

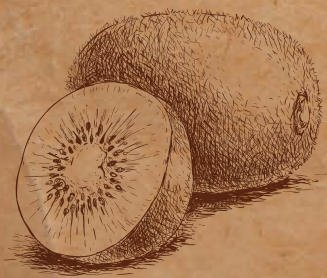


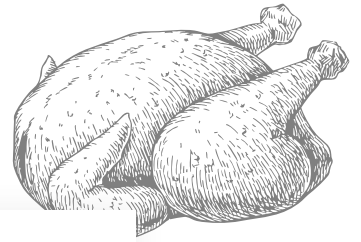
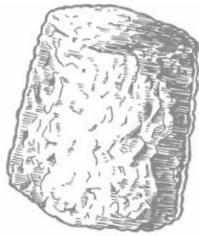
A.A.N.A
AGENCE DE L'ALIMENTATION
NOUVELLE-AQUITAINE



VALORISER NOS TERROIRS & ANTICIPER

L'ALIMENTATION DE DEMAIN
EN NOUVELLE-AQUITAINE





SOMMAIRE

ÉDITO

RASSEMBLER POUR INNOVER

page 04

L'AANA

EN CHIFFRES ET EN MOTS CLÉS

page 05

DÉFI 1 IMPULSER

LES RÉFLEXIONS ET LES PROJETS COLLABORATIFS
SUR L'ALIMENTATION D'AUJOURD'HUI ET DE DEMAIN

page 06

DÉFI 2 ACCOMPAGNER

LES DÉMARCHES QUALITÉ
DES FILIÈRES RÉGIONALES

page 07

DÉFI 3 DÉVELOPPER

L'IMAGE ET LA NOTORIÉTÉ DES PRODUITS
AGRICOLIS DE NOUVELLE-AQUITAINE

page 08

DÉFI 4 SOUTENIR

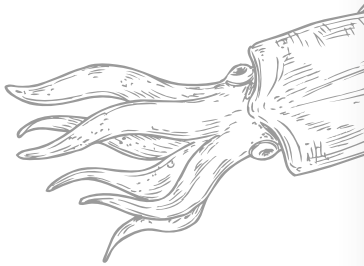
COLLECTIVEMENT LES ACTEURS RÉGIONAUX
DANS LEUR DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE

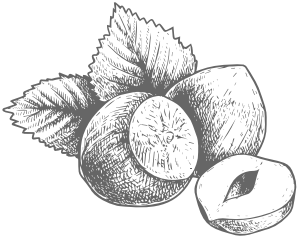
page 09

12 AVANTAGES

POUR NOS ADHÉRENTS

page 10





ÉDITO

3 questions à Jean-Pierre RAYNAUD
Président de l'AANA

RASSEMBLER POUR INNOVER

QUELLE EST LA PLACE DE L'AGENCE DE L'ALIMENTATION NOUVELLE-AQUITAINE DANS L'ÉCOSYSTÈME AGRICOLE RÉGIONAL ?

L'AANA occupe une position stratégique au sein de la 1^{ère} région agricole et agroalimentaire de France et d'Europe en surface utile.

Notre mission consiste à fédérer, soutenir, accompagner et valoriser les filières agricoles, agroalimentaires, viticoles et maritimes régionales dans toute leur diversité.

Cette approche inclusive est cruciale : elle permet à chaque famille de produits et à chaque professionnel de se faire entendre et de bénéficier de la formidable vitrine qu'offre l'AANA. Ainsi, nous les accompagnons de l'amont à l'aval : démarches qualité, partenariats & coopérations, communication, présence sur les salons en France, en Europe et au grand export.

Un soutien essentiel pour valoriser l'excellence de notre patrimoine gastronomique régional et soutenir les entreprises dans leur expansion.

QUELS SONT LES DÉFIS DE VOTRE AGENCE ?

En tant que signataire du Pacte Alimentaire Nouvelle-Aquitaine, l'AANA a pour principal défi de **rassembler l'ensemble de l'écosystème régional** afin de s'engager collectivement à offrir à tous les citoyens de Nouvelle-Aquitaine un accès à une alimentation saine, durable et locale.

Concrètement, **nous impulsions** des réflexions et des projets collaboratifs sur l'alimentation. **Nous accompagnons** les démarches qualité des filières. **Nous amplifions** la notoriété de nos saveurs gastronomiques. Et **nous soutenons** collectivement les acteurs régionaux dans leur développement économique.

“ Notre mission consiste à fédérer, soutenir, accompagner et valoriser ”

Autre défi majeur de l'agence : la **Responsabilité Sociétale des Organisations (RSO)**. Fort de notre récent Label AFNOR « engagé RSE » - niveau confirmé, **nous nous engageons** sur des volets environnementaux, sociétaux et de performance conformes aux ambitions fixées par la Région Nouvelle-Aquitaine dans le cadre de sa feuille de route **NÉO TERRA**.

COMMENT ANTICIPEZ-VOUS L'ALIMENTATION DE DEMAIN ?

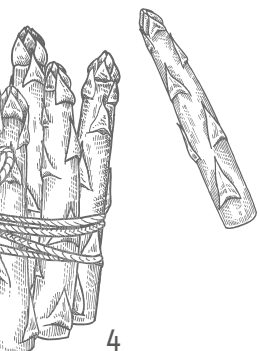
Notre agence se positionne en précurseur, cherchant constamment à **rassembler pour innover, mais toujours dans le respect des produits de qualité**, car ce sont des marqueurs identitaires forts de notre région. Pour réfléchir à l'alimentation de demain, l'AANA met autour de la table filières, entreprises, instituts universitaires, institutionnels...

Ses experts travaillent au quotidien aux côtés des acteurs régionaux pour anticiper les conséquences du changement climatique et les nouvelles habitudes de consommation.

“ Parce que, ensemble, nous nourrissons un futur durable. ”



Jean-Pierre RAYNAUD,
Président de l'AANA, Vice-Président
de la Région Nouvelle-Aquitaine en
charge de l'Agriculture



Qui sommes-nous ?

L'AANA EN CHIFFRES ET EN MOTS CLÉS



#GOUVERNANCE

Née en 2017 de la fusion entre l'AaPra (ex-Aquitaine), l'IRQUA (ex-Poitou-Charentes) et le CREPAL (ex-Limousin), l'Agence de l'Alimentation Nouvelle-Aquitaine est une **association loi 1901**, avec une organisation collégiale et représentative :

UNE ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

165 MEMBRES
RÉPARTIS EN 8 COLLÈGES

UN CONSEIL D'ADMINISTRATION

46 SIÈGES

UNE ÉQUIPE

19 COLLABORATEURS
RÉPARTIS EN 5 PÔLES

(administratif & financier, expertises, entreprises France & export, communication, digital) pilotés par la direction générale.



#3VALEURS

AU CŒUR DE SES ACTIONS :
COLLECTIF - GOÛT - INNOVATION

UNE RAISON D'ÊTRE : L'Agence de l'Alimentation Nouvelle-Aquitaine fédère les acteurs de l'alimentation de la région pour préserver les terroirs, les richesses du patrimoine gastronomique et anticiper l'alimentation de demain.

Elle met en lumière les filières, les producteurs et les entreprises des secteurs de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la viticulture, en les accompagnant au quotidien, du local à l'international, par le biais d'actions collectives.

#RESPONSABILITÉ

UNE LABELLISATION : « RSE engagé » niveau confirmé, décernée par l'AFNOR en 2024.



UN ENGAGEMENT PÉRENNE : marqué par une stratégie RSD affirmée : « **NOURRISSONS ENSEMBLE UN FUTUR DURABLE** » qui repose sur 3 axes :

s'appuyer sur une équipe engagée dans la responsabilité sociétale, préserver un ancrage territorial, développer une communication responsable au service des acteurs de l'alimentation de Nouvelle-Aquitaine.

#AGRICULTURE #AGROALIMENTAIRE #VITICULTURE

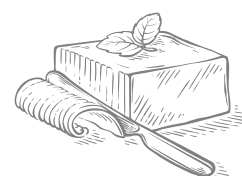
LA NOUVELLE-AQUITAINE :

1ÈRE
RÉGION AGRICOLE
DE FRANCE ET D'EUROPE
EN SURFACE UTILE

1ÈRE RÉGION DE FRANCE
POUR LES PRODUITS SOUS SIGNES
OFFICIELS DE QUALITÉ

L'AGRICULTURE :

1ÈRE ÉCONOMIE
DE NOUVELLE-AQUITAINE
180 000 EMPLOIS,
11 MILLARDS D'€ DE CHIFFRE D'AFFAIRES*



#ENJEUX

LA QUALITÉ : des produits goûteux issus d'un savoir-faire ancré dans notre région, fruits de notre patrimoine gastronomique local.

L'IMAGE / LA NOTORIÉTÉ : une alimentation respectueuse de la santé et de l'environnement, une économie créatrice d'emplois et rémunératrice.

LE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE
sur les marchés, du local à l'international.

*chiffres 2020, Région Nouvelle-Aquitaine

DÉFI 1



IMPULSER LES RÉFLEXIONS ET LES PROJETS COLLABORATIFS SUR L'ALIMENTATION D'AUJOURD'HUI ET DE DEMAIN

L'AANA fédère les acteurs d'un écosystème dynamique et innovant autour des enjeux alimentaires contemporains. Selon les projets, elle mobilise les partenaires adéquats (universités, *clusters*, associations...) et active les leviers de financements européens appropriés (Erasmus+, Enjoy, Interreg...).

Elle est à l'initiative de réflexions collectives et prospectives sur l'alimentation à travers les Rencontres de Alimentation Nouvelle-Aquitaine qu'elle organise.

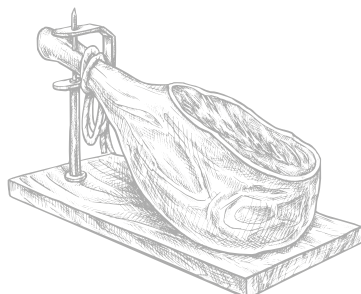
Élaborer des projets de coopération internationale

Faciliter les échanges de bonnes pratiques, encourager la formation des jeunes aux principes de l'alimentation durable, valoriser les filières au-delà de nos frontières, créer des *clusters* à l'échelle européenne... Autant de projets collectifs innovants qui émergent avec l'aide de l'AANA, grâce à son réseau de partenaires et à sa connaissance fine des programmes et financements européens.

Elle a accompagné, la filière châtaigne de Nouvelle-Aquitaine sur un programme Erasmus+, la FRCAP, l'EPLFPA de Blanquefort, l'ARIA, le Lycée de Jonzac et bien plus, afin de leur permettre d'accéder à des fonds européens.

En 7 ans, l'AANA a accompagné

9 projets collectifs européens



FAIRE VIVRE UNE ASSOCIATION AU SERVICE DE L'EXCELLENCE EUROPÉENNE



En 2024-2026, la campagne européenne EuroFoodArt vise à promouvoir les signes de qualité AOP et IGP* à travers des produits emblématiques provenant de 2 régions européennes : la Wallonie et la Nouvelle-Aquitaine.

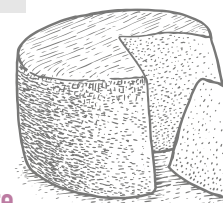
Cette association - presque un jumelage - nous permet de travailler main dans la main avec l'AANA, pendant 3 ans, au service de l'excellence européenne. Nous sommes présents conjointement, sous bannière européenne, à l'occasion des grands salons professionnels et nous voyons nos moyens de promotion accrus.

C'est une façon, sur le long terme et par-delà les frontières, d'offrir de nouvelles opportunités et de nouveaux débouchés à nos producteurs.

Grégory Salemi, chargé de promotion pour l'Apaq-W, Agence Wallonne pour la Promotion d'une Agriculture de Qualité - Namur, Belgique

**Appellation d'Origine Protégée et Indication Géographique Protégée*

IMPULSER



Être au cœur de la communauté alimentaire et viticole néo-aquitaine grâce au Lab Alimentation Nouvelle-Aquitaine

Plateforme collaborative impulsée et animée par l'AANA, www.lab-alimentation-nouvelle-aquitaine.fr regroupe, en un seul lieu, une multitude d'outils opérationnels pour développer et conforter son activité, s'informer et communiquer sur son actualité : événements de la région, inscription aux salons, *business room*, webinaires thématiques, annuaire des entreprises de la région...

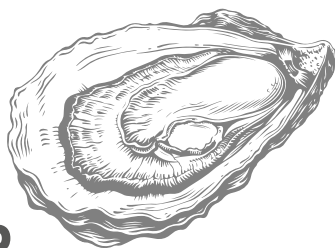
Se projeter grâce aux Rencontres de l'Alimentation Nouvelle-Aquitaine

Des conférences-débats pour confronter les points de vue, réfléchir et profiler les enjeux alimentaires de demain : c'est l'ambition des Rencontres de l'Alimentation organisées par l'AANA depuis 2021. Elle met autour de la table des experts, producteurs, organisations professionnelles, acteurs institutionnels... sur des sujets d'actualité et/ou percutants pour l'avenir : souveraineté alimentaire, impact du numérique sur notre alimentation, place du goût, perspectives de l'aquaculture, rôle de la nutrition pour bien vieillir, innovations au service de l'agriculture et de la transformation alimentaire, tourisme alimentaire, histoire de notre alimentation et éducation des futurs consommateurs...

En 4 ans, Les Rencontres de l'Alimentation ont mobilisé

+ DE 60 EXPERTS

DÉFI 2



ACCOMPAGNER LES DÉMARCHES QUALITÉ DES FILIÈRES RÉGIONALES

L'AANA s'engage aux côtés des filières agricoles, agroalimentaires, viticoles et maritimes à toutes les étapes des démarches qualité entreprises.

Parce que ces dernières témoignent de l'excellence des savoir-faire néo-aquitains, parce qu'elles sont de puissants vecteurs de notoriété et qu'elles répondent aux attentes des consommateurs.

Épauler les filières pour la reconnaissance en Signe d'Identification de la Qualité et de l'Origine (SIQO) ou la structuration de leurs marques.

Source de valeur et facteur de compétitivité, le signe officiel de qualité garantit des produits sains et ancrés dans un territoire. Label Rouge, AOC, AOP, IGP, STG* et Agriculture Biologique: les objectifs, les cahiers des charges et les retombées diffèrent, les démarches peuvent s'avérer complexes pour les filières.

Grâce à son expertise, l'AANA les accompagne dans le choix du SIQO à privilégier, dans la construction du dossier de demande de reconnaissance, l'évolution des cahiers des charges existants, le suivi de chaque étape de la procédure et facilite les relations avec l'INAO (Institut National de l'Origine et de la Qualité).

L'AANA rédige aussi des cahiers des charges de marques collectives ou consolide leurs critères pré-existants, pour leur donner une nouvelle dynamique, en lien avec leur stratégie de développement.

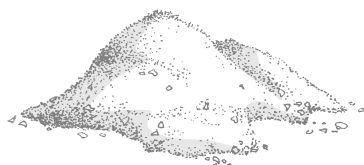
* Appellation Origine Contrôlée, Appellation Origine Protégée, Indication Géographique Protégée, Spécialité Traditionnelle Garantie

311

produits sous SIQO
en Nouvelle-Aquitaine (en 2024)



Découvrez les produits sous SIQO de Nouvelle-Aquitaine



“ UN ACCOMPAGNEMENT QUI NOUS A PERMIS DE TENIR SUR LA LONGUEUR ET DE GARDER LE CAP



Dès 2009, la profession désirait mettre en forme un signe de qualité pour la fleur de sel et le sel de l'île de Ré.

Grâce aux discussions avec nos interlocuteurs de l'AANA, nous avons opté pour l'IGP et engagé les démarches auprès de l'INAO. Le processus a duré plusieurs années puisque nous avons obtenu l'IGP fin 2023. L'accompagnement de l'AANA nous a permis de tenir sur la longueur et de garder le cap.

Mûrir la démarche, co-construire le cahier des charges, nous ramener à la réalité quand cela était nécessaire et être à nos côtés dans un processus administratif long : autant de ressources portées par les experts de l'AANA qui sont de véritables facilitateurs.

Notre partenariat ne s'arrête pas à l'obtention de l'IGP. Ce label est un tremplin de notoriété. Pour notre filière, cette collaboration ouvre de belles perspectives ! ».

Louis Merlin, Président de l'Association des Producteurs de Sel de l'Île de Ré (APSIR)



ACCOMPAGNER

Créer du lien autour de la qualité

Créés en 2021 par l'AANA, les **Rendez-vous de la Qualité** représentent un espace d'échanges entre professionnels du secteur qui aborde les enjeux de la qualité, de l'innovation, de la durabilité, mais aussi des réglementations en constante évolution. À travers des ateliers, conférences et témoignages, les professionnels se retrouvent pour partager leurs bonnes pratiques et s'adapter aux nouvelles obligations qui impactent leurs filières.

EN 3 ANS,

12

intervenants

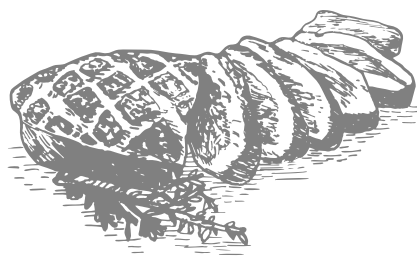
150

participants

Accompagner les filières sur des projets transversaux

L'AANA fédère les acteurs régionaux de l'alimentation autour de projets transversaux multi-filières et multi-SIQO en réponse aux attentes sociétales, pour s'inscrire dans la durabilité, minimiser les impacts environnementaux... Par exemple, elle a piloté le projet ECOQUALINA, en s'appuyant sur les compétences de 8 partenaires techniques (CRITT agroalimentaire La Rochelle, ITERG, réseau ACTIA...). 10 Organismes de Défense et de Gestion (ODG), représentant 15 produits sous SIQO, ont pu s'engager dans la démarche pour développer l'écoconception de leurs produits, en intégrant de nouveaux critères d'amélioration de la performance environnementale tout au long de leur chaîne de valeur.

DÉFI 3



DÉVELOPPER L'IMAGE ET LA NOTORIÉTÉ DES PRODUITS AGRICOLES DE NOUVELLE-AQUITAINE

L'AANA participe au rayonnement et à la valorisation de la richesse et de la diversité des saveurs de Nouvelle-Aquitaine.

L'excellence de ses filières, la qualité de ses produits gastronomiques et le savoir-faire sont autant d'atouts qu'elle contribue à valoriser sur le territoire et en France grâce à une stratégie et des outils de communication.

Déployer des campagnes de communication collectives impactantes

Pour donner envie aux consommateurs et distinguer les produits gastronomiques néo-aquitains, l'AANA organise, à chaque saison, une campagne de communication dynamique et moderne, déclinée sur de nombreux supports (affichage, médias, digital...). Parce que le goût et l'acte d'achat passent aussi par la vue, elle éveille les sens des consommateurs : des visuels gourmands, des messages simples et directs pour mettre en valeur chaque produit ou famille de produits.

En moyenne, chaque année, ces campagnes atteignent

+ DE 80 MILLIONS DE VUES



Amplifier la visibilité digitale des produits de Nouvelle-Aquitaine

Grâce à une stratégie digitale offensive et la création de contenus réguliers, l'AANA démultiplie la présence des filières, elle valorise les produits et les savoir-faire des hommes et des femmes engagés pour une alimentation de qualité. Une campagne annuelle et l'animation quotidienne des réseaux sociaux, des contenus variés et réguliers sur www.produits-de-nouvelle-aquitaine.fr, des vidéos, des jeux concours... favorisent le "mieux manger" et renforcent la notoriété des produits néo-aquitains, notamment auprès du grand public.

+ DE 34 000
abonnés sur les réseaux sociaux

JOUER COLLECTIF POUR GAGNER EN VISIBILITÉ ET EN NOTORIÉTÉ



Depuis plus de 20 ans, Qualité Landes fédère 7 filières de production landaises sous Signes Officiels de Qualité*. Nous avons des intérêts communs avec l'AANA comme l'exigence et la recherche d'excellence.

Les équipes de l'Agence nous apportent un appui précieux, grâce à leur réseau, aux outils de communication et de promotion mobilisés, mais aussi par leur professionnalisme et leur dynamisme. Régulièrement, nous participons à des campagnes de promotion, à la télévision par exemple, ou profitons des espaces mis à disposition par l'AANA dans les salons grand public ou professionnels pour faire découvrir et déguster nos produits. Dans un contexte très concurrentiel, on est d'autant plus forts qu'on avance groupés !

* Asperge des sables des Landes Label Rouge IGP, Bœuf de Chalosse Label Rouge IGP, Canard fermier des Landes Label Rouge, Flocc de Gascogne AOP AOC, Armagnac AOC, Kiwi de l'Adour Label Rouge IGP, Tursan AOP, Volailles fermières des Landes Label Rouge IGP.

Corinne Lacoste,
Présidente de Qualité Landes

DÉVELOPPER

Faire de la pédagogie auprès du grand public sur les salons et les événements

L'AANA développe une stratégie événementielle dynamique. Quoi de mieux pour les filières que d'aller à la rencontre des consommateurs et faire déguster leurs produits pour susciter les échanges et sensibiliser aux produits locaux et de saison ?

Elle est présente à l'occasion des salons et événements grand public incontournables autour de l'alimentation et de la gastronomie comme les salons de l'agriculture (Paris, Bordeaux). Elle met à disposition des espaces pour les filières et multiplie les occasions de les faire connaître lors d'événements fréquentés et inédits. Des temps de dégustation et d'explication, menés par des chefs locaux, permettent au public de découvrir les saveurs et la diversité des produits valorisés.

En moyenne, par an :

5 à 10
MANIFESTATIONS
GRAND PUBLIC

+ DE 100
ANIMATIONS
SUR SES STANDS

Développer l'image et la notoriété des produits agricoles de Nouvelle-Aquitaine, c'est aussi :

des relations presse et partenariats médias, des sites internet par cibles, des podcasts, des newsletters, des campagnes d'influence...

DÉFI 4



SOUTENIR COLLECTIVEMENT LES ACTEURS RÉGIONAUX DANS LEUR DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE

L'AANA met à disposition ses experts, ses moyens et son réseau pour permettre aux acteurs des filières agricoles, agroalimentaires, maritimes et viticoles de renforcer leurs positions et conquérir de nouveaux marchés (locaux, nationaux, internationaux).

Sa plus-value ? Elle facilite le *business* et crée des opportunités économiques pour les entreprises néo-aquitaines !

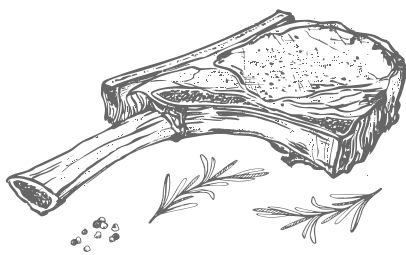
Valoriser les savoir-faire locaux avec le Concours Saveurs Nouvelle-Aquitaine

Grâce au Concours Saveurs Nouvelle-Aquitaine, l'AANA récompense chaque année - via des jurys de professionnels et consommateurs exigeants - une sélection de produits locaux, témoins de l'excellence des savoir-faire néo-aquitains et retenus pour leurs qualités gustatives : charcuterie, huîtres, produits laitiers, piment d'Espelette, miels, vins... Plusieurs sessions de dégustations à l'aveugle sont organisées chaque année. Les lauréats voient en moyenne le chiffre d'affaires de leurs produits primés croître de 10 à 25 % grâce à la médaille apposée.

Le Concours Saveurs Nouvelle-Aquitaine, en moyenne, par an :

+ 250
DE
ENTREPRISES
PARTICIPANTES

+ 350
DE
MÉDAILLES
ATTRIBUÉES



UNE VITRINE ET AUTANT D'OCCASIONS DE DÉVELOPPEMENT POUR LA FILIÈRE BORDELAISE



Le CIVB n'a pas vocation à exposer dans les salons commerciaux. Partenaire privilégié, l'AANA y partage en général près de la moitié de ses espaces avec nos viticulteurs.

En France ou à l'international, ces stands collectifs sont une vitrine pour la filière bordelaise et autant d'occasions de développement.

Grâce aux outils de signalétique pertinents, nous mettons en avant la production locale, mais chacun peut se distinguer.

Cette stratégie collective fine répond aux enjeux de la filière et se décline dans de nombreux salons professionnels, à l'image du Wine Paris.

Fabien Bova, directeur du Conseil Interprofessionnel du Vin de Bordeaux (CIVB)



SOUTENIR

Booster les débouchés des entreprises sur leurs marchés

Organiser la présence collective des entreprises sous pavillon « Nouvelle-Aquitaine » dans les salons professionnels (SIAL, SIRHA, Wine Paris, Prowein, Prowine...), les accompagner sur leurs marchés en fonction de leurs stratégies de déploiement commercial : autant de leviers pour créer de nouvelles opportunités économiques et contribuer à accélérer leurs chiffres d'affaires. L'AANA est présente sur de nombreux salons professionnels en France et à l'étranger, aux côtés des entreprises en fonction de leurs besoins : rencontres BtoB ou BtoC, accompagnement logistique, communication, opérations de promotion...

Organiser des opportunités de rencontres commerciales

Grâce à un réseau diversifié et qualifié, l'AANA facilite les rencontres commerciales. Elle met en relation acheteurs et entreprises régionales pour permettre notamment à ces dernières de s'introduire sur des marchés nationaux ou internationaux, parfois difficilement accessibles, et d'y développer un volume d'affaires. Ces « opérations séduction » ciblées peuvent aussi s'appliquer à des secteurs précis, comme la **Restauration Hors Domicile** ou la restauration collective, et s'organiser au niveau inter-régional.

En moyenne par an :

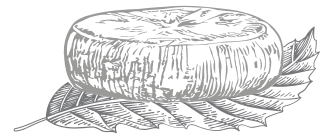
500
ENTREPRISES
ACCOMPAGNÉES

25 à 30
OPÉRATIONS BTOB
ORGANISÉES



12 AVANTAGES POUR NOS adhérents

Adhérer à l'AANA, c'est faire partie d'un réseau qui réunit les acteurs de l'alimentation en Nouvelle-Aquitaine, partageant un ADN commun, des valeurs fortes et une ambition collective : fédérer, préserver les terroirs et les richesses du patrimoine gastronomique, tout en anticipant les défis de l'alimentation de demain.



1 PARTICIPER À LA VIE ASSOCIATIVE.

2 PRENDRE UNE PART ACTIVE DANS NOS INSTANCES DE DÉCISIONS.

3 BÉNÉFICIER D'UN RÉSEAU DE PARTENAIRES RÉGIONAUX, NATIONAUX ET INTERNATIONAUX.

4 S'ENTOURER D'EXPERTS POUR STRUCTURER VOTRE DÉVELOPPEMENT, VOTRE STRATÉGIE, VOTRE COMMUNICATION.

5 METTRE EN PLACE DES DÉMARCHES DE RECONNAISSANCE EN SIGNES OFFICIELS DE LA QUALITÉ.

6 BOOSTER VOTRE DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL, DU LOCAL À L'INTERNATIONAL.

7 PROFITER DE GROUPES DE TRAVAIL THÉMATIQUES POUR STRUCTURER VOTRE PROJET ET PARTAGER VOS EXPÉRIENCES.

8 S'IMPLIQUER DANS DES PROJETS INNOVANTS IMPULSÉS PAR L'AGENCE.

9 BÉNÉFICIER DE FINANCEMENTS EUROPÉENS.

10 BÉNÉFICIER DE LA VEILLE DIGITALE DE L'AGENCE ET ACCÉDER À TOUTE L'INFO SUR L'ALIMENTATION.

11 RENFORCER VOTRE VISIBILITÉ ET VOTRE NOTORIÉTÉ EN PARTICIPANT À DES ÉVÉNEMENTS GRAND PUBLIC ET À DES CAMPAGNES DE COMMUNICATION.

12 ACCÉDER À UN RÉSEAU DE PRESCRIPTEURS (JOURNALISTES, INFLUENCEURS ET NOTRE COMMUNAUTÉ).



Couverture en kraft issu de forêts gérées durablement, sans blanchiment et intérieur en papier recyclé.



DÉCOUVREZ LA RICHESSE DE NOTRE PATRIMOINE GASTRONOMIQUE

www.produits-de-nouvelle-aquitaine.fr

RETROUVEZ LES ACTUS DU SECTEUR, LES SALONS, L'AGENDA DE L'AANA...

www.lab-alimentation-nouvelle-aquitaine.fr

UNE
ÉQUIPE
À VOTRE **ÉCOUTE**



Nous contacter :

Siège social

Maison de l'Agriculture et de la Forêt
6, parvis des Chartrons
33075 Bordeaux Cedex
Tél.: 05 56 01 33 23

Retrouvons-nous sur :

