

# ⑧ PROMOUVOIR LES PRODUITS ET LES PRODUCTEURS DU PAT TOUTES FILIÈRES CONFONDUES



## Contexte et enjeux

Les échanges avec le grand public montrent un manque de connaissance des produits locaux et leurs saisonnalités. On note également que les producteurs locaux ne sont pas suffisamment identifiés tant par les consommateurs que par les acheteurs professionnels.

Dans la continuité de la marque “+de17”, mise en place par le Département, il s’agira de valoriser les produits locaux et les externalités environnementales positives. Les actions de promotion visent à améliorer la connaissance des produits et producteurs locaux, et de les mettre en relation avec les consommateurs et les acheteurs professionnels.

## Actions pré-identifiées :

1. Décliner et valoriser une identité pour les produits garants d'externalités environnementales et sociales positives.
2. Intégrer les métiers de bouche dans le PAT pour valoriser les produits du PAT.
3. Développer un dispositif numérique de relations producteurs / consommateurs.
4. Impliquer les GMS dans la promotion des produits PAT

*En lien avec la fiche sensibiliser à l'alimentation durable :*  
Promouvoir les produits éco responsable avec fiches recettes. Valoriser les boutiques de producteurs, les épiceries solidaires proposant des produits du PAT. Poursuivre les actions de promotion dans les manifestations locales (BALF, village Francocéan...)

## Indicateurs de suivi :

- Choix d'une identité et nombre de produits identifiés
- Nombre de métiers de bouche utilisant ou vendant des produits locaux
- Mise en place d'un outil numérique et nombre d'échanges et transactions réalisés

**Objectif Stratégique :** Renforcer l'accès à la consommation des produits durables du territoire

**Groupe de travail :** Département, associations épicerie solidaires, GMS, boutiques de producteurs, CCI et CMA, ARS, Ecole de la mer, Section régionale conchylicole, From Sud Ouest, Union du Mareyage, Parc Marin, Lycée Maritime, Ifremer, SCIC Filière Pêche La Rochelle et pilotes, GAB 17...

## Effets attendus :

- Accroître la connaissance et la visibilité des producteurs.
- Augmenter la vente et la consommation de produits locaux .
- Augmenter l'offre de produits locaux
- Faire connaître le prix juste des produits du PAT
- Avoir un référentiel de qualité pour les produits du PAT

## Points de vigilance :

- Co construire une définition des produits garants d'externalités environnementales et sociales positives à travers le cahier des charges
- Rechercher les conditions permettant de rendre les produits accessibles aux personnes précaires.
- Coordination des actions avec la marque + de 17 dans nos assiettes et autres outils de référence
- Participation des producteurs, distributeurs, consommateurs et métiers de bouche aux GT
- Communication cohérente et relayée

Contact des référents du groupe de travail

XXX