

ASSOCIATION. Produit en Presqu'île de Guérande souhaite renforcer sa visibilité

Pascal Chellet, président de Produit en Presqu'île de Guérande, a adressé ses vœux aux adhérents de l'association lundi 22 janvier.

Une bonne trentaine d'entre eux avait répondu à son invitation dans les locaux du lycée professionnel Olivier Guichard à Guérande, à la fois membre et partenaire.

Pascal Chellet a profité de cette occasion pour faire le bilan des diverses actions de l'année écoulée et fixer un cap pour 2018.

Cinq nouvelles adhésions

Créée en 2012 à l'initiative de la Chambre de commerce, l'association s'est fixé pour objectif de valoriser le savoir-faire des producteurs locaux. Elle poursuit son développement et affiche une bonne vitalité, avec notamment l'arrivée de cinq nouvelles adhésions pour seulement un départ et une présence de plus en plus marquée dans les manifestations sur et hors territoire.

L'effectif des membres franchit ainsi la barre des 90, parmi lesquels on recense une bonne moitié de producteurs, l'autre moitié étant constituée de restaurateurs, distributeurs et d'institutionnels.

Originellement, l'association a ciblé les produits de la mer, avec le sel de Guérande pour locomotive. Dès 2014, moyennant une



L'association veut faire connaître l'association, comme en décembre, au Salon nautique de Paris

cotisation modique de 50 €, elle a ouvert ses rangs aux producteurs agricoles avec ancrage local sur l'ensemble des territoires de Cap Atlantique, Brière Brivet et de la Carene.

Une diversité qui a permis une première participation au Salon de l'agriculture en 2017 avec sept adhérents. Une présence qui devrait être reconduite cette année avec davantage de membres. Pascal Chellet s'est par ailleurs félicité de son engagement au Salon nautique de Paris avec Cap Atlantique et la Carene, rappelant au passage qu'il était « important de fixer la collaboration avec les collectivités territoriales

et leurs élus pour travailler ensemble ».

Produit en Presqu'île de Guérande devrait cet été relancer son marché des producteurs locaux à Terre de sel qui, malgré une météo désastreuse pour la dernière édition, n'a pas touché les bonnes volontés. D'autre part, elle apportera une nouvelle fois sa contribution à la soirée Presqu'île Estuaire Entrepreneurs qui réunit en novembre près de 800 dirigeants. Elle devrait en outre assurer une présence plus marquée lors des marchés en variant les lieux, en essayant particulièrement sur Saint-Nazaire.

Et, vraie nouveauté, elle sou-

haite s'associer à l'opération Saveurs d'octobre au cours de laquelle des chefs pourraient élaborer des recettes avec ses produits locaux.

« Proximité et qualité »

Pour Pascal Chellet, travailler la communication pour se faire connaître et renforcer la visibilité des produits constituent bien un leitmotiv. « Il faut absolument que le consommateur fasse le lien entre le logo, une magnifique échasse blanche sur fond bleu et nos deux lignes du cahier des charges, à savoir proximité et qualité », a-t-il souligné.