

NOUVELLE !

CARTE ACTION 2.1-1

“RÉALISER UN ÉTAT DES LIEUX DE LA PRODUCTION ET DE LA DISTRIBUTION SOUS SIQO, SOUS LABELS ET HVE2 SUR LE TERRITOIRE ”

Orientation 2

Créer de la valeur ajoutée et mettre en place des réseaux d'acteurs agricoles et alimentaires

Objectif stratégique 2.1 : "Développer les SIQO et labels sur le territoire pour répondre à la loi EGALIM"



NOUVELLE !

CARTE ACTION 2.1-2

“ÉVALUER LA SENSIBILITÉ DES AGRICULTEURS DU TERRITOIRE AUX SIQO ET AUX LABELS (NOTAMMENT HVE2) ”

Orientation 2

Créer de la valeur ajoutée et mettre en place des réseaux d'acteurs agricoles et alimentaires

Objectif stratégique 2.1 : "Développer les SIQO et labels sur le territoire pour répondre à la loi EGALIM"



NOUVELLE !

CARTE ACTION 2.1-1

Description de l'action : Recenser les producteurs sous SIQO, labels et HVE ainsi que leurs points de vente. Quantifier les surfaces ou cheptel associés, le chiffre d'affaires par filières, les opérateurs de l'aval concernés (transformateurs, distributeurs)

Public cible :
producteurs

Niveau de priorité : 1

Porteur :



Acteurs :



Temporalité : 2025

Budget :

Sources de financement :

NOUVELLE !

CARTE ACTION 2.2-2

Description de l'action : Réaliser une enquête auprès des producteurs : Quelle compréhension et quelle image associée aux SIQO et aux labels ? Quels freins éventuels à la mise en place ?

Public cible :
producteurs

Niveau de priorité : 2

Porteur :



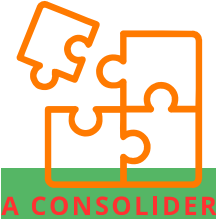
Acteurs :



Temporalité : 2025

Budget :

Sources de financement :



CARTE ACTION 2.1-3

**"FAVORISER L'INTERCONNAISSANCE ENTRE
ACHETEURS DE LA RESTAURATION
COLLECTIVE ET LES PRODUCTEURS SOUS
SIQO"**

Orientation 2

*Créer de la valeur ajoutée et mettre en place
des réseaux d'acteurs agricoles et
alimentaires*

Objectif stratégique 2.1 : *"Développer
les SIQO et labels sur le territoire pour
répondre à la loi EGALIM"*





CARTE ACTION 2.1-3

Description de l'action : *Créer un espace de rencontre, de discussions entre producteurs de la terre et de la mer et acteurs de la restauration collective dont les cuisiniers, ponctué par un repas collectif et partagé.*

Public cible : producteurs

Niveau de priorité :

1

Porteur :



Acteurs :



Temporalité : 2025

Budget :

Sources de financement :