de séminaires. La Section a grandement contribué à la préparation d'une position nationale lors du débat sur le projet de décret d'application concernant la révision du règlement (CEE) 2092/91.

En 2008, la surface cultivée selon la loi sur l'Agriculture Biologique a dépassé 2 700 hectares, ce qui correspond à 2,05 % de la surface agricole totale, plus de 560 agriculteurs produisant des produits bio.

Cinq bonnes raisons d'acheter des Produits Bio

1. Pour protéger les générations futures

Un enfant est en moyenne quatre fois plus exposé qu'un adulte à au moins huit pesticides cancérigènes répandus qui laissent des traces dans les aliments. Les choix que vous faites en matière d'alimentation aujourd'hui auront un impact sur la santé future de vos enfants. Nous pouvons tous protéger les générations futures en achetant des aliments biologiques.

2. Pour protéger l'environnement

Les systèmes d'agriculture biologique agissent en harmonie avec la nature, et évitent la contamination du sol, de l'eau et de l'air en produits chimiques nocifs. L'agriculture biologique contribue à un environnement sain, favorable à la faune et la flore, et à un sol fertile plus riche en nutriments. En achetant des produits bio, vous contribuez donc à la protection de l'environnement.

3. Pour prendre soin de votre santé

La qualité alimentaire, la nutrition et la santé humaine sont étroitement liées. Les pesticides sont des poisons destinés à tuer des organismes vivants, et peuvent également être préjudiciables à l'homme. Les pesticides pulvérisés sur les

cultures et les légumes peuvent se retrouver dans votre assiette. La meilleure façon d'éviter que des produits chimiques ne finissent dans votre assiette est d'acheter des produits bio. Cela fait partie intégrante d'une bonne hygiène de vie.

4. Pour profiter d'aliments meilleurs

Il y a une bonne raison qui incite de nombreux grands chefs à utiliser des produits bio dans leurs recettes : ils ont meilleur goût ! L'agriculture biologique commence avec l'alimentation du sol, qui permet ensuite d'alimenter la plante et de produire des aliments potentiellement plus savoureux.

5. Pour soutenir l'agriculture locale

La plupart des exploitations agricoles bio sont de petites exploitations familiales indépendantes. C'est la dernière chance de survie pour de nombreuses familles d'agriculteurs qui sont la colonne vertébrale des petites communautés. Aidez les petits agriculteurs près de chez vous en achetant des produits bio. Vous pourrez ainsi également contribuer à préserver de nombreuses petites communautés dans le monde, dans l'intérêt de tous.

Source: Cyprus Food & Drinks <http://www.cyprusfoodndrinks.com>





par Savvas Malliotis, Fllagrotiki Consulting

Fruits confits à la cuillère - Un exemple d'hospitalité chypriote

s'agit d'entreprises villageoises relativement petites qui alimentent les marchés locaux et exportent également leurs produits. Ces entreprises sont dirigées par des villageoises qui se consacrent à la préservation des recettes traditionnelles et qui ont développé des compétences dans la commercialisation des fruits confits.

C'est l'une des délicieuses traditions chypriotes : offrir des fruits confits au sirop à ses invités en signe d'hospitalité. On les appelle « sucreries à la cuillère », car la portion que l'on sert habituellement correspond à une cuillère à café bien remplie. Ces fruits confits sont populaires à Chypre et en Grèce, on les présente généralement dans un petit plat ou dans un bol, en les accompagnant de café grec et d'un verre d'eau froide. Autrefois, les fruits confits étaient faits maison, en petites quantités. La recette se transmettait de mère en fille, et il fallait absolument savoir les préparer pour être une parfaite maîtresse de maison.

Aujourd'hui, peu de femmes ont le temps et les connaissances pour préparer elles-mêmes ces fruits confits. Heureusement, cette tradition reste vive, grâce à certains transformateurs de qualité qui y consacrent leur temps et leur savoir-faire. Il

L'entreprise de Mme Niki Agathocleous, forte de 20 ans d'expérience dans la fabrication des fruits confits d'après des méthodes traditionnelles, fait partie aujourd'hui des plus grands fabricants de fruits confits traditionnels sur l'île. Elle s'appuie sur 15 femmes de la région qui ont toutes de l'expérience dans la transformation des fruits pour la fabrication de fruits confits traditionnels en conserve. L'unité de transformation se situe dans le village pittoresque d'Agros, dans la région de Pitsilia, et se conforme à toutes les normes européennes en matière d'hygiène, comme l'atteste la certification HACCP.

Cette entreprise est leader dans la production de sucreries traditionnelles ; un grand nombre de ses produits sont proposés dans les boutiques et les supermarchés de Chypre, mais l'intégralité de la gamme est disponible au magasin d'usine dans le village d'Agros. Niki réalise également une



grande partie de son activité à l'export, les principaux marchés étant le Royaume-Uni, la France, les Etats-Unis, l'Australie et le Japon. Mme Niki accueille les visiteurs dans les locaux de l'entreprise où il est possible d'assister à des visites guidées tous les jours, pour découvrir l'art de la fabrication des fruits confits. Nous

conseillons tout particulièrement la variété aux pétales de roses, spécialité d'Agros. Il s'agit de pétales de roses sauvages récoltés à la main localement.

Loukoumia Yeroskipou

Juste à l'est de Paphos et près du mythique « Petra tou Romiou » se trouve le village de Yeroskipos, dont les origines remontent à l'antiquité. Yeroskipos, dont le nom vient du grec « Ieros Kipos » signifiant jardin sacré, est supposé avoir accueilli dans l'antiquité de superbes jardins luxuriants dédiés à la déesse Aphrodite. En plus de sa valeur historique incontestable, le village de Yeroskipos est réputé pour son produit sucré et savoureux, le « Yeroskipos loukoumi ».

Ce loukoumi est constitué d'ingrédients simples et naturels : sucre, farine de maïs, amidon, eau, amandes et différents arômes de fruits. Les premiers loukoumis étaient fabriqués à partir d'arôme de rose. Pour les confectionner, on fait bouillir des pétales de roses parfumées provenant des environs, puis l'on récolte le produit de la condensation. Les ingrédients sont mélangés dans un grand chaudron d'eau bouillante, remués sans cesse pendant quelques heures jusqu'à l'obtention d'un mélange lisse et crémeux. Après aromatisation, le mélange est versé dans des récipients en bois où il repose pendant une nuit jusqu'à complet refroidissement. La dernière manipulation, qui

consiste à couper la pâte en cubes puis à emballer ces cubes pour la vente au détail est la plus longue, la plus intensive et la plus coûteuse de tout le processus.

Yeroskipos loukoumi a été le premier produit alimentaire traditionnel de Chypre à obtenir l'appellation d'Indication Géographique d'après le règlement de l'UE. Il détient un autre record : celui du plus gros loukoumi au monde, entré dans le Livre Guinness des records. Le dimanche 17 octobre 2004, en présence des responsables du Livre Guinness des Records, l'entreprise Aphrodite Delights, en collaboration avec d'autres confiseurs, a réussi à produire un loukoumi de 2 543 kg.

« **APHRODITE YEROSKIPOS DELIGHTS LTD** » fait partie des entreprises les plus importantes qui fabriquent des loukoumis. L'entreprise dispose d'une nouvelle usine moderne, en fonctionnement depuis le début de l'année 2007 et située près des anciens locaux, dans le village de Yeroskipos. Le mode de production a été adapté à la nouvelle technologie, ce qui a permis d'améliorer la qualité et de réduire les coûts tout en conservant les normes d'hygiène.

Produits carnés traditionnels

La véritable gastronomie chypriote allie des encas traditionnels à base de viande fumée, le fromage halloumi ou kefalotyri et les olives fendues (tsakkistes) servies avec un verre de Zivania ou de vin rouge sec de Chypre. Ces produits sont aujourd'hui servis comme amuse-bouche mais étaient autrefois des aliments





importants lors du petit-déjeuner ou du déjeuner des paysans chypriotes.

Au cours des siècles précédents, la transformation traditionnelle des produits d'élevage pour satisfaire les besoins alimentaires de base était une activité importante dans les communautés rurales chypriotes. Etant donné qu'il n'existait pas d'équipements de réfrigération, il fallait obtenir un produit pouvant être conservé longtemps à l'ombre des caves fraîches. Chaque famille devait élever ses animaux domestiques pour satisfaire à ses besoins en viande au fil des saisons. Le porc était abattu entre Noël et Pâques, cette activité était considérée comme importante dans la vie rurale, et réalisée en famille, avec les proches et les amis. La journée s'achevait autour d'un bon repas arrosé de vin. Toutes les parties de l'animal étaient utilisées, pour fabriquer de nombreux produits. En fonction du type de produit, on sélectionnait la partie la plus adaptée.

Les pièces situées autour de la colonne vertébrale étaient utilisées pour fabriquer la « Lountza », la viande de l'avant du pied était transformée en viande hachée épicée puis utilisée pour la fabrication de « loukanika » (saussisses), les cuisses pour la « chiomeri » et la poitrine pour la « posirti ». La graisse de l'animal était conservée dans des récipients spéciaux et utilisée pour la friture ou étalée sur du pain. Les restes provenant de la tête et des pieds constituaient les ingrédients principaux du « zalatina », un pâté de viande traditionnel. D'autres produits étaient fabriqués à partir de viande caprine, notamment



l'« Apokti » et le « Tsamarela » ; la meilleure viande pour la préparation de ces produits provenant des jeunes chèvres âgées de deux ou trois ans.

On utilise la méthode traditionnelle de production et de conservation, elle n'a quasiment

pas été modifiée par les fabricants actuels de produits carnés. Les caractéristiques nutritionnelles et sanitaires et la saveur des aliments ont donc été préservées. La méthode traditionnelle a recours au vin rouge comme principal agent de conservation, ce qui permet d'obtenir un produit sans conservateurs artificiels, qui n'a pas subi les modifications qui sont souvent apportées pour prolonger la durée de vie des aliments.

L'entreprise de M. George Kyriakides, entreprise typique de produits carnés, a été créée en 1961. Elle est désormais située dans le village de Kyperounda, dans une nouvelle unité moderne. L'unité de transformation fonctionne depuis 2005 et se conforme à des contrôles d'hygiène stricts, dans un environnement certifié HACCP. L'entreprise propose pour l'instant 4 produits traditionnels à base de viande fumée, fabriqués avec des



ingrédients de qualité supérieure : saucisses, Hiromeri, Posirti et Lountza, et se prépare à lancer le Pastourma (produit à base de bœuf). L'entreprise souhaite étendre ses débouchés à l'étranger, elle est actuellement en discussion avec des importateurs dans de nombreux pays européens.

L'entreprise familiale Kafkalia est également un exemple typique d'entreprise de produits carnés. M. Chrisostomos a débuté son activité en 1978 dans son village, Agros, dans un petit atelier, en proposant aux communautés des alentours des produits carnés traditionnels. Les filles du fondateur sont désormais à la tête d'une entreprise florissante, disposant d'un réseau de



distribution sur toute l'île, et proposant une large gamme de produits carnés traditionnels de Pitsilia. Les méthodes de transformation qui impliquent traditionnellement des produits carnés fumés et macérés dans le vin n'ont pas



changé, elles sont pratiquées de la même façon que le faisaient les générations précédentes. L'unité de transformation de

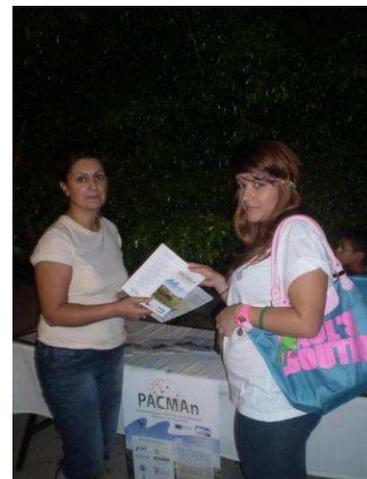
la viande de Kafkalia, dans le village d'Agros, respecte aujourd'hui les certifications HACCP et ISO 9001. Elle est agréée par les autorités chypriotes pour la production de produits carnés traditionnels de qualité.

Toutes les entreprises citées ci-dessus ont participé à un groupe de réflexion organisé par l'Institut de technologie de Chypre, dans le cadre du projet PACMAN, le 12 janvier 2012.

ACTUALITÉS ET ÉVÉNEMENTS

Activités traditionnelles chypriotes

La Cyprus Youth Club Organization, soutenue par l'Institut de technologie de Chypre, a organisé le 8 octobre 2011 une exposition unique portant sur les activités traditionnelles chypriotes. L'événement a eu lieu à Nicosia, des participants venus de toute l'île y ont présenté leur artisanat et ont expliqué au public présent comment ils procédaient. De plus, les visiteurs ont pu goûter gratuitement des mets traditionnels fabriqués sur place comme l'halloumi, le paloyzes (moût de raisin), les pâtes au sirop de caroube... Au cours de cet événement, un stand proposait des affiches et des dépliants PACMAN, et des membres de notre équipe étaient à disposition du public pour l'informer sur le projet.





17^{ème} Exposition de l'industrie agricole de Chypre

L'institut de technologie de Chypre a participé à la 17^{ème} exposition de l'Industrie Agricole de Chypre à Nicosia du 19 au 23 octobre, pour la promotion du projet PACMAN. Cette exposition était consacrée à la promotion et à l'internationalisation des produits agricoles chypriotes.

De plus, elle mettait l'accent sur le développement de l'agriculture en présentant des technologies de pointe : machines agricoles, outils et équipement, différents matériels utilisés pour la production céréalière (semences, engrais et pesticides). Elle mettait également en avant diverses technologies

agroalimentaires visant à augmenter la variété des produits alimentaires tout en préservant leurs nutriments et leur fraîcheur plus longtemps.





PACMAN - AVANCEMENT

Pour la composante 3.2, au 20 décembre 2011, chaque partenaire avait rempli et rendu au chef de file le rapport final portant sur les indicateurs quantitatifs et qualitatifs pour chaque segment identifié. L'analyse globale du rapport sur les facteurs-clés du réseau agroalimentaire de la zone méditerranéenne sera présentée lors de la prochaine réunion à Avignon.

Les partenaires ont organisé le groupe de réflexion qui s'est tenu en janvier.

Les objectifs de la composante 3.2 consistaient à analyser les segments agroalimentaires de chaque région / pays en utilisant la méthode proposée dans la composante 3.1 et à sélectionner trois de ces segments, d'après leurs performances / capacités d'internationalisation, de mise en réseaux et d'innovation. Les partenaires PACMAN ont choisi chacun trois segments et présenté leur choix au cours de la réunion de Marvao. L'étape suivante était l'organisation de Groupes de Réflexion, par chaque partenaire, afin d'affiner leur choix avec la participation des parties prenantes concernées. Les objectifs du groupe de Réflexion sont : commenter les segments adoptés, et en particulier en ce qui concerne leur capacité d'internationalisation, d'innovation et de mise en réseaux, identifier et cartographier l'état actuel des principaux acteurs agroalimentaires dans les segments choisis, actualiser les analyses réalisées dans le rapport portant sur la tâche 3.2, identifier les besoins immédiats et à long terme, et recueillir les opinions sur le rôle que peut jouer le projet PACMAN sur les activités des acteurs agroalimentaires (par exemple développement d'idées pour de nouvelles initiatives...). Les partenaires ont organisé leurs Groupes de Réflexion d'après la méthodologie fournie par le partenaire responsable de la composante 3.2. Certains partenaires ont organisé un Groupe de Réflexion par segment, tandis que d'autres ont seulement organisé un Groupe de Réflexion commun. Les participants étaient les parties prenantes ayant un intérêt dans chaque segment régional / national choisi. Parmi eux se trouvaient les propriétaires des entreprises actives dans le domaine / le secteur choisi, des représentants gouvernementaux locaux / régionaux / nationaux en charge de la politique agroalimentaire, des représentants des coopératives agricoles / des syndicats / des associations de commerce ou d'exportation, des chambres de

commerce, des représentants d'agences de développement locales / régionales / nationales et du personnel des universités et / ou des centres de recherche ayant des activités dans le secteur agroalimentaire ou y étant liés. Lors de la réunion d'Avignon, les partenaires échangeront sur leurs résultats et discuteront des prochaines activités pour PACMAN, d'après les conclusions des analyses des Groupes de Réflexion.

Concernant la tâche 3.3, le leader de la composante, InfoMurcia, a finalisé le Questionnaire désormais disponible en ligne, pour que les partenaires puissent le tester avant la réunion d'Avignon en le soumettant à au moins 20 % des entreprises de chaque segment.

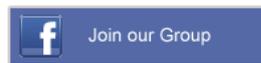
La chambre de commerce et d'industrie de Kilkis, suite à la présentation de la tâche 3.4 lors de la réunion de Marvao, a publié une version actualisée de la proposition d'une Base de Données pour la Mise en Réseaux, prenant en considération les nombreux éléments qui sont apparus lors de la réunion. Une version définitive de la Base de données est attendue avant la réunion projet à Avignon, où elle sera validée par les partenaires projet afin de permettre aux entreprises de rester en contact.



www.pacmanproject.eu

www.pacmanproject.eu est le premier élément de la communication sur le projet PACMAN. Conçu comme un portail, il est structuré en rubriques thématiques, d'accès facile et immédiat. Il se veut utile et simple d'utilisation. Le portail PACMAN répond aux objectifs du projet, et propose une vision claire de ses différents éléments, une description détaillée du partenariat ainsi que des actualités et des informations régulièrement mises à jour à propos des événements européens dans le domaine agroalimentaire. Consultez le site www.pacmanproject.eu vous pourrez y trouver les coordonnées des personnes en charge du projet et découvrir l'avancement des activités ; les produits finaux seront téléchargeables pour vous permettre d'informer les utilisateurs à mi-parcours ainsi que pour leur présenter les résultats finaux.

Retrouvez-nous sur FACEBOOK



Union Européenne

Fonds européen de développement régional

