



*le Grenelle
de la Mer*

« Mission Sensibilisation – Education - Communication »

Groupe n°4

Rapport final - 25 juin 2010



Pilote :

Catherine CHABAUD, Personne Qualifiée, Navigatrice et journaliste, membre du Conseil Supérieur de la Navigation de Plaisance et des Sports nautiques, Administratrice de l'Agence des Aires marines protégées, de la Fédération Française de Voile et de la SNSM.

Assistante (en 2^e partie de mission) :

Marielle KOHLER, stagiaire.

Chef de Projet (jusqu'au rapport d'étape) :

Anne DUBOSC, Chargée de mission stratégique
Information - Enseignement supérieur
Délégation au Développement Durable
Commissariat général au Développement durable -
MEEDDM

Mission menée de novembre 2009 à juillet 2010



Sommaire

Première partie : Synthèse des principales mesures

Intention	page 4
I/ La Stratégie de Communication pour la mer	page 4
A) Une « signature » pour la mer	page 6
B) Deux axes à décliner	page 6
1) Faire découvrir, connaître et comprendre	page 7
2) Préserver et gérer durablement – Les 10 Défis pour la mer et le littoral	page 8
 III/ Synthèse des Projets Phares et des Recommandations	 page 11
A) Tableau des Projets Phares	page 12
B) Tableau des Projets Balises	page 14
C) Tableau des Recommandations	page 15
D) Quelques actions déjà mises en œuvre par la mission	page 16
E) Calendrier des propositions	page 17
F) Tableau des propositions avec budgets prévisionnels	page 19

Deuxième partie : Rapport détaillé

Sommaire de toutes les propositions	page 22
Tableau des propositions par Engagement	page 23
Fiches du thème Communication	page 27
Fiches du thème Sensibilisation – Education	page 40
Fiches du thème Patrimoine	page 54
Annexes	
Calendrier des réunions plénières et des sous-groupes	page 60
Liste des membres du groupe de travail et personnes auditionnées	page 61

*... et avant toutes choses,
un grand merci au Ministre d'Etat en charge de la Mer pour sa confiance,
et à tous ceux qui ont participé à l'élaboration de ces propositions,
à leur soutien et à leur bonne humeur !
Catherine Chabaud*



A l'issue du Grenelle de la Mer, initié par Jean-Louis Borloo en 2009, cette mission Sensibilisation – Education – Communication a été mise en place pour répondre aux engagements parmi les 138 du Livre Bleu du Grenelle de la mer, qui concernent la Sensibilisation, l'Education et la Communication, soit au total 12 engagements et 42 sous-engagements.

Synthèse et principales mesures

Intention

L'enjeu de la mission Sensibilisation – Education – Communication du Grenelle de la mer, est de « faire partager la mer » et le fait maritime au plus grand nombre, **tels qu'ils sont et non pas tels que l'on imagine qu'ils sont.**

La mission veut faire partager :

- **La dimension maritime de la France, de l'Archipel France,**
- **Les richesses qui en découlent et la nécessité absolue de les préserver et de les gérer durablement,**
- **Une image moderne et d'avenir de la mer,** loin des clichés et des représentations que les citoyens s'en font généralement.

La mission veut s'inscrire :

- **dans la continuité du Grenelle de l'Environnement** et considère que la mer doit faire sa place partout où l'on **décline le développement durable,**
- comme **mission transversale des 18 chantiers opérationnels du Grenelle de la mer** et de considérer les propositions des 17 autres groupes comme autant de sujets sur lesquels il faudra communiquer.

La mission veut s'appuyer :

- Sur les **énergies et les initiatives de tous les acteurs, du domaine maritime ou d'autres filières,** qui permettent de répondre aux engagements de la mission. C'est ainsi que **la mission a privilégié, quand cela était possible, le soutien aux actions portées par les acteurs** plutôt que de faire des propositions ex nihilo.
- Sur les initiatives qui pourraient être proposées par la suite pour répondre aux engagements et qui ne figurent pas ici.

Pour répondre aux 12 engagements et 42 sous-engagements de la mission, le groupe propose :

La Stratégie de Communication pour la Mer et le Littoral 2010-2012

I/ LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION POUR LA MER ET LE LITTORAL 2010 - 2012

- Un message fort :
 - *« La mer est l'avenir de la terre »*
- Décliné selon deux axes majeurs :
 - Faire découvrir, connaître, comprendre la mer et le littoral
 - Préserver et gérer durablement la mer et le littoral
- S'appuyant sur des « Projets Phares », des « Projets Balises » et des « Recommandations » selon les trois thèmes dominants des engagements :
 - Communication
 - Éducation
 - Patrimoine

Pour comprendre :

- La Stratégie de Communication pour la mer, consiste à proposer un programme d'actions et d'outils, baptisés « Projets Phares » pour les 3 années de son exercice, et à faire des « Recommandations » le cas échéant.
- Ces actions et outils sont des événements créés ou à créer, des campagnes de sensibilisation, des documents pédagogiques...
- Les deux axes majeurs sont une proposition de contenu pour les outils.
- Les Projets Phares, Projets Balises et les Recommandations sont quelques fois nés de la mission ; la plupart du temps, il s'agit d'actions menées par des acteurs ayant participé à la mission et que le groupe a jugé bon de soutenir (bénéfices : mise en synergie, coûts moindres).
- D'autres actions portées par d'autres acteurs (non représentés dans le COMOP), peuvent être envisagées. Il s'agira de rester à l'écoute des propositions pertinentes.

A) Une signature pour la mer :

« La mer est l'avenir de la terre »

QuickTime^a et un
dZ.compresseur
sont requis pour visionner ce

Pour comprendre :

Le groupe propose que tous les acteurs puissent s'approprier ce message, qu'il ne soit pas uniquement une signature des actions portées par le MEEDDM.

En revanche, il s'agira sans doute de répondre à un cahier des charges afin de pouvoir exploiter la signature.

Dans un premier temps, les actions issues du Grenelle de la mer pourront porter les deux signatures (« Grenelle de la mer », « la mer est l'avenir de la terre »). A terme, la signature « la mer est l'avenir de la terre » pourrait être utilisée seule.

Commentaire :

Le groupe a testé plusieurs messages. Après avoir envisagé de faire travailler une agence de communication, le groupe a jugé ce message comme étant le plus pertinent et préféré le tester en interne ; les autres messages évoqués paraissent moins forts et synthétiques que celui-ci (déjà porté par le ministre dans le Livre Bleu des Engagements du Grenelle de la mer). Le valider comme message définitif, permet de faire l'économie d'une recherche via une agence.

B) Deux axes à décliner :

- ⇒ **Faire découvrir, connaître, comprendre la mer**
- ⇒ **Préserver et gérer durablement**

Pour comprendre :

Ces deux axes ont pour ambition de **synthétiser le contenu du « porter à connaissance » sur la mer. La connaissance a été soulignée comme étant l'un des objectifs majeurs du Grenelle de la mer. La compréhension des enjeux en est un autre.**

Ils sont un **canevas utile pour tout outil** de communication, d'éducation, de sensibilisation, destiné à expliquer la mer à tout public.

Ils répondent aux questions :

Axe 1 : Qu'est-ce que la mer ? Qu'est-ce que la mer aujourd'hui pour nous Français ?

Axe 2 : Qu'est-ce que la mer pour nous demain ? Pourquoi dit-on « la mer est l'avenir de la terre » ?

AXE 1 / FAIRE DÉCOUVRIR, CONNAÎTRE ET COMPRENDRE LA MER

1/ Le milieu biologique et physico-chimique

Le milieu biologique :

- Biodiversité marine, écosystèmes marins (le plancton, l'estran, les zones humides, les récifs coralliens, les grands fonds, les sources hydrothermales...).
- La relation terre-mer
- les ressources vivantes
- ...

Le milieu physico—chimique :

- L'océanographie, la relation océan – atmosphère
- Les courants, les marées, la circulation thermohaline,
- La mer absorbe (le) environ 30% du CO₂ émis en excès, et produit 50% de notre oxygène,
- ...

2/ La Mer et la France

La situation géographique et géopolitique de la France au travers des ZEE de tous ses territoires, autrement dit de « L'Archipel France » :

- La France maritime au sein de l'Europe
- La France maritime au sein du Bassin méditerranéen
- La France maritime dans l'Océan Atlantique
- La France maritime dans l'Océan Indien
- La France maritime dans l'Océan Pacifique
- La France maritime dans l'océan Antarctique
- ...

L'histoire maritime de la France au travers de son héritage :

- L'histoire maritime de la France
- Le patrimoine maritime culturel matériel et immatériel

Les activités maritimes des hommes en mer et sur le littoral :

- La pêche, la conchyliculture et l'aquaculture
- Le transport maritime
- La construction navale et nautique et activités connexes
- Les ports
- La Marine nationale
- La plaisance
- La recherche biologique et océanographique
- Les activités touristiques sur le littoral
- ...

AXE 2 / PRÉSERVER ET GÉRER DURABLEMENT :

Les 10 Défis pour la Mer et le Littoral

Pour comprendre :

Les 10 Défis sont une photographie des grands thèmes, des engagements pris par le Grenelle de la mer et des actions de mise en œuvre qui en ont découlé.

Pour chacun des défis, sont indiquées ici à titre d'exemple, quelques unes des actions proposées par les chantiers opérationnels.

L'idée est de compléter ce document en y intégrant toutes les propositions qui seront validées par le Ministre d'Etat. A la date du 28 juin, date de remise du rapport au ministre d'Etat, il ne s'agit que des propositions qui sont faites par les groupes qui ont rendu leur rapport (en fait, peu de groupes ont répondu et ce document reste à compléter).

Commentaire : après avoir tenté une déclinaison des 9 Défis de la Stratégie Nationale du Développement Durable, le groupe a préféré une déclinaison plus cohérente pour la mer et ses enjeux.

L'ambition ici est de pouvoir citer, en regard de chaque défi, les actions mises en œuvre par le Grenelle de la mer. Ce document pourra être complété après lecture des rapports de toutes les missions et identifications des propositions majeures du Grenelle de la mer.

Défi 1 / Recherche et Innovation

Enjeux : **Plus de Recherche et d'Innovation** : comme à l'aube de la révolution industrielle il y a 200 ans, saisir l'opportunité d'un nouveau développement, basé sur une nouvelle économie durable.

Actions du Grenelle de la mer : Propositions majeures du Groupe 8

- Mise en place du COMER : Conseil de la recherche marine, maritime, littorale et portuaire
- Programme Mer
- Pôle de compétitivité Aquimer (Boulogne sur Mer)
- *À compléter en citant les propositions principales du groupe 8*

Défi 2/ Gestion intégrée de la mer et du littoral

Enjeux : **Mettre en place un véritable management intégrée des zones côtières** : de la source des rivières jusqu'à la mer, prendre en compte tous les éléments permettant l'établissement d'un développement durable des activités humaines sur les espaces côtiers et marins.

Actions du Grenelle de la mer : Propositions majeures du Groupe 6

- Fonds européen pour la pêche Axe 4 : « pour un développement durable des zones côtières tributaires de la pêche et de l'aquaculture »...
- *À compléter en citant les propositions principales du groupe 6*

Défi 3 / Préserver la biodiversité marine

Enjeux : **Stopper la dégradation de la biodiversité marine** : permettre à la mer de résister aux agressions humaines et au changement climatique en favorisant sa résilience par le maintien ou la restauration de la biodiversité marine. Assurer ainsi la préservation des services rendus par la mer à l'homme.

Actions du Grenelle de la mer : Propositions majeures des Groupes 6 et 16

- Développement des aires marines protégées
- *À compléter en citant les propositions principales des groupes 6 et 16*

Défi 4 / Ports et Navires du futur

Enjeux : Prévoir un développement rationnel et harmonieux des ports sur le territoire, encourager un transport maritime plus durable, et préserver l'indépendance de la France en matière de construction navale.

Actions du Grenelle de la mer : Propositions majeures des Groupes 2, 10, 12 et 17

- Création du CORICAN et du CIRAN
- *À compléter en citant les propositions principales des groupes 2, 10, 12 et 17*

Défi 5 / Ressources marines

Enjeux : Veiller à une exploitation durable et éthique des ressources marines : de l'extraction de granulats à celle de nouvelles substances, en passant par les énergies marines renouvelables, l'exploitation durable doit également permettre aux populations les plus défavorisées de ne pas être mises à l'écart des bienfaits de l'océan. La pêche et l'aquaculture durables seront systématiquement valorisées.

Actions du Grenelle de la mer : Propositions majeures des Groupes 1, 7 et 15

- Création d'un écolabel pêche...
- *À compléter en citant les propositions principales des groupes 1, 7 et 15*

Défi 6 / Tourisme, sports et loisirs nautiques

Enjeux : Permettre un développement durable du tourisme, des activités de plaisance, des sports et loisirs liés à la mer : favoriser le développement d'un tourisme de valeurs, se développant harmonieusement sur les territoires, au bénéfice des citoyens.

Actions du Grenelle de la mer : Propositions majeures des Groupes 4 et 18

Groupe 18 :

- 1 - « VERDIR LE DAFN » à revenu constant en augmentant la contribution de la part relative au moteur et en réduisant celle relative à la longueur de coque.
- 2 - INSCRIRE RÉSOLUMENT TOUS LES PORTS DE PLAISANCE DANS UNE DÉMARCHE ENVIRONNEMENTALE :
 - Encourager les modes d'énergie alternatifs pour les bateaux de servitude ainsi que les investissements économes d'énergie dans les ports de plaisance.
 - Editer un guide à l'intention des collectivités locales sur la gestion des cales de mise à l'eau et des services associés (bonnes pratiques)
 - Développer la synergie Port à flot/Port à sec.
 - Pérenniser l'appel à projet labellisant pour les ports de plaisance exemplaires.
- 3 - CRÉER UN RÉFÉRENTIEL NATIONAL COMMUN POUR LES « GUIDES DES MER »
 - Il s'agit d'activités complémentaires pour les professionnels et encadrants du nautisme. Une liste des guides de mer labellisés dans chaque port de plaisance doit être à disposition de ceux qui, usagers ou professionnels, sont susceptibles d'utiliser leurs services.
- *À compléter en citant les propositions principales des groupes 4 et 18*

Défi 7 / Réduction des pollutions

Enjeux : Réduire drastiquement les pollutions, visibles et moins visibles, et particulièrement celles provenant de la terre : favoriser la mise en place de filières considérant les macro-déchets comme des nouvelles matières premières, et démontrer tout l'intérêt à moyen et long terme de ne pas dégrader notre milieu par le rejet d'eaux non traitées et de substances polluantes.

Actions du Grenelle de la mer : Propositions majeures des Groupes 3, 4, 7, 11, 13 et 14

(Groupe 13) =

- Réduire les rejets par les navires
- Lutter efficacement contre les pollutions existantes
- Prévenir les accidents et les pollutions
- Identifier et sanctionner les auteurs des pollutions
- Promouvoir de nouvelles normes de prévention aux niveaux international et communautaire
- Surveiller et contrôler en mer et dans les ports de manière harmonisée aux niveaux national, communautaire et international
- *À compléter en citant les propositions principales des groupes 3, 4, 7, 11, 13 et 14*

Défi 8 / Métiers et formations

Enjeux : Mettre en place des formations qui seront adaptées aux métiers d'aujourd'hui et de demain : une demande importante d'emplois liés à la mer va se faire jour, il est nécessaire d'assurer les formations ad hoc en tenant compte d'une évolution visionnaire des métiers.

Actions du Grenelle de la mer : Propositions majeures des Groupes 4 et 9

- ...
- *À compléter en citant les propositions principales des groupes 4 et 9*

Défi 9 / Gouvernance et Rayonnement

Enjeux : Créer les conditions permettant la gouvernance des espaces marins, régionalement, nationalement et internationalement : mettre en place des groupes de gestion des espaces marins intégrant toutes les parties concernées, et ce aux différentes échelles géographiques. Considérer les espaces outre-mer comme une réelle opportunité, et donner les moyens de développer une véritable économie bleue. Renforcer la coopération avec les pays du sud.

Actions du Grenelle de la mer : Propositions majeures des Groupes 5 et 16

- ...
- *À compléter en citant les propositions principales des groupes 5 et 16*

Défi 10 / Sensibilisation, Education, Patrimoines et Transmission

Enjeux : Eduquer, communiquer, sensibiliser pour convaincre et amener à agir, du responsable politique ou industriel, jusqu'au simple citoyen, acteur final de toute politique : pour chacun des axes, communiquer vers toutes les parties concernées et tout particulièrement vers le grand public en renforçant les réseaux existants, notamment le Réseau Océan Mondial, dont les partenaires sont tous les aquariums, centres d'éducation, musées de science, etc.

En outre, l'identification, la conservation et la valorisation du patrimoine maritime culturel, participent à expliquer le fait maritime, à transmettre la passion de la mer, à identifier et

valoriser les territoires. Le Défi ici est d'inventorier, de conserver, de valoriser et de faire partager cette richesse au plus grand nombre.

Actions du Grenelle de la mer : Propositions majeures du Groupe 4

- Espace Grenelle de la mer
- Université de la Mer
- Web TV de la mer
- Programme court Classes de mer
- Programmes de communication de France Agrimer
- Développement et mise en valeur des Bateaux d'Intérêt patrimonial
- Développement des animations accueillant les BIP
- Extension des Atlas du Patrimoine maritime régionaux

Exemple de déclinaison de la Stratégie de Communication sur un événement, l'Espace Grenelle de la mer (projet Phare) :

Il s'agira d'une exposition présentant :

- D'une part, ce qu'est la mer, le milieu, sa dimension pour la France (Axe 1)
- D'autre part, les enjeux qui s'y jouent (Axe 2), au travers des « 10 Défis pour la Mer » illustrés des exemples des actions mises en œuvre par le Grenelle de la mer.

III/ SYNTHÈSE des PROJETS PHARES, BALISES et des RECOMMANDATIONS

Les propositions de la mission **se répartissent selon les trois thèmes des Engagements** de la mission :

- **Communication**
- **Éducation**
- **Patrimoine.**

Le groupe les a également **hiérarchisés selon trois niveaux** :

- **Projets Phares**
- **Projets Balises**
- **Recommandations**

A) PROJETS PHARES

NOM DU PROJET	DESRIPTIF
COMMUNICATION	
STRATÉGIE DE COMMUNICATION POUR LA MER	<p>Elle définit le message porté par le Grenelle de la mer (« La mer est l'avenir de la terre ») et décline 2 axes de communication.</p> <p>Elle constitue un canevas déclinable à tout support éducatif, de sensibilisation ou de communication du Grenelle de la mer.</p> <p><i>Engagement 105 – Cible : tous publics</i></p>
ÉVÉNEMENTIEL	
JOURNÉES DE LA MER, DES LACS ET DES RIVIÈRES	<p>Le projet consiste à proposer la pérennisation des Journées de la mer, des lacs et des rivières, nées du Grenelle de la mer, autour de la Journée Mondiale des Océans (8 juin), d'inciter de plus en plus d'acteurs à se mobiliser et de renforcer leur efficacité afin de répondre aux objectifs du Grenelle de la mer.</p> <p>Chaque édition pourrait également être l'occasion de la diffusion d'un sondage sur les Français et la mer (déjà existant, voir projet phare consacré) et d'un état des lieux de l'avancée des projets nés du Grenelle de la mer (lancement du démonstrateur du Navire du Futur, lancement de tel ou tel organisme né du Grenelle de la mer, comme la Fondation pour la Mer...). Ces journées constitueraient ainsi un objectif dans le calendrier, motivant pour les acteurs.</p> <p>La mission propose aussi d'y associer les thématiques fortes de l'année en cours (Outre-Mer pour 2011, Marseille Capitale de la Culture Européenne pour 2013...), comme ce fut le cas avec l'année de la Biodiversité.</p> <p><i>Engagements 104 et 105 – Cible : tous publics</i></p>
UN ESPACE GRENELLE DE LA MER	<p>A travers un espace d'exposition à décliner sur des événements, il s'agit de porter à la connaissance du plus grand nombre le fait maritime (selon la Stratégie de Communication pour la Mer proposée) et les projets mis en œuvre par le Grenelle de la mer (suite aux rapports des 18 chantiers opérationnels).</p> <p>Le groupe propose de monter le 1^{er} Espace Grenelle de la mer sur le Nautic 2010.</p> <p><i>Engagement 105 – Cible : grand public ou professionnels selon le lieu d'exposition</i></p>
UNIVERSITÉ DE LA MER	<p>Sessions de formation qualifiante (à l'image de l'IHEDN) à destination des journalistes, des élus, des décideurs, des cadres de l'Etat... pour développer la connaissance sur le fait maritime, le milieu, l'économie, la politique de la mer (tous sujets pointés dans la Stratégie de Communication pour la Mer).</p> <p>Projet porté et proposé par Infomer. Serait monté en partenariat avec Univers Sciences, le Réseau Océan Mondial et son Académie de l'Océan Mondial et le MEEDDM.</p> <p><i>Engagement 105 – Cible : médias, élus, décideurs...</i></p>
OUTILS D'ANIMATION / SUPPORTS	
WEB TV DE LA MER	<p>Projet porté par Océanopolis et Nausicaa. Les deux grands aquariums qui portaient chacun un projet, ont décidé de s'associer pour porter un projet unique, qui consiste à valoriser la production audiovisuelle des deux sites et à l'enrichir.</p> <p><i>Engagement 105 – Cible : Web TV à destination des publics scolaires, des collectivités locales, du grand public.</i></p>
CAMPAGNES	
CAMPAGNE DE PRÉVENTION – SENSIBILISATION AUX MACRO-DÉCHETS EN MILIEU AQUATIQUE	<p>Campagne TV ou web. Première campagne pour les Journées de la mer 2010 avec la réalisation d'un clip sur les macro-déchets.</p> <p>La mission et le Fonds Macro-déchets proposent de développer d'autres outils de sensibilisation : campagne sur les autoroutes, dans les stations services, information sur les emballages...</p> <p><i>Engagements 105 et 107 – Cible : grand public</i></p>

CAMPAGNES ET ACTIONS DE SENSIBILISATION À LA CONSOMMATION DU POISSON	<p>Soutien à la campagne MrGoodfish du Réseau Océan Mondial.</p> <p>Suivi des actions qui seront proposées par France Filière Pêche à l'automne 2010.</p> <p><i>Engagement 108 – Cible : restaurateurs et grand public</i></p>
EDUCATION - SENSIBILISATION	
PROGRAMME COURT « CLASSE de MER »	<p>Programme court TV de découverte de la mer via le regard d'enfants qui la découvrent pour la première fois. Ce projet poursuit plusieurs objectifs : il répond précisément à la démarche de connaissance et de compréhension des enjeux décrits dans la Stratégie de Communication pour la Mer, il valorise les Classes de Mer et incite à leur développement.</p> <p><i>Engagement 110 – Cibles : tous publics, scolaires</i></p>
EXTENSION DU RÉSEAU OCÉAN MONDIAL	<p>Afin de répondre aux engagements de mise en réseau des acteurs et d'inventaire des actions, la mission a décidé de s'appuyer sur le Réseau Océan Mondial déjà constitué. L'idée serait de lui apporter des soutiens afin d'étoffer l'équipe et d'animer au mieux le réseau en métropole et outre-mer.</p> <p><i>Engagements 105 et 107 – Cible : sphère éducative, tous publics.</i></p>
DÉVELOPPEMENT DU JURY JEUNE AU FESTIVAL MONDIAL DE L'IMAGE SOUS-MARINE	<p>Dans le cadre du Festival Mondial de l'image sous-marine, les collégiens de toute la France composent le jury qui doit élire le film qu'ils estiment être le meilleur pour des jeunes de leur âge.</p> <p>Le résultat est proclamé à Paris lors de la Journée Mondiale de l'Océan (8 juin, Journées de la mer), et le prix remis au réalisateur gagnant lors du Festival. Il s'agit de développer ce prix jeune public dans toute la France métropolitaine et d'outre-mer.</p> <p><i>Engagement 110 – Cible: Scolaires</i></p>
FORMATION DES ANIMATEURS SPORTIFS	<p>La nécessaire « formation des formateurs » rejoint un projet du Ministère des Sports d'intégrer le développement durable dans la formation des encadrants. La mission propose que les fédérations du nautisme (notamment FFV et FFESSM) soient pilotes sur le projet.</p> <p><i>Engagements 104, 107 et 110 – Cibles : encadrement sportif, licenciés des fédérations de sports nautiques</i></p>
PATRIMOINE	
Patrimoine naturel - Outils	
PROTOCOLE D'OBSERVATION GRAND PUBLIC DE LA BIODIVERSITE ET DE L'ENVIRONNEMENT MARIN	<p>L'Ifremer crée un « Observatoire de la Biodiversité et de l'environnement marin » dans le but d'effectuer, en métropole et outre-mer, des observations sur des espèces et groupes cibles, présentant un intérêt scientifique ou en matière de communication. Le projet consiste à créer un protocole d'observation du milieu pour tout public professionnel ou non. Les volontaires s'inscriront en ligne sur un site Internet qui leurs permettra d'accéder au protocole.</p> <p><i>Engagements 98.a (patrimoine maritime naturel) et 105.a – Cibles : professionnels, élus, plaisanciers, grand public.</i></p>
Patrimoine Culturel - Outils	
PORTAIL DU PATRIMOINE MARITIME CULTUREL	<p>Accompagnement et soutien au projet porté par le Musée national de la Marine de création d'un Portail du patrimoine maritime culturel.</p> <p><i>Engagement 99 – Cibles : sphère éducative, grand public, réseau des musées</i></p>
LABELLISATION DES BATEAUX D'INTERET PATRIMONIAL	<p>La Fondation du patrimoine maritime et fluvial propose au gouvernement de créer une nouvelle catégorie de bateaux sous le label de « bateau d'intérêt patrimonial » (BIP) à destination des propriétaires de bateaux du patrimoine non protégés par l'État.</p> <p><i>Engagements 101 a., 102 b – Cible</i></p>
OUTILS DE VALORISATION DES BATEAUX DU PATRIMOINE	<p>Création d'un outil de communication et valorisation de type brochure, du patrimoine maritime culturel et mise en place d'une signalétique commune à tous les bateaux du patrimoine.</p> <p><i>Engagement 101 – Cible : grand public, collectivités territoriales...</i></p>
Patrimoine Culturel - Événementiel	

RASSEMBLEMENTS DES BATEAUX DU PATRIMOINE	Mise en valeur des bateaux labellisés par la Fondation du Patrimoine, en favorisant leur rassemblement aux Journées du Patrimoine et leur présence dans le cadre de l'événement Marseille Capitale européenne de la Culture en 2013, ainsi que leurs rassemblements dans les ports (leur regroupement crée l'événement). <i>Engagements 101 et 105.e – Cible : grand public</i>
---	--

B) PROJETS BALISES :

NOM DU PROJET	DESCRIPTIF
COMMUNICATION	
EXPOSITION NAISSANCE DU NAVIRE DU FUTUR	Exposition autour de la construction du démonstrateur du Navire du futur et/ou d'autres navires du futur (ex : canot SNSM du futur). L'idée est de construire le navire devant le public et d'utiliser ce moment et cet espace pour informer, sensibiliser, décliner la Stratégie de Communication pour la mer. <i>Engagement 105 – Cible : tous publics, enseignement supérieur</i>
CLUB DES EXPLORATEURS DU GRENELLE DE LA MER	Création et animation d'un Club réunissant les grandes explorations consacrées à la connaissance de la mer et apportant une réponse aux engagements du Grenelle de la mer. S'appuyer sur ce club pour décliner la Stratégie de Communication pour la mer. Création d'un Comité de parrainage associé. Club créé le 10 mai 2010. Déjà 3 explorations intégrée. <i>Engagement 105 – Cible : sphère éducative</i>
ÉTUDE BAROMÉTRIQUE « LES FRANÇAIS ET LA MER »	Le projet consiste à instituer un baromètre annuel diffusé à l'occasion des Journées de la mer, sur les rapports des Français avec la mer. Ce sondage existe déjà (Infomer – le Marin Marin, Agence des Aires marines protégées, IFOP). L'idée est de le programmer avec son initiateur, en concertation entre les différentes agences de l'Etat. <i>Engagement 105 – Cible : tous publics, médias, grand public</i>
EDUCATION - SENSIBILISATION	
CARTE de l'ARCHIPEL FRANCE	Une carte pour représenter la France dans sa dimension maritime, différemment de ce que l'on représente habituellement. Une première carte voit le jour aux Journées de la mer 2010. A terme l'ambition est de créer une carte qui intègre les manuels scolaires. <i>Engagement 105 – Cible : grand public et sphère éducative.</i>
DEUX MEMENTOS SUR LA MER POUR LES DÉCIDEURS ET LES ÉLUS	Création de deux outils sur le thème « la mer et le littoral mode d'emploi » : <ul style="list-style-type: none"> • un Guide pratique de la mer et du littoral très pratique, à destination des élus comme une aide à la décision locale, • une brochure à l'image de l'Atlas de l'océan mondial, à destination des décideurs (déclinaison de la Stratégie de Communication pour la mer), qui explique les grands enjeux locaux et planétaires autour des océans et informe sur les actions nées du Grenelle de la mer. <i>Engagement 106 – Cibles : décideurs, élus, cadres de l'Etat</i>
JEU VIDEO D'EDUCATION ET DE SENSIBILISATION A LA MER	A destination des jeunes enfants et adolescents, réalisation d'un jeu d'action et de sensibilisation aux bons gestes s'appuyant sur les sports de glisse (surf, kayak, etc). <i>Engagements 104.a et 110 – Cible: jeunes</i>

C) RECOMMANDATIONS :

NOM DU PROJET	DESCRIPTIF
COMMUNICATION	
CONTRIBUTION À LA FONDATION « DEMAIN LA MER »	Initiative d'Infomer, la Fondation Demain la Mer a pour vocation de réunir des grandes entreprises hors secteur maritime, susceptibles d'être des acteurs relais vers le grand public, afin de développer l'économie de la mer. La contribution consiste à soutenir la fondation dans son approche des grandes entreprises. <i>Engagements 105, 106, 108 – Cible : entreprises, décideurs, grand public</i>
COLLOQUE « PENSER LA MER »	Réunir des « penseurs » sur le thème de la mer
EDUCATION - SENSIBILISATION	
AGRÈMENT DES FÉDÉRATIONS SPORTIVES AU TITRE DE LA PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT	Les fédérations sportives délivrent déjà une éducation ou une sensibilisation à l'environnement. L'agrément permettrait plus d'efficacité car il inscrirait la thématique de fait dans les formations et les activités. <i>Engagement 104 – Cible : fédérations sportives</i>
PROJET ÉDITEURS SCOLAIRES	Projet de création d'un outil –ressource pour accompagner les éditeurs dans leur contenu « mer ».
PISTES D' ACTIONS POUR VALORISER ET PROMOUVOIR LES CLASSES DE MER	<ul style="list-style-type: none"> projets au niveau des Académies, autour du développement des classes de mer comme déclinaison de l'éducation au développement durable. Valorisation des classes de mer au sein de l'Espace Grenelle de la mer. <i>Engagement 110</i>
DEVELOPPEMENT DES EVENEMENTS ECO-RESPONSABLES	L'Ademe a créé un outil d'Auto Diagnostic Environnemental pour les Responsables d'Évènements (ADERE) accessible sur le site internet http://www.evenementresponsable.org . L'objectif est de faire connaître cet outil et par la suite de réduire l'impact environnemental des événements et de sensibiliser les publics à cette réduction. <i>Engagements 104 a., 105 a. e.</i>
PATRIMOINE	
ATLAS DU PATRIMOINE MARITIME	Promouvoir l'initiative de l'Atlas du patrimoine maritime développé dans le Finistère pour favoriser la mise en œuvre d'autres atlas, dans l'objectif de réaliser les inventaires du patrimoine maritime culturel sur le littoral. <i>Engagements 98</i>

C) Quelques actions déjà menées par la mission :

Les Journées de la mer, des lacs et des rivières 2010 :

Catherine Chabaud, pilote de la mission, fait partie du Comité de pilotage des Journées de la mer, étendues cette année aux lacs et aux rivières et qui se sont également associées à la Fête du Nautisme.



Commentaires :

- *L'événement constitue désormais un point remarquable du calendrier, que les acteurs apprennent à prendre comme objectif pour programmer leurs événements quand cela semble opportun (exemple avec les deux actions citées ci-dessous).*
- *Pour la prochaine édition (voire les suivantes), la mission propose de développer l'Espace Grenelle de la mer présenté dans les Projets Phares.*

Un clip sur les macro-déchets en mer :

La mission Fonds macro-déchets (fonds issu du Grenelle de l'Environnement) et la mission Sensibilisation – Education – Communication ont croisé leurs travaux au sein du sous-groupe « Prévention et Communication » de la mission Fonds macro-déchets.

Une première action a vu le jour à l'occasion des Journées de la mer 2010, avec la réalisation d'un clip vidéo de sensibilisation sur les macro-déchets qui finissent à la mer (ici mégots de cigarettes, cotons-tiges, ballons lâchés). A voir et à diffuser largement :

http://www.dailymotion.com/video/xdjxrr_mdd-tv-macro-dechets_news

Commentaire : d'autres campagnes sont envisagées par les deux missions, qui figurent (Projets Phares Communication).

Création du Club des Explorateurs du Grenelle de la Mer :

La mission a participé à la création de ce club, qui a pour ambition de s'appuyer sur les explorations maritimes, en lien avec les engagements du Grenelle de la mer.

Sont entrés dans le club : les projets Tara Océans, Sea Orbiter et Fleur Australe.

Un Comité de Parrainage a été constitué afin de valider l'entrée des futurs membres du club.

Le Club des Explorateurs du Grenelle de la Mer a été lancé le 10 mai 2010, à l'occasion de la conférence de presse des Journées de la mer, des lacs et des rivières.

Remarque : le groupe soulève la question du nom, qui prête à confusion avec la « Société des Explorateurs » aussi appelée « Club des Explorateurs ». Les réactions sont nombreuses dans le milieu maritime. Le groupe a réfléchi à un autre nom. Il a notamment été proposé : « Club des Observateurs / Aventuriers du Grenelle de la mer »

Une carte pour représenter l'Archipel France :

La mission a sollicité le SHOM (Service hydrographique et océanographique de la marine) et l'IGN (Institut Géographique National) pour la réalisation d'une carte mettant en valeur la dimension maritime de la France. Une première version de cette carte a été réalisée pour les Journées de la mer, des lacs et des rivières (voir ci-après).

Commentaire : la mission propose que d'autres cartes plus pédagogiques, soient développées selon ce principe de mise en valeur de l'Archipel France, à destination des éditeurs scolaires et plus généralement d'outils pédagogiques destinés à tous publics (voir Projets Phares Education).

E) Calendrier des Projets Phares

Année 2010 – Année de la Biodiversité	
Mois	Projets phares déjà programmés
Mai	<ul style="list-style-type: none"> Lancement du Club des explorateurs du Grenelle de la Mer
Juin	<ul style="list-style-type: none"> Journées de la mer, des lacs et des rivières du 4 au 8 juin Lancement du clip sur la sensibilisation aux macro-déchets, Première ébauche de la carte Archipel France) Lauréats Appel à Projets des Ports de plaisance exemplaires Étude réalisation Portail du patrimoine culturel maritime
Septembre	<ul style="list-style-type: none"> Université de la mer : montage Programme court « Classe de mer » : validation tournage et diffusion Lancement prospective Fondation demain la mer Rassemblement des bateaux du patrimoine aux Journées du patrimoine
Octobre	<ul style="list-style-type: none"> Festival Mondial de l'Image sous-marine Festival du Film de L'Aventure Océanographique Début tournage « Classe de mer »
Décembre	<ul style="list-style-type: none"> Espace Grenelle de la mer au Nautic du 4 au 12 décembre Étude sur la formation des animateurs sportifs finalisée

Année 2011 – Année de l'Outre-Mer	
Mois	Projets phares déjà programmés
Janvier	<ul style="list-style-type: none"> Lancement de la Web TV de la mer Lancement du portail du patrimoine maritime (mois à préciser)
Avril	<ul style="list-style-type: none"> Université de la mer Début diffusion Classe de mer ?
Juin	<ul style="list-style-type: none"> Journées de la mer, des lacs et des rivières Sondage les Français et la mer Lauréats Appel à Projets des Ports de plaisance exemplaires
Septembre	<ul style="list-style-type: none"> Université de la mer Rassemblement des bateaux du patrimoine aux Journées du patrimoine Exposition Naissance Navire du futur (selon démarrage construction)
Octobre	<ul style="list-style-type: none"> Festival Mondial de l'Image sous-marine
Décembre	<ul style="list-style-type: none"> Espace Grenelle mer au Nautic Université de la mer

Année 2012	
Mois	Projets phares déjà programmés
Avril	<ul style="list-style-type: none"> Université de la mer
juin	<ul style="list-style-type: none"> Journées de la mer, des lacs et des rivières du 4 au 8 juin Sondage les Français et la mer
Septembre	<ul style="list-style-type: none"> Université de la mer Rassemblement des bateaux du patrimoine aux Journées du patrimoine
Octobre	<ul style="list-style-type: none"> Festival Mondial de l'Image sous-marine
Décembre	<ul style="list-style-type: none"> Espace Grenelle mer au Nautic du 4 au 12 décembre Université de la mer

Année 2013 (pour info)	
Mois	Projets phares déjà programmés
Toute l'année	<ul style="list-style-type: none"> Marseille Capitale de la Culture

Projets phares à programmer ou programmations à suivre :

Communication :

1. Sondage « les français et la mer ».
2. campagne de sensibilisation à la consommation du poisson : soutien à la campagne Mr. Goodfish et suivi des actions qui seront proposées par France Filière Pêche à l'automne 2010.
3. campagne de sensibilisation au macro-déchets en milieu aquatique.
4. Exposition naissance navire du futur.
5. Extension du réseau Océan Mondial : Identification et mobilisation des acteurs (an 1), création d'un site internet dédié (an 1), toutes les autres actions (an 1 à 3).

Éducation et sensibilisation :

6. Carte Archipel France.
7. Programme court « classes de mer ».
8. Guide de la mer pour les décideurs : 12 mois à compter de la mise en place du financement.
9. Suivi des campagnes de sensibilisation à la consommation du poisson (France Filière Pêche, Mister Goodfish).
10. Jeu vidéo d'éducation et de sensibilisation à la mer et aux océans par le sport.
11. Agrément des fédérations sportives au titre de la protection de l'environnement.
12. Développement des événements éco-responsables.

Patrimoine :

13. Rassemblement des bateaux du patrimoine pour Marseille 2013.
14. Regroupement dans les ports et mouillages des bateaux d'intérêt patrimonial.
15. Brochure sur les bateaux du patrimoine.
16. Atlas du patrimoine maritime : action sur deux ans, présentation des résultats pour Marseille 2013.
17. Labellisation des bateaux d'intérêt patrimonial.
18. Panneaux d'informations des bateaux d'intérêt patrimonial.

F) Tableau des Propositions avec Budgets

PROJET PHARE	BUDGET PRÉVISIONNEL PRÉSENTATION	BUDGET PRÉVISIONNEL
STRATÉGIE DE COMMUNICATION POUR LA MER	Propositions de signature réalisées en interne au MEEDDM	0 k€
JOURNÉES DE LA MER, DES LACS ET DES RIVIÈRES	Coût d'une tente si événement en extérieur+ aménagement : 50 k€	50 k€
UN ESPACE GRENELLE DE LA MER AU NAUTIC 2010 (déclinables sur d'autres événements)	Estimation (surcoût par rapport au budget généralement affecté) pour un espace avec panneaux et signalétique au Nautic : 30 k€ (ne comprend pas le coût des stands des partenaires). Animation Econav : 35 k€ Pour réutilisation, prévoir un coût moindre en fonction de la configuration (5 à 15 k€) Au minimum le Nautic et les Journées de la mer + départ et arrivée des expéditions labellisées par le club. Estimation 80 k€/an soit 240 k€	275 k€
UNIVERSITÉ DE LA MER	50 k€ / an Budget à envisager sur 3 éditions = 150k€	150 k€
WEB TV DE LA MER	Budget prévisionnel pour les 3 prochaines années : Année 1 : 673 K€ Années 2 : 389 K€ Années 3: 389 K€ Total 1 451 K€ / 3 ans Participation de l'Etat sollicitée : 240 K€ (Année 1 : 120K€, Année 2 : 60 K€, Année 3 : 60 K€)	240 k€
CAMPAGNE DE PRÉVENTIONS – SENSIBILISATION AUX MACRO-DÉCHETS EN MILIEU AQUATIQUE	Budgets des campagnes (présentés par le Fonds Macro-déchets) : TV : 1 000 K€ Presse : environ 800 K€ Web : environ 100 K€ Affichage : environ 400 K€ Radio : 450 K€ Cartes de communication : environ 300 K€ Création du concept, annonce presse, affiches, web : 100 K€ Création du spot TV : de 80 à 200 K€ Réalisation du spot radio :15 K Réalisation film viral : entre 30 et 50 K€ Total = 3 415 k€ Voir avec Fonds macro-déchets si il prend en charge les campagnes sur le sujet.	(3 415 k€) sur le budget du Fonds macro-déchets (vérifié auprès D.VIEL)
CAMPAGNE DE SENSIBILISATION À LA CONSOMMATION DU POISSON	<u>Campagne France Filière Pêche</u> : suivre programmation. Voir soutien éventuel à apporter. <u>Campagne Mister Goddfish</u> : Budget prévisionnel pour les trois prochaines années : Année 1 : 206 K€ Année 2 : 166 K€ Année 3 : 166 K€ Total 538 K€/ 3ans Participation de l'Etat sollicitée : 135 k€ (Année 1 : 45 K€, Année 2 : 45 K€, Année 3 : 45 K€)	135 k€
EXPOSITION NAISSANCE DU NAVIRE DU FUTUR	➔ on peut réutiliser l'espace défini plus haut mais si c'est un espace dédié, il faut rebudgéter 60-90 k€ minimum	90 k€
CLUB DES EXPLORATEURS DU GRENELLE DE LA MER	Un budget pour une soirée annuelle VIP serait de l'ordre de 35 k€.	35 k€
BAROMÈTRE LES FRANÇAIS ET LA MER	15 à 20 k€/ an sur 3 ans Soit 45 à 60 K€	60 k€
CONTRIBUTION À LA	Projet porté par la Fondation Demain la mer.	0 k€

FONDATION « DEMAIN LA MER »	Soutien demandé : contacts avec les entreprises. Pas de moyen financier demandé.	
PENSER LA MER	Organisation du colloque = 300 k€. Financements public et privé.	50 k€
PROGRAMME COURT « CLASSE de MER »	Il faut compter 1 M€ pour une diffusion hebdomadaire pendant 6 mois Quelle participation sollicitée ?	1 000 k€
EXTENSION DU RÉSEAU OCÉAN MONDIAL	Dépenses prévisionnelles Budget dépenses an 1 : 301 000 € Budget dépenses an 2 : 251 000 € Budget dépenses an 3 : 251 000 € Recettes prévisionnelles Budget recettes an 1 : Ministères et agences nationales : 148 000 € Fondations et partenaires privés : 50 000 € Apport membres et partenaires réseau : 103 000 € Budget recettes an 2 : Ministères et agences nationales : 128 000 € Fondations et partenaires privés : 20 000 € Apport membres et partenaires réseau : 83 000 € Budget recettes an 3 : Ministères et agences nationales : 128 000 € Fondations et partenaires privés : 20 000 € Apport membres et partenaires réseau : 83 000 € Total participation demandée à l'Etat sur 3 ans : 404 k€	404 k€
FESTIVAL MONDIAL DE L'IMAGE SOUS-MARINE, JURY JEUNES	Fonctionnement annuel : Ifremer : 44 000 euros Membres du Réseau : 44 000 euros CRDP : 44 000 euros MEEDDM : 44 000 euros Part sollicitée auprès du MEEDDM sur 3 ans : 176 k€	176 k€
FORMATION DES ANIMATEURS SPORTIFS	moyens déjà mobilisés par le secrétariat d'Etat aux sports	0 k€
CARTE ARCHIPEL France	Coûts de conception de la 1 ^{ère} maquette = 7915 euros, pris en charge par l'IGN. Coûts liés à la conception de cette première étape = 2530€, pris en charge par le SHOM. Soutien du SHOM pour la poursuite du projet : budget maxi de 4000€ (coût en ressources humaines et frais d'impression).	5 k€
DEUX MEMENTOS SUR LA MER POUR LES DÉCIDEURS	Type « Atlas océan mondial » : estimation 50 k€ Type Guide de l' élu : 50 k€ (FNE – AMF)	100 k€
KIT PÉDAGOGIQUE SCHTROUMPFS	Jeu vidéo créé par SurRider d'éducation au développement durable. Budget total : 155 k€	50 k€
H2O COFFRET MULTIMÉDIA EUROPÉEN	DVD créé par SurfRider pour l'éducation au développement durable. Budget à déterminer.	50 k€
PORTAIL DU PATRIMOINE MARITIME	de 60 à 80 000 € pour le dév fonctionnel global (hors financement chargé de mission)	80 k€
PROJETS PORTÉS PAR LA FONDATION DU PATRIMOINE	Moyens financiers déjà mobilisés (loi de finances 2010, art 35 état B)	0 k€
ATLAS DU PATRIMOINE MARITIME	3 emplois à plein temps soit 40 000 euros X 3 = 120 000 euros par an, pendant 2 ans	120 k€
	Total Projets Mission 4	3 070 k€



le Grenelle de la Mer

Rapport détaillé

SOMMAIRE :

Sommaire de toutes les propositions	page 22
Tableau des propositions par Engagement	page 23
Fiches du thème Communication	page 27
Fiches du thème Sensibilisation – Education	page 40
Fiches du thème Patrimoine	page 54
Annexes	
Calendrier des réunions plénières et des sous-groupes	page 60
Liste des membres du groupe de travail et personnes auditionnées	page 61

LISTE DES Projets PHARES, des Projets BALISES et des RECOMMANDATIONS

THÈME COMMUNICATION	PAGE
<i>PROJETS PHARES</i>	
STRATÉGIE DE COMMUNICATION POUR LA MER	Voir Synthèse
JOURNÉES DE LA MER, DES LACS ET DES RIVIÈRES	27
UN ESPACE GRENELLE DE LA MER	28
UNIVERSITÉ DE LA MER	29
WEB TV DE LA MER	30
CAMPAGNE DE SENSIBILISATION AUX MACRO-DÉCHETS EN MILIEU AQUATIQUE	31
CAMPAGNE DE SENSIBILISATION À LA CONSOMMATION DU POISSON	32
<i>PROJETS BALISES</i>	
EXPOSITION NAISSANCE DU NAVIRE DU FUTUR	35
CLUB DES EXPLORATEURS DU GRENELLE DE LA MER	36
ÉTUDE BAROMÉTRIQUE « LES FRANÇAIS ET LA MER »	37
<i>RECOMMANDATIONS</i>	
CONTRIBUTION À LA FONDATION « DEMAIN LA MER »	38
PENSER LA MER	39

THÈME EDUCATION et SENSIBILISATION	PAGE
<i>PROJETS PHARES</i>	
PROGRAMME COURT « CLASSE de MER »	40
EXTENSION DU RÉSEAU OCÉAN MONDIAL	41
JURY JEUNE DU FESTIVAL MONDIAL DE L'IMAGE SOUS-MARINE	43
FORMATION DES ANIMATEURS SPORTIFS	44
<i>PROJETS BALISES</i>	
CARTE de l'ARCHIPEL FRANCE	45
DEUX MEMENTOS SUR LA MER POUR LES ÉLUS ET LES DÉCIDEURS	46
JEU VIDÉO D'ÉDUCATION AU DÉVELOPPEMENT DURABLE (KIT DES SCHTROUMPFS)	48
H2O COFFRET MULTIMÉDIA EUROPÉEN D'ÉDUCATION AU DD	49
<i>RECOMMANDATIONS</i>	
AGRÉMENT DES FÉDÉRATIONS SPORTIVES	50
PROJET ÉDITEURS SCOLAIRES	51
PISTES D'ACTIONS POUR VALORISER ET PROMOUVOIR LES CLASSES DE MER	52

THÈME PATRIMOINE	PAGE
<i>PROJETS PHARES</i>	
OBSERVATOIRE DE LA BIODIVERSITÉ ET DE L'ENVIRONNEMENT MARIN	53
PORTAIL DU PATRIMOINE MARITIME	54
LABELLISATION DES BATEAUX D'INTERET PATRIMONIAL	55
OUTILS DE VALORISATION DES BATEAUX DU PATRIMOINE	56
RASSEMBLEMENTS DES BATEAUX DU PATRIMOINE	57
<i>RECOMMANDATIONS</i>	
ATLAS DU PATRIMOINE MARITIME	58

Propositions de la mission par Engagement

En bleu, les propositions ayant donné lieu à un projet Phare, un projet Balise ou une Recommandation (voir les détails dans les fiches consacrées).

En noir, les propositions ou indications données en réponse à un Engagement ou en complément d'un projet développé dans les fiches.

N°	ENGAGEMENT	PROPOSITIONS
98	<i>Procéder à des inventaires et poursuivre la recherche</i>	
	98.a Inventorier et mettre en exergue le patrimoine maritime dans toutes ses composantes dans les inventaires patrimoniaux. <ul style="list-style-type: none"> • Inciter les régions à inventorier le patrimoine maritime et fluvial puis valoriser ce patrimoine ; Outre mer, conduire une étude de pré-inventaire. • Recenser à l'échelle intracommunautaire les biens culturels maritimes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pour le patrimoine naturel : Observatoire de la Biodiversité marine, travaux en cours des Aires marines protégées et création d'une Carthotèque.. • Pour le patrimoine culturel : <ul style="list-style-type: none"> ○ Portail du patrimoine maritime ○ Atlas du patrimoine maritime ○ Brochure sur les bateaux du patrimoine
	98.b Faciliter la création d'observatoires du patrimoine maritime culturel.	<ul style="list-style-type: none"> • Atlas du patrimoine maritime • Portail du patrimoine maritime
	98.c Dresser la carte exhaustive des biens culturels maritimes jusqu'au plateau continental et établir la liste des sites justifiant d'une protection spécifique (risque de destruction ou menace pour l'environnement à court ou moyen terme).	<ul style="list-style-type: none"> • Pour le patrimoine culturel : <ul style="list-style-type: none"> ○ Portail du patrimoine maritime ○ Atlas du patrimoine maritime
99	<i>Garder la mémoire</i>	
	99.a Créer des gardiens de la mémoire de l'estran, à proximité des endroits les plus fréquentés des lieux de vie, présentant les témoignages des cultures de l'estran.	Sur ce sujet, le groupe n'a pas apporté de réponse.
	99.b Conforter le rôle du Musée de la Marine comme tête du réseau des musées maritimes de France.	<ul style="list-style-type: none"> • Portail du patrimoine maritime
	99.e Pour Mayotte, recueillir et valoriser les traces de l'histoire maritime encore présentes sur ses littoraux ; envisager le cas échéant la création d'un musée de l'histoire maritime de Mayotte et de la région.	<ul style="list-style-type: none"> • Rapprocher les projets de Maison du Parc Marin de Mayotte (AAMP) de Pôle d'intérêt maritime (porté par la recherche, voir Mission Recherche et Innovation)
100	<i>Promouvoir la protection des épaves historiques à l'échelle régionale et mondiale</i>	
	100.d. Faire de la France le fer de lance d'un système international de gestion des épaves. <ul style="list-style-type: none"> · favoriser à ce titre les transferts de compétences et de savoir-faire au profit des pays émergents ou soucieux de mettre en œuvre l'étude, la protection et la mise en valeur des biens culturels maritimes ; · renforcer les moyens (un navire) et humains (postes d'archéologues) de l'Etat (Département des recherches archéologiques subaquatiques et sous-marines) afin de faire face à l'extension de la protection des biens culturels maritimes au plateau continental, à l'accroissement exponentiel des sollicitations du service de l'Etat dans les territoires ultramarins et à l'échelle internationale. 	<ul style="list-style-type: none"> • Un navire pour le DRASSM : le groupe souhaite soutenir le projet de construction d'un nouveau navire destiné à la recherche archéologique sous-marine. Sa construction comme son exploitation sont autant d'événements qui pourraient donner lieu à des actions pédagogiques, de sensibilisation.
101	<i>Conserver et valoriser le patrimoine maritime</i>	
	101.d Développer des actions spécifiques auprès des jeunes dans ce domaine.	<ul style="list-style-type: none"> • Panneaux d'information des bateaux d'intérêt patrimonial • Portail du patrimoine maritime • Atlas du patrimoine maritime • Labellisation des bateaux d'intérêt patrimonial • Rassemblements de bateaux
	101.e Inclure la mer dans les Journées du patrimoine.	<ul style="list-style-type: none"> • Rassemblement des bateaux du patrimoine aux Journées du patrimoine
102	<i>Assurer les moyens nécessaires pour l'entretien et</i>	

	la sauvegarde de ce patrimoine	
	102.d. Soutenir la valorisation auprès du public des bateaux porteurs du label officiel « Bateau d'Intérêt Patrimonial » en favorisant leur regroupement dans les ports et l'édition de brochures concernant les unités locales, disponibles sur place (bureau du port, syndicat d'initiative, office du tourisme...).	<ul style="list-style-type: none"> • Rassemblement des bateaux du patrimoine • Brochure et signalétique sur les bateaux du patrimoine
103	Valoriser le patrimoine « phares »	
	103.e Faire du musée des phares, situé à Ouessant, la base d'un musée d'envergure internationale.	<p>Au 15 juin 2010 : Le musée des Phares et Balises d'Ouessant est intégré dans une réflexion élargie qui a pour but de créer, à l'Ouest du Finistère, un équipement de conservation, de recherche et de valorisation du patrimoine maritime d'envergure internationale. Un Projet scientifique et culturel est en cours d'écriture.</p> <p>Contact : Mélanie THOMAS - Conservation départementale du patrimoine et des musées - Mission musées - 02 98 76 63 94 - melanie.thomas@cq29.fr</p>
104	Favoriser les initiatives et les contacts directs du public avec la mer, ainsi que l'information et la sensibilisation des différents publics aux enjeux marins => Cf 105 dans son ensemble	
	104.a : Promouvoir les pratiques sportives et les événements nautiques comme autant de vecteurs pour sensibiliser et éduquer les différents publics aux valeurs et aux comportements adéquats aux espaces littoraux et marins.	<ul style="list-style-type: none"> • Espace Grenelle de la mer au Nautic • Journées de la mer, des lacs et des rivières • Agrément des fédérations sportives au titre de l'éducation à l'environnement • Développement des événements éco-responsables. L'Ademe a créé un outil d'Auto Diagnostic Environnemental pour les Responsables d'Événements (ADERE) accessible sur le site internet http://www.evenementresponsable.org. L'objectif est de faire connaître cet outil et par la suite de réduire l'impact environnemental des événements et de sensibiliser les publics à cette réduction.
	104.b : Favoriser l'initiation à l'environnement du grand public pendant la période estivale sur le littoral.	<ul style="list-style-type: none"> • Formation des animateurs sportifs
	104.c : Créer une signalétique et des outils de communication cohérents avec le répertoire national des aires marines protégées, précisant aux usagers les restrictions applicables dans ces espaces protégées.	Projets en cours à l'Agence des Aires marines protégées (?)
	104.d : Promouvoir les embarquements pour les jeunes sur les voiliers du patrimoine maritime : <i>Belem, Marité, Etoile</i> et <i>Belle Poule</i> , etc.	<ul style="list-style-type: none"> • Rassemblement des bateaux du patrimoine • Fêtes maritimes Brest et Douarnenez 2012 • Marseille 2013 est une occasion aussi
	104.f : Affréter un navire de type ferry pour accueillir des jeunes et d'autres publics autour d'un projet de découverte du monde maritime avec la navigation, les ports et leurs opérateurs. Des escales pourraient être l'occasion de faire découvrir la diversité des régions littorales et leur patrimoine naturel, culturel, historique, archéologique.	Sur ce sujet, dont les Armateurs de France de perçoivent pas le système économique, le groupe n'a pas apporté de réponse.
	104.h : Réaliser et publier des ouvrages de vocabulaires et glossaires du littoral et de la mer.	Sur ce sujet, le groupe n'a pas apporté de réponse car beaucoup d'ouvrages existent déjà.
105	Élaborer et mettre en place une stratégie de communication	
	105.a Etablir et rendre public l'état des lieux en matière de sensibilisation, de communication et de formation pour le grand public.	Extension Réseau Océan Mondial dont l'une des tâches pourrait être de réaliser un annuaire, les « Pages Bleues » des acteurs et des actions.
	105.b Créer une maison de la mer, un « carrefour des océans », une cité européenne de la mer à Paris, dans les collectivités d'outre-mer et dans les grandes villes pour sensibiliser nos concitoyens à la mer.	<ul style="list-style-type: none"> • Extension Réseau Océan Mondial • À noter, le regroupement des associations du maritime en un lieu à Paris est un projet qui devrait voir le jour (Cluster Maritime).

	105.c Conforter le réseau des aquariums et musées maritimes comme vecteur de sensibilisation du grand public à la diversité de la mer. => Cf 99.b	Projet Phare Extension Réseau Océan Mondial
	105.d S'appuyer sur le Conservatoire du littoral et des rivages lacustres et sur les musées maritimes.	
	105.e Développer une stratégie de communication globale et pérenne au niveau national : <ul style="list-style-type: none"> • Y associer les actions de sensibilisation concernant les atouts de la mer pour l'économie nationale, à destination du grand public. • Organiser une communication « globale » sur ces questions : inciter les grands médias à tenir régulièrement une « rubrique mer » sur les chaînes de télévision, acheter de l'espace sur les chaînes de télévision et les radios pour décliner cette communication et mieux faire connaître au grand public la richesse et les menaces qui pèsent sur les littoraux et la mer. • Créer un site Internet sur les problématiques du développement durable pour le milieu marin et sur les métiers de la mer, et poursuivre l'animation du site dédié au Grenelle de la Mer. • Développer à l'attention du grand public l'événementiel sur la mer en s'appuyant sur les « journées de la mer » ; mieux le diffuser et l'encourager dans tous les territoires d'outre-mer. • Exploiter la médiatisation des grands événements nautiques par exemple en organisant une course à la voile autour du monde avec des escales dans les différentes collectivités d'outre-mer. => Cf 104.a • Soutenir les projets de film d'animation des organismes ou associations en place. • Mettre la mer à l'honneur de Marseille « Capitale Européenne de la Culture » en 2013. 	<ul style="list-style-type: none"> • Stratégie de Communication pour la Mer • Universités de la mer • Web TV de la mer • Journées de la mer, des lacs et des rivières • Contribution à la Fondation « demain la mer » • Sondage les français et la mer • Club des explorateurs du Grenelle de la mer • Exposition naissance du navire du futur • Carte Archipel France • Campagne de communication – sensibilisation aux macro-déchets en milieu aquatique • Développement des événements éco responsables • Rassemblement des bateaux du patrimoine à Marseille en 2013 • Jury Jeune du Festival Mondial de l'Image Sous-Marine
106	Informer et sensibiliser les décideurs et futurs décideurs	
	106.a Sensibiliser les décideurs publics aux usages variés du littoral et de la mer et à la gestion harmonieuse des enjeux environnementaux et socio-économiques maritimes.	<ul style="list-style-type: none"> • Université de la mer • Mémentos sur la Mer • Contribution à la Fondation « demain la mer »
	106.b Porter une réflexion avec les associations d'élus, des associations représentatives, des ONG, le Conservatoire du littoral et des rivages lacustres, les représentants de l'Etat, sur l'aménagement du littoral intégrant les principes du développement durable ; réfléchir à la désignation d'un élu responsable des questions du développement économique et durable maritimes et sur les moyens d'accéder au savoir (mise à disposition d'information en ligne).	<ul style="list-style-type: none"> • Université de la mer • Mémentos sur la Mer
107	Renforcer l'efficacité des actions par la mise en réseau des acteurs au niveau local et adapter les moyens pour l'Outre-mer	
	107.a Nécessité de développer localement l'éducation à l'environnement par une mise en réseau des organismes existants et intervenant dans la protection de l'environnement. Les différentes fédérations sportives ont un rôle à jouer.	<ul style="list-style-type: none"> • Soutien au développement du Réseau Océan Mondial • Projet éditeurs scolaires • Formation des animateurs sportifs
	107.b Éducation à l'environnement : éduquer à la gestion des déchets ; mise en place d'une journée des déchets ; réaliser des outils pédagogiques permettant de mieux faire connaître les écosystèmes marins et les traditions liées à la mer. => Cf Mission Adhoc	<ul style="list-style-type: none"> • Campagne de communication – sensibilisation aux macro-déchets en milieu aquatique
	107.c Soutenir les associations environnementales outre-mer en leur donnant les moyens de renforcer leur action d'éducation à l'environnement et de diffusion des connaissances auprès du grand public.	<ul style="list-style-type: none"> • Extension du réseau Océan Mondial

	107.d Créer outre-mer, dans le respect des compétences des collectivités, des centres de connaissances et réseaux de lieux permettant la mise à disposition des informations auprès de tous les acteurs sous forme de guichet unique pour favoriser notamment l'éducation à l'environnement. Par exemple à Mayotte, une maison du lagon, une maison de la mangrove en lien avec les structures existantes (maison de la forêt, maison du sel voire à terme aquarium).	<ul style="list-style-type: none"> • Extension du réseau Océan Mondial • À noter, le CMF a initié la naissance d'un réseau de clusters ultramarins (économie maritime).
108	Promouvoir les activités économiques liées à la mer et le développement durable de ces activités	
	108.a Promouvoir les métiers de la mer par une campagne de communication commune aux acteurs du secteur maritime, à destination des jeunes.	<ul style="list-style-type: none"> • Promotion des métiers de la mer dans l'Espace Grenelle de la mer (Défi 8) • Programme court « Classe de mer » • Contribution à la Fondation « demain la mer »
	108.c Mettre en œuvre une opération de communication grand public afin d'inciter à consommer la diversité des produits de la mer et expliquer la notion de pêche et d'aquaculture durables et les écolabels (France Agrimer pourrait prendre l'initiative d'une telle campagne). Cf 108.d	<ul style="list-style-type: none"> • Suivi démarche France Filière Pêche • Campagne Mr. Goodfish
	108.d Inciter la restauration tant privée que publique (cantines en particulier) à mettre les produits de la mer au menu dans leur diversité et leur saisonnalité, en respectant une origine écolabellisée ou bien une garantie de durabilité et en privilégiant les circuits de commercialisation minimisant les coûts écologiques dont le coût carboné.	<ul style="list-style-type: none"> • Suivi démarche France Filière Pêche • Campagne Mr. Goodfish
110	Faire connaître la mer dès le plus jeune âge, à l'école, au collège et au lycée, en renforçant les actions de sensibilisation et de formation	
	110.a Mener une réflexion sur les valeurs communes à faire partager durant les formations (esprit d'équipage, solidarité, sens des responsabilités, endurance, respect des éléments).	<ul style="list-style-type: none"> • Programme court « classes de mer » • Formation des animateurs sportifs • Faciliter l'accès de la communauté éducative aux divers types de ressources pédagogiques produites par les spécialistes et des experts reconnus des questions maritimes et marines, aux niveaux national, académique et local.
	110.d Lancer des appels à projets (stage, échanges de classes, participation à des travaux de recherche ou de développement) auprès de différents publics jeunes.	<ul style="list-style-type: none"> • Jury Jeunes Festival Mondial de l'Image sous-marine • Projet éditeurs scolaires
	110.g Systématiser les jumelages entre villes maritimes et villes de l'intérieur.	<ul style="list-style-type: none"> • En attente d'une réponse de l'Association des Maires de France

PROPOSITIONS DU THÈME COMMUNICATION

LES JOURNÉES DE LA MER, DES LACS ET DES RIVIÈRES

Pilotes du projet (au sein du COMOP) : Comité de pilotage coordonné par le cabinet du MEEDDM.

Présentation synthétique :

Le projet consiste à proposer la **pérennisation des Journées de la mer**, des lacs et des rivières, nées du Grenelle de la mer, d'inciter de plus en plus d'acteurs à se mobiliser et de renforcer leur efficacité afin de répondre aux objectifs du Grenelle de la mer.

Chaque édition pourrait également être l'occasion de la diffusion d'un sondage sur les Français et la mer (voir projet phare consacré) et d'un état des lieux de l'avancée des projets nés du Grenelle de la mer (lancement du démonstrateur du Navire du Futur, lancement de tel ou tel organisme né du Grenelle de la mer, comme la Fondation pour la Mer...).

Ces journées constitueraient ainsi un objectif dans le calendrier, autour de la Journée Mondiale des Océans (8 juin), motivant pour les acteurs.

La mission propose aussi d'y associer les thématiques fortes de l'année en cours comme ce fut le cas en 2010 avec l'année de la Biodiversité (Outre-Mer pour 2011, Marseille Capitale de la Culture Européenne pour 2013...).

Engagements 104 et 105 – Cible : tous publics

Objectifs / Résultats attendus :

Les Journées de la mer, des lacs et des rivières ont été conçues pour faire partager la mer au plus grand nombre, pour faire comprendre le fait maritime, pour intéresser les Français à la mer et leur faire comprendre la dimension maritime de la France, ses richesses, ses enjeux.

L'objectif est d'arriver à mobiliser de plus en plus d'acteurs pendant ces journées et d'en faire un rendez-vous incontournable de la mer.

Cibles :

Les différentes animations proposées permettent de toucher l'éventail des publics : scolaires, professionnels maritimes, professionnels non maritimes, élus, médias...

Antériorité :

Les Journées de la mer ont été créées en 2009 pendant le Grenelle de la mer. Il existe d'autres rendez-vous « mer » dans le calendrier, notamment la Journée de l'OMI (en septembre) et la Journée maritime européenne. A noter également « Les journées nationales de la mer », qui existent depuis la fin des années 70. C'est un rendez-vous de l'IFM, qui concernent les décideurs maritimes (économie et élus). Depuis 2007, elles ont été intégrées aux Assises de l'économie maritime (Infomer-Les Echos-Cluster maritime-IFM).

Engagements nourris :

Engagements 104 (sports nautiques), 105 (Stratégie de Communication), 106 (décideurs).

Structures mobilisées ou à mobiliser :

- Structures de l'Etat : MEEDDM, Ifremer, Aires marines protégées, Conservatoire du Littoral, Musée national de la Marine, SHOM, IGN, Affaires maritimes, écoles...
- Autres structures : Réseau Océan Mondial, Fédérations sportives, professionnels du maritime, institutions privées, ONG, FFV, FFESSM...

Moyens mobilisés ou à mobiliser :

- Moyens financiers (dont part demandée à l'Etat) : 50 k€ pour un espace tente comme celui réalisé en 2010 + une campagne radio + éventuellement redéployer en 2011 l'Espace Grenelle de la mer du Nautic 2010.
- Autres moyens : ceux des acteurs mobilisés.

Calendrier : Les Journées de la mer, des lacs et des rivières ont connu 2 éditions, liées à la Journée Mondiale des Océans (8 juin). L'ambition est de les pérenniser au-delà de l'année 2012 (fin de la stratégie pour la mer proposée).

ESPACE GRENELLE DE LA MER

Pilote du projet (au sein du COMOP) : Catherine Veyer – MEEDDM / et pour le Nautic : Catherine Vauselle - REED Expo.

Présentation synthétique : Créer un espace consacré à la mer et aux actions du Grenelle de la mer selon l'architecture proposée dans la Stratégie de Communication pour la Mer. Le premier espace verrait le jour en décembre 2010 au Nautic de Paris (qui fête ses 50 ans). Cet espace serait ensuite reproductible sur d'autres événements.

L'architecture proposée par la Stratégie de Communication pour la Mer :

- **une partie consacrée à la Connaissance** (Axe 1), à la biodiversité marine, au patrimoine, aux aires marines protégées, à l'Archipel France, aux métiers de la mer... (voir la déclinaison de l'Axe 1). Sur le Nautic, l'accent serait mis sur : la biodiversité marine dans les lieux où l'on pratique les sports nautiques, dans les ports de plaisance... Ce serait l'occasion d'expliquer les aires marines protégées aux plaisanciers, également la contribution que peut apporter le plaisancier ou le plongeur dans l'observation du milieu...
- **une partie consacrée aux 10 Défis pour la mer** et déclinée selon le lieu ; pour exemple, le Défi 8, Ports et navires du futur traiterait de l'éconavigation dans le nautisme et des ports exemplaires (valorisation des innovations dans le secteur et de l'appel à projets des ports exemplaires). Cette partie serait aussi l'occasion de porter à la connaissance du grand public les grands projets du Grenelle de la mer, portant sur les énergies marines, sur la recherche et l'innovation, sur les perspectives qu'offre la mer en matière d'économie, d'emplois...
- afin d'animer l'espace, **seraient présentées les expéditions du Club des Explorateurs du Grenelle de la mer et mise en valeur les Classes de mer** dont certaines pourraient venir partager leur expérience avec des classes visitant le salon.

Objectifs / Résultats attendus : L'avantage d'un espace Grenelle de la mer serait de pouvoir traiter tout le champ de la stratégie de communication pour la mer.

Les salons nautiques, départs de course à la voile, fêtes maritimes, sont autant de lieux où le public (grand public, élus, entreprises...) vient ouvert à la mer, il est disponible. Ces événements véhiculent de fait du rêve, des histoires, des valeurs... et comptent des « héros » potentiels, qui sont autant d'ambassadeurs de ces valeurs. Par conséquent, comme le souligne l'Engagement 104, les événements nautiques peuvent permettre de sensibiliser le plus grand nombre au fait nautique. Le Nautic de Paris est un peu en ce sens le « salon de la mer » de Paris.

Cibles : Grand public et tous publics (on peut imaginer des visites spécifiques pour les élus, pour les médias, pour les scolaires...).

Antériorité : Jusqu'à présent, les salons nautiques à terre ou à flot comme les départs de course au large, ont ouvert une porte (timide) à ces questions de DD déclinées au nautisme. Un Espace du Grenelle de la mer permettrait d'embrasser le sujet de manière plus vaste et de faire partager plus amplement la politique maritime de la France.

Engagement(s) nourri(s) : Engagement 104 : Favoriser les initiatives et les contacts directs du public avec la mer, ainsi que l'information et la sensibilisation des différents publics aux enjeux marins

104.a : Promouvoir les pratiques sportives et les événements nautiques comme autant de vecteurs pour sensibiliser et éduquer les différents publics aux valeurs et aux comportements adéquats aux espaces littoraux et marins.

Structures mobilisées ou à mobiliser :

- **Structures de l'État** : Ifremer, Agence des Aires marines protégées, Conservatoire du Littoral, Fonds macro-déchets, SHOM, IGN
- **Autres structures** : REED Expo, FIN, Fondation du Patrimoine, Econav, exposants engagés (Macif, Nanni Diesel, AFBE...), Réseau Océan Mondial, FFV, FFESSM...

Moyens mobilisés ou à mobiliser :

- **Moyens financiers** : 80 k€ / an pendant 3 ans
- **Autres moyens** : moyens des partenaires exposants.

Calendrier : Des réunions ont déjà eu lieu notamment à la DICOM) et Reed Expo et la FIN ont décidé de s'associer au projet. Donc la faisabilité est validée par les acteurs principaux. Reed doit adresser une information aux exposants potentiels avant fin juin 2010.

Pilote du projet (au sein du COMOP) : Patrick BERNARD - INFOMER

Présentation synthétique :

Organiser, en collaboration avec Univers Sciences, un programme annuel de formation de haut niveau à destination d'une cible composée de dirigeants, cadres supérieurs, élus, journalistes et personnalités qualifiées.

Le contenu de cette «formation» devra offrir, à chacun des auditeurs, un socle suffisant de connaissances sur l'économie de la mer et insistera plus volontiers sur l'implication croissante de l'innovation maritime dans la problématique du développement durable.

L'ambition de cette Université de la mer sera de former chaque année une promotion d'environ 100 personnes à raison de 3 sessions de 2 jours (février, juin, octobre). Ouverture prévue en 2011.

Perspectives : imaginer à moyen terme une évolution qualifiante de cette Université de la Mer sur le mode des sessions IHEDN.

Objectifs / Résultats attendus :

Renforcer dans les médias et chez les prescripteurs la connaissance de l'économie maritime et de ses enjeux.

- Mettre en avant le caractère innovant des projets maritimes, à l'image de ceux portés par les Pôles de compétitivité
- Favoriser la création de «réseaux» maritimes au sein des entreprises et des médias

Cible : médias, décideurs, cadres de l'Etat...

Antériorité : aucune, à l'exception de l'Académie de l'Océan Mondiale, organisée par le Réseau Océan Mondial en lien avec le Forum Global des Océans Côtes et Iles.

Engagement(s) nourri(s) :

105.e Développer une stratégie de communication globale et pérenne au niveau national :

- Y associer les actions de sensibilisation concernant les atouts de la mer pour l'économie nationale, à destination du grand public.
 1. Organiser une communication « globale » sur ces questions : inciter les grands médias à tenir régulièrement une « rubrique mer » sur les chaînes de télévision, acheter de l'espace sur les chaînes de télévision et les radios pour décliner cette communication et mieux faire connaître au grand public la richesse et les menaces qui pèsent sur les littoraux et la mer.

Structures mobilisées ou à mobiliser :

- Structures de l'État : MEEDDM / DICOM, Cité des Sciences et de l'Industrie de la Villette, Universcience, Ifremer/Service d'Economie Maritime...
- Autres structures : Demain la Mer, implications souhaitées d'Ifremer, du SHOM, de la Marine nationale, Cluster maritime, Réseau Océan Mondial, IUEM

Moyens mobilisés ou à mobiliser :

Moyens financiers : à très court terme, l'autonomie financière du projet est une condition de la réalisation. Piloté par la fondation «Demain, la mer», le modèle économique reposera sur deux catégories de recettes, les inscriptions (budgets formation) et une contribution émanant d'un club d'entreprises du secteur maritime.

Toutefois, une aide au démarrage de l'initiative pourrait se justifier dès lors qu'elle correspond à certains objectifs visés par le Grenelle de la mer et qu'elle facilite la mise en place du projet. Le budget annuel global de l'Université de la mer est estimé à 250 k€. Une aide unique du Grenelle de 20%, soit 50 k€ est donc sollicitée.

Autres moyens : sponsoring ?

Calendrier : Mise en place dès septembre 2010 pour ouverture janvier 2011.

WEB TV DE LA MER

Pilotes du projet : Sylvain Ghiron (Océanopolis), Ingrid Picquart, Philippe Vallette (Nausicaa)

Présentation synthétique :

« Océans – TV », sera une télévision sur internet qui allie l'émotion des images à la compréhension des océans. Elle sera une vitrine dynamique de la recherche scientifique et des activités humaines liées à l'océan en puisant une grande partie de ses contenus dans les ressources de chacun des partenaires.

Elle comportera principalement : **un large choix de vidéos à la demande, des plateaux thématiques en direct, des dossiers sur l'actualité, une interface vers les smart phones...**

Identité de la Web TV

- Une interface, collaborative et de qualité, d'images et de contenus sur l'océan
- Des programmes qui bénéficient systématiquement d'une caution scientifique.

Éthique

- Un label qualité à destination de tous
- Une vision rationnelle et objective des thématiques abordées

Contenus

- Toute l'information sur les océans avec des actualités marines et littorales, des évènements en direct
- Des thèmes de découverte en accès illimité : biodiversité, pêche, littoral, lagons et coraux, changement climatique, zones protégées...
- De nombreux contenus VOD : films, reportages, documentaires, conférences, interviews...
- Des images en direct de l'archipel France.

Organisation :

- 1 comité éditorial composé de représentants des différents organismes partenaires plus des représentants du monde de l'audiovisuel
- 1 équipe rédactionnelle coordonnée par Nausicaa et Océanopolis.

Objectifs / Résultats attendus :

Une vitrine pour l'océanographie française.

Comprendre les relations entre l'Homme et l'Océan et donner les clefs d'une gestion durable.

Donner une place à l'océan sur la toile : si un grand nombre d'images de mer sont disponibles sur internet, la visibilité de l'océanographie auprès du grand public reste faible et les médias scientifiques existants élitistes. Il apparaît qu'aucun site français ne fasse aujourd'hui référence dans ce domaine.

Attirer le grand public et les scolaires. Offrir à différents organismes de recherche, sociaux-professionnels, éducatifs, sportifs un moyen de communication vers le public. S'ouvrir aux activités sportives.

Antériorité : Première Web TV francophone généraliste sur la Mer visant un large public

Engagement(s) nourri(s) : 105.e (Stratégie de communication) et notamment le soutien aux projets de films d'animation ou associations en place. 110 (Faire connaître la mer dès le plus jeune âge...).

Structures mobilisées ou à mobiliser :

- Structures de l'État : Le Ministère de l'Écologie, de l'Énergie, du Développement durable et de la Mer (MEEDDM)
- Autres structures : Agence des Aires Marines Protégées, Agrocampus Rennes, Aquarium de Monaco, Cedre, CLIMSAT, CNES, CNRS, CRDP, DRASSM, ENSIETA, ENSTB, IFREMER, IPEV, IRD, IRISA, IUEM, Nature production, SHOM, Station Biologique de Roscoff, Terres Australes et Antarctiques Françaises, Illipack (PME pour la captation, stockage et la diffusion).

Moyens mobilisés ou à mobiliser :

- Moyens financiers : Budget prévisionnel pour les 3 prochaines années : Année 1 : 673 K€, Années 2 : 389 K€, Années 3 : 389 K€ = **Total : 1 451 K€ / 3 ans**

Participation de l'État sollicitée : 240 K€ (Année 1 : 120K€, Année 2 : 60 K€, Année 3 : 60 K€)

- Autres moyens : Les archives audiovisuelles des partenaires du projet

Les compétences des personnels des organismes scientifiques/professionnels/acteurs sociaux-économiques seront sollicitées pour intervenir sur les sujets développés pour la Web-TV.

Calendrier : juin 2010 : Recherche de financement – Sept.10 : Formation Comité éditorial – Oct.10 : Formation équipe opérationnelle – Déc.10 : Interface Web/Smart Phone – **Janvier 2011 : Lancement Web-TV**

CAMPAGNE DE SENSIBILISATION AUX MACRO-DÉCHETS EN MILIEUX AQUATIQUES

Pilote du projet (au sein du COMOP) : Laurence Dayet (DICOM), travaux pilotés par le groupe Fonds Macro-déchets (Dominique Viel), sous-groupe Prévention – Communication (Charlotte Nithart)

Présentation synthétique :

Le Grenelle de l'Environnement a identifié un certain nombre d'actions pour réduire les déchets. Parmi eux les déchets en milieux aquatiques. Les macro-déchets sont ainsi qualifiés par opposition aux déchets d'origine chimique. Il s'agit d'objets allant du nano-macro-déchets (particule de plastique) aux gros macro-déchets en passant par les mégots de cigarettes, les cotons-tiges...

Les macro-déchets sont de provenances diverses : abandons sur le littoral, rejets dans les ports, décharges sauvages, activités domestiques, agricoles et industrielles, navires de passage et de plaisance. Ils se concentrent aux embouchures des estuaires, des fleuves et des rivières, sur les littoraux et en mer et entraîne, ainsi, des nuisances écologiques sur la biodiversité marine.

La Mission 4 a croisé ses travaux avec ceux du Fonds macro-déchets sur le sujet de la prévention et des actions de sensibilisation.

Les propositions étudiées dans le sous-groupe Prévention / Communication du Fonds macro-déchets, consistent à réaliser une campagne de communication sur les macro-déchets à destination du grand public. La première campagne a eu lieu lors des Journées de la mer, des lacs et des rivières 2010 avec la réalisation d'un clip sur les macro-déchets.

La campagne s'appuiera sur des outils de communication divers et son contenu sera réalisé par une agence de communication.

Objectifs / Résultats attendus :

Toucher le grand public afin de rendre les personnes éco-responsables de leur environnement. Réduire sur le long terme les macro-déchets sur les littoraux et en mer.

Cibles : grand public, tous publics.

Antériorité :

Engagement(s) nourri(s) :

Engagements 105 et 107.

Structures mobilisées ou à mobiliser :

Structures de l'État : État

Autres structures : ONG, agence de communication, contributeurs privés ou publics

Moyens mobilisés ou à mobiliser :

Moyens financiers :

TV : 1 000 K€

Presse : environ 800 K€

Web : environ 100 K€

Affichage : environ 400 K€

Radio : 150 K€

Cartes de communication : environ 300 K€

Création du concept, annonce presse, affiches, web : 100 K€

Création du spot TV : de 80 à 200 K€

Réalisation du spot radio : 15 K

Réalisation film viral : entre 30 et 50 K€

Autres moyens :

Calendrier : une première campagne a été lancée avec le Clip macro-déchets en juin 2010.

Voir avec le Fonds macro-déchets ce qu'il prévoit.

CAMPAGNE DE SENSIBILISATION À LA CONSOMMATION DU POISSON

Introduction :

Deux initiatives répondent aux engagements 108 (108.a, 108.c et 108.d) : la campagne « Mr Goodfish » lancée au printemps 2010 par Nausicaa et la démarche programmée par FranceAgrimer et France Filière Pêche (filiale toute récente).

Le groupe considère la sensibilisation à la consommation du poisson comme un projet majeur du Grenelle de la mer et souhaite que soient développés des Projets Phares en la matière. Il souligne que les deux initiatives sont complémentaires et peuvent co-exister en bonne intelligence. Le groupe a donc choisi de présenter ici les deux démarches et invite ceux qui auront à mettre en œuvre cette proposition à se rapprocher des deux structures.

Rappel Engagements nourris :

Engagement n°108 : Promouvoir les activités économiques liées à la mer et le développement durable de ces activités.

108.c Mettre en œuvre une opération de communication grand public afin d'inciter à consommer la diversité des produits de la mer et expliquer la notion de pêche et d'aquaculture durables et les écolabels (France Agrimer pourrait prendre l'initiative d'une telle campagne).

108.d Inciter la restauration tant privée que publique (cantines en particulier) à mettre les produits de la mer au menu dans leur diversité et leur saisonnalité, en respectant une origine écolabellisée ou bien une garantie de durabilité et en privilégiant les circuits de commercialisation minimisant les coûts écologiques dont le coût carboné.

ACTIONS FRANCEAGRIMER, FRANCE FILIÈRE PÊCHE, INTERPROFESSION DE LA PÊCHE (citées ici pour information mais non issues des travaux du groupe 4) :

Pilotes du projet : FranceAgrimer

Présentation synthétique :

Les démarches de valorisation des produits de la mer.

FranceAgriMer développe trois outils de qualité, traçabilité des produits de la pêche mis à la consommation.

1/ Une marque collective française (association constituée France Filière Pêche)

- L'approvisionnement national ne couvre plus que 20% de notre consommation de produits aquatiques dont la visibilité n'est plus assurée aux yeux des consommateurs pourtant à la recherche de produits de qualité dont ils veulent connaître lieu de capture et filière de commercialisation
- FranceAgriMer assisté des experts qualité de la filière a proposé le cahier des charges d'une marque collective de certification produit permettant d'identifier auprès du consommateur la provenance et la qualité du poisson
- Les différentes professions de la filière se sont regroupées le 3 mars dernier. au sein de l'association France Filière Pêche (FFP). Son objet est de promouvoir sous sa responsabilité et son financement cette marque collective identifiant et valorisant la pêche française

2/ La marque collective « Pêcheurs Responsables »

- La marque collective « Pêcheurs Responsables » incite à l'application de bonnes pratiques et de savoir faire responsables.
- Les entreprises de pêche adhérentes s'engagent à respecter les critères retenus, concernant la ressource, l'environnement, la valorisation des produits et le social.
- Pour ce faire, les professionnels et FranceAgriMer ont bâti un référentiel dont l'application est contrôlée par un organisme certificateur. Un logo d'identification (pour les navires et les opérateurs de la filière adhérents) a été créé.
- La démarche a été initialisée en début d'année 2010, les premiers audits de navires ont déjà été mis en place.

3/ Un écolabel public

- Le but d'un label écologique est d'influencer le consommateur en lui présentant des produits respectant des pratiques préservant la ressource et l'environnement. En sus des critères FAO relatifs à l'étiquetage écologique, l'écolabel public proposé par la loi française intégrera des critères de qualité des produits et de garantie des conditions sociales pratiquées dans les

entreprises de la filière.

- Le principe de cet éco-étiquetage des produits de la pêche a été inséré dans les lois « Grenelle I » et « Grenelle II » de l'environnement.
- Tous les critères retenus pour la certification vont au-delà de la réglementation actuelle. Cette démarche sera certifiée par des organismes certificateurs indépendants.
- Le Bureau Veritas avec FranceAgriMer, la DPMA et l'ensemble des professionnels finalisent actuellement un référentiel ; il devrait devenir effectif pour la fin d'année 2010. Les premiers identifiants ecolabel devraient être apposés sur les étals en 2011 pour les produits qui seront issus des pêcheries labellisées.

Nom du Projet : pôle d'accessibilité « produits de la pêche et de l'aquaculture »

Pilotes du projet : Ministère de l'agriculture, de l'alimentation et de la pêche

Présentation synthétique :

Le pôle accessibilité produits de la pêche et de l'aquaculture a été récemment mis en place par la direction générale de l'alimentation et la direction des pêches maritimes et de l'aquaculture du ministère de l'Alimentation, de l'agriculture et de la pêche pour élargir la gamme des interventions collectives de la filière et démultiplier les actions de valorisation des produits français. Ce pôle s'adresse à l'ensemble des acteurs : professionnels (organisations de producteurs, mareyeurs, poissonniers, grande distribution, restauration collective), consommateurs et pouvoirs publics.

Une Interprofession de la pêche associant les fédérations professionnelles de pêcheurs, mareyeurs, grossistes, transformateurs, GMS, poissonniers et restaurateurs est en cours de création. Elle a pour objet une gestion concertée et collective de ces projets ainsi que leur promotion auprès des acteurs de la filière et des consommateurs. Des démarches similaires sont développées dans le cadre du Comité National de la Conchyliculture (CNC) et pour la pisciculture marine par le Comité Interprofessionnel des produits de l'aquaculture (CIPA)

Structures mobilisées ou à mobiliser : France Filière Pêche, FranceAgriMer

Structures de l'État : MEEDDM, Ministère de l'Agriculture (DPMA, DGAL France AgriMer)

Autres structures : Associations professionnelles, Interprofessions

Moyens financiers : Budget de l'Etat (MAAP et FranceAgriMer; cotisations professionnelles et interprofessionnelles)

Calendrier : 2010/2011/2012

CAMPAGNE MRGOODFISH :

Pilotes du projet (au sein du COMOP) : Nausicaa

Présentation synthétique :

Pourquoi la campagne « Mr Goodfish » ?

Le projet « Mr Goodfish » a pour but d'encourager de meilleures pratiques sur l'ensemble de la chaîne, des pêcheurs aux consommateurs, en plaçant sur le devant de la scène les entreprises de pêche, les poissonniers et les restaurants obéissant aux règles du développement durable dans le monde. La proposition faite aux consommateurs est positive et valorise la consommation d'animaux pêchés en saison et à proximité des publics concernés.

Le principe de la campagne

La campagne s'appuie sur trois éléments :

D'une part, l'originalité du projet réside dans la mise en commun des connaissances acquises par chacun des partenaires dans sa région. Rassemblés autour du slogan « **Bien choisir son poisson, c'est bon pour la Mer, c'est bon pour vous !** », les partenaires proposent une liste de poissons en fonction de la **zone de débarquement du poisson** et de la **saison**. Les premiers porte-parole de la campagne sont essentiellement les aquariums publics de France qui sont répartis sur tout le territoire et peuvent informer directement près de 10 millions de visiteurs chaque année.

D'autre part, la campagne s'appuie sur **les restaurateurs et les poissonniers (au sens large y compris la grande distribution)** qui peuvent **conseiller** les consommateurs et les orienter vers un poisson « durable ».

Enfin, il s'agit d'une campagne positive d'incitation. Elle prévoit en effet de **signaler de façon claire et évidente, sur les étals des poissonniers et sur les cartes des restaurateurs, les produits qu'il est préférable de choisir**, si l'on veut « consommer durable ».

www.mrgoodfish.com

Sur le site internet www.mrgoodfish.com, chaque consommateur, restaurateur ou point de vente peut connaître la liste des produits à consommer pour sa région et pour la saison. **En un clic, il est facile de savoir comment bien choisir son poisson et le consommer.** Des recettes sont à disposition pour accommoder les poissons proposés avec les listes des ingrédients, les étapes de préparation et des photos.

Les critères de choix pour une consommation « durable » seront également expliqués.

Déclinaison logique du site, une application pour téléphones intelligents (**iphone** et équivalents), couple les informations de www.mrgoodfish.com aux **fonctionnalités GPS** pour renseigner et orienter l'utilisateur vers les restaurants, poissonniers, enseignes partenaires de l'opération.

Objectifs attendus : Une prise de conscience suivie d'une inflexion du comportement des citoyens français dans la consommation des produits de la mer à l'échelle nationale, créant une demande orientant davantage la pêche et l'aquaculture vers des espèces et des pratiques durables et respectueuses des cycles de vie naturels. **A terme, si chaque français choisit une fois dans l'année un produit conseillé par MrGoodfish pour un repas, cela aura un effet positif sur 18 000 tonnes de poissons.**

Ce projet a vocation de rassembler le plus grand nombre de professionnels de la filière : grossistes, mareyeurs, poissonniers détaillants, restaurateurs, transformateurs et distributeurs... séparément ou regroupés au sein de fédérations et d'associations professionnelles.

Cibles : grand public, restaurateurs, filière pêche...

Antériorité : première campagne nationale pour une consommation responsable basée uniquement sur des recommandations positives, Mr Goodfish s'appuie sur l'expérience menée à l'échelle locale par Nausicaá depuis cinq ans, et sur le test mené conjointement pour trois régions européennes depuis deux ans par Acquario di Genova (Italie), Aquarium Finisterrae (Espagne), et Nausicaá.

Structures mobilisées ou à mobiliser : Réseau Ocean Mondial, Comité National des Pêches et des élevages Marins, CIPA, IFREMER, UCA, IUCN, Planete Mer, Oak Foundation

Structures de l'État : MEEDDM, Ministère de l'Agriculture (DPMA, France Agrimer), Ministère du Tourisme, Ministère de l'Économie, de l'Industrie et de l'Emploi

Autres structures : société de création de sites web et d'applications pour smartphones

Moyens financiers :

Budget prévisionnel pour les trois prochaines années :

Année 1 : 206 K€

Année 2 : 166 K€

Année 3 : 166 K€

Total 538 K€/ 3ans

Participation de l'Etat sollicitée : 135 K€ (Année 1 : 45 K€, Année 2 : 45 K€, Année 3 : 45 K€)

Autres moyens : les compétences des personnels des institutions partenaires seront sollicitées pour chaque étape de l'élaboration des ressources du projet.

Calendrier :

6/ 2010 : Recherche de financement

9/ 2010 : Formation des comités régionaux, développement du site web et de l'application smartphones

11/2010 : Assises régionales (minimum 4 régions)

1/2011 : Lancement des listes régionales, de l'application pour smartphone et du site web

puis fonctionnement (réunion des comités régionaux, concertation avec les partenaires, édition) pour parution et application des listes à chaque changement de saison soit 4 échéances par an pendant deux ans et demi.

EXPOSITION NAISSANCE DU NAVIRE DU FUTUR

Pilotes du projet (au sein du COMOP) : Catherine Chabaud

Présentation synthétique :

La construction d'un navire est un événement toujours spectaculaire. Quelques exemples ont montré le grand intérêt à ouvrir au public un chantier de construction de bateau (exposition Naissance d'un bateau à la Cité des Sciences et de l'Industrie de La Villette en 1990, L'Hermione à Rochefort, les bateaux de patrimoine reconstruits sur les côtes de France...).

Il s'agirait donc de profiter de la construction du ou des navires démonstrateurs, pour développer une communication au grand public sur la mer, les métiers de la mer, l'économie de la mer, le patrimoine maritime... tous les thèmes développés dans les deux Axes de la Stratégie de Communication pour la Mer.

La proposition a été faite par le groupe à Jean-Marie Poimboeuf, président de la mission sur le Navire du futur, qui s'est montré intéressé.

Il va de soi que la **construction du SEA ORBITER**, le navire océanographique imaginé par Jacques Rougerie, sera l'un des événements les plus attractifs dans le domaine maritime ces prochaines années. **En sus, du projet scientifique, l'architecte imagine avant tout son projet comme un projet pédagogique et communiquant. Le groupe pense qu'à l'heure venue, SEA ORBITER sera un outil remarquable pour répondre aux engagements de la mission 4.** (Voir aussi à ce sujet la fiche sur le Club des Explorateurs du Grenelle de la mer). L'animation de la plateforme de communication vers le grand public et les scolaires est confiée au Réseau Océan Mondial.

De même pourrait-on envisager la même démarche autour de la construction de l'André Malraux, futur navire du DRASSM. Ou encore de **la construction d'un canot tous temps de la SNSM**. On pourrait mettre en œuvre un grand mouvement citoyen autour de l'événement permettant de collecter des fonds et mettre en lumière les valeurs que portent la SNSM (responsabilité, solidarité, respect).

Et d'une manière générale, l'émergence des navires du futur peut conduire à une communication grand public, rendant plus attractifs les métiers de la mer et plus ludique l'apprentissage du milieu et du fait maritime.

Objectifs / Résultats attendus :

Les bateaux ont toujours fait rêver. Leur construction, mais aussi leur lancement, leurs premiers bords, sont autant d'événements que l'on peut mettre à profit pour transmettre de la connaissance, de manière ludique et attractive. Professionnels et grand public pourraient se retrouver autour d'un tel projet fédérateur.

Cibles :

Grand public et tous publics.

Antériorité :

Naissance d'un bateau (Cité des Sciences 1990), L'Hermione...

Engagements nourris :

Autant les engagements sur la valorisation du Patrimoine, que sur la Communication ou l'Education (101, 104, 105, 108, 110)

Structures mobilisées ou à mobiliser :

- Structures de l'Etat : MEEDDM, Musée de la Marine, Univers Sciences, Ministère de la Culture
- Autres structures : IFM, GICAN, SGMer.

Moyens mobilisés ou à mobiliser :

- Moyens financiers (dont part demandée à l'Etat) :
- Autres moyens :

Calendrier : Selon le calendrier de construction des navires du futur.

CLUB DES EXPLORATEURS DU GRENELLE DE LA MER

Comme expliqué dans la synthèse, le groupe pense qu'il est souhaitable de modifier le nom retenu et propose donc la solution ci-dessus.

Autres noms proposés : Club des Observateurs du Grenelle de la mer, « Les explorations du Grenelle de la mer », « Club des Explorations du Grenelle de la mer »

Pilotes du projet (au sein du COMOP) : Catherine Chabaud

Présentation synthétique :

Le Club des Explorateurs du Grenelle de la Mer est créé afin d'améliorer la connaissance de la mer et des océans. Pour en faire partie, il convient de présenter un projet d'exploration qui répond aux clauses ci-jointes du cahier des charges :

- Le projet doit permettre d'améliorer la connaissance des mers et des océans ;
- L'exploration et ses moyens doivent répondre à des exigences environnementales ou de développement durable originales (autonomie énergétique, eau, traitement des déchets, matériaux utilisés...) ;
- Le projet doit comporter une part de recherche ou une dimension expérimentale ;
- Il doit bénéficier d'un partenaire scientifique ou technique ;
- Il doit bénéficier de partenaires financiers soutenant l'expédition (autres que le ministère) ;
- Il doit comporter une dimension pédagogique ou avoir un volet en lien avec la jeunesse et s'inscrire dans au moins un engagement du Grenelle de la mer en faveur des océans ;
- Les données recueillies doivent faire l'objet d'une valorisation auprès du grand public et des institutions concernées par le sujet ;
- Il peut avoir une dimension artistique, culturelle ou patrimoniale.

Les droits et devoirs des membres du Club des Explorateurs du Grenelle de la Mer :

- L'explorateur s'engage à diffuser et partager l'information recueillie lors de son expédition ;
- Il véhicule l'esprit du Grenelle de la Mer et les valeurs maritimes ;
- Il s'engage à avoir un comportement responsable pour l'environnement et la protection des océans et à y sensibiliser son équipage ;

Il peut se prévaloir du titre de membre du Club des Explorateurs du Grenelle de la Mer et valoriser son expédition comme projet du « Club des Explorateurs du Grenelle de la Mer ».

Les membres du Comité de parrainage :

Isabelle AUTISSIER, Raphaëla LE GOUVELLO, Claudie HAIGNERE, Erik ORSENNA, Georges PERNOUD, Jacques PERRIN, Patrick POIVRE D'ARVOR, Patricia RICARD, Philippe VAN DE MAELE.

Les membres et les expéditions en cours et déjà labellisées :

- Tara Océans : une expédition scientifique à travers les mers du globe
- SeaOrbiter : la sentinelle des océans
- PlanetSolar : Premier tour du monde à l'énergie solaire
- L'expédition maritime scientifique Fleur Australe : un projet pour la planète Terre

Objectifs attendus : Répondant à un engagement du Grenelle de la Mer, le Club des Explorateurs du Grenelle de la Mer a pour objectif de donner à notre Nation, dans la lignée des grandes expéditions scientifiques que notre pays a toujours mené, ce souffle maritime porteur d'avenir.

Cibles : grand public, scolaires...

Antériorité : Depuis 1937, la « Société des Explorateurs Français a pour objet, dans une perspective de progrès, de faire se rencontrer exploration, recherche scientifique et aventure humaine ». Le Club des Explorateurs du Grenelle de la mer veut rester dans le strict cadre du cahier des charges défini ci-dessus. Le groupe préconise que des échanges puissent être envisagés entre les deux structures.

Engagements nourris : Engagement 101, 104.a, 105.e, 110

Structures mobilisées ou à mobiliser :

- Structures de l'Etat : MEEDDM
- Autres structures :

Moyens mobilisés ou à mobiliser :

- Moyens financiers (dont part demandée à l'Etat) : 35 k€ pour animation
- Autres moyens : suivre les actions des projets labellisés.

Calendrier : Lancement du Club le 10 mai 2010. Club présent sur l'Espace Grenelle de la mer au Nautic.

ETUDE BAROMETRIQUE LES FRANÇAIS ET LA MER

Pilote du projet (au sein du COMOP) : Patrick BERNARD – INFOMER

Présentation synthétique :

Mise en place d'un outil de mesure du rapport des Français à la mer et de l'évolution de leur connaissances, de leur degré de prise de conscience et de leur implication.

Deux précédents sondages ont été réalisés en 2006 et 2009 par l'Ifop pour le compte du journal le marin, de Ouest-France et de l'Agence des Aires marines protégées.

Le sondage 2009 constitue un des indicateurs du programme «Tableau de bord des mers françaises» destiné à évaluer l'état de santé des océans, un programme retenu par le Grenelle de la mer et développé par l'Agence des aires marines et l'Ifremer. Cette enquête d'opinion doit permettre d'évaluer l'évolution de la sensibilité des Français face à la mer et ses enjeux (prenant en compte également la dimension économique, la recherche, l'aspect social)

Ce sondage permettrait également de mesurer, au fil des années, l'impact et la pertinence des actions de sensibilisation retenues dans le cadre de l'engagement 105 e. et d'adapter les prochaines actions à la fois fonctions des résultats antérieurs et de l'évolution des connaissances. Pour ce faire, les résultats de cette étude seront relayés par les différents acteurs de la mission.

Objectifs / Résultats attendus :

Mesurer l'évolution de la sensibilité des Français au regard des sujets maritimes

Elargir les objectifs du sondage (perception attendue économique, en matière écologique, nourrir projet en élargissant à d'autres partenariats)

Cible : A médiatiser largement

Antériorité : Précédents sondages «Les Français et la mer», 2006 et 2009, Ifop

Engagement(s) nourri(s) :

105.e Développer une stratégie de communication globale et pérenne au niveau national :

Y associer les actions de sensibilisation concernant les atouts de la mer pour l'économie nationale, à destination du grand public.

Structures mobilisées ou à mobiliser :

- Structures de l'Etat : Aires marines protégées, Conservatoire du Littoral
- Autres structures : INFOMER, IFOP, Cluster Maritime, IFM envisager d'autres partenariats

Moyens mobilisés ou à mobiliser :

- Moyens financiers : environ 15 à 20 k€ en fonction du nombre de questions
- Autres moyens :

Calendrier : réalisation d'un sondage tous les ans à l'occasion des Journées de la mer.

CONTRIBUTION À LA FONDATION DEMAIN LA MER

Pilotes du projet (au sein du COMOP) : Patrick BERNARD – INFOMER, Fondation DEMAIN la MER

Présentation synthétique :

«Demain, la mer» est un fonds de dotation visant à porter à la connaissance de l'opinion publique, puis de valoriser, le fort potentiel que recèlent la mer et les océans dans notre proche avenir. Ses moyens et sa dynamique reposent sur la création d'un club de 25 grandes entreprises mécènes (hors maritime) convaincues que «l'économie bleue sera un relais de croissance de l'économie verte»

Son action se décline en plusieurs volets :

- mise en place d'une prospective, puissante et audacieuse (La mer en 2050, Jacques Attali)
- animation d'un réseau mondial d'intelligence sur le modèle des Conférences TED (ted.com)
- organisation chaque année à Paris d'une conférence internationale «Blue Time» (avec Publicis)
- implication des marques de communication génériques dans la communication maritime
- mise en place et coordination d'initiatives transversales (Université de la mer pour les journalistes, Erasmus maritime, etc..)

Attente : Contribution directe du Ministre en charge de la mer pour aider à la constitution de la Fondation.

Hypothèse : contribution éventuelle du Meeddm au financement de l'étude prospective «Mer 2050»

Objectifs attendus :

Promouvoir l'innovation. Favoriser l'intégration de l'image du maritime dans la communication des entreprises et de leurs marques.

Cibles : entreprises hors secteur maritime.

Antériorité : aucune.

Engagements nourris :

105.e Développer une stratégie de communication globale et pérenne au niveau national :

Y associer les actions de sensibilisation concernant les atouts de la mer pour l'économie nationale, à destination du grand public.

Engagement 106 : Informer et sensibiliser les décideurs et futurs décideurs

106.a Sensibiliser les décideurs publics aux usages variés du littoral et de la mer et à la gestion harmonieuse des enjeux environnementaux et socio-économiques maritimes.

Structures mobilisées ou à mobiliser :

- Structures de l'Etat : MEEDDM
- Autres structures : INFOMER

Moyens mobilisés ou à mobiliser :

- Moyens financiers : 0
- Autres moyens : Mécénat 1M€

Calendrier : Lancement prospective au deuxième semestre 2010.

COLLOQUE « PENSER LA MER »

Il convient de remarquer que le groupe est partagé sur ce projet retenu parmi les Recommandations. Ceux qui le jugent pertinent (et parmi eux la présidente du groupe), soulignent la nécessité d'en concevoir une approche réaliste d'un point de vue économique.

Pilotes du projet (au sein du COMOP) : Luc FABRE-TESTE.

Présentation synthétique :

Le projet vise à **mettre au clair les mots de la sensibilité « Mer » et de l'imaginaire marin des populations**, qui permettra de s'adresser à elles dans un langage à leur mesure, intelligible et efficace, en consistance avec l'esprit, les objectifs et les projets ambitieux du Grenelle de la Mer. Il livrera **les mots et les concepts qui serviront la communication congruente** avec les actions coordonnées par l'Etat pour préserver et exploiter le milieu marin de manière durable.

Cette communication est celle que sont appelés à pratiquer les politiciens, les administrations, les media et les associations. Elle disposera de nouveaux éléments propices à favoriser la nécessaire mobilisation et l'induction de conduites humaines adaptées à la réalité du tableau que dresse la science du milieu marin français et de sa prospective à moyens termes.

Le projet consiste à mettre en œuvre **une démarche originale et innovante, basée sur le langage**. Il s'agit d'un travail d'analyse et de réflexion pluridisciplinaires et de synthèse transdisciplinaire, effectué **par des experts des Sciences de l'Homme et des Sociétés**, philosophes, sociologues, historiens, psychologues et ethnologues, visant à rechercher la sensibilité des populations de France et les représentations mentales qu'elles ont de la Mer.

Le projet pilote est centré sur la Métropole ET sur l'un des bassins maritimes de la France d'Outre-mer. Il prend en compte la réalité humaine de chaque bassin maritime, qui produit des hommes culturellement spécifiques et fait que les mots de leur langage ont des sens particuliers.

Objectifs / Résultats attendus :

Trois domaines seront testés pour validation et généralisation aux autres bassins maritimes :

- * La méthodologie pluridisciplinaire, d'interprétation et de synthèse transdisciplinaire.
- * La liste/glossaire des 50 mots-clefs de la communication efficace « Mer ».
- * Sensibilisation des communicants à la valeur des mots et à leurs caractères spécifiques.

Cibles : Le grand public, à travers les actions de communication des professionnels maritimes, professionnels non maritimes, élus, médias...

Antériorité : Aucune (projet innovant)

Engagements nourris :

Engagements 104 (vocabulaire, glossaire), 105 (Stratégie de Communication), 106 (décideurs) 107 (Outre-mer) 110 (sensibilisation et formation).

Structures mobilisées ou à mobiliser :

- Structures de l'Etat : MEEDDM, MOM, MCC, IFREMER, Ag. Aires Marines Protégées, IFRECOR, IRD, Affaires maritimes, T&C d'Outre-mer...
- Autres structures : Fédérations sportives, professionnels du maritime, associations, ONG...

Moyens mobilisés ou à mobiliser :

- Moyens financiers (dont part demandée à l'Etat) : 300 k€ pour la préparation et l'organisation du projet, la tenue des ateliers et colloque, et la diffusion des résultats. 50 k€ demandé à l'Etat.
- Autres moyens : ceux des acteurs et structures mobilisés + éventuels sponsors.

Calendrier :

Le projet pilote doit avoir cours mi-2011, année de l'Outre-mer. Ses enseignements et ses résultats méthodologiques et conceptuels devront être diffusés jusqu'à fin 2011. Ils seront actualisés dans l'année 2012 par la généralisation de la démarche aux autres bassins maritimes.

PROPOSITIONS DU THÈME SENSIBILISATION - ÉDUCATION

PROGRAMME COURT D'ÉDUCATION À LA MER « CLASSE DE MER »

Pilotes du projet (au sein du COMOP) : Pierre Marcel (marin, réalisateur, producteur)

Présentation synthétique :

Il s'agit de réaliser une série de 50 programmes courts télévisés sur le thème de la mer et de son environnement au sens large au travers les yeux d'enfants de 7 à 12 ans qui découvrent la mer pour la première fois.

Après cette première découverte, le petit groupe rencontrera un acteur du monde maritime (Techniciens, gardiens du patrimoine, scientifiques, artistes, militaires, pêcheurs, etc.) qui sensibilisera les enfants à une pratique, un métier, une passion.

Le projet s'est construit indépendamment de la mission et a été proposé par Pierre Marcel au groupe, qui considère trouver là un excellent moyen de répondre à plusieurs Engagements (104, 105, 108, 110).

Nous (re)découvrons ainsi la mer au travers du regard de ces enfants. Cela permet de laisser tomber les clichés, qui dévalorisent l'image de la mer et de son environnement. Reprenant ainsi le slogan « La mer est l'avenir de la terre ».

Baptisé « Classe de mer », ce programme court permettrait aussi de répondre à la volonté de mettre en lumière et valoriser les classes de mer.

Le projet est déjà soutenu par une société de production (Bonne Pioche).

Objectifs / Résultats attendus :

A la fois découverte de la mer et nouveau regard sur le monde maritime, « Classe de mer » est un outils de communication permettant de fédérer les attentions sur l'enjeu extraordinaire que les océans offrent à l'homme.

L'expérience a montré avec le concours pour la promotion des classes de mer (lire ci-dessous) que l'événementiel est un outil majeur pour les développer.

Cibles : Grand public

Antériorité : Pierre Marcel est réalisateur, et notamment du film « Tabarly » sorti en 2008, il est aussi marin professionnel.

La société de production « Bonne Pioche » conçoit et produit de nombreux films et documentaires pour le cinéma et la télévision depuis plus de dix ans. (La Marche de l'Empereur, Rendez-vous en Terre Inconnu, etc.)

Dans les années 1980-1990, Thalassa a été l'un des partenaires principaux des Classes de mer et de l'APPM. Le concours « dessine-moi la mer » a permis de financer des classes de mer et de promouvoir ce type de classe de découverte.

Engagements nourris : 105.e (soutenir les projets de films), 110 (faire connaître la mer dès le plus jeune âge).

Structures mobilisées ou à mobiliser :

- Structures de l'Etat : MEEDDM, MEN
- Autres structures : APCM, Ligue Classes de Découverte

Moyens mobilisés ou à mobiliser : Coût d'un programme court = environ 1000 k€

- Moyens financiers (dont part demandée à l'Etat) :
- Autres moyens : sponsors, collectivités locales

Calendrier : Organiser une réunion en juillet 2010 avec le cabinet et les producteurs. Validation du projet avant septembre pour début tournage automne 2010 et diffusion printemps ou été 2011.
présence des classes de mer au Nautic 2010 dans l'Espace Grenelle de la mer.

DEVELOPPEMENT EN FRANCE METROPOLITAINE ET OUTRE-MER DU RÉSEAU OCÉAN MONDIAL

Pilotes du projet (au sein du COMOP) : Philippe VALLETTE, Manuel CIRA - Nausicaa

Présentation synthétique :

Mobiliser les organisations en contact avec le public pour sensibiliser, informer, éduquer et former les citoyens et acteurs du monde marin et maritime aux grands enjeux des mers et océans et à leur gestion durable :

Aquariums et musées, espaces naturels protégés, associations d'éducation populaire ou de loisirs, éducateurs et professionnels du tourisme,... et ceux qui les soutiennent et les relaient comme les collectivités locales, les entreprises spécialisées, les clubs service.

A eux seuls les aquariums français peuvent ensemble toucher 7 millions de Français chaque année.

Le Réseau Océan Mondial compte déjà une centaine de membres et participants en métropole et près de 300 dans les départements et territoires d'outre-mer.

L'objectif global sur 3 ans sera de développer ce Réseau afin de couvrir le territoire national et de pouvoir mener une action de sensibilisation efficace aussi bien en bord de mer qu'à l'intérieur des terres.

Objectifs attendus :

En France métropolitaine et Outre mer

- identification et mobilisation des acteurs :
 - repérage et mobilisation des acteurs qui reçoivent du public (aquariums, musées) et des organismes d'éducation à l'environnement et au développement durable
 - réalisation d'un annuaire des acteurs France continentale et Outre-mer
- pilotage de coordinations régionales :
 - identification de correspondants régionaux en charge d'animer des collectifs régionaux
 - appui organisationnel et technique
 - organisation de réunions nationales avec les correspondants régionaux
- information et formation concernant les enjeux liés à la mer et sur lesquels il est nécessaire de communiquer :
 - diffusion d'informations via divers supports et médias
 - organisation de formations de formateurs et d'éducateurs
- aide à la coordination et au suivi d'actions nationales telles que les Journées de la Mer et la Journée Mondiale de l'Océan :
 - mobilisation des acteurs pour relayer les actions nationales
 - repérage des « bonnes pratiques » en matière de communication et d'éducation du grand public

Actions :

Exposition itinérante « Un Océan pour l'Humanité » et animations associées dans différentes régions en France.

Passeport « Citoyens de l'océan » adapté au thème de la biodiversité marine.

Organisation de Parlements des Jeunes dans les régions françaises, en Guadeloupe, en Polynésie Française et à la Réunion.

Organisation d'un concours pour choisir l'affiche de la Journée Mondiale de l'Océan.

Mise en place une fois dans l'année d'un échange en direct entre classes de France continentale et de l'outre-mer.

Mise en place d'une plateforme d'échanges sur Internet entre jeunes qui auront participé à des Parlements.

Création d'une base de données sur Internet sur les « initiatives positives en faveur de l'océan » dans le domaine de l'éducation du public.

Communication :

Gestion d'un site Internet avec des rubriques telles que : annuaire, base de données « bonnes pratiques », informations sur les actions nationales, outils en ligne, documents pour la formation à distance.

Plan média à l'occasion de campagnes nationales.

Diffusion, sur le plan international, des actions menées en France.

Sollicitation « d'ambassadeurs de l'océan » prestigieux pour appuyer les actions du Réseau. Espaces sur le site Internet du Réseau pour la communication « France » et la communication « outre-mer ».

Cibles :

Parties prenantes, Grand public, scolaires

Antériorité :

Promoteur de la Journée Mondiale de l'Océan depuis 2002, il apporte tout son soutien aux Journées de la Mer depuis leur lancement en 2009.

Le Réseau est à l'origine de l'Océan Info Pack, réalisé en lien avec l'UNESCO : un ensemble de ressources en ligne pour faciliter l'action des passionnés et des professionnels de l'éducation aux enjeux marins et maritimes.

Initiateur du Passeport de Citoyen de l'Océan en 2004, il en a créé depuis une version pour les plus jeunes en partenariat avec un grand groupe de presse éducative ; les membres et partenaires du Réseau ont distribué une soixantaine de milliers de Passeports dans le cadre de leurs actions de sensibilisation en France.

Le Réseau a également organisé le Forum des Jeunes pour la politique maritime européenne en 2007 et le 1^{er} Parlement des Jeunes pour l'Outremer, à l'Ile de la Réunion en 2009.

Engagements nourris :

L'action du Réseau répond tout particulièrement à l'engagement 105, et précisément 105 c et e.

Le renforcement du Réseau Océan Mondial tel que proposé ici contribuera à la mise en œuvre d'une stratégie de communication globale et pérenne 105 et à la concrétisation des engagements 104 et 107.

Structures mobilisées ou à mobiliser :

- Structures de l'Etat : Ministère de l'Écologie, de l'Énergie, du Développement Durable et de la Mer ; Ministère de l'Éducation Nationale ; Ministère de l'Agriculture et de la Pêche ; Agence des Aires Marines Protégées et gestionnaires d'aires marines ; CNRS ; Ifremer
- Autres structures : Aquariums et musées, espaces naturels protégés, associations d'éducation populaire et de loisirs, éducateurs et professionnels du tourisme, collectivités locales, entreprises des secteurs maritimes, clubs service.

Moyens mobilisés ou à mobiliser :

Dépenses prévisionnelles:

Budget dépenses an 1 : 301 000 €

Budget dépenses an 2 et an 3 : 251 000 €

Recettes prévisionnelles:

Budget recettes an 1 :

Ministères et agences nationales : 148 000 €

Autres financements: 153000 €

Budget recettes an 2 et an3

Ministères et agences nationales : 128 000 €

Autres financements: 103 000 €

Calendrier :

Identification et mobilisation des acteurs (an 1), création d'un site internet dédié (an 1), toutes les autres actions (an 1 à 3).

JURY JEUNES DU FESTIVAL MONDIAL DE L'IMAGE SOUS-MARINE

Pilotes du projet (au sein du COMOP) : Pascale Pessey-Martineau – Ifremer, Philippe VALLETTE - Nausicaa

Présentation synthétique :

Le Festival Mondial de l'Image Sous-marine créé il y a 37 ans, se déroule chaque année à Marseille, autour du weekend de la Toussaint. Il est devenu au fil des ans la plus importante manifestation de ce type dans le monde.

Le Festival a créé avec un certain nombre de partenaires une compétition dont les élèves de toute la France composent le jury, afin d'élire chaque année le film qu'ils estiment être le meilleur pour des jeunes de leur âge.

Chaque année le Festival opère une sélection de 6 à 8 films courts, issue de la compétition du Festival. Les élèves du primaire au lycée guidés par leurs professeurs disposent d'une fiche de critères pour pouvoir juger les films qui leur sont présentés.

Ces Films offrent aux enseignants un support artistique, documentaire et pédagogique permettant de sensibiliser les élèves et d'approfondir leurs connaissances dans le domaine de l'environnement marin et le devenir de l'Océan.

Chaque région élit son lauréat, l'ensemble des résultats est alors proclamé à Paris lors de la Journée Mondiale de l'Océan (8 juin), et le prix remis au réalisateur gagnant lors du Festival, à la fin octobre à Marseille.

Objectifs attendus :

Nausicaa et l'Ifremer collaborent, respectivement depuis 1994 et 2006, avec l'association gérant le Festival, pour le rayonnement du concours « jury jeune ».

A ce jour, il se déroule en régions Parisienne et Nord Pas de Calais, dans le sud de la France et en Bretagne.

Il s'agit maintenant de développer ce prix jeune public dans toute la France métropolitaine et d'outre-mer. C'est à chaque fois l'occasion d'apporter des éclairages et de développer la sensibilisation aux grands enjeux liés au milieu marin.

Il est souhaité les parrainages du MEEDDM et du Ministère de l'Éducation Nationale (légitimant et facilitant le travail avec le milieu scolaire).

Cibles : Les scolaires.

Antériorité :

Créé en 1994 par Nausicaa et développé dans la région Nord Pas de Calais grâce à l'aide du CRDP de l'Académie de Lille.

Engagements nourris : Engagement 105.e et 110.

Structures mobilisées ou à mobiliser :

- **Structures de l'Etat :** Ministère de l'Éducation Nationale, MEEDDM, Ifremer.

- **Autres structures :** Festival Mondial de l'Image Sous-marine, Nausicaa, l'Institut océanographique, l'Aquarium de la Porte Dorée, Océanopolis, les divers partenaires du Réseau Océan Mondial, les CRDP.

Moyens mobilisés ou à mobiliser :

- **Moyens financiers (dont part demandée à l'Etat) :**

Extension du site internet du Festival : 10 000 euros

Chargé de mission jury jeune : 40 000 euros par an

Reproduction des films, DVD, et envois : 4000 euros par an

Participation des différents intervenants : Ifremer, les CRDP, les membres du Réseau Océan Mondial : 132 000 euros (chaque partenaire : 5 jours X un cadre sur ½ journée X 22 régions)

Total annuel : 176 000 euros

Montage financier : Investissement extension du site internet, Festival Mondial de l'Image sous-marine (10 000 euros), Fonctionnement annuel : Ifremer : 47 000 euros, Membres du Réseau : 44 000 euros, CRDP : 44 000 euros, MEEDDM : 44 000 euros.

Calendrier : Montée en puissance sur les trois prochaines années.

FORMATION DES ANIMATEURS SPORTIFS

Pilote du projet (au sein du COMOP) : Secrétariat d'Etat aux sports – Fédérations du nautisme

Présentation synthétique :

La secrétaire d'Etat chargée des sports fait du développement durable dans le champ du sport sa priorité. Elle place pour cela le rôle éducatif du sport comme l'un des 4 chantiers majeurs. En effet, l'association sportive, au-delà de l'aire de jeu, est un lieu de transmission de savoir sur lequel il faut s'appuyer pour sensibiliser et éduquer le public à la protection de l'environnement. La réflexion sur les formations dispensées aux éducateurs ou futurs éducateurs est également engagée. L'éducateur sportif est aujourd'hui souvent sollicité pour des missions sociales ou éducatives qui dépassent sa simple formation sportive. Les formations professionnelles initiales et continues doivent donc s'adapter à ce nouveau rôle et inclure par exemple la dimension de l'éducation à l'environnement vers un développement durable de façon systématique.

Objectifs / Résultats attendus :

Le Secrétariat d'Etat aux sports (direction des sports) conduit une étude sur la place de l'éducation à l'environnement vers un développement durable (EEDD) en vue d'analyser les compétences à développer dans les différentes certifications sportives délivrées par ce ministère à partir de l'analyse de pratiques existantes et innovantes et des besoins des employeurs. Le Secrétariat d'Etat aux sports entend par l'EEDD la mise en œuvre d'un travail de transformation culturelle de la société. Cette transformation culturelle se fait principalement par la sensibilisation, l'information, la formation et l'éducation de tous tout au long de la vie. La finalité est un changement de pratiques individuelles et collectives au regard d'enjeux forts comme les changements climatiques, l'érosion de la biodiversité, la diminution des énergies fossiles etc.

L'étude consiste à analyser les pratiques existantes et innovantes en matière d'éducation à l'environnement vers le développement durable à travers les activités sportives mises en place par des fédérations sportives ou organismes à vocation sportive. Cette analyse traite distinctement des outils aux services produits à l'attention des cadres et dirigeants. Elle permet également d'étudier les besoins en formation initiale et continue des éducateurs sportifs dans ce domaine exprimés par les employeurs (associations sportives, collectivités territoriales, entreprises privées, gestionnaires d'espaces naturels,...).

Parallèlement certaines **Fédérations de sports de nature en mer travaillent sur leurs référentiels de formation pour élaborer des contenus sur l'environnement (sub)aquatique et sa préservation**. Ces travaux concernent les apprentissages des débutants, des pratiquants confirmés et des cadres.

Objectifs : Systématiser l'approche naturaliste et environnementale, en inscrivant au sein du cursus de formation, une prise en compte de l'importance de l'environnement avec des propositions concrètes, accessibles et faciles à mettre en œuvre par les moniteurs techniques et sur le court terme.

Résultats attendus : Produire un document sur l'intégration de l'environnement dans le cursus de formation technique. Développer l'intérêt pour l'observation du milieu sous-marin. Développer la compréhension des enjeux sur la préservation du milieu marin

Cibles :

Cibles : les licenciés des fédérations sportives / les encadrants bénévoles et professionnels délivrant des certifications fédérales.

Antériorité :

Engagement nourris : 104.a

Structures mobilisées ou à mobiliser :

- Structure de l'Etat :
- Autres structure :

un comité de pilotage est constitué par la direction des sports. Il est composé de représentants du secrétariat d'Etat aux sports, du ministère de la jeunesse et des solidarités actives, du ministère chargé du développement durable, de l'ANDES, de trois fédérations sportives, du CNOSF et de l'Espace National de Concertation (ENC).

Moyens mobilisés ou à mobiliser :

Moyens financiers :

Autres moyens :

Calendrier : l'étude sera finalisée avant la fin de l'année 2010

CARTE ARCHIPEL FRANCE

Pilote du projet (au sein du COMOP) : SHOM, IGN

Présentation synthétique : Avec près de 11 millions de km² d'espaces maritimes (plus de 96% sont outre-mer), la France est le deuxième espace maritime mondial après les Etats-Unis.

Le projet vise à représenter l'importance maritime de la France grâce à la cartographie.

Ce projet se base en effet sur une représentation simple de la dimension de l'espace maritime français (zone économique exclusive) qui sera accompagnée d'une mise en évidence d'aspects économiques, sociaux, géostratégiques, de biodiversité, ...

Ces indications devront être facilement lisibles et compréhensibles (illustrations, légendes simples) afin de pouvoir être diffusées à une cible large (tout public) avec une ambition pédagogique.

Cette représentation cartographique aura l'avantage de mettre en lumière différentes thématiques afin de faire prendre conscience au public de la « richesse » maritime de la France.

Objectifs / Résultats attendus : Répondre à l'axe stratégique de communication de la mission « Sensibilisation – Education – Communication » : « Faire découvrir, comprendre et connaître la mer ». Il s'agira en particulier de faire connaître et communiquer sur la mer dans ses dimensions géographiques, écosystémiques, scientifiques, géostratégiques, économiques, sociales, patrimoniales, historiques,...

Cibles : selon la déclinaison de la carte, scolaires, élus, décideurs, médias, grand public.

Antériorité :

Un document pédagogique doit être diffusé à l'occasion des journées de la mer qui se dérouleront du 4 au 8 juin 2010. La cible de ce document est large puisqu'elle est destinée à tout type de public et doit donc rester compréhensible par le plus grand nombre. Il s'agit d'une représentation cartographique élaborée conjointement par le SHOM et l'IGN. Au recto de ce document, un planisphère présente les zones économiques exclusives françaises et au verso ces espaces maritimes français sont représentés sur trois globes centrés chacun sur un océan afin d'apporter une lecture différente et d'informer le public sur les dimensions, encore peu connues, de l'espace maritime français.

Engagement(s) nourri(s) : 105.e « Développer une stratégie de communication globale et pérenne au niveau national » « L'Archipel France » est un concept destiné à faire prendre conscience à nos concitoyens que la mer est au cœur géographique de notre pays. La mer est au centre de la France, car la France, dotée de territoires ultra marins insulaires ou littoraux répartis sur toutes les mers est un archipel. » 110 « Faire connaître la mer dès le plus jeune âge, à l'école, au collège et au lycée, en renforçant les actions de sensibilisation et de formation ».

Structures mobilisées ou à mobiliser :

- Structures de l'Etat : MEEDDM, SHOM, IGN, Ifremer, Agence des aires marines protégées, établissements publics de l'Etat à caractère administratif.
- Autres structures : D'autres organismes devront être sollicités afin d'apporter leurs connaissances et expertises pour les composantes à indiquer sur la carte qui ne seraient pas dans les domaines de compétence direct du SHOM ni de l'IGN : la biodiversité, les aspects économiques

Moyens mobilisés ou à mobiliser :

- Moyens financiers :

L'IGN prend à sa charge les coûts de conception de la 1^{ère} maquette qui pourra servir de base au projet de carte de « L'Archipel France » soit 7915 euros.

Le SHOM prend également à sa charge les coûts liés à la conception de cette première étape (fourniture des fichiers, expertise,...) soit 2530€.

Le SHOM pourra par ailleurs apporter son soutien à la poursuite de la concrétisation de ce projet (expertise, impressions éventuelles,...) pour un budget maximum de 4 000€ (coût en ressources humaines et frais d'impression).

- Autres moyens :

Possibilité d'impressions de supports de communication (posters, brochures, flyers) par le SHOM à Brest selon des délais raisonnables et en fonction du plan de production de l'établissement et du nombre d'exemplaires à envisager.

Possibilité d'impressions de la carte dans sa version-papier par l'imprimerie de l'IGN.

Calendrier : Livraison des fichiers numériques de la 1^{ère} maquette (document pédagogique ayant vocation à être diffusé à l'occasion des journées de la mer 2010) à la Dicom du MEEDDM le 26 mai 2010.

DEUX MEMENTOS SUR LA MER POUR LES ÉLUS ET DÉCIDEURS

Deux outils semblent nécessaires :

- Un Guide de l'Elu du Littoral, des rivages lacustres, des lacs, rivières et plans d'eau, éclairant les élus sur « la gestion durable de la mer et du littoral »,
- Un Guide ou Atlas plus global sur la mer et le littoral, à destination des élus et des décideurs, mais également des médias et du grand public, expliquant la mer, ses enjeux, les Défis du Grenelle de la mer (déclinaison de la Stratégie de Communication pour la mer)

NB : sur le choix des appellations : attention à ne pas confondre avec la création du métier « Guide de mer » (Saisine Plaisance).

Le Guide de l'Elu du Littoral, des rivages lacustres, des lacs, rivières et plans d'eau :

Pilotes du projet (au sein du COMOP) : Elodie Cousty (FNE) et représentant AMF.

Présentation synthétique :

Ce guide se voudra être une boîte à outils d'aide à la prise de décisions pour les élus du littoral.

Il devra reprendre de façon très synthétique les engagements du Grenelle de la Mer et leur applications concrètes pour les élus.

Construit en partenariat avec l'AMF les élus pourront le consulter dès qu'ils auront une décision à prendre, Exemples :

- « le promoteur d'une course moto-nautique demande mon autorisation pour organiser une course au large de ma commune ?
- une association de pêcheur plaisancier me demande l'installation d'une cale de mise à l'eau supplémentaire sur une plage
- une association de défense de l'environnement veut réduire l'impact paysager des campings – cars sur ma commune,
- le Conservatoire me demande de gérer un territoire pour lequel je n'ai aucun moyen humain ni financier.
- je cherche à installer un jeune agriculteur ayant une démarche respectueuse de l'environnement sur ma commune, comment faire ?
- le Conservatoire du littoral me propose d'assurer la gestion d'un site alors que je n'ai aucun moyen humain ni financier...
- Comment puis-je mettre en place un nettoyage écologique des plages ? Etc.

Les questions devront être nourries par des situations vécues par les élus, et les réponses devront prendre en compte les engagements du Grenelle Environnement et Mer en prenant en compte les spécificités locales.

Objectifs / Résultats attendus : Une meilleure prise en compte des problèmes des élus souvent seuls face à la prise de décision, aux services de l'Etat.

Des partenariats plus étroits entre le monde associatif environnemental de proximité et les communes.

Un désengorgement des services de l'Etat et tribunaux administratifs à gérer des demandes et recours si en amont les problèmes sont bien posés et les solutions bien étudiées.

Antériorité : Partenariat existant entre FNE et l'AMF). La brochure du Cluster Maritime Français fait partie des outils qui existent déjà et pourraient être mis à disposition.

Engagement(s) nourri(s) : 106.

Structures mobilisées ou à mobiliser : AMF et ANEL

Structures de l'Etat : Conservatoire du Littoral.

Autres structures : Pôle ADT et Mission Mer et littoral de FNE

Moyens financiers : Demandés : le salaire d'un chargé de mission dédié à ce projet pour FNE sur 1 an + Frais : 50 000 euros

L'AMF se chargeant de prendre l'impression des guides à leur charge

Autres moyens : Editeur.

Calendrier : 12 mois à compter de la mise en place du financement.

Guide ou Atlas plus global sur la mer et le littoral :

Pilotes du projet (au sein du COMOP) : Philippe Vallette et Catherine Chabaud.

Présentation synthétique :

Ce Memento, Guide ou Atlas sur la mer et le littoral, serait une brochure expliquant la mer, ses enjeux, les grands projets du Grenelle de la mer (déclinaison de la Stratégie de Communication pour la mer), principalement aux décideurs, élus, cadres de l'Etat...

Objectifs / Résultats attendus : Une meilleure compréhension du fait maritime.

Antériorité : « Atlas de l'océan mondial » édité par les éditions Autrement et Nausicaa en 2006.

Engagement(s) nourri(s) : 106.

Structures mobilisées ou à mobiliser : AMF et ANEL

Structures de l'État : MEEDDM, DICOM

Autres structures : Nausicaa, autrement (intéressé depuis plusieurs mois par l'édition d'un « Mook Mer » suite au Grenelle de la mer, contacts pris avec Catherine Chabaud depuis septembre 2009).

Moyens financiers : enveloppe demandée au MEEDDM dans le cadre du Mook Mer = 70 k€

Autres moyens : Editeur.

Calendrier : Validation en septembre 2010 pour édition en juin 2011 (Journées de la mer).

KIT PÉDAGOGIQUE « SCHTROUMPFS »

JEU VIDÉO D'EDUCATION ET DE SENSIBILISATION À LA MER ET AUX OCÉANS PAR LE SPORT

Pilote du projet (au sein du COMOP) : Mathieu Bergé (Surfrider Foundation), Elodie Martinie-Cousty

Présentation synthétique : En 2007, grâce à un appel à projet européen, le projet EAMPEE (European Audiovisual Multimedia Pack for Environmental Education), SFE a créé un coffret européen multimédia d'Éducation à l'Environnement et au Développement Durable adapté au jeune public de 8 à 16 ans. Grâce à ce coffret, des interventions pédagogiques conduites en classe ou dans un cadre extra scolaire ont permis de sensibiliser **60 000 jeunes** à la protection de l'environnement.

Fort du succès du coffret « Ocean Cool », Surfrider a décidé en 2010 de créer un outil pédagogique similaire adapté à un public plus âgé (à partir de 16 ans).

Pour 2011 dans le cadre d'un partenariat avec la société d'exploitation de l'image des Schtroumpfs, SFE a élaboré un projet de kit pédagogique en direction d'un public 3-8 ans afin de compléter son offre d'outils pédagogiques. Le projet consiste en la création et la diffusion de cet outil (un coffret DVD et un livret pédagogique). A travers les thématiques de travail de Surfrider (qualité de l'eau, macro-déchets, transport maritime, artificialisation des côtes et climat, patrimoine), le contenu du coffret met en exergue l'impact de l'activité humaine sur l'environnement. Il amène l'enfant à réfléchir au rôle de chacun dans sa protection ainsi qu'à l'importance d'adopter des gestes éco-citoyens.

Vu le public cible il a été décidé de composer le kit de trois éléments :

- **Un dessin animé de 5 minutes** dans lequel un village des schtroumpfs en bord de mer devrait faire face aux problématiques des macro-déchets, de la qualité des eaux, du transport maritime et de l'artificialisation du littoral.
- **Un jeu vidéo** composé d'un minimum de deux niveaux. Un niveau faisant référence à l'activité sportive, un schtroumpf surfer qui doit surfer entre les déchets et un schtroumpf kayakiste qui doit slalomer sur sa rivière entre les déchets. Un second niveau dans lequel les schtroumpfs dans leur village doivent ramasser et trier les déchets, ce second niveau serait inspiré du jeu déjà existant de surfrider.
<http://www.surfrider.eu/index.php?id=486> (jeu en ligne, choisir la, langue et cliquer sur la poubelle).
- **Un livret pédagogique** d'une dizaine de pages, traitant des mêmes thématiques, afin que les éducateurs et enseignants puissent approfondir les connaissances et échanger avec les élèves.

NB : Le livret pédagogique sera également accompagné d'outils d'exploitation sur Tableau Blanc Interactif, téléchargeables et modifiables sur le net.

Objectifs / Résultats attendus : A travers l'exploitation des films, les **objectifs pédagogiques** sont les suivants:

- Comprendre les enjeux environnementaux
- Identifier les solutions à apporter par rapport à chacune des problématiques développées
- Apporter le maximum d'éléments dans un temps concis pour approfondir les connaissances individuelles et éveiller l'écocitoyenneté plus petits

Les **objectifs quantitatifs** :

- Initialement produire entre 10000 et 50000 coffrets (en fonction des budgets)
- Sensibiliser entre 100 000 et 300 000 enfants

Antériorité :

- Le film pédagogique **Des Montagnes à l'Océan, périple d'une goutte d'eau** sur le cycle de l'eau créé en 2006. A la fin du film, des sportifs professionnels transmettent 10 gestes pour agir sur l'environnement de manière positive.
- Le coffret pédagogique **Ocean Cool** adapté au jeune public de 8 à 16 ans crée en 2007 et diffusé auprès de 60 000 enfants à travers l'Europe. Thème : les macro-déchets.
- Le coffret pédagogique **H2O** adapté au public des post 16 ans crée en préparation.

Engagement(s) nourri(s) : 110 (Faire découvrir la mer dès le plus jeune âge).

Structures mobilisées ou à mobiliser : Société des schtroumpfs, programmeurs informatiques FNE, SFE pour cahier des charges.

Structures de l'État : Ministère de la Jeunesse et des sports. MEEDDM.

Autres structures : A déterminer en fonction de la participation du Grenelle de la mer

Moyens financiers : A déterminer en fonction de la participation du Grenelle de la mer / Budget total : 155 000 euros

Calendrier : Projet sur 24 mois (Prod. 12 mois, Diffusion 12 mois). Démarrage du projet : 2d sem. 2010.

H2O : COFFRET MULTIMÉDIA EUROPÉEN D'ÉDUCATION À L'ENVIRONNEMENT ET AU DÉVELOPPEMENT DURABLE

Pilote du projet (au sein du COMOP) : Mathieu Bergé (Surfrider Foundation)

Présentation synthétique : En 2007, grâce à un appel à projet européen, le projet EAMPEE (European Audiovisual Multimedia Pack for Environmental Education), SFE a créé un coffret européen multimédia d'Éducation à l'Environnement et au Développement Durable adapté au jeune public de 8 à 16 ans. Grâce à ce coffret, des interventions pédagogiques conduites en classe ou dans un cadre extra scolaire ont permis de sensibiliser **60 000 jeunes** à la protection de l'environnement.

Fort du succès du coffret « Ocean Cool », Surfrider a décidé en 2010 de créer un outil pédagogique similaire adapté à un public plus âgé (à partir de 16 ans).

Le projet consiste en la création et la diffusion de cet outil (un coffret DVD). A travers les thématiques de travail de Surfrider (qualité de l'eau, macro-déchets, transport maritime, artificialisation des côtes et climat, patrimoine), le contenu du coffret met en exergue l'impact de l'activité humaine sur l'environnement. Il amène le spectateur à réfléchir au rôle de chacun dans sa protection ainsi qu'à l'importance d'adopter des gestes éco-citoyens.

Les séquences vidéo viendront apporter des éléments de culture générale, des précisions environnementales et des enrichissements sur les axes de travail de Surfrider grâce à des reportages cibles, des interventions d'experts et de sportifs professionnels parrains de Surfrider (Bixente Lizarazu, Tony Estanguet). Le coffret comportera également des spots Surfrider destinés à interpeller les élèves pour éveiller leur réflexion personnelle avant de lancer le film pédagogique. Consulter les spots :

- La sandale : <http://www.youtube.com/watch?v=Rz5j5jjP25U>
- Le soleil : <http://www.youtube.com/watch?v=IZqJpv06LAU&feature=related>

Ce projet s'inscrit dans un cadre européen puisqu'il sera traduit à minima en 8 langues.

NB : Le coffret sera également accompagné d'outils d'exploitation sur Tableau Blanc Interactif, téléchargeables et modifiables sur le net.

Objectifs / Résultats attendus : A travers l'exploitation des films, les **objectifs pédagogiques** sont les suivants :

- Comprendre les enjeux environnementaux
- Identifier les solutions à apporter par rapport à chacune des problématiques développées
- Apporter le maximum d'éléments dans un temps concis pour approfondir les connaissances individuelles et éveiller l'écocitoyenneté

Les **objectifs quantitatifs** :

- Initialement produire 4000 coffrets
- Sensibiliser 60 000 jeunes

Antériorité :

- Le film pédagogique ***Des Montagnes à l'Océan, périple d'une goutte d'eau*** sur le cycle de l'eau créé en 2006. A la fin du film, des sportifs professionnels transmettent 10 gestes pour agir sur l'environnement de manière positive.

Le coffret pédagogique ***Ocean Cool*** adapté au jeune public de 8 à 16 ans crée en 2007 et diffusé auprès de 60 000 enfants à travers l'Europe. Thème : les macro-déchets.

Engagement(s) nourri(s) : 105.e (Soutenir projets de films d'animation), 110.

Structures mobilisées ou à mobiliser : Diverses Maisons de Production pour les autorisations d'utilisation d'extraits de vidéos, FNE, SFE pour cahier des charges.

Structures de l'État : Ministère de la Jeunesse et des sports. MEEDDM.

Autres structures : Appel à projet auprès de sociétés privées. Fondation d'entreprises.

Moyens financiers : A définir. Subventions publiques : 50%, Subventions privées : 30%, Autofinancement : 20%.

Calendrier : Projet sur 24 mois (Production : 12 mois, Diffusion : 12 mois). Démarrage du projet : second semestre 2010

AGRÉMENT DES FÉDÉRATIONS SPORTIVES AU TITRE DE LA PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT

Pilote du projet (au sein du COMOP) : FFEISSM

Présentation synthétique :

Contexte :

Les Fédérations sportives (associations loi 1901) regroupent au niveau national des associations sportives au contact des pratiquants. Elles sont en effet un levier puissant de mobilisation des citoyens, des bénévoles sur l'environnement : prise de conscience de la fragilité de la nature, respect du milieu, développement des comportements responsables.

Certaines de ces fédérations, en qualité de fédérations délégataires du ministère en charge des sports, organisent l'activité, et sont donc à même de relayer les préoccupations d'intérêt général telles que la sensibilisation, l'éducation, la protection de l'environnement au travers de leurs règlements.

Concernant les sports de nature en milieu marin et sous-marin, les pratiquants viennent chercher un contact étroit avec la nature, et établissent une relation privilégiée entre leur développement personnel et le milieu naturel. Certaines de ces activités sportives sont directement centrées sur la découverte et la protection du milieu naturel et sont un vecteur essentiel de sensibilisation (c'est le cas de la plongée sous-marine par exemple).

Aujourd'hui il est difficile – voire impossible – pour ces Fédérations, de devenir « associations agréées au titre de la protection de l'environnement » car leur objet, prédéterminé par le code du sport, n'est pas exclusivement consacré à la protection de l'environnement.

Il est proposé que ces Fédérations sportives puissent être agréées au titre de la protection de l'environnement, dans le cadre du Grenelle de la mer et à leur demande, aux conditions suivantes :

- elles répondent aux conditions administratives habituellement attendues des associations agréées par le MEEDDM
- leurs activités concernent l'exploration ou la découverte des mers, des lacs ou des rivières, et sont compatibles avec la préservation de ces milieux
- elles ont la délégation, pour ces activités, du ministère en charge des sports
- leurs statuts intègrent la protection de l'environnement dans leur objet, aux côtés des autres missions qui leur sont dévolues pour le développement de leur activité.
- elles ont une action significative dans le domaine de la protection de l'environnement : sensibilisation, information, formation, connaissance.

Objectifs / résultats attendus :

Objectifs : Permettre aux associations sportives d'être consultées par l'Etat sur des enjeux et des politiques relatives aux milieux dans lesquels elles évoluent, et pour lesquels la protection de l'environnement représente un enjeu fort.

Permettre aux associations sportives d'être opératrices des politiques de préservation de l'environnement mises en place par l'Etat – dans le cadre de leurs activités.

Permettre aux associations sportives d'être repérées par le public comme des acteurs de la protection de l'environnement et conforter leur action dans ce domaine.

En résumé : toucher les citoyens dans leurs pratiques sportives, décliner, via les amateurs qu'elles regroupent des projets citoyens de connaissance de veille et d'alerte.

Résultats attendus :

- Développement de comportements éco-responsables vis à vis du milieu marin
- Mobilisation des pratiquants sportifs sur des projets «éco-citoyens » : veille et alerte sur le milieu (ex : l'opération sentinelles bleues de la FFEISSM et de l'agence de l'eau Corse Méditerranée, partenariat avec l'AAMP), opérations de nettoyage et de collecte de macrodéchets...
- organisation de campagnes d'information et de sensibilisation.
- mise à disposition sur leurs sites web des infos sur la préservation du milieu marin.

Cibles : Les fédérations sportives délégataires et leurs membres

Antériorité : par le passé, les critères d'accès à l'obtention de l'agrément étaient plus souples, et certaines associations sportives ont pu être agréées. La révision des règles leur en interdit actuellement l'accès.

Engagement(s) nourri(s) : 104 et 107.a

Structures mobilisées ou à mobiliser :

- **Structures de l'État :** MEEDDM , Ministère de la santé et des sports
- **Autres structures :** Fédérations nationales, délégataires des ministère des sports en particulier

Moyens mobilisés ou à mobiliser : néant. **Calendrier :** court terme

COMMUNICATION VERS LES ÉDITEURS SCOLAIRES ET LA JEUNESSE SUR L'IMPORTANCE DU THÈME DE LA MER

Pilotes du projet (au sein du COMOP) : Pascale PESSEY-MARTINEAU, Ifremer

Présentation synthétique :

Ce projet part d'un constat : la mer n'est que peu abordée dans les manuels scolaires, alors que la France est la 2^{ème} puissance maritime. Pourtant, la mer se décline en une multitude de sujets qui rentrent dans les programmes scolaires, en sciences, mais aussi en histoire-géographie, français, éducation civique... et pour tous niveaux. Le projet proposé se décline suivant plusieurs actions :

- Rencontrer des représentants des principaux éditeurs scolaires, pour leur faire passer 2 messages : « Pensez à la mer pour illustrer les programmes scolaires dans les manuels / La mer est un sujet plus vaste que la vision qu'on en a généralement » ;
- Concevoir une plaquette détaillant tous les axes que recouvre la mer, à diffuser aux éditeurs, mais aussi aux enseignants (pour leurs projets de classe) ;
- Constituer un comité scientifique ressource sur le thème de la mer pour les éditeurs.
- Développer les partenariats avec les éditeurs jeunesse pour élaborer davantage de contenu relatif à la mer et leur permettre d'accéder à des informations récentes susceptibles d'être diffusées dans les magazines et livres pour enfants.

Objectifs attendus :

Voir la mer davantage utilisée comme axe d'illustration dans les éditions des manuels scolaires à venir (à partir des éditions de 2011).

Cibles :

Éditeurs scolaires et jeunesse.

Relais : les enseignants, en exercice ou en formation

Antériorité :

L'Ifremer compte parmi ses missions la diffusion des résultats de ses travaux auprès du plus grand nombre. A ce titre, l'institut collabore depuis de nombreuses années avec les éditeurs scolaires, en répondant à leurs sollicitations en terme d'images et de contenu scientifique. Aujourd'hui, c'est une démarche pro-active vers les éditeurs que l'Ifremer souhaite mettre en place.

Engagements nourris :

110 (faire découvrir la mer dès le plus jeune âge).

Structures mobilisées ou à mobiliser :

Structures de l'État : Ministère de l'Education Nationale, es organismes de recherche, les centres de culture scientifiques et techniques et les aquariums, le CNDP, les CRDP

Autres structures : éditeurs scolaires, éditions jeunesse,

Relais : les CCSTI, les aquariums, les associations dédiées à la vulgarisation et à la pédagogie

Moyens mobilisés ou à mobiliser :

Moyens financiers (dont part demandée à l'Etat) :

Autres moyens :

Calendrier :

Dès la rentrée 2010

PISTES D'ACTIONS POUR VALORISER ET PROMOUVOIR LES CLASSES DE MER

Pilotes du projet (au sein du COMOP) : Association pour la promotion des classes de mer.

Présentation synthétique :

Après avoir relevé la dimension multipartenariale des classes de mer, ainsi qu'un certain nombre de difficultés rencontrées par leur développement (financements, responsabilité des encadrants, raccourcissement de la durée des séjours, parfois questionnement des parents), le groupe a cerné plusieurs pistes permettant la valorisation et la promotion des classes de mer :

- utiliser l'Espace Grenelle de la mer évoqué dans les Projets Phares,
- réaliser un programme court de découverte de la mer, entre autres par les classes de mer, évoqué dans les Projets Phares,
- utiliser la circulaire sur « les séjours scolaires courts et classes de découvertes » du Ministère de l'Education nationale (CIRCULAIRE N°2005-001 du 5-1-2005), qui intègre donc les classes de mer et constitue un guide essentiel pour leur organisation.
- rénover la « Charte des classes de mer ».

Par ailleurs, il existe de nombreux plans académiques et territoriaux d'éducation au développement durable. Ces plans sont multipartenariaux et permettent une mise en synergie des capacités des différents acteurs autour de ces questions. Cela peut faire émerger un contexte dans lequel il est possible, quand c'est la volonté des acteurs, d'intégrer pleinement les classes de découverte, en l'occurrence les classes de mer, à des projets d'éducation au développement durable.

Objectifs / Résultats attendus : la classe de mer constitue un terrain d'expérimentation et de déclinaison du développement durable pour les jeunes ; en outre, la mer et les activités marines et nautiques sont porteuses de valeurs, par conséquent, la classe de mer est aussi un vecteur d'éducation à la citoyenneté.

Cibles : sphère scolaire, péri-scolaire et non scolaire.

Antériorité : les classes de mer existent depuis 1964 et, après s'être développées, ne dépassent plus un certain palier, pour les raisons évoquées plus haut.

Engagements nourris : 110

Structures mobilisées ou à mobiliser :

- Structures de l'Etat : Education nationale, MEEDM, Jeunesse et sports
- Autres structures : Association pour la promotion des Classes de mer, Ligue des Classes de découverte.

Moyens mobilisés ou à mobiliser :

- Moyens financiers (dont part demandée à l'Etat) :
- Autres moyens :

Calendrier : intégration des classes de mer au sein de l'Espace Grenelle de la mer du Nautic 2010. Circulaire à programmer.

PROPOSITIONS DU THÈME PATRIMOINE

L'OBSERVATOIRE IFREMER DE LA BIODIVERSITÉ ET DE L'ENVIRONNEMENT MARINS

Pilotes du projet (au sein du COMOP) : Pascale PESSEY MARTINEAU - Ifremer

Présentation synthétique :

Le MNHN, en partenariat avec des associations naturalistes, a développé de nombreux réseaux d'observation de la nature basés sur une participation volontaire d'un public d'amateurs et de naturalistes avertis. A ce jour, les initiatives similaires concernant le milieu marin sont portées par des spécialistes ou amateurs très avertis, à une échelle régionale, et ciblées sur des groupes d'espèces marines emblématiques.

C'est pourquoi l'Ifremer souhaite développer le projet « Observatoire de la Biodiversité et de l'environnement marin ». Les volontaires, en métropole et outre-mer, pourront effectuer des observations sur des espèces et groupes cibles, présentant un intérêt pour les futurs travaux scientifiques et en matière de communication. Le volontaire s'inscrira en ligne sur un site Internet qui lui permettra d'accéder au protocole de suivi, aux listes illustrées des espèces concernées, téléchargement de l'application permettant la saisie des informations, et aux résultats des travaux.

Une plateforme d'acquisition de données sera élaborée, permettant aux observateurs de saisir les informations de manière simple. Un système de bancarisation de l'information sera développé (en lien avec Quadriges et Sextant), ainsi qu'une plateforme Internet, pour une restitution grand public de cette information.

Objectifs attendus :

L'objectif visé est de sensibiliser et d'impliquer le grand public à l'observation de la biodiversité marine. L'agrégation avec des informations environnementales complémentaires permettra une approche analytique, et potentiellement sur le long terme l'évaluation des impacts de facteurs environnementaux.

Cibles : Le grand public. Relais : les utilisateurs et professionnels de la mer

Antériorité : L'Ifremer développe depuis deux ans le Système d'Information Nature & Paysage (SINP) – volet mer- avec le soutien du MEEDDM et en collaboration avec l'Agence des Aires Marines Protégées (AAMP) et le Muséum National d'Histoire Naturelle (MNHN).

A noter également que le Conservatoire du Littoral a mis en place avec le MNHN un outil (inventaire) à disposition des gardes du littoral pour renseigner la biodiversité littorale (faune & flore) sur les sites du Conservatoire. Par ailleurs, l'institut dispose d'outils comme la base de données Quadriges et le serveur de données géoréférencées Sextant.

L'Ifremer a proposé dès 2008 (Grenelle de l'Environnement) puis en 2009 (Grenelle de la Mer), le « Développement d'un partenariat privé-publics en matière d'observation de la biodiversité et de l'environnement marin ».

La FFESSM (plongeurs sous-marins) a récemment signé une convention avec l'Agence des Aires marines protégées dans le même sens.

Engagements nourris : 98.a (procéder aux inventaires du patrimoine maritime dans toutes ses composantes). Également 124 (Associer tous les acteurs à la fonction d'observation, notamment les professionnels de la mer).

Structures mobilisées ou à mobiliser :

Structures de l'État : Ifremer, MEEDDM,

Autres structures : les observateurs en tant qu'individus, les associations naturalistes et à vocation scientifique et éducative, les structures fédératives (FFV, FFESSM...), les structures socioprofessionnelles.

Moyens mobilisés ou à mobiliser :

Moyens financiers (dont part demandée à l'Etat) : budget en cours d'élaboration

Autres moyens : moyens humains

Calendrier : Mise en application en 2011.

PORTAIL DU PATRIMOINE MARITIME CULTUREL

Pilote du projet (au sein du COMOP : Jean-Noël GARD – Musée national de la Marine

Présentation synthétique :

Permettre à l'internaute de trouver des éléments de réponse aux questions qu'il se pose sur le patrimoine maritime culturel français, en lui donnant, au delà des premiers éléments de réponse, les liens avec les sites traitant du sujet.

L'objectif n'est pas d'accumuler l'information de façon centralisée, mais d'indiquer les pistes fiables permettant d'aller la trouver.

Les sites ainsi proposés seront ceux des musées, institutions, bibliothèques à vocation maritime, associations reconnues, etc. Cette liste est appelée à évoluer dans le temps en fonction de nouvelles démarches ou initiatives patrimoniales.

L'accès aux informations se fera à travers un système de thésaurus, ainsi qu'un système géographique : pointage sur une ville, un département, une île ou une région.

Le musée national de la Marine prévoit, une fois le portail en service, d'y affecter une personne pour son entretien et son animation.

Objectifs / Résultats attendus :

Montrer la richesse de ce patrimoine et mettre en avant tous les acteurs reconnus du domaine
Sensibiliser le grand public à ce patrimoine, à sa richesse ainsi qu'à la grande variété de ses acteurs.

Cibles : La cible est, en priorité, le grand public et, particulièrement, les jeunes.

Antériorité : Aucune.

Engagement(s) nourri(s) :

99.b Conforter le rôle du Musée de la Marine comme tête du réseau des musées maritimes de France, pour les aquariums et écomusées.

Structures mobilisées ou à mobiliser :

Structures de l'Etat : Musée national de la Marine, DICOM / Service multimédia/MEEDDM

Autres structures : musées, bibliothèques, associations, les acteurs du patrimoine maritime culturel

Moyens mobilisés ou à mobiliser :

- Moyens financiers : de 60 à 80 000 € pour le développement fonctionnel global (hors chargé de mission)
- Autres moyens : financement d'un chargé de mission ou vacataire pour coordination étude préalable puis conduite du projet

Calendrier : étude 2011 puis réalisation 2012

LABELLISATION DES BATEAUX D'INTERET PATRIMONIAL

Pilote du projet (au sein du COMOP) : Fondation du Patrimoine Maritime et Fluvial

Présentation synthétique : La France bénéficie d'un patrimoine maritime et fluvial exceptionnel. Fleuron de ce patrimoine, les navires, avec, tout au long de nos côtes une collection unique riche et diversifiée. Nombreuses d'ailleurs sont les villes qui associent leur image à un navire traditionnel emblématique et les rassemblements de navires du patrimoine, qui attirent de plus en plus de spectateurs, permettent de mesurer l'engouement du public pour ce patrimoine.

Mais ce patrimoine est fragile : soumis à l'agression du milieu marin, sa préservation demande un entretien constant et coûteux en matériel et en main d'œuvre que seule la navigation justifie et motive, les tentatives de conservation statiques ont démontré leur fragilité. L'usage des bateaux est aussi le moyen de préserver le patrimoine immatériel que constitue l'art de la manœuvre et de la navigation.

L'État français a pris conscience dès 1982 de l'existence et de la valeur exceptionnelle de ce patrimoine en sélectionnant puis en protégeant certains bateaux remarquables au titre des monuments historiques. On en compte seulement 116 en 28 ans, car la démarche est inévitablement lourde et contraignante tant pour le propriétaire que pour l'État. C'est la raison pour laquelle, la Fondation du patrimoine maritime et fluvial a proposé au gouvernement de créer une nouvelle catégorie de bateaux sous le label de « bateau d'intérêt patrimonial » (BIP) à destination des propriétaires de bateaux du patrimoine non protégés par l'État.

Outils et actions de valorisation (voir aussi les fiches consacrées) :

- Site Internet : fichier informatique ouvert à tous donnant une information détaillée sur chacun des navires (www.patrimoine-maritime-fluvial.org).
- Une brochure rassemblant les fiches signalétiques et historiques des navires,
- Une signalétique commune à tous les bateaux du patrimoine,
- Rassemblements des bateaux du patrimoine dans les ports,
- Participation des bateaux du patrimoine à des événements à caractère maritime ou culturel (Journées du patrimoine, Marseille 2013).

Objectifs / Résultats attendus : Le groupe propose de poursuivre le processus de labellisation des BIP pour couvrir au plus vite l'ensemble de la flotte estimée à 2000 à 2500 bateaux.

Antériorité : En quatre ans, la FPMF a labellisé 365 bateaux, sur un total estimé à 2500.

Quelques ports ont déjà entrepris une démarche de regroupement, mais jusqu'à présent, la sélection des bateaux se fait soit directement, pour quelques unités emblématiques, soit par le biais d'une association locale. Cette méthode est insuffisante pour plusieurs raisons : certains ports n'ont pas la chance d'avoir une structure associative compétente, il ne serait pas bon que les critères de sélection varient d'un port à l'autre et l'autorité gestionnaire (port, collectivité ou association), ne doit pas être soupçonnable de favoritisme.

Le label BIP permettrait de faciliter la gestion des places des bateaux du patrimoine et favoriserait leur rassemblement dans les ports, créant ainsi une animation naturelle.

Engagement(s) nourri(s) :

98.a : Inventorier et mettre en exergue la patrimoine maritime dans toutes ses composantes. Inciter les régions à inventorier le patrimoine maritime et fluvial puis valoriser ce patrimoine.

101.a : Conserver et valoriser le Patrimoine Maritime (...)

101.e : Inclure la mer dans les Journées du Patrimoine

102.b : Soutenir financièrement (...) la Fondation du Patrimoine Maritime et Fluvial.

102.d : Soutenir la valorisation auprès du public des bateaux porteurs du label officiel « bateau d'Intérêt Patrimonial » en favorisant leur regroupement dans les ports et l'édition de brochures...

Structures mobilisées ou à mobiliser :

Structures de l'Etat : Ministère de la Culture, pour pérennisation de la subvention à la FPMF, MEDDM pour appuyer la FPMF auprès des gestionnaires de ports et des collectivités locales pour le regroupement.

Autres structures : FPMF, pour la liste des BIP par régions, départements, ports et pour fournir tous les éléments nécessaires pour nourrir les brochures de présentation des BIP.

Moyens financiers : déjà mobilisés pour l'année 2010 (loi de finances 2010, art 35 état B), à reconduire pour les années suivantes dans le cadre d'une convention objectifs/moyens entre le Ministère de la Culture et la FPMF

Calendrier : dès que possible.

OUTILS DE VALORISATION DES BATEAUX DU PATRIMOINE : BROCHURES ET PANNEAUX SIGNALÉTIQUES

Pilote du projet (au sein du COMOP) : Fondation du Patrimoine Maritime et Fluvial

Présentation synthétique :

Comme expliquer dans la fiche précédente, pour répondre aux engagements du Grenelle de la mer et valoriser les Bateaux du patrimoine, il est nécessaire de développer les outils suivants :

- Site Internet : fichier informatique ouvert à tous donnant une information détaillée sur chacun des navires (www.patrimoine-maritime-fluvial.org). Déjà existant.
- Une brochure rassemblant les fiches signalétiques et historiques des navires, à créer,
- Une signalétique commune à tous les bateaux du patrimoine, à concevoir.

Il s'agit notamment de réaliser des brochures (textes et photos) rassemblant les BIP par ports d'attache/départements/bassins de navigation/régions/façades maritimes...

Grâce à son fichier, la FPMF peut fournir tous les éléments nécessaires pour nourrir une brochure rassemblant les fiches signalétiques et historiques des navires (à l'échelle du port, du département...). Cette brochure pouvant être distribuée localement (bureau du port, office du tourisme, etc).

Il s'agit également de réaliser des panneaux d'information sur les BIP pour le public, destinés à être apposés par les propriétaires lorsque leurs bateaux sont dans un port.

Objectifs / Résultats attendus : Fournir une information au public au moyen de brochures attractives disponibles dans les capitaineries, offices du tourisme, etc.

Donner au public une information semblable à celle fournie par les panneaux urbains qui marquent les sites et monuments remarquables.

Pour ce faire, concevoir un panneau standardisé (dimensions, présentation, logos, contenu texte), en reprenant les éléments d'une signalétique commune à tous les éléments du patrimoine maritime. Faire réaliser ces panneaux et les envoyer à chaque propriétaires de BIP.

Cibles : collectivités locales, grand public.

Antériorité :

Depuis 3 ans, la FPMF labellise les BIP à raison d'environ 100 par an.

Le site Internet de la FPMF présente déjà les informations (textes et photos) qui seront reprises dans les brochures.

La FPMF encourage déjà les propriétaires de BIP à installer de tels panneaux mais ils ne sont pas standardisés et ne tiennent, évidemment, pas compte de la future signalétique commune.

Engagement(s) nourri(s) : 101. a : Préserver et valoriser le patrimoine littoral et maritime.

102.d : Soutenir la valorisation auprès du public des bateaux porteurs du label officiel « Bateau d'Intérêt Patrimonial » en favorisant (...) l'édition de brochures concernant les unités locales, disponibles sur place (bureau du port, syndicat d'initiative, office du tourisme...)

Structures mobilisées ou à mobiliser :

- Structures de l'État : MEEDDM
- Autres structures : FPMF

Moyens mobilisés ou à mobiliser :

- Moyens financiers :

Déjà mobilisés (loi de finances 2010, art 35 état B), à engager dans le cadre d'une convention objectifs/moyens entre le Ministère de la Culture et la FPMF

Autres moyens : DICOM MEEDDM, collectivités locales, possibilité d'annonceurs locaux.

Calendrier : Objectif création de ces outils pour les Journées de la mer 2011 ou les Journées du Patrimoine 2011 (il y aura environ 350 BIP en août 2010).

REGROUPEMENT DES BATEAUX D'INTERET PATRIMONIAL DANS LES PORTS ET MOUILLAGES

et PARTICIPATION DES BATEAUX DU PATRIMOINE À DES ÉVÉNEMENTS CULTURELS

Pilote du projet (au sein du COMOP) : Fondation du Patrimoine Maritime et Fluvial

Présentation synthétique :

Regroupement des BIP dans les ports et mouillages :

La plupart des ports abritent une flottille plus ou moins importante de bateaux du patrimoine. S'ils sont disséminés, noyés dans la masse, ils n'apparaissent pas. S'ils sont rassemblés, même en petit nombre, ils se mettent mutuellement en valeur et peuvent créer une animation culturelle permanente, constituant de véritables musées à flot dont le coût est assuré par les propriétaires.

En contrepartie, les propriétaires des bateaux du patrimoine ainsi rassemblés peuvent être signataires d'une charte dans laquelle ils s'engageront (par exemple) : à maintenir leur bateau en parfait état, à apposer sur leur bateau un panneau qui présente ses caractéristiques et un résumé de son histoire (voir fiche « panneaux »), à arborer en escale un grand pavois qui les rendra encore plus visibles et attrayants, à participer à certains événements de la vie locale...

Participation des bateaux du patrimoine à des événements culturels : Journées du Patrimoine, Marseille Capitale européenne de la culture 2013 :

L'objectif est de mettre en valeur les bateaux du patrimoine par des rassemblements organisés et médiatisés lors des journées du patrimoine.

Objectifs / Résultats attendus :

Mise en valeur du patrimoine maritime navigant.

Cibles : Tous publics.

Antériorité :

Quelques ports ont déjà entrepris une démarche de regroupement, mais jusqu'à présent, la sélection des bateaux se fait soit directement, pour quelques unités emblématiques, soit par le biais d'une association locale. Cette méthode est insuffisante pour plusieurs raisons : certains ports n'ont pas la chance d'avoir une structure associative compétente, il ne serait pas bon que les critères de sélection varient d'un port à l'autre et l'autorité gestionnaire (port, collectivité ou association), ne doit pas être soupçonnée de favoritisme.

Le label BIP apporte la solution, puisque les modalités de son attribution sont reconnues par l'Etat (définies par décret) et la liste des navires labellisés est publiée au J.O., il est décerné par une commission nationale indépendante et il permet de gérer sans contestation le cas des unités de passage (les propriétaires des navires labellisés détiennent un certificat officiel).

Dans le cadre des journées du Patrimoine vivant, du 11 au 13 septembre 2009, l'association «Avenir Traditions Marines» (ATM) a créé, avec le soutien de la ville de Marseille, un événement : "Les Bateaux d'intérêt patrimonial (BIP) en fête".

Cette première édition des "BIP en fête" s'est déroulée à l'Espace Mistral de l'Estaque. Malgré une annonce tardive, l'initiative fut couronnée de succès (présence d'une trentaine de bateaux).

Engagement(s) nourri(s) :

101.e : Inclure la mer dans les Journées du Patrimoine, 102.d : Soutenir la valorisation auprès du public des bateaux porteurs du label officiel « bateau d'Intérêt Patrimonial » en favorisant leur regroupement dans les ports (...), 105.e : mettre la mer à l'honneur de Marseille 2013.

Structures mobilisées ou à mobiliser :

Structures de l'Etat : MEEDDM, Ministère de la Culture.

Autres structures : FPMF (pour la liste des BIP par ports et pour une action de sensibilisation et d'adhésion auprès des propriétaires des bateaux).

Moyens financiers : Déjà mobilisés (loi de finances 2010, art 35 état B), à engager dans le cadre d'une convention objectifs/moyens entre le Ministère de la Culture et la FPMF

Autres moyens : Il s'agit pour le MEEDDM, de peser de tout son poids pour appuyer la FPMF auprès des collectivités locales et des gestionnaires de ports.

Calendrier : dès que possible

ATLAS DU PATRIMOINE MARITIME DES CÔTES DE FRANCE

Pilote du projet (au sein du COMOP) Françoise Péron, observatoire du patrimoine maritime culturel des côtes de Bretagne.

Présentation synthétique : Le patrimoine maritime culturel bâti, plus riche et plus varié qu'on ne le pense de prime abord, est un élément souvent oublié du développement durable des littoraux. Il est un élément majeur de qualification et de restructuration sociale et territoriale des espaces côtiers.

Le département du Finistère, le plus maritime de Bretagne - et sans doute de la France métropolitaine -, a constitué un premier espace exemplaire pour comprendre les enjeux relatifs à ce patrimoine et les avantages de sa mise en valeur.

L'atlas du patrimoine maritime du Finistère, réalisé par l'Observatoire du patrimoine maritime culturel de Bretagne qui sera publié en octobre 2010 (Éditions du Télégramme) a valeur de prototype pour les autres départements français à façade maritime ; d'autant que la demande de disposer d'un tel outil existe.

En effet, les élus, les acteurs économiques et sociaux du littoral, et plus largement tous ceux, sont de plus en plus conscients de l'intérêt fondamental, à la fois social, culturel et économique, de la valorisation des éléments culturels maritimes issus de la longue relation entre les hommes et la mer. Cependant ils s'interrogent : que recouvre le terme de « patrimoine maritime culturel » ? Quelles sont la nature et l'ampleur de ce « gisement culturel » spécifique aux territoires littoraux ? Comment le mettre en valeur ? En quoi peut-il, au-delà des fêtes et des bateaux du patrimoine, contribuer au réaménagement et à l'enrichissement des espaces côtiers ? Comment résister, et avec quels arguments juridiques, à la formidable pression des intérêts immobiliers qui s'exercent aujourd'hui sur la zone de contact terre/mer ?

L'atlas du patrimoine maritime culturel qui répond à ces interrogations, constitue un outil efficace de sensibilisation des publics et d'aide à la décision des élus dans ce domaine. Doublé d'un système d'information géographique, c'est aussi un outil d'aménagement du littoral. L'Atlas intègre également des éléments localisés de patrimoines maritimes immatériels. Il serait également recommandé d'intégrer aux atlas les bateaux classés BIP par la fondation du patrimoine.

Proposition : Dans le cadre de ce projet, l'Observatoire du patrimoine maritime culturel, localisé à l'Université de Bretagne Occidentale, susciterait la mise en oeuvre des atlas et aurait une mission de formation et de suivi auprès des réalisateurs.

Objectifs / Résultats attendus : Le soutien du MEEDDM à une telle initiative, donnerait l'élan nécessaire pour inciter les régions (qui ont la responsabilité des inventaires patrimoniaux) à engager un tel chantier.

Cibles : Elus, acteurs socio-économiques, grand public.

Antériorité : Depuis 2005, l'observatoire du patrimoine maritime culturel de Bretagne a réalisé 7 inventaires thématiques sur le littoral breton, produisant des recommandations de mise en valeur appréciées des élus. Ces inventaires problématisés, menés sur une base territoriale, sont consultables sur le site internet du ministère de la culture.

L'atlas du patrimoine maritime du Finistère, terminé en décembre 2008, a été diffusé en 600 exemplaires, sous la forme d'un document de travail par le Conseil général. Une expertise du patrimoine maritime culturel : patrimoine bâti, patrimoine immatériel et patrimoine pictural (celle-ci en cours) a été réalisée sur les 24 communes littorales du Parc Naturel Marin d'Iroise en 2009-2010.

Engagement(s) nourri(s) : 98.a : Inventorier et mettre en exergue la patrimoine maritime ans toutes ses composantes. Inciter les régions à inventorier le patrimoine maritime et fluvial puis valoriser ce patrimoine. 98.b : Faciliter la création d'observatoires du patrimoine maritime culturel.

Structures mobilisées ou à mobiliser :

Structures de l'Etat : Ministère de la Culture, ministère de l'écologie, de l'énergie, du développement durable et de la mer, ministère de l'économie, de l'industrie et de l'emploi, ministère de l'éducation nationale. Les universités, la fondation du patrimoine, la DRASSM, les musées.

Autres structures : les collectivités territoriales ; régions, départements, communautés de communes, parcs. ARF, AMF

Moyens financiers : Moyens nécessaires pour lancer le projet : 3 emplois à plein temps soit 40 000 euros X 3 = 120 000 euros par an, pendant 2 ans.

Autres moyens : participation de la DAPA et des services de l'inventaire en région.

Calendrier : une action à développer sur 2 ans et présentation des résultats pour Marseille 2013, en liaison avec les autres actions de la mission.

CALENDRIER DES RÉUNIONS ET AUDITIONS

Avant rapport d'étape :

DATE	RÉUNION ou AUDITION	THÈME
15 novembre	Démarrage de la mission	
25 novembre	Réunion Comité de Pilotage Journées de la mer	
16 décembre	Plénière	Stratégie de Communication, réflexion sur le message porté, demande de contributions
7 janvier	Plénière	Mise en réseau des acteurs
17 décembre	Réunion Education	
7 janvier	Réunion Patrimoine	Engagements 98, 99, 101
13 janvier	Réunion Comité de Pilotage Journées de la mer	
21 janvier	Audition du SHOM et de l'IGN	sur le thème de la réalisation d'une carte de l'Archipel France
21 janvier	Audition FNE (France nature environnement)	
26 janvier	Réunion Pratiques sportives	comme support d'éducation et de sensibilisation
26 janvier	Audition Bernard Brégeon, président COMOP 26 du Grenelle de l'Environnement	Réflexion sur l'adaptation des propositions du COMOP 26, au Grenelle de la mer
28 janvier	Audition Vincent Campredon, Ministère de l'Outre-mer	Réflexions sur les réseaux de l'Archipel France, la cartographie, sur les Engagements spécifiques à l'Outre-mer
28 janvier	Audition Olivier Laroussinie, Aires marines protégées	Croisement des missions
4 février	Audition Hervé Brossard, président COMOP 34 du Grenelle de l'Environnement	Réflexion sur l'adaptation des propositions du COMOP 34, au Grenelle de la mer
16 février	Audition Christophe Eoche-Duval, président Comop Formation, pluri-activités, social	Croisement des missions
19 février	Audition Françoise Gaill, présidente Comop Recherche et Innovation	Croisement des missions
22 février	Audition Jean-Marie Poimboeuf, président du groupe Adhoc Navire du futur	Croisement des missions
25 février	Audition Dominique Viel, présidente groupe Adhoc Fonds macro-déchets	Croisement des missions
2 mars	Audition CSMM, Michel Quimbert, président CSMM	Croisement des missions

Après rapport d'étape :

Dates	Groupe	Thèmes
29 mars	Communication	Réflexion sur la stratégie de communication
30 mars	Éducation	Développer les projets existants liés à l'éducation afin de faire rentrer la culture maritime dans la scolarité
12 avril	Patrimoine	Réflexion sur des actions à mener afin de faire connaître le patrimoine maritime et culturel français
20 avril	Événements nautiques	Échange sur des actions à porter par les organisateurs d'événements
26 avril	Autour du poisson	Échange sur les différents projets existants liés à la pêche et à la consommation du poisson
4 mai	Métiers de la mer	Réflexion sur la promotion des métiers de la mer
17 mai	Cartes	Réflexion sur la cartographie de l'Archipel France
18 mai	Classes de mer	Réflexion sur les actions à mener afin de relancer les classes de mer
20 mai	Éditeurs	Échange sur les besoins des éditeurs concernant le contenu des manuels scolaires
25 mai	Réseaux/maisons de la mer	Échange sur la mise en réseau virtuelle ou physique des acteurs maritimes
01 juin	Sensibilisation des décideurs	Répondre à l'engagement 106 du Livre Bleu du Grenelle de la mer
01 juin	Communication	Point sur les projets phares à porter par la mission
16 juin		Réunion Espace Grenelle de la mer au Nautic
16 juin		Rencontre Jean-Michel Charpin

ET DES PERSONNES AUDITIONNÉES

(réparties selon les 3 thèmes des Engagements de la mission)

NOMS	ORGANISMES	CONTACT	COLLEGES
Groupe communication			
Béatrice DELEMASURE	MEEDDM/DICOM	beatrice.delemasure@developpement-durable.gouv.fr	État
Laurence DAYET	MEEDDM/DICOM	laurence.dayet@developpement-durable.gouv.fr	État
Pascale PESSEY MARTINEAU	Ifremer	pascale.pessey.martineau@ifremer.fr	État
Thibault ROMAIN	France TV	thibault.romain@francetv.fr	Entreprises
Bertrand VANNIER	Radio France	Bertrand.VANNIER@radiofrance.com	Entreprises
Patrick BERNARD	Infomer	p.bernard@infomer.fr	Entreprises
Alain BOUGRAIN DUBOURG	LPO		ONG
Sylvain GHIRON	Océanopolis	sylvain.ghiron@oceanopolis.com	Entreprises
Éric HUSSENOT	Océanopolis	eric.hussenot@oceanopolis.com	Personnalités qualifiées
Philippe VALLETTE	Nausicaa	generalmanager@nausicaa.fr	Personnalités qualifiées
Luc FABRE TESTE	Océanographe	fabre-teste.luc@neuf.fr	Personnalités qualifiées
Pierre GALIO	ADEME	pierre.galio@ademe.fr	État
Aline DELILLE	SNSM		ONG
Catherine VAUSELLE	Reedexpo	catherine.vauselle@reedexpo.fr	Entreprises
Philippe FOURRIER	FIN	fourrier@fin.fr	
Marc DUFOURNAUD	Brest événements nautiques	marc.dufournaud@brest-evenements-nautiques.fr	Entreprises
Sophie VERCELLETTO	Vendée Globe	sophie.vercelletto@vendeeeglobe.fr	
Claire de CREPY	Le Figaro	cdecrepy@lefigaro.fr	Entreprises
Pierre BOJIC	Pen Duick	pbojic@penduick.com	
Alain PICHAVANT	Reedexpo	Alain.pichavant@reedexpo.fr	Entreprises
Christophe VIEUX	Grand pavois	cvieux@grand-pavois.com	
David BEAULIEU	Echomer	echomer@wanadoo.fr	ONG
Stéphane HENARD	Nausicaa	aquariology@nausicaa.fr	Entreprises
Laurence SERRANO	DPMA	laurence.serrano@agriculture.gouv.fr	État
Valérie VIGIER	DGAL	valerie.vigier@agriculture.gouv.fr	État
Guillaume ADRA	DPMA	guillaume.adra@agriculture.gouv.fr	État
Caroline MANGALO	CNPMEM	cmangalo@comite-peches.fr	
Dominique DEFRANCE	FranceAgriMer	dominique.defrance@franceagrimer.fr	
Stéphanie CARVALHEIRO	IGN	Stephanie.Carvalho@ign.fr	État
Agnès POIRET	Agence des Aires Marines protégées	agnes.poiret@aires-marines.fr	État
Catherine LARRIEU	CGDD	catherine.LARRIEU@developpement-durable.gouv.fr	État
Mathieu BERGE	Surfrider	mberge@surfrider.eu	ONG
Francis VALLAT	Cluster Maritime Français	fv.marine@orange.fr	
Groupe éducation et sensibilisation			
Jean-Michel VALANTIN	Ministère de l'Éducation Nationale	jean-michel.valantin@education.gouv.fr	État
Marie-Pierre CAMPO	Outre-Mer	marie-pierre.campo@outre-mer.gouv.fr	État
Jean-François BERNARD	Lycée de Perpignan	bernardjf@free.fr	Personnalités qualifiées
Anne VERNIER	Nausicaa	education@nausicaa.fr	Entreprises
Gérald BONNIER	Club Sup Mer	gerald.bonnier@wanadoo.fr	ONG
Jean KERHOAS	FFV	jean.kerhoas@wanadoo.fr	ONG
Sylvie LASSEAUX	FFV	sylvie.lasseaux@ffvoile.fr	ONG
Sylvie GAUCHET	FFESSM	sgauchet@ffessm.fr	ONG
Anne-Solange	FFESSM	dessertine6667@free.fr	ONG

DESSERTINE			
Jean-Marc TERRADE	Réseau Mer Bretagne		
Élodie MARTINIE-COUSTY	FNE	emartiniecousty@orange.fr	ONG
Estelle GAVARD	Agence de l'eau Seine Normandie	gavard.estelle@aesn.fr	État
Daniel CHAREYRON	Ministère des Sports	daniel.chareyron@jeunesse-sports.gouv.fr	État
Jean-Noël GARD	Musée National de la Marine	jn.gard@musee-marine.fr	Entreprises
Valérie RAIMONDINO	Réseau Mer PACA	vraimondino@regionpaca.fr	
Corinne VERMILLARD	Réseau Mer Bretagne	c.vermillard@orange.fr	
Yann BECOUARN	DGIM / DAM	Yann.Becouarn@developpement-durable.gouv.fr	État
Sofy MULLE	Armateurs de France	s-mulle@armateursdefrance.org	Entreprises
Maryline MAINGAM	CNC	communication@cnc-france.com	
Antoine PICHON	CSNPSN	antoine.pichon@developpement-durable.gouv.fr	État
Philippe METZGER	SG mer	philipe.metzer@pm.gouv.fr	État
Catherine LE GOFF	FIN		
Philippe ALLEMANDOU	DGIM / DAM	philippe.allemandou@developpement-durable.gouv.fr	État
Philippe PERENNEZ	Cluster Maritime	p.perennez@cluster-marine.fr	
Marie VECTEN	CNPMEM	mvecten@comite-peches.fr	
Jean-Pierre BOSSET	CNPMEM	pbosset@comite-peches.fr	
Michel QUIMBERT	Marine Marchande	m.quimbert@wanadoo.fr	État
Yves LAGANE	SNSM	president@snsn.net	ONG
Hugues DU PLESSIS D'ARGENTRE	Marine nationale		État
Pierre MARCEL	Réalisateur	pierre_marcel@yahoo.fr	Personnalités qualifiées
Pascal BENARD	APCM Bretagne	Pascal.nef@orange.fr	ONG
Jacques CHAUVIN	Ligue de l'Enseignement	jchauvin@laligue.org	ONG
Henri BOURDEREAU	APCM	henri.bourdereau@wanadoo.fr	ONG
Christophe ABRAHAM	APEL	christophe.abraham@apelnationale.fr	ONG
Sophie ROYNETTE	État de Fête	sophie.roynette@etatdefete.fr	Entreprises
François LANGLOIS	ARF	flanglois@arf-regions.org	Élus
Renaud FABRE	ARF	rfabre@arf-regions.org	Élus
Anne Catherine AYE	FNOTSI	communication@fnotsi.net	ONG
Sébastien FERRIBY	AMF	sferriby@amf.asso.fr	Élus
Gwénola STEPHAN	AMF	gstephan@amf.asso.fr	Élus
Philippe BOENNEC	Assemblée Nationale	pboennec@assemblee-nationale.fr	Élus
Eudes RIBLIER	IFM/CMF		
Anne KONITZ	Conservatoire du Littoral	A.KONITZ@conservatoire-du-littoral.fr	
Jérôme BIGNON	Agence des aires marines protégées et Conservatoire du Littoral	permanence.bignon@gmail.com	Élus
Christian BUCHET	CGDD	Christian.buchet@developpement-durable.gouv.fr	État
Groupe patrimoine			
Herveline DELHUMEAU	Ministère de la Culture	herveline.delhumeau@culture.gouv.fr	État
Hélène LECORNU	SHOM	helene.lecornu@shom.fr	SHOM
Véronique LEHIDEUX	IGN	veronique.lehideux@ign.fr	État
Gilles MARTINOTY	IGN	gilles.martinoty@ign.fr	État
Christine LAIR	ANEL	clair.anel@wanadoo.fr	Élus
Françoise PÉRON	Université de Bretagne Occidentale	francoise.peron@univ-brest.fr	Personnalités qualifiées
Gérard D'ABOVILLE	Fondation du Patrimoine Maritime	Gerard.D'aboville@developpement-durable.gouv.fr	État
Gérard PETIPAS	Pen Duick	gerardpetipas@orange.fr	Personnalités qualifiées
Dominique BRESSON	SHOM	dominique.bresson@shom.fr	SHOM