



EDITO

AGROPARC

SOMMAIRE

AGRO-ALIMENTAIRE

CCI.....	P. 2
CRITT.....	P. 3
ISEMA.....	P. 4
PEIFL.....	P. 4
CTCPA.....	P. 5

QUELQUES NOUVEAUX SUR AGROPARC SE PRESENTENT

CREDIT AGRICOLE.....	P. 5
ACS 84.....	P. 6
SERVICE DE TAXIS.....	P. 6

MANIFESTATIONS EVENEMENTS A VENIR

PDITH.....	P. 7
SPEED NETWORKING	P. 7

COMMUNICATION INFORMATIONS

RH PERFORMANCES.....	P. 8
OPCALIA.....	P. 8
CARPEDIEM.....	P. 9
AIST.....	P. 10
CRECHE D'AGROPARC...P.	10
AFIA MVD.....	P. 11
VIMEC.....	P. 11
SALVADOR TRAVEL	P. 11
CREATIVA	
Entrées & Sorties.....	P. 12

à l'International

Depuis quelques années déjà la notoriété d'AGROPARC au niveau international se développe. Un des effets du marketing territorial que nous avons mis en place est de mettre en avant les compétences de nos partenaires sur des domaines très pointus dans les technologies agricoles et agroalimentaires, au sein d'un réseau très « professionnel ». Or plus ces réseaux professionnels sont spécialisés, et plus le nombre de personnes concernées est faible. Corollaire de ceci : tout le monde se connaît à l'intérieur du réseau !

Le fait que la France occupe une place prédominante dans les secteurs Agricole et Agroalimentaire (et donc bénéficie d'une visibilité internationale forte), associé à notre stratégie de communication font que nos savoir-faire bénéficient fortement de cette notoriété, notamment au niveau du Technopôle. Conséquence de tout ceci : cette notoriété nous amène de plus en plus de contacts avec l'étranger.

Trois pays : trois exemples

• Le CAMEROUN, après avoir réfléchi très longtemps, vient de confier à un consortium dont AGROPARC est le chef de file, une étude sur la mise en place d'une filière de transformation de la Banane Plantain. Au delà du produit, ce sont des process et des habitudes artisanales et industrielles que l'on nous demande de transférer.

• Le Pôle de Compétitivité de Bizerte en TUNISIE vient de signer, début 2007, un contrat de coopération avec AGROPOLIS et AGROPARC. AGROPOLIS a en charge les questions de formation. AGROPARC les questions à caractère industrielles.

Notre contribution : comment faire en sorte que la Valeur Ajouté des produits agricoles et agroalimentaires reste en Tunisie.

• SURABAYA, 2^{ème} ville d'Indonésie (4 millions d'habitants) vient de se jumeler avec Marseille. Or les projets de jumelage comportent dans leurs principales priorités des questions Agroalimentaires. AGROPARC a donc été sollicité par les autorités Indonésiennes via le Consulat pour prendre en charge ces projets agroalimentaires.

La conclusion que nous tirons de ces expériences est que notre spécificité technopôlitaine tient dans la multitude des contacts qui existent entre filières professionnelles sur AGROPARC. C'est le dynamisme de ce réseau qui nous rend visible de l'extérieur, et particulièrement de l'étranger !

Les missions qui découlent de ces multiples visites sont encore peu fréquentes, mais il est vrai que nous ne mettons pas beaucoup de moyens sur ce type d'actions. Ce qui se passe aujourd'hui montre que cela vaut peut être la peine de se poser la question d'une ressource spécifique dédiée à l'International sur le technopôle d'AGROPARC.



Marc CHAZAUX
Directeur d'AGROPARC/CREATIVA