



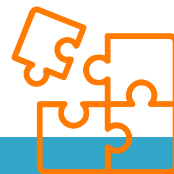
## CARTE ACTION 3.1-13

“ORGANISER LE PREMIER FESTIVAL DE L'ALIMENTATION LOCALE EN PICARDIE MARITIME, SUR UNE JOURNÉE ET RENFORCER LES ÉVÈNEMENTS VALORISANT LES PRODUITS LOCAUX (FOIRE, COMICE, MARCHÉ ÉPHÉMÈRE, MARCHÉ DES PRODUCTEURS, ...) ”

### **Orientation 3**

*Le Plan Climat Air Energie Territorial au service de l'éducation au territoire*

**Objectif stratégique 3.1 :** *Sensibiliser à l'alimentation de qualité et durable, aux enjeux nutritionnels, de la petite enfance aux seniors*



A CONSOLIDER

## CARTE ACTION 3.1-14

“PROMOUVOIR LES CIRCUITS ALIMENTAIRES DE PROXIMITÉ : TERRE NOURRICIÈRE D'ICI.”

### **Orientation 3**

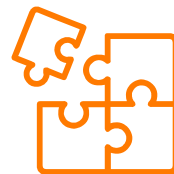
*Le Plan Climat Air Energie Territorial au service de l'éducation au territoire*

**Objectif stratégique 3.1 :** *Sensibiliser à l'alimentation de qualité et durable, aux enjeux nutritionnels, de la petite enfance aux seniors*





## CARTE ACTION 3.1-13



A CONSOLIDER

## CARTE ACTION 3.1-14

**Description de l'action :** *Proposer à l'association qui organise et gère le festival de l'agriculture en Picardie maritime, un pôle dédié à l'alimentation locale, mettant en avant les acteurs et expériences réussies en faveur de la relocalisation de l'alimentation, les producteurs et les produits locaux.*

**Description de l'action :** *A partir de portraits photographiques des producteurs du territoire et des produits locaux, proposer des expositions itinérantes et de plein air, pour promouvoir les circuits alimentaires de proximité.*

**Public cible :** tous publics

**Niveau de priorité :**

**Porteur :**

**Acteurs :**

**Temporalité :**

**Budget :**

**Sources de financement :**

**Public cible :** tous publics

**Niveau de priorité :**

**Porteur :**

**Acteurs :**

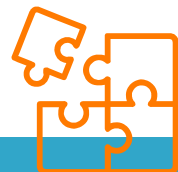
**Temporalité :**

**Budget :**

**Sources de financement :**



## CARTE ACTION 3.1-11



A CONSOLIDER

## CARTE ACTION 3.1-12

“COMMUNIQUER SUR LES MÉTIERS DE LA  
TERRE ET DE LA MER AVEC UNE  
APPROCHE MULTICRITÈRES ”

“COMMUNIQUER SUR LES PRODUCTIONS  
PHARES ET EMBLÉMATIQUES DE LA BAIE  
DE SOMME”

### **Orientation 3**

*Le Plan Climat Air Energie Territorial au  
service de l'éducation au territoire*

**Objectif stratégique 3.1 :** *Sensibiliser  
à l'alimentation de qualité et durable,  
aux enjeux nutritionnels, de la petite  
enfance aux seniors*

### **Orientation 3**

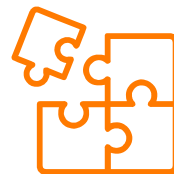
*Le Plan Climat Air Energie Territorial au  
service de l'éducation au territoire*

**Objectif stratégique 3.1 :** *Sensibiliser  
à l'alimentation de qualité et durable,  
aux enjeux nutritionnels, de la petite  
enfance aux seniors*





## CARTE ACTION 3.1-11



A CONSOLIDER

## CARTE ACTION 3.1-12

**Description de l'action :** *Créer et implanter durablement des panneaux explicatifs des métiers de la terre et de la mer, à des endroits touristiques stratégiques en y adossant une lecture paysagère permettant de comprendre comment l'agriculture a modelé ce territoire d'exception et ce qu'il adviendrait si elle disparaissait.*

**Description de l'action :** *Réaliser une campagne de communication des produits de la Baie de Somme (à l'instar de la moule de Bouchot).*

**Public cible :**

**Niveau de priorité :**

**Public cible :**

**Niveau de priorité :**

**Porteur :**

**Acteurs :**

**Porteur :**

**Acteurs :**

**Temporalité :**

**Temporalité :**

**Budget :**

**Sources de financement :**

**Budget :**

**Sources de financement :**



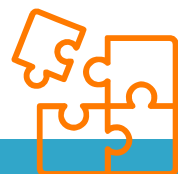
## CARTE ACTION 3.1-9

“IMPLIQUER LES HABITANTS, LES ÉLUS ET L'ENSEMBLE DES ACTEURS DE LA CHAÎNE ALIMENTAIRE SUR LE P.A.T : FAIRE CONNAÎTRE LA DÉMARCHE ET MOBILISER ”

### **Orientation 3**

*Le Plan Climat Air Energie Territorial au service de l'éducation au territoire*

**Objectif stratégique 3.1 :** *Sensibiliser à l'alimentation de qualité et durable, aux enjeux nutritionnels, de la petite enfance aux seniors*



A CONSOLIDER

## CARTE ACTION 3.1-10

“PROMOUVOIR LES PRODUCTEURS ET LES PRODUITS LOCAUX DE LA TERRE ET DE LA MER”

### **Orientation 3**

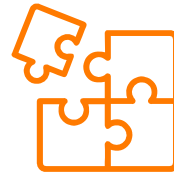
*Le Plan Climat Air Energie Territorial au service de l'éducation au territoire*

**Objectif stratégique 3.1 :** *Sensibiliser à l'alimentation de qualité et durable, aux enjeux nutritionnels, de la petite enfance aux seniors*





## CARTE ACTION 3.1-9



A-CONSOLIDER

## CARTE ACTION 3.1-10

**Description de l'action :** *Impliquer les habitants et les élus sur le PAT via l'utilisation d'outils d'animation participatifs.*

**Description de l'action :** *Réaliser un inventaire précis des producteurs locaux (terre et mer) et des lieux de vente à diffuser largement (visiteurs, habitants, collectivités, élus, ...) en format digital et papier.*

**Public cible :** Elus, habitants

**Niveau de priorité :**

**Porteur :**

**Acteurs :**

**Temporalité :**

**Budget :**

**Sources de financement :**

**Public cible :** tous publics

**Niveau de priorité :** 1

**Porteur :**



**Temporalité :**

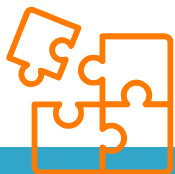
**Acteurs :**



• BIO EN HAUTS-DE-FRANCE •  
Groupeement Régional de l'Agriculture Biologique

**Budget :**

**Sources de financement :**



A CONSOLIDER

## CARTE ACTION 3.1-7

"PROMOUVOIR LES JARDINS PARTAGÉS DU TERRITOIRE EN ACTIVITÉ AUPRÈS DES HABITANTS ET DES ÉLUS DU TERRITOIRE ET ACCOMPAGNER À L'ÉMERGENCE DE NOUVEAUX JARDINS ET OU VERGERS PARTAGÉS, DANS LES COMMUNES, QUARTIERS OU ENTREPRISES DU TERRITOIRE

"

### **Orientation 3**

*Le Plan Climat Air Energie Territorial au service de l'éducation au territoire*

**Objectif stratégique 3.1 :** Sensibiliser à l'alimentation de qualité et durable, aux enjeux nutritionnels, de la petite enfance aux seniors



## CARTE ACTION 3.1-8

"PROMOUVOIR LES INITIATIVES PRIVÉES DE PROMOTION DE PRODUITS LOCAUX SOUS FORME DE COLIS FESTIFS, AUPRÈS DES COMITÉS D'ENTREPRISES, DES AMICALES, DES ASSOCIATIONS ET DES COMMUNES SOUHAITANT OFFRIR DES PANIERS GARNIS LOCAUX"

### **Orientation 3**

*Le Plan Climat Air Energie Territorial au service de l'éducation au territoire*

**Objectif stratégique 3.1 :** Sensibiliser à l'alimentation de qualité et durable, aux enjeux nutritionnels, de la petite enfance aux seniors





## CARTE ACTION 3.1-7

NOUVELLE !

## CARTE ACTION 3.1-8

**Description de l'action :** *Faire émerger de nouveaux jardins et/ou vergers partagés nourriciers en s'appuyant sur le foncier disponible, pour créer des espaces nourriciers, de rencontre et d'échanges pédagogiques et intergénérationnels autour des activités liées au jardinage (à partir d'informations techniques et scientifiques relatives aux cycles biologiques, à la biodiversité au jardin, au cycle des saisons et des productions nourricières associées, au jardin nourricier et à l'éducation au goût et à l'alimentation via la transformation de produits bruts et de saison)*

**Description de l'action :** *Améliorer la visibilité du dispositif "colis festifs Somme Produits Locaux" et la communication associée. Proposer une offre de paniers festifs 100% locaux aux mairies, aux entreprises du territoire via les services économiques des EPCI, les chambres consulaires (CCI et CMA) mais également aux associations sportives du territoire.*

**Public cible :** habitants, élus et habitants de QVP, associations, entreprises privées, écoles

**Niveau de priorité :**

**Public cible :** élus, chambres consulaires, syndicats professionnels, collectivités

**Niveau de priorité :**

**Porteur :**



**Acteurs :**

**Porteur :**



**Acteurs :**

**Temporalité :**

**Temporalité :**

**Budget :**

**Sources de financement :**

**Budget :**

**Sources de financement :**





## CARTE ACTION 3.1-5

"PROMOUVOIR LE PROGRAMME FRUITS, LÉGUMES ET PRODUITS LAITIERS À L'ECOLE AUPRÈS DES ÉTABLISSEMENTS SCOLAIRES ET DES PRODUCTEURS LOCAUX ET LES ACCOMPAGNER DANS LA MISE EN OEUVRE OPÉRATIONNELLE ET ADMINISTRATIVE "

### **Orientation 3**

*Le Plan Climat Air Energie Territorial au service de l'éducation au territoire*

**Objectif stratégique 3.1 :** *Sensibiliser à l'alimentation de qualité et durable, aux enjeux nutritionnels, de la petite enfance aux seniors*



## CARTE ACTION 3.1-6

"RECENSER ET PROMOUVOIR LES RESSOURCES PÉDAGOGIQUES ET LES CONTACTS UTILES AVEC LES ACTEURS DU TERRITOIRE À DESTINATION DES ENSEIGNANTS DE LA MATERNELLE AU LYCÉE ET DES PROFESSIONNELS DE L'ANIMATION POUR LES OUTILLER LORS DE LA CONSTRUCTION ET LA RÉALISATION D'ACTION D'ÉDUCATION À L'ALIMENTATION ET AU GOÛT DANS LES ÉTABLISSEMENTS SCOLAIRES ET D'ACCUEIL PÉRISCOLAIRE "

### **Orientation 3**

*Le Plan Climat Air Energie Territorial au service de l'éducation au territoire*

**Objectif stratégique 3.1 :** *Sensibiliser à l'alimentation de qualité et durable, aux enjeux nutritionnels, de la petite enfance aux seniors*





## CARTE ACTION 3.1-5

**Description de l'action :** Pour les établissements souhaitant participer au programme, il s'agit de définir le projet prévisionnel de mise en œuvre du programme pour l'année scolaire et d'accompagner et de suivre dans le temps pour la première année de participation de l'établissement : la demande d'agrément ( 1 par année scolaire), les distributions et les mesures éducatives associées visant à promouvoir les comportements alimentaires plus sains et de faire connaître aux élèves les filières et produits agricoles locaux et sous SIQO), les demandes de paiements.

Pour les producteurs locaux volontaires et pouvant fournir des produits éligibles : aider les producteurs à se référencer sur la plateforme France Agri Mer.

**Public cible :** établissements scolaires du premier et du second degré  
producteurs locaux

**Porteur :**



**Niveau de priorité :**

1

**Acteurs :**



**Temporalité :**

**Budget :**

**Sources de financement :**



## CARTE ACTION 3.1-6

**Description de l'action :** Pour le programme Fruits et Lait à l'école (supports mis à disposition par le MASA et construits avec les ministères de la santé et de l'éducation) ; Pour les autres actions (semaine du goût, semaine du développement durable, semaine de la nature), avec le concours des professionnels de l'enseignement et de l'animation, partager : - recueil de fiches Eduscol - recueil de supports issus d'Educagri - supports et contenus pédagogiques mis à disposition par le Comité de Promotion Hauts-de-France - coordonnées des interprofessions et des associations professionnelles locales œuvrant à l'éducation à l'alimentation et au goût

**Public cible :** Enseignants,  
professionnels de l'animation,  
directions des affaires scolaires  
et de l'animation des EPCI

**Porteur :**



**Niveau de priorité :**

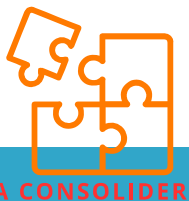
**Acteurs :**



**Temporalité :**

**Budget :**

**Sources de financement :**



## CARTE ACTION 3.1-3

**"PROMOUVOIR LES PRODUITS LOCAUX  
ET LA GASTRONOMIE EN S'APPUYANT  
SUR LES ACTEURS DU TOURISME "**

### **Orientation 3**

*Le Plan Climat Air Energie Territorial au  
service de l'éducation au territoire*

**Objectif stratégique 3.1 :** *Sensibiliser  
à l'alimentation de qualité et durable,  
aux enjeux nutritionnels, de la petite  
enfance aux seniors*



## CARTE ACTION 3.1-4

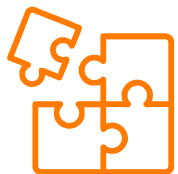
**"ORGANISER POUR LES HABITANTS DES RALLYES  
D'ITINÉRANCE DÉCOUVERTE SUR LE TERRITOIRE,  
LORS D'ÉVÈNEMENTS PRÉ CIBLÉS (SEMAINE DE  
L'ALIMENTATION DURABLE, FÊTE DE LA NATURE,  
FESTIVAL ALIMENTERRE, FÊTE DE LA POMME, FÊTE  
DES VÉGÉTAUX MARINS, LE PRINTEMPS À AL  
FERME..) : UN TERRITOIRE QUI SE DÉCOUVRE ET SE  
DÉGUSTE , IL N'Y A QU'UN P.A.T !"**

### **Orientation 3**

*Le Plan Climat Air Energie Territorial au  
service de l'éducation au territoire*

**Objectif stratégique 3.1 :** *Sensibiliser  
à l'alimentation de qualité et durable,  
aux enjeux nutritionnels, de la petite  
enfance aux seniors*

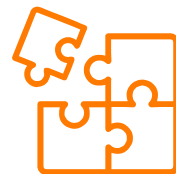




A CONSOLIDER

## CARTE ACTION 3.1-3

**Description de l'action :** *Proposer en lien avec les offices de tourisme, les guides nature indépendants, le PNR, une offre touristique " un territoire qui se déguste", avec des visites guidées ou randonnées gourmandes à la découverte des métiers de l'agriculture et de la pêche, des produits locaux, des artisans des métiers de bouche et de la gastronomie du territoire. Harmoniser la communication sur l'ensemble du territoire.*



A CONSOLIDER

## CARTE ACTION 3.1-4

**Description de l'action :** *A partir des randonnées gourmandes précédemment organisées par les programmes PMAZH , Bienvenue à la Ferme ou Rando Bistrot avec le PNR, proposer 1 à 2 randonnées par an par petite région agricole du PNR en croisant avec une lecture paysagère : villages courtils, atlas de la biodiversité communale, le grand site de France, lectures paysagères depuis la mer avec le concours du Parc Naturel Marin.*

**Public cible :** tous publics

**Niveau de priorité :**

**Porteur :**

**Acteurs :**

**Temporalité :**

**Budget :**

**Sources de financement :**

**Public cible :** tous publics

**Niveau de priorité :**

**Porteur :**

**Acteurs :**

**Temporalité :**

**Budget :**

**Sources de financement :**





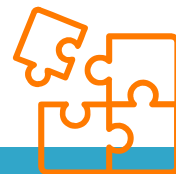
## CARTE ACTION 3.1-1

**"METTRE EN PLACE DES DÉFIS FOYERS A ALIMENTATION POSITIVE : MANGER MIEUX, LOCAL ET DE SAISON SANS DÉPENSER PLUS ! "**

### **Orientation 3**

*Le Plan Climat Air Energie Territorial au service de l'éducation au territoire*

**Objectif stratégique 3.1 :** *Sensibiliser à l'alimentation de qualité et durable, aux enjeux nutritionnels, de la petite enfance aux seniors*



A CONSOLIDER

## CARTE ACTION 3.1-2

**"METTRE EN PLACE DES ATELIERS INTERGÉNÉRATIONNELS CONVIVIAUX EN LIEN AVEC L'ALIMENTATION , POUR FAVORISER LA TRANSMISSION ENTRE GÉNÉRATIONS DANS L'APPRENTISSAGE DE LA CUISINE ET DU BIEN MANGER"**

### **Orientation 3**

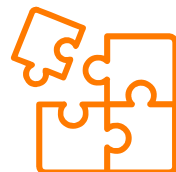
*Le Plan Climat Air Energie Territorial au service de l'éducation au territoire*

**Objectif stratégique 3.1 :** *Sensibiliser à l'alimentation de qualité et durable, aux enjeux nutritionnels, de la petite enfance aux seniors*





## CARTE ACTION 3.1-1



A CONSOLIDER

## CARTE ACTION 3.1-2

**Description de l'action :** *Le Défi FAAP est une opération de la Fédération Nationale pour l'Agriculture Biologique (FNAB) qui accompagne des familles à consommer plus de produits bio et locaux, sans augmenter leur budget.*

**Description de l'action :** *Les seniors (maison de retraite, marpa, association, ...) animent des ateliers cuisine et enseignent la préparation de leurs recettes préférées et leurs techniques culinaires à leur auditoire et l'inverse peut également être proposé, à partir de recettes de familles revisitées par des jeunes en formation restauration hôtellerie par exemple.*

**Public cible :** habitants (étudiants, couples avec ou sans enfants, retraités, personnes seules, ...) non initiés à l'agriculture biologique

**Niveau de priorité :**

1

**Public cible :** habitants seniors de plus de 60 ans

**Niveau de priorité :**

**Porteur :**



**Acteurs :**

**Porteur :**

**Acteurs :**

**Temporalité :**

**Temporalité :**

**Budget :**

**Sources de financement :**

**Budget :**

**Sources de financement :**