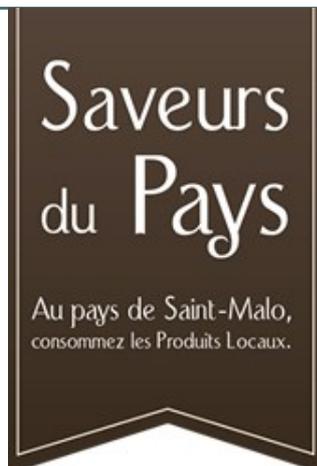


## Dossier de presse



En présence des principaux acteurs et partenaires,

Monsieur René COUANAU,

maire de Saint-Malo

et président du Pays de Saint-Malo

vous invite à la présentation du projet et

au lancement du site Internet

« *Saveurs du pays* »

et de sa version mobile.

### Sommaire :

Communiqué de presse

Partenaires

Présentation du projet :

Synthèse

- 1) Historique et objectifs
- 2) Méthodologie et calendrier
- 3) Présentation du site internet
- 4) Communication
- 5) Formation à l'outil de gestion
- 6) Coût et financement

Jeudi 12 juillet 2012, à 10H

A la Mairie de Saint-Malo, Salle du Conseil Municipal  
35400 Saint Malo

## Lancement du site internet

des produits locaux

du Pays de Saint Malo :

« *Saveurs du Pays* »

**[www.saveursdupaysdesaintmalo.fr](http://www.saveursdupaysdesaintmalo.fr)**

### Contacts Presse :

Aurélié RIDEL, Chargée de mission au Pays de Saint-Malo  
Pays de Saint-Malo, Cap Sud, 3 Rue Croix Desilles, 35400 Saint-Malo  
Téléphone : 02 99 80 96 65 – Fax : 02 99 19 81 55

## ◆ Communiqué de presse



Fruits et légumes de saison, agneaux de pré salé, moules de bouchots de la baie du Mont Saint-Michel, huîtres de Cancale, coquilles Saint-Jacques, ...etc. Le site Internet « Saveurs du Pays » et sa version mobile vous proposent de découvrir les produits alimentaires locaux vendus à la fois par les producteurs en direct et par les artisans, commerçants et restaurateurs du territoire.



Qu'il s'agisse des produits de la pêche, de la conchyliculture ou de l'agriculture, retrouvez toutes les informations sur leur origine et leur qualité. La fonction géolocalisation et calcul d'itinéraire

vous permettra de vous rendre sur les multiples lieux de vente : directement à l'exploitation, sur les marchés ou chez les artisans et commerçants du territoire.

Ce site Internet a été réalisé par le Pays de saint Malo, en partenariat avec les acteurs économiques locaux : les chambres consulaires, le Comité Départemental des Pêches Maritimes et des Elevages Marins 35, l'Organisation des Producteurs Conchyliculteurs de Bretagne, la Maison du Terroir et de la Gastronomie et enfin, les cinq groupements de communes.

En s'engageant dans cette action de développement des circuits courts et de valorisation des richesses produites sur son territoire, les élus du Pays de Saint-Malo visent deux objectifs :

- Promouvoir les produits alimentaires locaux,
- Rapprocher les consommateurs, qu'ils soient résidents ou touristes, des producteurs

## ◆ Partenaires



⇒ Les partenaires financiers : Le programme européen LEADER et la Région Bretagne



## ◆ Synthèse du projet

### ⇒ Enjeux

En lien avec le programme LEADER, les orientations générales du SCOT et enfin, la stratégie pour un développement durable du Pays de Saint-Malo, le Pays de Saint-Malo s'est engagé dans une action de valorisation des produits locaux et de promotion des circuits courts.

### ⇒ Objectifs

Réaliser un site internet valorisant les produits et les producteurs locaux du Pays de Saint-Malo. Il est complété par une version mobile, optimisée pour les téléphones et les tablettes numériques.

Permettre à la population locale et touristique de s'informer sur l'origine et la qualité de ces produits mais également de se

diriger vers les lieux de vente, qu'ils soient directs ou indirects.

Associer les partenaires et les producteurs à la mise à jour du site en publiant via un espace dédié, leurs propres contenus : actualités et informations sur les productions.

### ⇒ Méthodologie

Réalisé à l'initiative du Pays de Saint-Malo, le projet a été mené en s'appuyant sur l'expertise d'un comité de pilotage présidé par M. MAHIEU, maire de Cancale et vice-président du Pays de Saint-Malo et regroupant l'ensemble des partenaires locaux

Tous les producteurs concernés par les circuits courts ont été consultés. 1 sur 5 se sont déjà engagés. Les autres peuvent le

faire à tout moment, le site permettant une mise à jour continue.

### ⇒ Communication

Suite à cette conférence de presse qui doit permettre de faire connaître au plus grand nombre le site et ses fonctionnalités, des outils de communication (affiches, flyers, adhésifs, encart web) vont être diffusés à tous les partenaires, producteurs et professionnels du tourisme .

### ⇒ Formation

Afin de prendre en main l'outil de publication, une formation sera proposée à l'automne 2012, aux partenaires et éventuellement aux producteurs.

## 1) Historique et objectifs

### ⇒ Historique

Dans sa stratégie pour un développement durable, le Pays de Saint-Malo souhaite sensibiliser les acteurs locaux à un mode de développement comportant un objectif de préservation des ressources de notre territoire.

Ainsi, en lien également avec le programme LEADER et les orientations générales du SCOT, le Pays de Saint-Malo a prévu de réfléchir à la promotion et le développement des circuits courts alimentaires.

En février 2011, une journée sur ce thème a été organisée sur le Pays de Rennes par Aurore Romé, chargée de mission Leader (remplacée par Sonia de Neymet). Les participants ont découvert différentes actions comme la mise en place d'un Plan Local de l'Agriculture, la création d'un observatoire des circuits courts, la publication d'un guide des producteurs locaux etc..

Lors du débriefing, les participants ont

souhaité qu'un guide des produits locaux soit également initié sur le territoire et par cela, ont fait écho à une demande exprimée en amont par les agriculteurs dans le cadre d'une étude menée par la chambre d'Agriculture.

Ainsi, le guide des produits locaux fait aujourd'hui l'objet d'une maîtrise d'ouvrage de la part du Pays de Saint Malo.

### ⇒ Objectifs

Réaliser un site internet valorisant les produits et les producteurs locaux du Pays de Saint-Malo. Ce site est complété par une version mobile, optimisée pour les téléphones portables et les tablettes numériques.

Ce site permettra à la population locale et touristique de s'informer sur l'origine et la qualité de ces produits mais également de se diriger vers les différents lieux de vente, qu'ils soient directs (à la ferme, sur les marchés, en panier AMAP, sur internet) ou indirects (chez les artisans, commerçants et

restaurateurs).

De manière attractive, simple et interactive, il doit également proposer des recettes utilisant les produits du terroir, des interviews de producteurs, des actualités, des photos etc.

Un Espace Professionnel permettra aux partenaires et producteurs d'alimenter le site en publiant leurs propres contenus (actualités et informations sur les productions) et ainsi de participer à rendre le site vivant et actualisé.

## 2) Méthodologie et calendrier

### Méthodologie

Le projet a été mené en s'appuyant sur l'expertise d'un comité de pilotage présidé par M. MAHIEU, maire de Cancale et vice-président Saint-Malo Agglomération et regroupant les partenaires suivants : **les chambres consulaires, le CDPMEM 35 (Comité Départemental des Pêches Maritimes et des Elevage Marins), l'OPCB (Organisation des Producteurs Conchyliculteurs de Bretagne), la Maison du Terroir et de la Gastronomie et enfin, les cinq EPCI du territoire.**

Les Offices de tourisme ont été sollicités lors de la dernière réunion du comité de pilotage du 13 juin, consacré à la communication.

Afin d'alimenter le site, un questionnaire a été adressé aux producteurs, conchyliculteurs et pêcheurs identifiés par leur organisme professionnel.

L'objectif était de recueillir des informations concernant leur production, certifications et lieux de vente.

Un courrier doublement-signé par le Président du Pays et le Président de la structure concernée les a accompagnés. Le questionnaire comportait en outre une « charte d'engagement » dans laquelle les producteurs s'engageaient à présenter uniquement les produits du territoire et à citer uniquement les artisans commerçants faisant l'objet d'un partenariat significatif et régulier. Cette charte se retrouve dans la rubrique du site nommée « Charte de qualité ».

**blement dans un temps très restreint (5 semaines) et alors que la période n'était pas propice (récolte, fauchage, mise bas...). Les organismes professionnels ont fait part de l'intérêt porté à ce projet par l'ensemble des producteurs mais également du manque de temps de certains pour s'y consacrer actuellement. Une fois lancé, le site attirera de lui-même d'autres producteurs car à défaut d'avoir été en mesure de répondre à notre première sollicitation, ils peuvent se faire connaître de manière continue. Il suffit pour cela d'effectuer une demande d'intégration sur le site en s'inscrivant dans la rubrique « Espace Professionnel ».**

⇒ **Les questionnaires : 1 producteur sur 5 a déjà répondu favorablement**

### Calendrier 2012 : le projet a été mené avec succès durant 6 mois

Janvier—février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Automne
<p>- Recrutement d'Aurélie Ridel, stagiaire en Master 2 « développement local », chargée du projet.</p> <p>- Lancement d'un appel d'offre relatif à la prestation de service intellectuel « Création d'un site internet des produits locaux et d'une version mobile ».</p>	<p><u>Comité de pilotage N°1 : cadrage du projet</u></p> <p>Les membres du comité de pilotage sont arrivés à une définition partagée de la notion de produit local : « Il s'agit d'un produit alimentaire qui est produit, récolté ou pêché sur le territoire ou d'un produit transformé localement et dont la matière première est produite, récoltée ou pêchée sur le territoire du Pays de Saint-Malo ».</p>	<p>Réunion d'un comité en charge de la sélection du prestataire internet. Entre deux finalistes, le choix se porte sur la société Atout Graph, basée à Saint Malo.</p>	<p><u>Comité de pilotage N°2 : Site Internet</u></p> <p>En présence de la société Atout Graph, la réunion est consacrée aux points suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Validation de la charte graphique,</li> <li>- Validation de l'arborescence et des fonctionnalités,</li> <li>- Validation de la carte illustrée,</li> <li>- Réflexions autour du choix du nom.</li> </ul>	<p><u>Comité de pilotage N°3 : Communication et formation</u></p> <p>Le comité de pilotage, élargi aux professionnels du tourisme approuve la stratégie de communication présentée par le Pays de Saint-Malo</p>	<p><b>- Conférence de presse de lancement officiel du site internet Saveurs du Pays et de la version mobile</b></p> <p>-Diffusion de la communication</p>	<p>Proposition d'une journée de formation à l'outil de publication, à destination des partenaires et éventuellement des producteurs.</p>

### 3) Présentation du site Internet « Saveurs du Pays »

Les membres du comité de pilotage se sont accordés sur le nom **Saveurs du Pays**, complété par le slogan :  
**« Au Pays de Saint-Malo, consommez les produits locaux ».**

Adresse url : [www.saveursdupaysdesaintmalo.fr](http://www.saveursdupaysdesaintmalo.fr)

Version mobile : [www.saveursdupaysdesaintmalo.fr/mobile.php](http://www.saveursdupaysdesaintmalo.fr/mobile.php)

**Saveurs du Pays**  
 Au pays de Saint-Malo, consommez les Produits Locaux.

Ajouter aux favoris - Envoyer à un ami - Site Mobile

Recherche

PAYS DE SAINT-MALO | CHARTE DE QUALITE | ESPACE PRO

Pays de Saint-Malo

Les moules de Bouchots de la baie du Mont Saint-Michel

JE RECHERCHE ...

Produits

Producteurs

RECETTES

MARCHES

LES ACTUALITES

DOCUMENTATION

**Les actualités**  
 Edito  
 Edito de M. Couanau, maire de Saint-Malo et président du pays de Sain...  
 En savoir plus

**L'interview du mois**  
 Mickael ROBIN

**La recette du mois**  
 Soupe d'huître à la Yoann

Fruits et légumes de saison, moules de Bouchots de la baie du Mont Saint-Michel, huîtres de Cancale, coquilles Saint-Jacques, agneaux de pré-salé, cidre et fromages...etc. Ce guide vous propose de découvrir les produits issus de la terre et de la mer du **Pays de Saint Malo**. Pour chacun d'entre eux, vous pourrez en apprécier l'origine et la qualité (labels AOC, Bio etc..) et géo localiser les lieux de vente : directement à la ferme, sur les marchés, en paniers AMAP, mais aussi chez les artisans-commerçants et les restaurateurs du territoire. Retrouvez également toutes les actualités, recettes et informations générales liées à nos productions locales.

**Le site se compose des éléments suivants :**

**Un moteur de recherche** proposant la recherche de produit ou de producteur, en fonction d'une zone géographique, découpée par groupement de communes.

Cette recherche aboutit à :

- une cartographie des différents points de vente du territoire,
- une liste des producteurs.

Chaque producteur est présenté dans une fiche qui détaille :

- ses produits,
- ses différents sigles de qualités,
- ses points de vente : marchés, vente à l'exploitation, site internet, artisans, commerces de proximité, restaurateurs.

**Des fonctionnalités :** « calcul d'itinéraire », « coups de cœur », « envoyer à un ami » et « impression » etc.

**Un espace professionnel :**

il permettra aux partenaires et aux producteurs d'alimenter le site en publiant leurs propres contenus (actualités, informations sur les productions etc.) et ainsi de participer à rendre le support vivant et actualisé en permanence.

De nouveaux producteurs pourront s'inscrire à tout moment et venir enrichir la base de données.

Des relances automatiques auprès de ces derniers permettront en outre la vérification régulière des contenus en ligne et garantiront ainsi l'exactitude des informations communiquées sur le site.

**Des rubriques :**

- Actualité
- Recettes
- Interview
- Documentation

**Une Carte touristique :**

Cette carte doit permettre à la population touristique d'avoir une vue d'ensemble du territoire via ses principales villes, ses principaux axes routiers ainsi que ses produits.

## 4) Mobilisation des différents moyens de communication



Verso d'un flyer



Etiquette producteurs

**Publication d'un communiqué et d'un dossier de presse présenté ce jour et qui sera adressé par email :**

- Aux partenaires ainsi qu'à l'ensemble des professionnels du tourisme du Pays de Saint-Malo, dont les campings et les Gites de France (afin qu'ils puissent diffuser et communiquer l'information auprès de leurs clients).
- A l'ensemble des mairies et groupements de communes du territoire (afin qu'ils relaient l'information dans les bulletins municipaux ou intercommunaux et/ou sur les pages actualités leurs sites web).

**Des outils de communication à destination de la population locale et touristique**

- Des flyers recto-verso et des affiches

Ces deux supports présentent le visuel du site web et proposent un QR code qui, une fois flashé par le mobile, permet d'accéder à la version du site optimisée pour les téléphones portables et les tablettes numériques.

- Des autocollants

Destinés aux producteurs, pêcheurs et conchyliculteurs, commerçants et restaurateurs présents sur le site.

Ces étiquettes, reprennent le visuel du site ainsi que le QR Code et précise la mention « Je suis présent sur le site ... ».

- Une bannière ou un encart web:

Mis à disposition des partenaires, des professionnels du tourisme, des collectivités territoriales ainsi que des producteurs, pêcheurs et conchyliculteurs, ils pourront être placés de manière permanente sur leur site internet.

Un clic sur cet encart permettra un renvoi vers le site [saveursdupaysdesaintmalo.fr](http://saveursdupaysdesaintmalo.fr)

## 5) Formation à l'outil de gestion

⇒ **Objectifs**

Inciter chaque partenaire, producteur, pêcheur et conchyliculteur à s'approprier le site comme outil de communication.

Contribuer au dynamisme du guide (grâce à des mises à jour régulières).

NB : les mises en ligne se feront après modération effectuée par le Pays de St Malo.

⇒ **Cibles**

- Partenaires, professionnels du tourisme  
Session de formation à l'automne 2012,  
Objet : maîtriser l'outil de publication afin d'intégrer des actualités.
- Producteurs, pêcheurs et conchyliculteurs :

Remise d'un guide utilisateur,

Eventuellement, proposition d'une session de formation à l'automne 2012,

Objet : mises à jour de leurs informations et actualités.

## 6) Coût et financement du site

La création graphique, la conception totale de l'outil et la mise en ligne du site Internet s'élève à 22 000 euros de réalisation du site internet.

> Il est financé de la manière suivante :

Auto financement	36%
Subvention Leader	50%
Subvention Régionale	14%