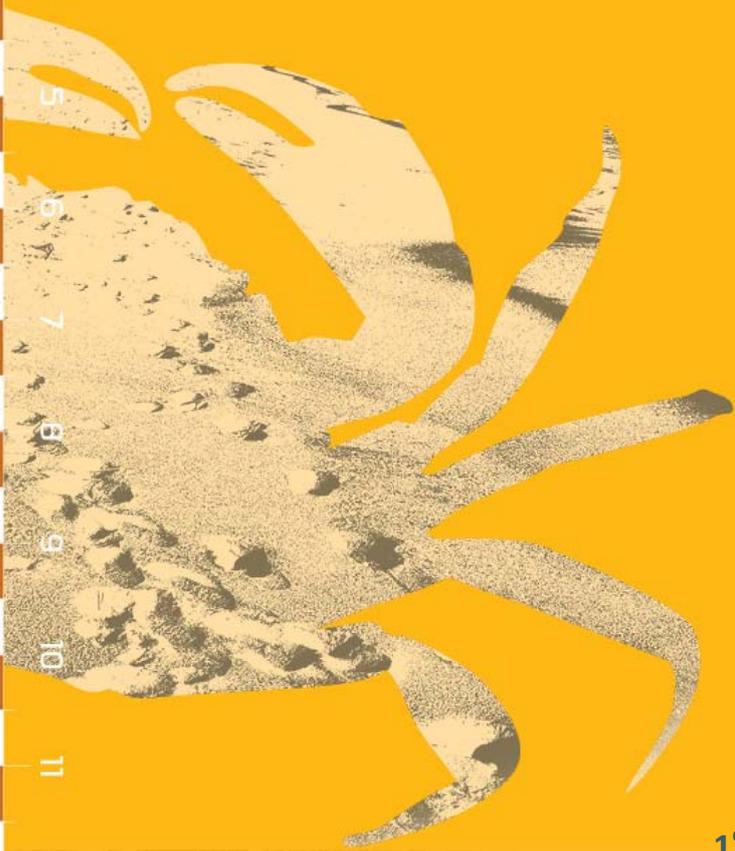


1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15



Pêche à pied DE LOISIR

Expérimentation
pour une gestion
concertée et durable
de la pêche à pied de loisir

Programme Life Gouvernance
LIFE12/ENV/FR/00316

1^{er} juillet 2013 au 31 septembre 2017 (51 mois)

PLAN DE COMMUNICATION

Juin 2014



TABLE DES MATIERES

I. PREAMBULE	3
II. DEFINITION DES OBJECTIFS, DES PUBLICS CIBLES ET DES MESSAGES CLES	4
LES OBJECTIFS	4
PUBLICS CIBLES	4
DEFINITION DES MESSAGES.....	12
III. DESCRIPTION DES ACTIONS DE COMMUNICATION, DES CANAUX DE DIFFUSION ET DES PARTENARIATS	17
CREATION D'UNE ETHIQUE DE BONNE CONDUITE DE COMMUNICATION	17
LES ACTIONS DESTINEES AU GRAND PUBLIC « PECHEURS A PIED DE LOISIR »	18
LES ACTIONS DESTINEES AUX GESTIONNAIRES D'AIRES MARINES PROTEGEES ET AUX PRINCIPAUX INSTITUTIONNELS (DIRM/DREAL/MINISTERE)	20
LES ACTIONS DESTINEES « AUX MEDiateURS DE L'ESTRAN » : PROFESSIONNELS DU TOURISME, SERVICES DE CONTROLE, BENEVOLES ET MEMBRES DES ASSOCIATIONS, PEDAGOGUES	21
LES ACTIONS DESTINEES AUX ELUS / COLLECTIVITES LOCALES.....	21
LES PROFESSIONNELS (HORS ORGANISATIONS PROFESSIONNELLES REPRESENTATIVES DES ACTIVITES MARITIMES).....	22
LES INSTANCES DE CONSULTATION DU LITTORAL ET DU MILIEU MARIN	22
LES PEDAGOGUES	22
LES ACTIONS DESTINES AUX AUTRES ACTEURS D'ORGANISMES CONCERNES PAR LA PECHE A PIED DE LOISIR	23
LES ACTIONS DESTINEES AUX RESEAUX EUROPEENS	24
LES ACTIONS DESTINEES A LA COMMISSION EUROPEENNE	24
IV. MISE EN ŒUVRE : SYNTHÈSE DES ACTIONS, PLANNING, BUDGET.....	25
SYNTHÈSE DES ACTIONS ET ORGANISATION POUR <i>LE GRAND PUBLIC PECHEUR A PIED DE LOISIR</i>	25
SYNTHÈSE DES ACTIONS ET ORGANISATION POUR LES GESTIONNAIRES D'AIRES MARINES PROTEGEES ET PRINCIPAUX INSTITUTIONNELS	28
SYNTHÈSE DES ACTIONS ET ORGANISATION POUR LES MEDiateURS DE L'ESTRAN : PROFESSIONNELS DU TOURISME, SERVICES DE CONTROLE, BENEVOLES ET MEMBRES DES ASSOCIATIONS LOCALES, PEDAGOGUES	29
SYNTHÈSE DES ACTIONS ET ORGANISATION POUR LES ELUS, COLLECTIVITES LOCALES.....	30
SYNTHÈSE DES ACTIONS ET ORGANISATION POUR LES PROFESSIONNELS (HORS ORGANISATIONS PROFESSIONNELLES REPRESENTATIVES DES ACTIVITES MARITIMES).....	32
SYNTHÈSE DES ACTIONS ET ORGANISATION POUR LES AUTRES ORGANISMES (DECRITS AU POINT II.9) - CONCHYLICULTEURS	32
SYNTHÈSE DES ACTIONS ET ORGANISATION POUR LES RESEAUX EUROPEENS	33
SYNTHÈSE DES ACTIONS ET ORGANISATION POUR LA COMMISSION EUROPEENNE	34
SYNTHÈSE DES ACTIONS ET ORGANISATION PAR PUBLIC.....	35
V. ELABORATION, SUIVI DU PLAN / EVALUATION ET REVISION.....	36

I. Préambule

Le projet Life Pêche à pied de loisir comprend de nombreuses actions de communication dont une dimension importante d'actions de sensibilisation des pêcheurs à pied de loisir. Ces actions et leur évaluation sont le cœur de la communication du projet et permettent d'en atteindre les objectifs :

- Action B3. Réalisation d'actions permettant de faire évoluer les comportements individuels des pêcheurs à pied de loisir
- Action C2. Suivi de l'évolution des pratiques des pêcheurs à pied de loisir et de leurs connaissances du projet.

Le présent plan de communication cible les actions de communication autres que les actions de sensibilisation des pêcheurs et leur évaluation. Néanmoins, certaines actions de ce plan étant en lien étroit avec la sensibilisation, les actions de sensibilisation sont mentionnées à titre indicatif dans les tableaux de synthèse afin d'assurer la cohérence du projet.

Référence de l'ouvrage :

DERIAN François, TACHOIRES Stéphanie, MORINEAUX Marie & AMICE Gaëlle - 2014 (révisé 2015) - *Plan de communication du projet Life Pêche à pied de loisir*. Fédération Nationale des Pêcheurs Plaisanciers et Sportifs de France, Agence des aires marines protégées, 36 p.

II. Définition des objectifs, des publics cibles et des messages clés

Les Objectifs

Les points ci-dessous sont les objectifs du plan de communication du projet Life Pêche à pied de loisir. Il est important de noter qu'il n'existe pas de hiérarchie entre des différents objectifs.

- Faire connaître un programme national sur la pêche à pied de loisir (démarche collégiale)
- Harmoniser les messages de sensibilisation des pêcheurs à pied de loisir pour améliorer leur diffusion et leur appropriation
- Diffuser les bonnes pratiques
- Responsabiliser les pêcheurs à pied de loisir
- Améliorer la connaissance de la pêche à pied de loisir et de son interaction avec le milieu et la faire partager
- Promouvoir la gouvernance locale, impliquer tous les acteurs concernés par la pêche à pied de loisir
- Animer le réseau des organismes associés au projet
- Partager l'expérience avec les sites collaborateurs et de nouveaux sites et au sein des réseaux du projet (gestionnaires d'aires marines protégées, associations représentatives des pêcheurs à pied...)
- Mobiliser les institutionnels pour assurer une cohérence de l'encadrement de l'activité
- Mobiliser les institutionnels pour maintenir l'animation du réseau à l'issue du projet
- Dispenser des messages de sécurité

Publics cibles

Le projet est destiné à plusieurs publics cibles dont la hiérarchie est retrouvée dans les points ci-dessous.

Le grand public – pêcheurs à pied de loisir

Le public familial estival français et étranger

- Ce public se caractérise par une pratique saisonnière de l'activité qui s'apparente souvent à une découverte de l'estran pour toute la famille.
- Ce public pourrait être considéré « non averti » : méconnaissance des réglementations et de la sensibilité des habitats et espèces.
- Le littoral Manche / Atlantique français étant un littoral faisant l'objet d'un tourisme balnéaire étranger important - européen ou hors Union européenne - une attention particulière sera portée à ce public (dépliant de présentation du projet en Anglais et affiches traduites en Anglais afficher dans les offices du tourisme).

Les pêcheurs à pied de loisir étrangers réguliers

- Ce public est un public cible sur certains territoires transfrontalier, notamment le territoire *Littoral Basque* où les pêcheurs espagnols remontent régulièrement et le territoire *Parc naturel marin des*

Estuaires picards et de la mer d'Opale où les touristes belges flamands sont assez nombreux à pêcher (contrairement aux touristes anglais, allemands et hollandais qui semblent délaissé cette activité).

- Ce public n'est pas nécessairement informé des réglementations françaises. Il est nécessaire de transmettre les messages de sensibilisation dans les langues des pêcheurs concernés (basque, espagnol, anglais, néerlandais...).

Les pêcheurs à pied itinérants

- Avec un accès en car, à la journée, ce type de pêcheurs est rencontré sur les sites très touristiques de pêche à pied (golfe du Morbihan par exemple) et en période estivale (mars à septembre).
- En résidence longue, à la semaine, ce sont des touristes dont le choix de la destination est orienté par la possibilité de pratiquer la pêche à pied de loisir. C'est un public très motivé par l'activité.
- Les pêcheurs en camping-car sont souvent des retraités qui se déplacent de sites en sites. Il faut noter qu'il existe des clubs de camping caristes souvent organisés en fonction des marques. Une communication locale est à prévoir pour ce type de public.

Les pêcheurs à pied locaux

- **Les natifs** peuvent pratiquer toute l'année sur *leur* territoire. Ils ont une bonne connaissance *des coins de pêche* et pratiquent souvent sur les mêmes secteurs de pêche. Ils possèdent généralement une sensibilité de l'estran et une connaissance de la réglementation. De mauvaises habitudes se sont aussi souvent installées (ex : retournement de blocs). Il est alors difficile de modifier une pratique ancrée depuis des générations.
- **Les résidents non natifs** peuvent pratiquer toute l'année. Ils ont un niveau d'information et une sensibilité à la fragilité de l'estran qui est variable.
- Une particularité existe pour les **pêcheurs vivriers** qui ont besoin de cette activité pour se nourrir. Ce type de pêcheur correspond généralement à une classe sociale modeste qui exploite une ressource libre et gratuite.
- **Les braconniers** : ils ont une bonne connaissance des coins et des gisements. Ils sont amenés à pêcher hors quota et parfois à revendre le produit de leur pêche de façon illégale.

Spécificités des pêcheurs à pied de loisir expérimentés

Les pêcheurs à pied récréatifs s'adonnant à leur loisir régulièrement et dont cette tradition est souvent un héritage familial est un public très concerné par l'activité. Il cherchera à disposer d'explications plus techniques et approfondies. L'évolution d'éventuelles *mauvaises* habitudes sera plus difficile car ces pratiques sont ancrées parfois depuis des générations au sein du cercle familial : elle nécessitera une information plus spécifique. Ce sont essentiellement les actions de sensibilisation qui permettront de mieux toucher ce public, mais des médias spécialisés pourront aussi être mobilisés.

Spécificités du public jeune et actif dans les nouvelles technologies

Les jeunes et certains publics de la tranche 15-50 ans utilisent les nouvelles technologies dans leur quotidien. Les téléphones portables, via les applications internet notamment, sont des outils d'informations utilisées quotidiennement par ces publics. Les réseaux sociaux Facebook et Tweeter sont utilisés par une part importante de cette population, régulièrement voire quotidiennement pour certains.

Les professionnels du tourisme

- Les professionnels du tourisme regroupent les offices de tourisme (communes/inter-communalité), leurs comités départementaux (qui dépendent des Conseils Généraux), les organisateurs de sorties découverte de la pêche à pied de loisir (autocaristes, associations...), les directeurs de centres d'hébergements.
- Ces organismes sont susceptibles d'accueillir des pêcheurs à pied. Ils sont de bons vecteurs de transmission de l'information auprès des touristes pêcheurs à pied de loisir et des relais pour la diffusion de l'information.
- Il convient de former, de sensibiliser et de mettre à disposition du personnel de ces organismes des documents supports à l'information et à la sensibilisation.
- Il convient également de les encourager à ne pas faire de la pêche à pied un produit d'appel touristique, en promettant par exemple *des pêches miraculeuses*.

Les associations d'usagers

Les associations d'usagers comprennent les associations de plongée, les associations d'usagers des ports et les associations de pêche récréative.

- Y sont retrouvés : la Fédération Nationale des Pêcheurs Plaisanciers et Sportifs de France, la Fédération des Pêcheurs en Mer, la Fédération Française d'Etudes et de Sports Sous Marins, la Fédération de Chasse Sous Marine, l'Union Nationale des Associations et Navigateurs
- Ces fédérations représentent les pêcheurs récréatifs (embarqués, du bord, à pied, sous-marins). Elles ont un rôle de sensibilisation à la pêche durable auprès de leurs adhérents. Elles sont signataires de la charte pour une pêche de loisir éco-responsable (2010). Elles sont vigilantes à ce que les autres activités littorales n'aient pas d'interactions négatives sur la ressource. La communication pourrait se réaliser via la charte pour une pêche de loisir éco-responsable.

Les associations de protection de la nature et les sauveteurs en mer

- Ces associations regroupent différentes catégories d'usagers des milieux marins et littoraux. Pour certaines associations, le milieu marin et l'estran sont un lieu dans lequel ils s'adonnent à leur hobby. Il s'agit donc d'un espace dans lequel ils recherchent du plaisir. Ils sont généralement sensibles à son maintien et sa protection. Les deux dernières catégories associations de protection de la nature et sauveteurs en mer témoignent de l'engagement de certains usagers en faveur de la vie sur ces milieux : vie humaine et vie des écosystèmes. Ils pourront être porteurs de messages de sensibilisation efficaces car sont eux-mêmes sensibles aux usages de l'estran.

Les professionnels

Les organisations professionnelles représentatives

Les comités des pêches, les comités de la conchyliculture et les syndicats des pêcheurs à pied professionnels

- Ces organisations ont une mission de représentation et de défense des intérêts des professions qu'elles représentent : pêcheurs professionnels embarqués, pêcheurs professionnels à pied, conchyliculteurs.

- Ces professions tirent leurs revenus de l'exploitation du milieu marin. Elles sont à ce titre sensible à ce que les autres activités du littoral n'aient pas d'interactions négatives avec le milieu exploité et elles peuvent dans certaines situations entrer en conflit d'usages avec les pêcheurs à pied de loisir.

Les autres organismes du secteur professionnel

La Chambre de Commerce et d'Industrie (gestion des ports), les fabricants d'outils (paniers, outils, etc.), les distributeurs/revendeurs (Décathlon, coopératives maritimes, centres de découverte...)

- Ces entreprises privées de commerce proposent à la vente des articles de pêche utilisés pour la pêche à pied de loisir.
- Ces organismes sont susceptibles de distribuer, voire de vendre des outils de mesure ou des guides de bonnes pratiques de la pêche à pied de loisir. Il est important de porter l'attention sur le risque de vendre des règles de pêche obsolètes.

Les pédagogues

Les enseignants de primaire, collège, lycée, centre de formation ; les lycées professionnels de la mer

L'ensemble des acteurs de la formation et de l'éducation des jeunes sur les territoires pilotes du projet.

Les animateurs de centre de découverte

Les associations locales (de protection de l'environnement) proposant des sorties « nature-pêche à pied ».

Les moniteurs de centre nautique

Les centres nautiques proposent souvent des formules de découverte du milieu marin. Centrés sur l'observation de la faune et la flore de l'estran, ces stages incluent parfois des sorties de pêche à pied.

Les centres d'interprétation (Océanopolis, Nausicaa, Aquarium de la Rochelle, Cité de la Mer...)

La plupart de ces centres organisent des sorties à vocation pédagogique sur l'estran, pour les classes ou des groupes touristiques et qui incluent parfois une partie de pêche à pied.

Les Centres Permanents d'Initiative à l'Environnement (CPIE) et leur Union des CPIE

Ces organismes cibles accueillent du public, réalisent des actions de sensibilisation et proposent dans certains cas des sorties de découverte de l'estran et/ou de la pêche à pied de loisir. Il s'agit donc de mobiliser ces acteurs pour les informer du projet et créer des contacts entre ces structures et les acteurs locaux des territoires pilotes du projet.

Les réseaux d'éducation à l'environnement (GRAINE et REEB)

Le réseau GRAINE (Groupement Régional d'Animation et d'Information sur la Nature et l'Environnement) développe, soutien et coordonne les actions en faveur de l'éducation et de la sensibilisation à l'environnement dans de nombreuses régions. Le REEB (Réseau d'Education à l'Environnement en Bretagne) est spécifique à la Bretagne. Ces réseaux pourront être mobilisés afin de faire circuler les informations sur les actions menées et participer à la sensibilisation.

Les associations scientifiques de connaissance du littoral

GEMEL, IMA, Cellule de suivi du littoral normand, IODDE, VivArmor... Ces associations réalisent des actions et mènent des projets d'amélioration de la connaissance sur leur territoire. Ces associations sont sur certains territoires directement partenaires du projet (elles ne feront à ce titre pas l'objet d'action spécifique dans le cadre du présent plan de communication : IODDE, VivArmor, IMA. D'autres pourront être associées au travers des comités locaux de concertation.

Les associations « de mobilisation citoyenne »

De nombreuses actions participatives qui engagent bénévolement les citoyens sont prévues : comptage des pêcheurs à pied, sensibilisation aux bonnes pratiques, suivis par les pêcheurs de gisements qu'ils exploitent, etc. Cette participation active permet notamment d'augmenter la portée des actions menées sur le terrain, d'investir les acteurs locaux et de responsabiliser les personnes qui s'investissent. La plateforme internet « J'Agis pour la Nature » de la Fondation Nicolas Hulot répertorie ces actions, optimisant leur diffusion auprès du public. Les coûts ou dédommagements éventuels sont également précisés.

La mobilisation des bénévoles pour les actions de terrain

- La Fondation *J'agis pour la nature* se propose de faire un focus sur la pêche à pied et inciter sur le public à s'impliquer dans les comptages. A ce jour, les comptages de Vivarmor et Iodde sont présentés. inciter les associations à poster leurs actions avec leur demande de bénévoles.
<http://www.jagispourlanature.org/content/participez-aux-comptages-nationaux-des-pecheurs-recreatifs>
- Il est aussi possible de valoriser les actions plus scientifiques comme les actions de conservations, les actions de sciences participatives éventuelles liées à la pêche à pied voir plus largement sur l'estran (Biolit, CapOeRa...) et les nettoyages de plages (mais là on s'éloigne un peu).
- Vous êtes associé au Life pêche à pied de loisir et allez rechercher des bénévoles pour les comptages nationaux ? La plateforme du bénévolat nature *J'agis pour la nature* peut répondre à vos attentes !
- Première plateforme Internet entièrement dédiée au bénévolat nature, cette plateforme, lancée en mai 2010, est le fruit d'une collaboration de 3 ans entre la Fondation Nicolas Hulot pour la Nature et l'Homme et l'association *Volontaires pour la nature, A Pas de Loup*.
- La plateforme *J'agis pour la Nature* est une interface entre le public désireux d'agir pour la nature en donnant du temps comme bénévoles et les structures de protection/gestion de l'environnement à la recherche de bénévoles pour mener à bien leurs missions en France métropolitaine et dans les DROM-COM.
- Vous pouvez devenir contributeur sur notre plateforme pour **augmenter la visibilité de votre action à une échelle nationale** et **rechercher des bénévoles** pour vos futures campagnes de comptages. Un

outil de gestion des bénévoles intégré au site vous permettra de justifier auprès de la commission Européenne les appels à bénévoles.

- L'inscription est **simple et gratuite** sur : <http://www.jagispourlanature.org/content/devenir-contributeur-de-jagispourlanatureorg>
- Pour plus d'informations sur la plateforme *J'agis pour la Nature* : <http://www.jagispourlanature.org/>

Les gestionnaires d'aires marines protégées

Les opérateurs/animateurs de sites Natura 2000 / Les gestionnaires de réserves naturelles / Les parcs naturels marins / Le Conservatoire du littoral et les organismes de gestion des terrains du Conservatoire :

- Les gestionnaires d'aires marines protégées (AMP) sont les gestionnaires d'espaces littoraux et marins. A ce titre, ils mènent des actions de gestion sur leurs territoires, dont des actions d'informations et de sensibilisation. Leurs statuts peuvent être très variables en droit français selon la catégorie d'AMP concernées et les choix de désignation du gestionnaire réalisé par l'Etat et encadré par le code de l'environnement.
- Les gestionnaires d'AMP des territoires pilotes du projet sont soit porteurs directement des actions du projet, soit associés via les comités locaux de concertation.
- Les gestionnaires d'AMP des zones hors territoires pilotes seront également informés sur les avancées et expériences acquises dans le cadre du projet.

Les scientifiques

Ifremer / CNRS / MHNH / Universités

- Les instituts scientifiques français et les universités réalisant des études sur le littoral et le domaine marin réalisent des travaux pouvant alimenter le présent projet.

Les collectivités territoriales et leurs représentants

Les élus / les collectivités locales

- ANEL (Association nationale des élus du littoral)
- Association des maires de France
- Association des Régions de France
- Maires des communes littorales : recherche d'une large association des communes du territoire aux comités locaux de concertation
- Communautés de Communes / Communautés d'agglomération / Syndicats mixtes
- Les Pays
- Conseil Général / Conseil Régional

Les différents niveaux de l'organisation administrative française sont porteurs de responsabilités différentes vis-à-vis de l'activité de pêche à pied de loisir. Les maires ont un devoir d'informations auprès de leurs administrés (ex : risques sanitaires liés à la pratique), les autres peuvent être en charge d'actions spécifiques selon leurs compétences dans la gestion des ports par exemple, ou encore d'actions de

sensibilisation/éducation. L'ensemble des échelons nécessite donc une bonne information autour du projet pour faciliter sa mise en œuvre.

Les institutionnels

Instances de consultation du littoral et du milieu marin

- Conseils de rivages
- Conseil supérieur national de la navigation de plaisance et des sports nautiques
- Conseil maritime de façade
- Conseil national de la mer et du littoral

Ces instances de niveau territorial différent sont chargées de rendre des avis sur différents projets liés à la protection de l'environnement marin. Il est nécessaire d'assurer une bonne information de ces instances sur les actions réalisées dans le cadre du présent projet qui contribue à la protection de l'environnement littoral et marin.

Organismes d'Etat et services déconcentrés

- Préfectures (département, région et maritime)
- Services déconcentrés de l'Etat : Direction Départementale des Territoires et de la Mer, Direction Interrégionale de la Mer, Direction Régionale de l'Environnement, de l'Aménagement et du Logement (institutionnels principaux), Agence Régionale de Santé (ARS)
- Agences de l'eau
- Agence des Aires Marines Protégées (bénéficiaire coordinateur, basé au siège de l'Agence, composée d'antennes de façade et agence de moyens humains et financiers pour les Parcs naturels marins)
- Office Nationale de la Chasse et de la Faune Sauvage (ONCFS)
- Gendarmerie
- Gendarmerie maritime
- Douanes
- Futurs coordinateurs du plan de contrôle départemental

Certains de ces organismes disposent de pouvoir de police et élaborent la réglementation locale liée à l'activité de pêche à pied de loisir et à la pêche professionnelle, ainsi que la réglementation environnementale. A ce titre, il est important de nouer des liens étroits entre le projet et ses organismes afin que leurs travaux intègrent pleinement les actions du projet Life Pêche à pied de loisir.

Ministères

- Ministère en charge de l'écologie et de la pêche : Direction des Pêches Maritimes et de l'Aquaculture DPMA (institutionnels principaux)
- Ministère en charge de l'écologie et de la pêche : Direction de l'Eau et de la Biodiversité DEB (institutionnels principaux)
- Ministère en charge de la Santé : Direction Générale de l'Alimentation DGAL (institutionnels principaux)

Ces Ministères sont chargés pour le Ministère en charge de l'écologie et de la pêche de l'encadrement de l'activité de pêche et de la mise en œuvre nationale de la politique environnementale marine et littorale. Le Ministère de la Santé a la charge au niveau national de la responsabilité de la santé des consommateurs.

A ce titre, ces Ministères sont intégrés au projet dans le comité de pilotage et une information régulière de l'avancée leur sera ainsi transmise.

La Commission européenne

À la Commission européenne, la Direction Générale de l'environnement - DG ENV - finance les projets LIFE+ et est chargée de la mise en œuvre de cet instrument financier. Concernant la pêche, la Direction Générale des affaires maritimes et de la pêche - DG MARE - est en charge de l'élaboration de la Politique Commune de la Pêche. A ce double titre, il est nécessaire d'informer et de communiquer régulièrement à la Commission européenne les avancées du projet.

Les réseaux européens

Comité Consultatif Régional (CCR) Eaux occidentales septentrional et CCR Eaux occidentales australes

Comité consulté par la Commission européenne pour ce qui concerne l'encadrement des activités de pêche au niveau européen sur la zone des eaux occidentales septentrionales (incluant la Manche) et les eaux occidentales australes (incluant le golfe de Gascogne). Un CCR est composé de représentants de la pêche professionnelle des Etats membres de la zone concernée, de la société civile : d'institutions représentatives de la pêche récréative, des consommateurs, des ONG de protection de l'environnement, des Etats membres concernés.

EUROSITE

Eurosite est un réseau européen regroupant des organisations gouvernementales et non gouvernementales ainsi que des organismes privés qui collaborent activement pour la gestion concrète du milieu naturel en Europe.

Réseau MAIA

Le réseau MAIA rassemble les gestionnaires et les acteurs d'aires marines protégées européennes. Son objectif est d'améliorer la cohérence et l'efficacité de la gestion des différentes aires marines protégées, devenant ainsi force de proposition à l'échelle internationale.

Medpan

Le réseau MedPAN rassemble les gestionnaires des aires marines protégées en Méditerranée, en travaillant avec un ensemble de partenaires et d'organisations gouvernementales et non gouvernementales. Bien que la pêche à pied soit peu développée en Méditerranée, quelques espèces sont néanmoins ciblées par cette activité (oursins, poulpes, palourdes, etc.).

Projet interreg Panache

Le programme INTERREG Panache a été créé par l'Union Européenne afin de développer la coopération entre les territoires européens bordant la Manche, via la subvention de projets. Le développement durable et l'environnement fait partie des quatre axes prioritaires du programme.

Définition des messages

Message chapeau général de sensibilisation et slogan

Message chapeau

Ce message chapeau sera le message général à intégrer dans toutes les publications écrites liées au Life Pêche à pied de loisir.

« En respectant les bonnes pratiques de pêche, nous préservons la ressource, le milieu marin et notre sécurité. Chaque pêcheur à pied contribue ainsi à ce que ce plaisir reste accessible à tous et pour longtemps. »

Explication du choix :

Volonté d'intégrer en deux phrases tous les messages

- Notion de plaisir / accessible à tous / caractère populaire (bon côté et mauvais côté)
-> monde vivant et naturel / pédagogie = formidable porte -> pérennité de l'activité
- Notion de patrimoine culturel
- Préserver milieu, richesse
- Respect réglementation et des uns et des autres : intérêt professionnels à garantir
- Pêche à pied comporte des risques
- Respecter réglementation / taille / quantités

Slogan

Le slogan sera intégré sur tous les outils de sensibilisation, il doit nécessairement être court et retenir l'attention. C'est le message qu'il est nécessaire que le grand public retienne.

« Pêcher intelligent, pêcher durablement »

Explication du choix :

- Volonté d'intégrer en quelques mots tous les messages :
- Intelligent par rapport aux quantités / par rapport au milieu / par rapport à la sécurité
- Pérennité de la pêche et bonnes pratiques

Programme Life

Éléments de langage pour présenter simplement le programme Life et concentrer ensuite le message sur le projet et messages que l'on souhaite faire passer.

LIFE est L'Instrument Financier de l'Union européenne pour l'Environnement. Son approche est fondée sur la connaissance partagée et des objectifs communs à différents partenaires réunis autour d'une même problématique. Il finance des projets pour l'environnement terrestre et marin, qui proposent des approches innovantes, reproductibles sur d'autres sujets ou d'autres territoires. Une fois achevés, leurs résultats doivent être durables. Ainsi, le projet Life Pêche à pied de loisir implique les acteurs locaux, vise une large concertation, s'inscrit dans une logique de réseau et un partenariat riche.

Objectifs du projet Life Pêche à pied de loisir

Le projet Life Pêche à pied de loisir financé par la Commission européenne accompagne les pêcheurs à pied récréatifs pour un meilleur respect du milieu marin et le maintien de leurs pratiques.

Rappel des objectifs du projet :

- Mieux comprendre **les interactions de la pêche à pied** sur les milieux littoraux, la faune et la flore
- Mettre en place les moyens de gouvernance et d'actions pour préserver la biodiversité des estrans
- Faire évoluer **les pratiques des pêcheurs à pied**
- Contribuer à **l'élaboration et la mise en œuvre des plans de gestion des aires marines protégées** soumises à une pression de pêche à pied de loisir
- Adapter la réglementation nationale/locale aux problèmes identifiés au cours du projet.
- Maintenir à l'issue du projet une sensibilisation des pratiquants au niveau national et local
- Encourager d'autres territoires à mettre en œuvre des actions de sensibilisation

En somme, il s'agit d'expérimenter **une meilleure gestion** de l'activité de pêche à pied récréative, basée sur une **gouvernance locale et nationale**.

La connaissance de l'estran

Une activité ancestrale en pleine évolution

La tradition de la pêche à pied de loisir en France fait partie intégrante du patrimoine culturel des régions littorales. Cette activité traditionnelle est le support de la transmission de savoirs et un vecteur de sensibilisation à l'environnement marin.

L'engouement pour les littoraux amène un nouveau public essentiellement estival et familial, à s'adonner à ce loisir. Le développement de cette pratique nécessite d'être vigilant à ses interactions avec l'environnement pour que ce loisir perdure.

L'estran se découvre, généreux... mais fragile ! L'estran est vivant, respectez-le...

L'estran accueille : une biodiversité foisonnante... et des pêcheurs à pied en quête d'un lieu riche de découvertes.

Estrans vaseux, sableux ou rocheux, à chacun sa pêche et sa sensibilité, adoptez des techniques de pêche douce : l'œil et la main sont de bons outils.

Quelques rencontres étonnantes :

- Une prairie sous-marine ? Ces herbiers jouent un rôle important de nourricerie pour de nombreuses espèces. Les jeunes y trouvent refuge et nourriture en abondance. Piétiner et gratter les met en danger.
- Un château de sable surmonté de nombreuses cheminées ? Ce sont des récifs d'hermelles, de véritables vers bâtisseurs. Les massifs qu'ils construisent abritent aussi de nombreux vers,

coquillages et crustacés, qui y trouvent un coin idéal pour vivre et se reproduire. Les contourner évite de les écraser.

- Un tapis bleu ardoise qui recouvre les roches ? Toutes serrées les unes contre les autres, les moules sauvages des moulières filtrent des volumes d'eau prodigieux. Bien agrippées au rocher, elles sont peu inquiétées par les vagues et accueillent de nombreux crustacés, vers et micro-organismes. Bien les choisir pour laisser les plus jeunes grandir.
- Plage, vase et autres espaces qui vivent au rythme des marées :
 - De jolies plages de sable ? A marée basse, sous l'aire de jeu des enfants se cache une vie insoupçonnée.
 - Une grande étendue grise et lisse ? Malgré son aspect désertique, l'estran vaseux est l'un des milieux les plus productifs de la planète.
 - Ces estrans sont le garde-manger des coquillages, des crevettes, des poissons et des oiseaux. Sur la vase et sur le sable, repérer les traces laissées par les bivalves permet de pêcher à la main de manière aussi efficace que respectueuse.
- Des plateformes rocheuses qui s'avancent vers la mer et résistent à l'assaut des vagues ? Modelé depuis des milliers d'années, le platier est parsemé de flaques et d'anfractuosités qui forment autant de refuges lorsque la mer se retire. Un crochet épointé permet de relâcher les prises trop petites sans les blesser.
- Des roches, très nombreuses... un champ de blocs ! Il abrite une multitude d'êtres vivants. Les roches ont un sens ! Sur le dessus les espèces aiment le soleil alors qu'en dessous elles s'en protègent. Un caillou retourné est un caillou déserté : la faune et la flore mettent plusieurs années à se reconstituer. Une pierre soulevée doit être remise en place.

Les écosystèmes marins jouent tous un rôle : préservons-les !

De l'aide pour « pêcher intelligent, pêcher durablement » :

- Soyez avertis des bonnes pratiques : un site internet, un outil de mesure, une plaquette et des panneaux expliquant la réglementation sont des outils indispensables.
- Respecter les tailles minimales (mailles) doit permettre aux espèces de se reproduire.
- En les respectant, vous contribuez à une pêche responsable.

Une partie de pêche réussie, c'est...

- Savourer ce moment agréable à la découverte de l'estran,
Pêcher avec respect,
Se régaler de sa pêche tout en se disant que celle de nos enfants et petits enfants sera aussi bonne !
- Coquillages, poissons et crustacés : une diversité à apprécier

Messages optionnels

- **Que faire de mes déchets ?**
Conservez-les, prévoyez un sac adapté au retour de vos déchets.

La réglementation

Un pêcheur averti en vaut deux...

Pêcheurs à pied, pour que votre loisir reste un plaisir :

- Informez-vous localement et régulièrement sur les classements sanitaires, interdictions, périodes de pêche, tailles et quantités autorisées.
- Servez-vous d'un outil de mesure des prises, cela vous protégera d'une amende en cas de contrôle.
- Faites le tri des captures au fur et à mesure de votre pêche :
 - Les coquillages trop petits seront ré-enfouis pour les protéger des prédateurs.
 - Les femelles de crustacés portant des œufs seront relâchées.
- Ne prélevez que ce que vous consommez dans le cadre familial.
- Pour lutter contre la fraude et la revente illégale (le braconnage), les homards et certains poissons (bar, lieu, sole...) doivent être marqués. Pour cela coupez en biais la partie inférieure de la queue, attention cela ne doit pas empêcher la mesure de l'animal.

Conseils pratiques pour une cohabitation sur l'estran

La pêche à pied est aussi un métier :

- Les professionnels exploitent également les richesses de l'estran.
- Ils sont les seuls à pouvoir revendre le produit de leur pêche.
- Sur l'estran, l'élevage des coquillages fait vivre les conchyliculteurs et leurs familles, respectez les activités de cultures marines.

Messages optionnels

Réglementation Charentes-Maritime (pêcheries, écluses à poissons).

La sécurité

La pêche à pied comporte des risques

Equipez-vous, renseignez-vous :

Pour une belle grande marée, les points de vigilance avant de partir à la pêche :

- Prenez connaissance de la météo et de l'heure de la marée : on ne part pas par temps de brume ou d'orage. Si vous ne connaissez pas le secteur, remontez dès l'heure de la basse mer.
- Protégez vous, adaptez votre équipement aux conditions météorologiques.
- Ne partez pas seul sur un lieu inconnu ; informez une personne de votre heure de retour qui pourra prévenir les secours en cas de problème, prenez une montre et un téléphone portable.
- Le numéro des secours est le 112.

Pour votre santé et celle de votre famille :

- Renseignez-vous si les coquillages peuvent être consommés sans risque :
Les filtreurs (palourdes, coques, moules, huîtres, praires...) retiennent le plancton pour se nourrir mais aussi bactéries et matières en suspension. Les zones concernées par la pêche professionnelle des coquillages sont classées par les Agences Régionales de Santé.
 - En zone classée « **catégorie A** » la consommation de la pêche est possible sans restriction.

- En zone classée « **catégorie B** », une cuisson suffisamment longue est conseillée, les professionnels font passer les coquillages dans des bassins de purification.
- En zone classée « **catégorie C** », les professionnels peuvent pêcher avec des contraintes de purification en bassin supérieures, mais la pêche récréative est interdite.
- **Hors zone classée**, les coquillages sont impropres à la consommation.
- Les filtreurs consomment des algues toxiques qui peuvent avoir un effet négatif sur votre santé : dinophysis = diarrhée, *alexandrium* = paralysie, pseudo-nitzschia = amnésie. Une croissance subite de ces algues peut entraîner une interdiction temporaire de pêche. Tenez-vous informé auprès de la préfecture ou de la municipalité.
- Les coquillages fouisseurs (palourdes, coques, tellines, praires, couteaux...) qui sont visibles en surface ont de grandes chances d'être malades : ne les ramassez pas !
- Sur les zones où le classement sanitaire est incertain, ne donnez pas le contenu de votre pêche aux personnes fragiles (enfants, personnes âgées...).
- Les coquillages fouisseurs (palourdes, coques, tellines, praires, couteaux, etc.) qui sont visibles en surface au lieu d'être enfouis ont de grande chance d'être malade : ne les ramassez pas.
- Dans tous les cas, le produit de la pêche doit être conservé vivant, au frais, et consommé dans les 24 heures.
- Les coquillages doivent être dégorgés : plongez-les quelques heures dans de l'eau salée.

Messages optionnels

Sauveteurs en mer : à adapter suite à accord/discussion locale avec la SNSM

Les sauveteurs embarqués sont le premier maillon de la chaîne de secours apportée aux personnes se trouvant en situation de naufrage réel ou potentiel, leurs interventions sont gratuites.

Participer à leur fonctionnement en adhérant est un geste responsable, les sauveteurs sont pour la plupart volontaires et vous sauveront peut-être la vie.

Conseils complémentaires

- Par temps chaud, n'oubliez pas la crème solaire, portez des vêtements anti-UV, des lunettes et une casquette et hydratez-vous ! Ne pêchez pas pieds nus.
- Par temps froid, privilégiez un imperméable pour vous protéger du vent et un pull bien chaud.

En cas de brouillard soudain, tendez l'oreille vers les signaux sonores, ils vous guideront vers la terre. L'idéal est encore d'emmener une boussole avec soi.

Si l'orage gronde, abandonnez tout objet métallique et rentrez vous abriter sans courir.

III. Description des actions de communication, des canaux de diffusion et des partenariats

Création d'une éthique de bonne conduite de communication

Il est indispensable que les partenaires du projet portent des messages communs et qu'ils les portent ensemble. L'éthique de bonne conduite a pour objectifs d'acter les messages à porter dans le cadre du projet et d'engager les partenaires dans une démarche de bonne conduite les uns envers les autres.

Éléments à discuter pour l'éthique de bonne conduite :

- Rappeler la philosophie morale en écartant les arguments contradictoires de chaque entité.
- Rappeler les objectifs de durabilité de l'activité portés par le projet : maintien de pratiques ancestrales et protection de l'estran.
- Assurer une compréhension mutuelle de la diversité du partenariat du présent projet : collectivités, représentants d'usagers, gestionnaires d'aires marines protégées, instituts scientifiques, CPIE actant la richesse du projet.
- Volonté de créer une dynamique de réseau national reconnaissant les valeurs :
 - Culturelles et ancestrales de la pêche à pied de loisir
 - De vecteurs de transmission de patrimoine culturel
 - De sensibilisation à la protection de l'environnement marin
 - De gestion des interactions de la pêche à pied de loisir sur les estrans
 - De protection des habitats et des espèces afin de maintenir leur durabilité
 - De respect de la réglementation.
- Les Partenaires s'engagent :
 - A porter les valeurs communes du projet
 - A communiquer de manière positive sur le projet
 - A respecter la diversité du partenariat
 - A communiquer positivement sur le projet et respecter les actions et méthodes du projet développées par les bénéficiaires et partenaires associés
 - En cas de difficultés vis-à-vis de certaines actions, porter les différences de point de vue auprès des bénéficiaires et partenaires associés et le cas échéant au sein du comité de suivi et du comité de pilotage.

Les actions destinées au grand public « pêcheurs à pied de loisir »

Action nationale

Comment ?

- Bref reportage au national : chaîne régionale / chaîne nationale
-> au moins à chaque grande marée printemps/estivale
Support : vidéos réalisées sur le territoire du golfe normand breton et du Parc naturel marin des estuaires picard et de la mer d'Opale.
- Emission de radio nationale avant les grandes marées de printemps et les marées estivales
- Dossier spécial à proposer dans les revues *Rivages de France*, *Géo*, *Ushuaïa nature*...
- Site internet du projet : il devrait faire des renvois vers toutes les sources d'informations « compilées » par région. Mots-clés pour le référencement : pêche à pied, pêche, littoral, estran, pêche de loisir, loisir, pêche récréative, coquillage, crustacé...
- Réseaux sociaux : Facebook / Tweeter
-> La BD *Pénélope joli cœur* pourrait être utilisée pour toucher la tranche d'âge des 15-50 ans.

Qui est responsable de l'action ?

La coordination nationale du projet : l'Agence des aires marines protégées et la Fédération Nationale des Pêcheurs Plaisanciers Sportifs de France :

- Contacts avec médias télévisuels + radiophonique + revues
- Coordination de l'écriture des articles et coordination des sujets télévisuels/radiophoniques en lien avec les territoires pilotes. L'ensemble des bénéficiaires associés sera mobilisé pour ces actions (contribution à l'écriture d'articles, sujets médias sur leurs territoires).
- Réalisation de vidéos supports par l'Agence des aires marines Protégées sur les territoires du golfe normand breton et du parc naturel marin des estuaires pic GNB + EPMO

Action territoire pilote

Comment ?

- Affiches dans les mairies des territoires pilotes
-> Affichage permanent sur tout le projet
- Article presse local
- Intervention radio locale
- Installation des kakémonos (présentation + résultats du projet) lors d'évènements...

Qui est responsable de l'action ?

- Les bénéficiaires associés chargés de la coordination locale du projet sur les territoires pilotes mettent en œuvre ces actions localement.
- L'AAMP réalise les affiches de présentation du programme et la trame des kakémonos.

Spécificités pour les pêcheurs « expérimentés »

Comment ?

- Mobilisation de la presse spécialisée : revue de la FNPPSF / Chasse-marée / ArMen
=> identifier les revues spécialisées les plus pertinentes
- Contact régulier avec *Le Marin* à entretenir
-> proposer un article à chaque grande marée.
- Elaborer une liste de médias spécialisés avec information régulière et une liste de médias « grand public », cibler les « grandes marées de printemps/été ».
- Journaux locaux des associations locales des pêcheurs plaisanciers
- Journal de la FNPPSF et guide FNPPSF « Pêche à pied »

Qui est responsable de l'action ?

- L'Agence des aires marines protégées et la FNPPSF
-> Les bénéficiaires associés contribuent en transmettant des contacts de médias spécialisés le cas échéant.
- Bénéficiaires associés chargés de la coordination locale du projet sur les territoires pilotes sont chargés de la prise de contact et de la diffusion au sein des journaux locaux des associations de pêcheurs plaisanciers.

Spécificités pour les pêcheurs « étrangers »

Comment ?

- Traduction d'une partie des affiches du projet en anglais. La traduction en d'autres langues pourra être envisagée.
- Les actions spécifiques sur territoire du littoral Basque et sur le territoire du parc naturel marin des estuaires picard et de la mer d'Opale seront précisées.

Qui est responsable de l'action ?

- La coordination nationale du projet - Agence des aires marines protégées - pour la traduction des affiches
- L'Institut des Milieux Aquatiques (IMA) et l'Agence des aires marines protégées dans le cas d'action sur le territoire du parc naturel marin des estuaires picard et de la mer d'Opale pour des actions spécifiques locales.

Les actions destinées aux gestionnaires d'aires marines protégées et aux principaux institutionnels (DIRM/DREAL/Ministère)

Les gestionnaires d'aires marines protégées

Comment ?

- Table ronde de gestionnaires : participation de la coordinatrice du projet Life Pêche à pied de loisir aux tables rondes Manche/Atlantique
- Forum annuel des aires marines protégées : participation, 1 ou 2 fois au cours du projet, pour diffuser les travaux
- Diffusion d'une newsletter nationale
- Diffusion au travers du site du forum et de la newsletter du forum

Qui est responsable de l'action ?

- La coordination nationale du projet par l'Agence des aires marines protégées.

Ministères : DEB/DPMA/DGAL et DIRM/DREAL

Au national

Comment ?

- Via le comité de pilotage national du projet (personnes membres)
- La newsletter et le *Grain de sel* de l'Agence des aires marines protégées
-> note aux services de l'Etat...

Qui est responsable de l'action ?

- La coordination nationale du projet par l'Agence des aires marines protégées.

Sur les territoires pilotes

Comment ?

- Associer les DDTM/DML, DIRM et DREAL aux comités locaux de concertation.
- L'utilisation de newsletters locales et d'outils complémentaires sera discutée.

Qui est responsable de l'action ?

- Les bénéficiaires associés chargés de la coordination locale du projet sur les territoires pilotes mettent en œuvre ces actions localement.

Les actions destinées « aux médiateurs de l'estran » : professionnels du tourisme, services de contrôle, bénévoles et membres des associations, pédagogues

Des supports de formation sont préparés par les partenaires (action B3). Chaque porteur d'actions locales (bénéficiaires associés) organise des formations sur son territoire auprès de son territoire : 5h environ de formation comprenant une observation de l'estran à marée basse sur le terrain, un apport en salle (présentation de la pêche à pied de loisir et de ses enjeux, connaissance du projet national et local en cours, des messages à porter sur les réglementations, la sécurité aussi bien physique que sanitaire et les bonnes pratiques), puis des questions/réponses.

Les actions destinées aux élus / collectivités locales

Comment ?

- Ces publics feront l'objet :
 - D'un courrier d'informations sur le projet (avec plaquette de présentation des objectifs du projet) en 2015.
 - De la diffusion du rapport de vulgarisation à l'issue du projet.
- Spécifiquement pour les maires des communes littorales :
 - Un courrier contenant la plaquette de présentation du projet sera envoyé vers l'ANEL en 2015 pour informer les maires du littoral.
 - Le rapport de vulgarisation sera également envoyé.
- Pour les maires de communes littorales des territoires pilotes et/ou des syndicats inter-communaux, syndicat mixte... :
 - Ces personnes seront invitées aux comités locaux de concertation.
 - Un courrier spécifique à chaque mairie des territoires pilotes sera préparé

Qui est responsable de l'action ?

- Pour ce faire, la coordination nationale sera responsable de l'élaboration du courrier national et de la trame du courrier à adresser aux maires des communes littorales ainsi que de l'élaboration du rapport de vulgarisation et se chargera de l'envoi à ce public.
- Les bénéficiaires associés chargés de la coordination locale du projet sur les territoires pilotes prendront l'attache des communes littorales et réaliseront les actions à destination des maires de leurs territoires pilotes.

Les professionnels (hors organisations professionnelles représentatives des activités maritimes)

Comment ?

La communication auprès de ce public sera réalisée au niveau local uniquement en fonction des enjeux locaux, du développement du tissu économique et socio-professionnel impliqué dans la pêche à pied de loisir.

En fonction de l'implication de ces professionnels dans la pêche à pied de loisir, ils pourront être intégrés au cas par cas à la formation des médiateurs de l'estran.

Qui est responsable de l'action ?

Dans ce cadre les bénéficiaires associés ayant une action locale prendront l'attache de ce public pour les informer du projet et leur fournir quelques exemplaires d'outils de sensibilisation afin que les personnels de ces structures puissent être relai et répondre aux éventuelles questions des pratiquants. Pour cela des entretiens en face à face et/ou des courriers seront préparés par les bénéficiaires associés.

Les Instances de consultation du littoral et du milieu marin

Comment ?

Ces publics feront l'objet :

- D'un courrier d'informations sur le projet (avec plaquette de présentation des objectifs du projet) en 2015.
- De la diffusion du rapport de vulgarisation à l'issue du projet.

Qui est responsable de l'action ?

Pour ce faire, la coordination nationale sera responsable de l'élaboration du courrier et de l'élaboration du rapport de vulgarisation et se chargera de l'envoi à ce public.

Les pédagogues

Comment ?

Si cela est jugé pertinent localement sur les territoires pilotes et en fonction de l'implication et de la connaissance des structures *pédagogues* sur la pêche à pied de loisir, elles seront intégrées aux comités locaux de concertation. Ces publics feront l'objet en plus de leur possible intégration dans la gouvernance du projet :

- D'un courrier d'information sur le projet (avec plaquette de présentation des objectifs du projet), envoyé en 2015.

- De la diffusion du rapport de vulgarisation à l'issue du projet.

Ce public de fait pas l'objet d'autres actions de communication plus spécifiques.

Qui est responsable de l'action ?

Pour ce faire, la coordination nationale sera responsable de l'élaboration du courrier et de l'élaboration du rapport de vulgarisation et se chargera de l'envoi à ce public.

Les bénéficiaires associés du projet transmettront à la coordination avant fin 2014, un listing des coordonnées postales des publics cibles locaux.

Les actions destinés aux autres acteurs d'organismes concernés par la pêche à pied de loisir

Comment ?

La gouvernance du projet permet d'associer au niveau national (au travers de la constitution du comité de pilotage) et au niveau local (au travers des comités locaux de concertation) l'ensemble des organismes locaux ou nationaux concernés par la pêche à pied de loisir, à savoir :

- Les associations d'usagers
- Parmi les professionnels : les organisations professionnelles représentatives
- Les associations scientifiques de connaissance du littoral
- Les scientifiques
- Les institutionnels (hors institutionnels principaux et élus)

Il faut noter que les services de contrôle sont intégrés à la formation des médiateurs de l'estran (cf. point II.4.).

Ces catégories de public cible du projet sont donc directement intégrés dans la gouvernance du projet selon leur échelon de compétence (local, régional, national).

Ces publics feront l'objet en plus de leur intégration dans la gouvernance du projet :

- D'un courrier d'information sur le projet (avec plaquette de présentation des objectifs du projet) en 2015,
 - De la diffusion du rapport de vulgarisation à l'issue du projet.
- Ils ne font pas l'objet d'autres actions de communication plus spécifiques.

Qui est responsable de l'action ?

Pour ce faire, la coordination nationale sera responsable de l'élaboration du courrier et de l'élaboration du rapport de vulgarisation et se chargera de l'envoi à ce public.

Les bénéficiaires associés du projet transmettront à la coordination avant fin 2014, un listing des coordonnées postales des publics cibles locaux.

Les actions destinées aux réseaux européens

Comment ?

- Un diaporama type français/anglais/espagnol sera préparé pour présenter le projet et sera annuellement complété des résultats obtenus. Ce diaporama sera adressé aux publics cibles des réseaux européens et en fonction des opportunités des présentations formelles du projet et de ses résultats seront organisés au cours du projet (action de la coordination nationale : action D3 de diffusion et E4 de networking).
- Ils seront invités, en fonction des thématiques à intervenir et/ou participer, aux colloques thématiques annuels (action B7).
- Ces réseaux seront en fin de projet destinataires du rapport de vulgarisation.

Qui est responsable de l'action ?

- La coordination nationale, Agence des aires marines protégées.

Les actions destinées à la Commission européenne

Comment ?

- La Commission européenne sera invitée aux colloques thématiques annuels.
- Elle sera destinataire de la newsletter du projet.
- Une rencontre annuelle de présentation/information/point de situation sur le projet sera organisée par le bénéficiaire coordinateur.

Qui est responsable de l'action ?

- La coordination nationale, l'Agence des aires marines protégées

IV. Mise en œuvre : synthèse des actions, planning, budget

Les objectifs de cette partie sont :

- D'associer à chaque public cible les messages qui le concerne, les vecteurs de communication les plus efficaces, préciser la périodicité, les lieux et les budgets.
- De préparer un stock de sujets à valoriser selon les évènements.
- [Préalable à la sensibilisation de terrain : connaître la réglementation et les pratiques locales]

Synthèse des actions et organisation pour le grand public pêcheur à pied de loisir

Les actions B3, marées de sensibilisation, apparaissent également dans le cahier méthodologique sur le suivi de la pêche à pied récréative. Elles sont prises en compte dans le présent document au même titre que les autres actions de communication.

Le temps de travail lié à l'élaboration de La lettre d'information numérique ainsi que l'animation des réseaux sociaux (Facebook et Twitter) n'ont pas été budgétés indépendamment des autres outils de communication dans le cadre du projet Life Pêche à pied de loisir. Dans un autre contexte, il serait nécessaire de réévaluer le coût de ces actions.

Tout public pêcheurs à pied de loisir

Action	Livrable ou sujet	Vecteur de réalisation de l'action	Périodes	Années	Lieux	Spécificités des messages	Budget (euros)
B3	Marée de sensibilisation	Sensibilisation sur le terrain des pêcheurs par les partenaires du projet	Marées	2014 2015 2016	Local (estran)	<ul style="list-style-type: none"> Sensibilité des habitats et espèces de la zone Taille minimale des pêches pêchées Règlementation générale de l'activité Conseils de sécurité 	277 118
	Réglettes						105 834
	Dépliants						104 062
D1	Rédaction du plan de communication	Réunion de création des messages et rédaction du plan de communication	2 fois sur une année	2014	National	Rédaction des messages et s'assurer qu'ils correspondent à chaque public cible	12 899
	TV-Radio-presse	Communiqué de presse	Mars à septembre	2014 2015 2016	National	<ul style="list-style-type: none"> Présentation du projet Sensibilité des habitats et espèces de la zone Taille minimale des pêches pêchées Règlementation générale de l'activité Conseils de sécurité Appel à bénévoles 	5 280
		Radio			Local / régional		
D2	Kakémonos	Stands et événements	Toute l'année mais plus spécifiquement de mars à septembre	2015 à 2017 et suivants 2016 et suivants	Local sur un site de passage ou lors des événements printemps/été (fêtes de la mer, forum nature...)	Présentation du projet et messages généraux	17 100
	Vidéos	Stands et événements Web				Messages généraux de sensibilisation et présentation du projet	10 000
D3	Panneaux d'informations Life+	Réalisation de 107 panneaux d'informations - EGPC : 20 - Arcachon : 15 - Sud Finistère : 10 - EPMO : 5 - GNB : 30 - Ouest Côtes d'Armor : 10 - Baie de Morlaix : 5 - Rade de Brest : 7 - Golfe du Morbihan : 5	Toute l'année	2015 2016 et après	Accès à l'estran	<ul style="list-style-type: none"> Projet Life Sensibilité des habitats et espèces de la zone Taille minimale des pêches pêchées et réglementation générale 	126 400
	Affiches	Affiches du projet				Tous types de structures	Présentation du projet et message général - slogan
D4	Site Internet	Site internet Life Pêche à pied de loisir	Toute l'année	2014 2015 2016 2017 à 2022	Web	<ul style="list-style-type: none"> Présentation du projet Messages généraux de sensibilisation Ressources documentaires 	7 500
TOTAL							669 756

Spécificités des pêcheurs expérimentés

Action	Livrable ou sujet	Vecteur de réalisation de l'action	Périodes	Années	Lieux	Spécificités des messages	Budget (euros)
B3	Actions de sensibilisation locale	Sensibilisation sur le terrain des pêcheurs par les partenaires du projet	Marées	2014 2015 2016	Local (estran)	Messages détaillés sur la biologie des espèces / fonctionnement des habitats	0
D1	Presse spécialisée	<ul style="list-style-type: none"> Revue spécialisée nationales Journal de la FNPPSF + guide FNPPSF « pêche à pied » Journal Le Marin 	A chaque grande marée, pendant les vacances scolaires	2014 2015 2016	National	<ul style="list-style-type: none"> Explication des fondements du projet, de son utilité Messages détaillés sur la biologie des espèces / fonctionnement des habitats 	5 000
D2	Lettre d'information	Mailing avec documents de sensibilisation support du projet + plaquette	Toute l'année (ponctuellement)	2014 2015 2016	Local	<ul style="list-style-type: none"> Explication des fondements du projet, de son utilité, relai des activités sur les territoires Messages détaillés sur la biologie des espèces / fonctionnement des habitats Message de sensibilisation 	0
TOTAL							5 000

Spécificités des pêcheurs à pied étrangers

Actions	Livrable ou sujet	Vecteur de réalisation de l'action	Périodes	Années	Lieux	Spécificités des messages	Budget (euros)
B3	Actions de sensibilisation locale	Sensibilisation sur le terrain des pêcheurs par les partenaires du projet	Marées	2014 2015 2016	Local (estran)	Messages spécifiques adaptés aux pratiques locales des pêcheurs étrangers	0
D1	Presse spécialisée	Presse étrangère	Mars à septembre	2014 2015 2016	Local et national	Explication des fondements du projet, de son utilité	0
D2	Traduction en Anglais	Dépliants, présentations power point, affiches projets	Mars à septembre (tout au long du projet)		National	<ul style="list-style-type: none"> Explication des fondements du projet, de son utilité Message de sensibilisation 	3 333
D3	Affiches	Affiches du projet (1 000) (traduction en anglais et espagnol)	Tout au long du projet et de l'année	2014 2015 2016	Local (commune d'accueil)	Présentation du projet et message général - slogan	0
TOTAL							9 997

Spécificités du public jeune et actif dans les nouvelles technologies

Actions	Livrable ou sujet	Vecteur de réalisation de l'action	Périodes	Années	Lieux	Spécificités des messages	Budget (euros)
D2	Facebook, Tweeter	Web	Toute l'année	2014 2015 2016	National et international (Web)	Présentation du projet Message de sensibilisation	0
	Flashcode	Insertion sur les dépliants, panneaux, lettre d'information			Local et national	Lien vers le site Internet	3 000
TOTAL							3 000

Synthèse des actions et organisation pour Les gestionnaires d'aires marines protégées et principaux institutionnels

Outre leur intégration à la gouvernance du projet, les actions ci-dessous sont destinées aux gestionnaires d'Aires Marines Protégées (AMP).

Actions	Livrable ou sujet	Vecteur de réalisation de l'action	Périodes	Années	Lieux	Spécificités des messages	Budget (euros)
B1	COPIIL national	Organisation de réunion et intervention en séance	6 (2/an)		Local (mais rassemblement national)	<ul style="list-style-type: none"> Présentation du projet et des résultats Discussion autour des avancées et actions du projet 	5 835
	COLOC de concertation		2/an dans chaque site pilote				40 379
B7	Colloques thématiques	Organisation d'un événement	4 (1 / an)	2014 2015 2016	Local (mais rassemblement national)	<ul style="list-style-type: none"> Présentation du projet et des résultats Discussion autour des avancées et actions du projet 	18 912
D1	Rédaction du plan de communication	Réunion de création des messages et rédaction du plan de communication	2 fois sur une année	2014	National	Rédaction des messages suivant les publics cibles	860
D2	Plaquette du projet 4p.	Diffusion lors des colloques et réunions	1 création, diffusion toute l'année	2014 2015 2016	National	Présentation du projet	240
	Lettre d'information	Diffusion informatique	3 fois / an	2014 2015 2016	National	Présentation du projet, focus sur certaines actions locales, actualité du réseau « pêche à pied de loisir »	0
	Newsletter <i>Grains de sel</i> de l'AAMP à destination des services de l'Etat		1 fois / an	2014 2015 2016	National		0
	Site internet	Site internet relayé dans Grains de sel (newsletter de l'AAMP aux services de l'Etat) + newsletter du projet	Tout au long du projet et 5 ans après	2014 à 2022	National (international)	<ul style="list-style-type: none"> Présentation et résultats du projet Ressources documentaires 	0
D3	Panneaux d'informations Life+	Réalisation de 107 panneaux d'informations <i>EGPC : 20 ; Arcachon : 15 ; Sud Finistère : 10 ; EPMO : 5 ; GNB : 30 ; Ouest Côtes d'Armor : 10 ; Baie de Morlaix : 5 ; Rade de Brest : 7 ; Golfe du Morbihan : 5</i>	Toute l'année	2015 2016 et après	Accès à l'estran	<ul style="list-style-type: none"> Projet Life Sensibilité des habitats et espèces de la zone Taille minimale des pêches pêchées et réglementation générale 	1 425
	Affiches	Affiches du projet			Tous types de structures	Présentation du projet et message général - slogan	396
D5	Diffuser l'expérience acquise	Courrier postal	1 fois dans le projet	2017	Rapport de vulgarisation	Présentation du projet et de ses résultats	571
D6	Animation de réseaux thématiques	Total de 9 réunions ex : Table ronde des gestionnaires d'AMP et Forum annuel national des gestionnaires d'AMP	3 par an pendant 3 ans	2014 à 2017	Local	Présentation du projet et de ses résultats	5 807
TOTAL							74 425

Synthèse des actions et organisation pour Les médiateurs de l'éstran : professionnels du tourisme, services de contrôle, bénévoles et membres des associations locales, pédagogues

Action	Livrable ou sujet	Vecteur de réalisation de l'action	Périodes	Années	Lieux	Spécificités des messages	Budget (euros)
B1	COLLOC de concertation	Organisation de réunion et intervention en séance	2/an dans chaque site pilote		Local (mais rassemblement national)	Présentation du projet et des résultats Discussion autour des avancées et actions du projet	40 379
B3	Actions de sensibilisation locale Pour former des bons relais de la diffusion des messages de sensibiliser	Organisation de formations	1 fois par an	2014 2015 2016			71 772
	Vêtements de terrain	Sensibilisation sur le terrain des pêcheurs par les partenaires du projet	Marées	2014 2015 2016	Local (estran)	<ul style="list-style-type: none"> • Sensibilité des habitats et espèces de la zone • Taille minimale des pêches pêchées • Réglementation générale de l'activité ET conseils de sécurité 	4 080
	Réglettes						35 278
	Dépliant 3 pages						34 687
B7	Colloques thématiques	Organisation d'un événement	4 (1 / an)	2014 2015 2016	Local (mais rassemblement national)	Présentation du projet et des résultats Discussion autour des avancées et actions du projet	18 912
D1	Rédaction du plan de communication	Réunion de création des messages et rédaction du plan de communication	2 fois sur une année	2014	National	Rédaction des messages et s'assurer qu'ils correspondent à chaque public cible	860
D2	Plaquette du projet 4p	Diffusion lors des colloques et réunions	Toute l'année	2014 2015 2016	National	Présentation du projet	240
	Kakémonos	Exposition nationale	Toute l'année Mais plus spécifiquement de mars à septembre	2015 2016	Local sur un site de passage ou lors des événements du printemps/été (fêtes de la mer, forum nature...)	<ul style="list-style-type: none"> • Présentation du projet • Messages de sensibilisation 	1 425
D3	Affiches	Affiches du projet	Toute l'année		Tous types de structures	Présentation du projet et message général - slogan	396
D4	Site Internet	Site internet Life Pêche à pied de loisir	Toute l'année	2014 2015 2016 2017	Web	<ul style="list-style-type: none"> • Présentation du projet • Messages généraux de 	500

				à 2022		sensibilisation • Ressources documentaires	
D5	Rapport de vulgarisation 10 pages	Document imprimé	Fin du projet	2017	National	<ul style="list-style-type: none"> Présentation du projet Messages généraux de sensibilisation Ressources documentaires Conclusion du projet et perspectives après Life 	571
D6	Animation de réseaux thématiques	Total de 9 réunions ex : Table ronde des gestionnaires d'AMP et Forum annuel national des gestionnaires d'AMP	3 par an pendant 3 ans	2014 à 2017	Local	Présentation du projet et de ses résultats	5 807
TOTAL							214 907

Synthèse des actions et organisation pour Les élus, collectivités locales

Outre leur intégration à la gouvernance du projet, les actions ci-dessous sont destinées aux élus et collectivités territoriales.

Action	Livrable ou sujet	Vecteur de réalisation de l'action	Périodes	Années	Lieux	Spécificités des messages	Budget (euros)
B1	COPIL national	Organisation de réunion et intervention en séance	2/an		Local (mais rassemblement national)	Présentation du projet et des résultats Discussion autour des avancées et actions du projet	5 835
	COLOC de concertation		2/an dans chaque site pilote				40 379
B7	Colloque thématique		3 (1 / an)	2014 2015 2016			18 912
D1	Rédaction du plan de communication	Réunion de création des messages et rédaction du plan de communication	2 fois sur une année	2014	National	Rédaction des messages et s'assurer qu'ils correspondent à chaque public cible	860
D2	Plaquette du projet 4 pages	Diffusion lors des colloques et réunions	Toute l'année	2014 2015 2016	National	Présentation du projet	240
	Kakémonos	Exposition nationale	Toute l'année Mais plus spécifiquement de mars à septembre	2015 2016	Local sur un site de passage ou lors des événements du printemps/été (fêtes de la mer, forum nature...)	<ul style="list-style-type: none"> Présentation du projet Messages de sensibilisation 	1 425

	Lettre d'information	Diffusion informatique	3 fois / an	2014 2015 2016	National	Présentation du projet, focus sur certaines actions locales, actualité du réseau « pêche à pied de loisir »	0
D3	Affiches	Affiches du projet	Toute l'année		Tous types de structures	Présentation du projet et message général - slogan	396
D4	Site Internet	Site internet Life Pêche à pied de loisir	Toute l'année	2014 2015 2016 2017 à 2022	Web	<ul style="list-style-type: none"> • Présentation du projet • Messages généraux de sensibilisation • Ressources documentaires 	500
D5	Rapport de vulgarisation 10 pages	Document imprimé	Fin du projet	2017	National	<ul style="list-style-type: none"> • Présentation du projet • Messages généraux de sensibilisation • Ressources documentaires • Conclusion du projet et perspectives après Life 	571
D6	Animation de réseaux thématiques (ANEL)	Total de 9 réunions Et courrier	3 / an pendant 3 ans	2014 à 2017	Local	Présentation du projet et de ses résultats	5 807
TOTAL							74 925

Synthèse des actions et organisation pour Les professionnels (hors organisations professionnelles représentatives des activités maritimes)

Action	Livrable ou sujet	Vecteur de réalisation de l'action	Périodes	Années	Lieux	Spécificités des messages	Budget (euros)
B3	Action de sensibilisation locale : Informer largement sur le projet Life Pêche à pied de loisir, le faire connaître, inciter les professionnels à être relais des bons messages de sensibilisation auprès des pêcheurs à pied de loisir	Rencontre en face à face et contacts téléphoniques	1 fois en début de projet (selon les enjeux locaux et implication possible des professionnels)	Courant 2014	Sur les sites de travail des professionnels	Présentation du projet	0
D5	Rapport de vulgarisation de 10 pages	Document imprimé	Fin du projet	2017	National	<ul style="list-style-type: none"> • Présentation du projet • Messages généraux de sensibilisation • Ressources documentaires • Conclusion du projet et perspectives après Life 	571
D6	Animation des réseaux thématiques	Total de 9 réunions Et courrier	3 / an pendant 3 ans	2014 à 2017	Local	Présentation du projet et de ses résultats	5 807
TOTAL							6 379

Synthèse des actions et organisation pour Les autres organismes (décrits au point II.9) - Conchyliculteurs

Action	Livrable ou sujet	Vecteur de réalisation de l'action	Périodes	Années	Lieux	Spécificités des messages	Budget (euros)
B1	COPIIL national	Organisation de réunion et intervention en séance	2/an		Local (mais rassemblement national)	<ul style="list-style-type: none"> • Présentation du projet et des résultats • Discussion autour des avancées et actions du projet 	5 835
	COLOC de concertation		2/an dans chaque site pilote				40 379
B7	Colloque thématique	Organisation d'un événement	3 (1 / an)	2014 2015 2016	Local mais rassemblement national		18 912
D5	Rapport de vulgarisation de 10 pages	Document imprimé	Fin du projet	2017	National		571
D6	Animation de réseaux thématiques (ANEL)	Total de 9 réunions Et courrier	3 / an pendant 3 ans	2014 à 2017	Local	Présentation du projet et de ses résultats	5 807
TOTAL							71 504

Synthèse des actions et organisation pour les réseaux européens

Action	Livrable ou sujet	Vecteur de réalisation de l'action	Périodes	Années	Lieux	Spécificités des messages	Budget (euros)
B1	COFIL national	Organisation de réunion et intervention en séance	2/an		Local (mais rassemblement national)	<ul style="list-style-type: none"> Présentation du projet et des résultats Discussion autour des avancées et actions du projet 	5 835
B7	Colloques thématiques	Organisation d'un événement	3 (1 / an)	2014 2015 2016	Local (mais rassemblement national)	<ul style="list-style-type: none"> Présentation du projet et des résultats Discussion autour des avancées et actions du projet 	18 912
D1	Rédaction du plan de communication	Réunion de création des messages et rédaction du plan de communication	2 fois sur une année	2014	National	Rédaction des messages suivant les publics cibles	860
		Diaporama et intervention en séance	1 fois dans le projet	2015 ou 2016 ou 2017	Réunion des CCR Eaux occidentales nord et Eaux occidentales Sud	Présentation du projet et de ses résultats	
		Courrier électronique et courrier postal	1 fois dans le projet	2017	Rapport de vulgarisation		
D2	Traduction en Anglais	Dépliants, présentations power point, affiches projets	Mars à septembre (tout au long du projet)		National	<ul style="list-style-type: none"> Explication des fondements du projet, de son utilité Message de sensibilisation 	3 333
	Kakémonos	Exposition nationale	Toute l'année Mais plus spécifiquement de mars à septembre	2015 2016	Local sur un site de passage ou lors des événements du printemps/été (fêtes de la mer, forum nature...)	<ul style="list-style-type: none"> Présentation du projet Messages de sensibilisation 	1 425
D4	Site Internet	Site internet Life Pêche à pied de loisir	Toute l'année	2014 2015 2016 2017 à 2022	Web	<ul style="list-style-type: none"> Présentation du projet Messages généraux de sensibilisation Ressources documentaires 	500
D5	Rapport de vulgarisation 10 pages	Document imprimé	Fin du projet	2017	National		571
D6	Animation de réseaux thématiques	Total de 9 réunions et courrier	3 / an pendant 3 ans	2014 à 2017	Local	Présentation du projet et de ses résultats	5 807
E4	Colloques européens	3 déplacements de 2 jours	1 / an	2014 à 2017		Présentation des avancées du projet	3 000
TOTAL							40 484

Synthèse des actions et organisation pour la Commission européenne

Action	Livrable ou sujet	Vecteur de réalisation de l'action	Périodes	Années	Lieux	Spécificités des messages	Budget (euros)
B1	COFIL national	Organisation de réunion et intervention en séance : Invitation de la CE / courrier	2/an		Local (mais rassemblement national)	Présentation du projet et des résultats Discussion autour des avancées et actions du projet	5 835
B7	Colloques thématiques	Organisation d'un événement : Invitation de la CE / courrier	3 (1 / an)	2014 2015 2016	Local (mais rassemblement national)	Présentation du projet et des résultats Discussion autour des avancées et actions du projet	18 912
D1	Rédaction du plan de communication	Réunion de création des messages et rédaction du plan de communication	2 fois sur une année	2014	National	Rédaction des messages suivant les publics cibles	860
D2	Traduction en Anglais	Dépliants, présentations power point, affiches projets	Mars à septembre (tout au long du projet)		National	<ul style="list-style-type: none"> Explication des fondements du projet, de son utilité Message de sensibilisation 	3 333
	Plaquette du projet 4p	Diffusion lors des colloques et réunions	Toute l'année	2014 2015 2016	National	Présentation du projet	240
	Lettre d'information	Diffusion informatique	3 fois / an	2014 2015 2016	National	Présentation du projet, focus sur certaines actions locales, actualité du réseau « pêche à pied de loisir »	0
D4	Site Internet	Site internet Life Pêche à pied de loisir	Toute l'année	2014 2015 2016 2017 à 2022	Web	<ul style="list-style-type: none"> Présentation du projet Messages généraux de sensibilisation Ressources documentaires 	500
D5	Rapport de vulgarisation 10 pages	Courrier électronique et courrier postal	Fin du projet	2017	National	Présentation du projet et de ses résultats	571
D6	Animation de réseaux thématiques : Accueil de représentants de la Commission européenne par la coordination nationale AAMP et mobilisation d'un ou plusieurs territoires pilotes	Total de 9 réunions Et courrier	3 / an pendant 3 ans	2014 à 2017	Local	Présentation du projet et de ses résultats	5 807
TOTAL							36 059

Synthèse des actions et organisation par public

Types de public	Budget total (euros)
Grand public	669 756
Pêcheurs à pied expérimentés	5 000
Pêcheurs à pieds étrangers	3 333
Jeune public	3 000
Médiateurs de l'éstran	214 908
Pêcheurs professionnels / Conchyliculteurs	71 505
Pêcheurs professionnels / Autres que conchyliculteurs	6 379
Gestionnaires d'Aires marines protégées	74 926
Elus, collectivités territoriales	74 926
Réseaux européens	40 484
Commission européenne	36 059
TOTAL (euros)	1 200 275

V. Elaboration, suivi du plan / évaluation et révision

Le plan de communication a été élaboré par des groupes de travail restreints :

- Groupe de travail *média*
- Groupe de travail *outils numériques*
- Groupe de travail *outils de sensibilisation*

-> travail sur les outils (panneaux, outils de sensibilisation sur l'estran).

Il a fait l'objet d'une révision par l'ensemble des bénéficiaires associés du projet et des financeurs nationaux (Conservatoire du Littoral / Communauté d'agglomération de La Rochelle) en groupe de travail « communication » co-animé par la FNPPSF et l'Agence des aires marines protégées.

L'ensemble du présent plan a été adopté en juin 2014 par l'ensemble des partenaires du projet Life Pêche à pied de loisir.

Son suivi et son évaluation suivra la même logique :

- Préparation des bilans et première analyse des résultats en groupe restreint.
- Bilan annuel par site intégré au bilan technique et financier, compilation par les responsables de l'action et ajout du bilan de la communication nationale (FNPPSF et Aamp), analyse et élaboration de proposition d'évolution de cas échéant en groupe de travail « communication ».
- Validation des bilans annuels et modification adoptée en comité de pilotage du projet Life Pêche à pied de loisir.

Actions pour son évaluation / révision :

- Rédaction d'une synthèse des actions / an (par le mini-GT média)
 - ➔ Rédaction par la FNPPSF et l'Agence des aires marines protégées et. Relecture par les membres du mini-GT média.
- Bilan annuel des actions de communication présentées en comité de pilotage du projet
 - ➔ Analyse collégiale des réussites et des échecs et réorientations évolutions du plan de communication annuellement le cas échéant.
- Bilan final provisoire fin 2016 et préparation du plan de communication post Life.
- Synthèse finale mi-2017 et production du plan de communication Post Life.