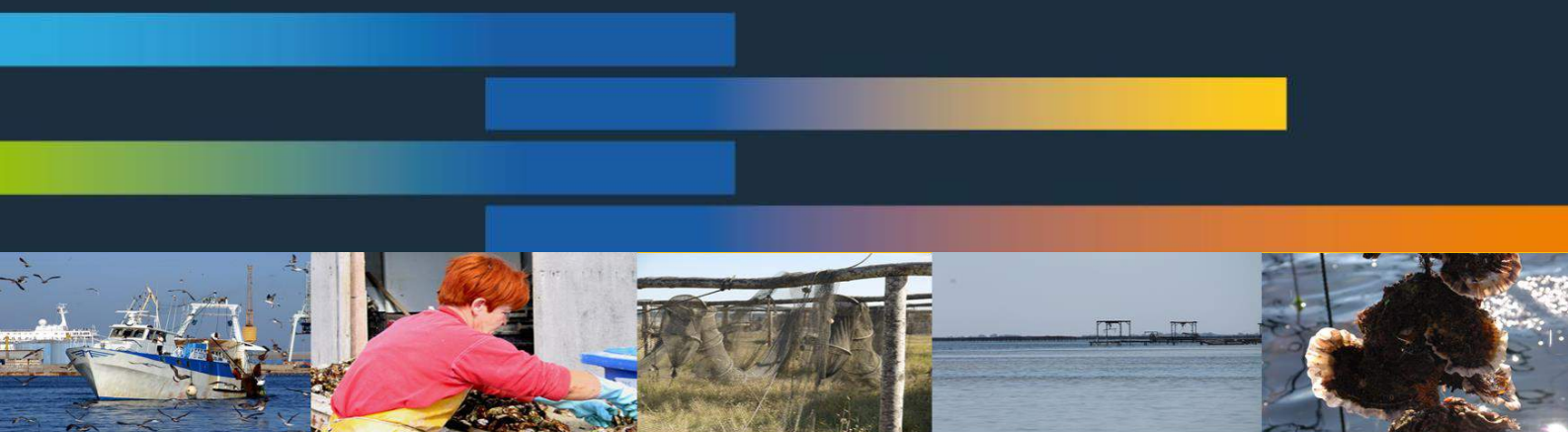




DLAL FEAMP 2014 - 2020

Thau et sa bande côtière  
de Frontignan à Agde

**ANNEXES au dossier de candidature**  
**Volume 2 : Procès-verbaux des entretiens**



Document réalisé par :

Syndicat mixte du bassin de Thau  
328 quai des Moulins – 34200 SETE  
contact@smbt.fr

SIRENA  
21 quai de la république – 34200 SETE  
[beatrice.pary@gmail.com](mailto:beatrice.pary@gmail.com)

## ENTRETIENS REALISES LORS DE L'ELABORATION DU DOSSIER DE CANDIDATURE

Annexe 1 : OP du SUD.....	5
Annexe 2 : Criée d'Agde.....	8
Annexe 3 : Entreprise conchylicole « Huitres de Bouzigues.com ».....	11
Annexe 4 : Cedralmar – filière pêche .....	16
Annexe 5 : Faculté de Montpellier – UMR MARBEC .....	20
Annexe 6 : Ville d'Agde – gestionnaire d'AMP .....	23
Annexe 7 : Lycée de la Mer Paul Bousquet .....	28
Annexe 8 : Centre Permanent d'Initiative pour l'Environnement CPIE Bassin de Thau .....	31
Annexe 9 : OP SATHOAN Sète.....	35
Annexe 10 : CRPM Comité Régional des Pêches Maritimes et des Elevages Marins Languedoc-Roussillon .....	38
Annexe 11 : Entreprise conchylicole MédiThau (production – négoce) .....	42
Annexe 12 : Entreprise de tourisme (Agence réceptive – McGee) .....	46
Annexe 13 : CABT Thau Agglo.....	49
Annexe 14 : CCNBT Office du Tourisme.....	53
Annexe 15 : CRCM Comité Régional Conchylicole de Méditerranée .....	57
Annexe 16 : Cépalmar – filière conchylicole .....	63
Annexe 17 : CAHM Communauté d'Agglomération Hérault Méditerranée .....	66
Annexe 18 : IFREMER (services : ressources halieutiques et environnement) .....	69



## Annexe 1 : OP du SUD

RV le 20/02/2016PV validé : OUI

<b>Nom, prénom, fonction</b>	GUILBERT Gaëlle, responsable, CUVELLIERS Perrine	
<b>Structure</b>	OP du Sud créée le 14 mars 2012	
<b>Type d'activité(s)</b>	Représentation professionnelle des pêcheurs	
<b>Zone géographique d'intervention</b>	Méditerranée française : l'OP rassemble des pêcheurs de Corse, PACA, LR-MP	
<b>Coordonnées</b>	Tel : 06 73 53 48 29	Email : opdusud.med@gmail.com
<b>Autres personnes à contacter</b>	MIRETE GUY, Président	06 10 17 08 87
<b>Documents diffusés</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- données de débarquement et nb de navires adhérents par port</li> <li>- projet « nasse changeante » : mieux connaître cette espèce pour mieux gérer sa production et sa commercialisation</li> </ul>	
<b>Partenaires habituels</b>	3 Comité Régionaux des pêches maritimes et des Elevages Marins, Cépralmar, Autres organisations de producteurs (Sathoan, ANOP, OP Atlantique), ports (Grau du Roi, Port Saint Louis) France Filière Pêche, Lycée de la Mer, Régions (LRPM, PACA, Corse)	

### 1. DESCRIPTIF DE L'ACTIVITE

<b>AMONT</b> ( <i>production, environnement</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>- organisation de la production, défense des intérêts des pêcheurs</li> <li>- élaboration et suivi des plans de gestion méditerranéens : chaluts, senne tournante (lamparos et allatchare), dragues en étang et en mer, sennes de plage, palangres (thon rouge)</li> <li>- Représentativité : 140 adhérents, dont une centaine de petits métiers, 37 chalutiers et 2 senneurs.</li> </ul>
<b>AVAL</b> ( <i>valorisation au sens large, commercialisation</i> )	- mise en place d'opérations ponctuelles de valorisation de certains produits de la pêche : ex nasse changeante
<b>COMMUNICATION</b> ( <i>image de la profession, échanges avec l'extérieur</i> )	Communication autour de produits peu ou mal valorisés
<b>COOPERATION</b> ( <i>lien avec autres territoires ou filières</i> )	Autres littoraux français
<b>SOCIAL</b> ( <i>emploi, ressources humaines, formation</i> )	

## 2. CONSTATS et BESOINS IDENTIFIES (contribue à définir les objectifs et les résultats attendus)

CONSTATS	BESOINS
Une faible qualité des données relatives aux déclarations de capture	- disposer de données fiables et régulières pour mieux communiquer autour de la pêche professionnelles - organiser le traitement des données de capture existantes
Une polyvalence des petits métiers à préserver	Diffuser de l'information sur la polyvalence, sur les saisonnalités d'espèces ...
Des relations qui s'améliorent avec les scientifiques	- avis scientifiques sur l'état des stocks - partenariat à renforcer entre pêcheurs et scientifiques
Un grand public informé de la situation de la pêche principalement par les réseaux sociaux	- structurer une communication sur les bonnes pratiques de la pêche - utiliser de nouveaux supports - développer la consommation locale de produits de la mer locaux
Manque d'attractivité des métiers de la pêche	- informer sur les formations, les diplômes requis pour entrer dans la pêche
Peu de liens entre la filière pêche et autres.	- « plateforme d'échanges » intégrer la pêche dans les filières de productions ou plus générale dans les réseaux d'entreprises locales.

## 3. PROJETS IDENTIFIES (contribue à définir les actions à réaliser et les moyens à mobiliser)

Intitulé de l'action : Qualité des données de débarquement				
Echelle du projet	Répond à quels besoins	Partenaires pressentis	Calendrier / Etat d'avancement /	Coût estimé
Nationale	Améliorer la qualité des déclarations de capture	CRPM Normandie, CRPM PACA, CNPM		

Intitulé de l'action : Structurer un réseau de distribution pour les produits de la pêche peu ou mal valorisés				
Echelle du projet	Répond à quels besoins	Partenaires pressentis	Calendrier / Etat d'avancement /	Coût estimé
	- Mieux commercialiser en frais certains produits peu ou mal valorisés - Identifier les distributeurs existants et en rechercher d'autres	acteurs du tourisme, restauration, lieux de vente directe, usines de fertilisants, associations caritatives		

Intitulé de l'action : faciliter les procédures techniques et administratives pour les pêcheurs souhaitant se diversifier				
Echelle du projet	Répond à quels besoins	Partenaires pressentis	Calendrier / Etat d'avancement /	Coût estimé
Nationale	Faciliter la diversification des pêcheurs vers d'autres activités (Pescatourisme) - organiser la communication, - faciliter les démarches administratives avec une procédure simplifiée « clé en main » (Pb juridiques)	Services de l'Etat, offices du tourisme		

<b>Intitulé de l'action : collecte et gestion des déchets (issus de l'activité ou non)</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement /</i>	<i>Coût estimé</i>
Nationale	<ul style="list-style-type: none"> <li>- lutter contre les pollutions variées (ex collecte et traitement des caisses polystyrène, ancien matériel de pêche)</li> <li>- améliorer l'image des pêcheurs : que la profession soit « moteur » sur de bonnes pratiques</li> <li>- tester les « poubelles magiques » créées à Port Camargue</li> <li>- tester les pots à poulpes biodégradables</li> </ul>	Organisations professionnelles, ports de pêche et de plaisance (capitaineries), offices du tourisme, Groupe FEP PACA, collectivités		

#### **4. IMPLICATION DANS UNE APPROCHE TERRITORIALE (ancien axe 4, autre démarche locale,)**

Pas encore d'implication dans des démarches territoriales, en dehors des relations classiques avec les ports et les communes.

Il y aurait un véritable intérêt à partager des idées et identifier des projets avec de nouveaux interlocuteurs

#### **5. ATTENTES PAR RAPPORT A LA FUTURE STRATEGIE DLAL**

- Bénéficier d'informations sur les projets en cours sur d'autres littoraux pour s'en inspirer
- Coopérer avec d'autres groupes pour monter un véritable réseau
- Coopérer avec d'autres filières pour valoriser des produits en commun

#### **6. IMPLICATION DANS LE FUTUR GALPA**

<b>FONCTION</b>	<b>X / O</b>	<b>Intérêt pour l'acteur</b>	<b>Besoins identifiés par rapport au fonctionnement du programme</b>
<i>Porteur de projet (maitrise d'ouvrage)</i>	oui	Accès au FEAMP	
<i>Partenaire technique d'un projet</i>	oui	Partage d'informations	
<i>Animation / passeur d'info / identification de projets d'autres acteurs</i>		Coopération avec d'autres groupes pour monter un véritable réseau	
<i>Participation au groupe technique (analyse et co-instruction des dossiers)</i>	oui	Partage d'information	
<i>Participation au Comité de sélection (=pilotage)</i>	oui	Partage d'information	

## Annexe 2 : Criée d'Agde

RV le 20/02/2016

PV validé : OUI

<b>Nom, fonction</b>	DESSEIN Aurélie, directrice	
<b>Structure</b>	Criée d'Agde (SAEML)	
<b>Type d'activité(s)</b>	Commercialisation des produits de la pêche Accueil du grand public (résidents, saisonniers, scolaires) au Belvédère de la criée d'Agde	
<b>Zone géographique d'intervention</b>	<u>Local</u> : Vente de produits des navires chalutiers agathois et des petits métiers basés dans les ports d'Agde (Le Grau, le Cap) et de l'étang de Thau, de Valras, de Gruissan, de Port Saint-Louis du Rhône <u>National et international</u> : Vente à des poissonniers et mareyeurs français mais aussi espagnols et italiens	
<b>Coordonnées</b>	Tel : 04 67 21 04 04	Email : crie.e.grau.agde@wanadoo.fr
<b>Autres personnes à contacter</b>	Guy MIRETE Directeur Général M THERON Président	Email : Email :
<b>Documents</b>	- données de débarquement et/ou de vente sous la criée en volumes et valeurs	
<b>Partenaires habituels</b>	Prud'homie d'Agde, CRPMEM LR, Organisations de producteurs, mareyeurs, poissonniers, autres criées CD 34, Ville d'Agde, CAHM, Région LRMP, Cevalmar	

### 1. DESCRIPTIF DE L'ACTIVITE

<b>AMONT</b> (production, environnement)	
<b>AVAL</b> (valorisation au sens large, commercialisation)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mise en vente de produits débarqués par des chalutiers et des petits métiers (en mer et en lagune)</li> <li>- Congélation de produits pour éviter les rejets en cas de difficultés de commercialisation en frais</li> <li>- Contractualisation avec des entreprises de transformation pour mieux valoriser les produits de la pêche (ex. soupe de poisson)</li> <li>- Diversification des produits mis en vente sous la criée (moules, gambas congelées)</li> </ul>
<b>COMMUNICATION</b> (image de la profession, échanges avec l'extérieur)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Accueil du grand public dans « le Belvédère de la criée d'Agde »</li> <li>- Panneaux d'information autour de la criée</li> <li>- Maillage avec les acteurs du tourisme</li> </ul>
<b>COOPERATION</b> (lien avec autres territoires ou filières)	- relation avec d'autres criées ouvertes au public (ex. Quimper)
<b>SOCIAL</b> (emploi, ressources humaines, formation)	12 CDI personnes dont 2 à 80% , 1 CDD



## 2. CONSTATS et BESOINS IDENTIFIES (contribue à définir les objectifs et les résultats attendus)

CONSTATS	BESOINS
De nouvelles restrictions de temps de pêche dans les réglementations en vigueur qui risquent de réduire encore le volume des apports sous la criée	- Anticiper les baisses d'apports en regroupant les apports de plusieurs sites (ex. Agde, Sète, le Grau du Roi) - Diversifier les produits mis en vente sous la criée (coquillages, produits congelés ...)
De nouvelles règles et contraintes en termes de traçabilité des produits débarqués	Des outils à inventer et à mutualiser au niveau de tous les ports ex. un logiciel identique pour tous, permettant à chaque acheteur de disposer des données de son lot sous le même format et les mêmes infos
Le « Belvédère » un outil récent pour faire connaître la filière pêche et ouvrir la criée au grand public	- Faire connaître le plus largement possible Belvédère, et augmenter le nombre de visites - Maintenir un emploi de guide à temps plein dans la structure
Des pêcheurs et des structures professionnelles démunis face aux crises et aux articles de presse alarmistes	- Diffuser régulièrement des informations sur « ce qui fonctionne bien » dans les filières, - Mobiliser des photographes, des cinéastes, des « communicants » pour élaborer un « plan de communication » à diffuser largement
Des scientifiques mobilisés sur des problématiques fondamentales pour les pêcheurs (état des stocks, pollution...) mais qui ne savent pas vulgariser	- Renforcer les échanges entre les structures professionnelles de la pêche, les scientifiques et la presse - Organiser la vulgarisation des résultats scientifiques

## 3. PROJETS IDENTIFIES (contribue à définir les actions à réaliser et les moyens à mobiliser)

Intitulé de l'action : Structurer un plan de communication et de promotion de l'outil « Belvédère »				
Echelle du projet	Répond à quels besoins	Partenaires pressentis	Calendrier / Etat d'avancement /	Coût estimé
Locale	Faire connaître le « Belvédère de la criée d'Agde » notamment aux publics des territoires riverains (de la CAHM et des intercommunalités proches)	CAHM, villes, offices du tourisme, écoles,		

Intitulé de l'action : Communiquer largement autour des métiers et des produits de la pêche				
Echelle du projet	Répond à quels besoins	Partenaires pressentis	Calendrier / Etat d'avancement /	Coût estimé
Locale	- Mieux communiquer avec les scientifiques et la presse Faire connaître les métiers et les produits - Identifier les lieux de vente des produits de la pêche locale	Organismes de recherche, presse locale Organisations professionnelles, restaurants, villes ...	Actions à mutualiser avec d'autres organisations professionnelles	

<b>Intitulé de l'action : Regrouper les apports sous criée</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement /</i>	<i>Coût estimé</i>
Locale	Diversifier les apports sous la criée	Mareyeurs, producteurs d'autres façades ?		

#### 4. IMPLICATION DANS UNE APPROCHE TERRITORIALE (ancien axe 4, autre démarche locale,...)

Dépôt de dossiers dans le cadre de l'axe 4 du FEP

<b>Intitulé de l'action</b>	<b>Partenaires</b>	<b>Expérience ressentie</b>	<b>Améliorations nécessaires</b>
Création d'un circuit de visite de la criée (le Belvédère)	UE (FEP), CD 34, Région LR, CAHM, Ville Agde, prud'homie d'Agde		
Panneaux d'information aux alentours de la criée	UE (FEP), CD 34, CAHM, Ville Agde, prud'homie d'Agde		

#### 5. ATTENTES PAR RAPPORT A LA FUTURE STRATEGIE DLAL

- financements de projets
- mise en place de groupes techniques de réflexion multi partenariale

#### 6. IMPLICATION DANS LE FUTUR GALPA

<b>FONCTION</b>	<b>X / O</b>	<b>Intérêt pour l'acteur</b>	<b>Besoins identifiés par rapport au fonctionnement du programme</b>
<i>Porteur de projet (maitrise d'ouvrage)</i>	oui	Accès au FEAMP	- modes de financement
<i>Partenaire technique d'un projet</i>	oui		
<i>Animation / passeur d'info / identification de projets d'autres acteurs</i>			
<i>Participation au groupe technique (analyse et co-instruction des dossiers)</i>	oui	Partage d'expériences et d'informations, recherche de mutualisation	
<i>Participation au Comité de sélection (=pilotage)</i>	oui		

## Annexe 3 : Entreprise conchylicole « Huitres de Bouzigues.com »

RV le 26/02/16

PV validé : OUI

<b>Nom, prénom, fonction</b>	VAUDO Philippe, JULIEN SIMON	
<b>Structure</b>	Huitres.Bouzigues.com (Loupian)	
<b>Type d'activité(s)</b>	Entreprise conchylicole	
<b>Zone géographique d'intervention</b>	Production sur l'étang de Thau Commercialisation, expédition France	
<b>Coordonnées</b>	Tel : 0612371116	Email : huitres-bouzigues.com@orange.fr
<b>Autres personnes à contacter</b>	Sandrine SALIVA – CABT (Plaisirs de Thau) Domaine de Valmagne (Philippe D'ALLAINES) Christine SLAWINSKY OT CCNBT	Email : <a href="mailto:info@valmagne.com">info@valmagne.com</a> / tel: 04 67 78 06 09 Tel : 06 37 44 85 60
<b>Documents</b>	-	
<b>Partenaires habituels</b>	Producteurs de coquillages, intercommunalités	

### 1. DESCRIPTIF DE L'ACTIVITE

<b>AMONT</b> (production, environnement ...)	Production de coquillages produits sur Thau
<b>AVAL</b> (valorisation au sens large, commercialisation...)	Commercialisation de coquillages,
<b>COMMUNICATION</b> (image de la profession, échanges avec l'extérieur...)	Visites de l'exploitation,
<b>COOPERATION</b> (lien avec autres territoires ou filières)	-
<b>SOCIAL</b> (emploi, ressources humaines, formation...)	-

### 2. CONSTATS et BESOINS IDENTIFIES (contribue à définir les objectifs et les résultats attendus)

CONSTATS	BESOINS
Un région ensoleillée touristique, avec de nombreuses activités nautiques (voile, plongée, kayak, thermalisme)	Fournir aux nombreuses personnes qui fréquentent le littoral, des informations sur les métiers traditionnels locaux, notamment la conchyliculture
Un fort individualisme des différents secteurs d'activités économiques maritimes	Structurer des relations entre les différentes filières pour créer des synergies
Un intérêt marqué des personnes venant visiter le mas, des scolaires aux personnes âgées – surtout les familles	Faciliter le contact entre les entreprises conchylicoles proposant des visites (une vingtaine autour de Thau) et le grand public
De nombreuses initiatives sur l'étang de la part des offices du tourisme, des EPCI, des entreprises elles mêmes mais pas de coordination	Coordonner les initiatives visant à développer les visites de mas et la dégustation de produits de l'étang, mais aussi les rencontres entre producteurs et résidents du territoire

CONSTATS	BESOINS
Des accès routiers difficiles dans de nombreuses zones de l'étang, qui limitent les visites notamment par bus	Besoin d'un schéma d'aménagement des routes et d'investissements sur les accès aux différentes zones
Des fermetures de commercialisation régulières et longues qui amputent les chiffres d'affaire des entreprises	Réfléchir à des zones collectives de mise à l'abri des coquillages
Une forte proportion de grosses huitres (tailles 1 et 0) sur les filières en étang (environ 8%) très mal valorisées	Créer une dynamique autour de la transformation des grosses huitres avec des entreprises locales (ex fabricants de tielles, de soupe) et des restaurateurs locaux (ou des écoles hôtelières)
Des contacts ponctuels avec des écoles hôtelières et des sommeliers notamment étrangers très intéressés par les différentes saveurs des huitres locales	Organiser une communication autour des saveurs des huitres fraîches ou cuisinées et les relier aux vins ou à d'autres mets (conseils de dégustation)
Un étang qui connaît des modifications de productivité et des invasions d'espèces nouvelles (algues « tabac » sur le fond)	Mieux connaître la productivité de l'étang et estimer ses évolutions récentes Travailler sur les récentes évolutions des fonds de l'étang : zones de captage, remises en suspension (diminution du nb d'arceilleres a t il eu un effet ?)
De la matière organique qui se dépose sous les tables et contribue au comblement	Expérimenter des aménagements sous les filières pour élever des oursins ou d'autres espèces, replanter des zostères ...

### 3. PROJETS IDENTIFIES (contribue à définir les actions à réaliser et les moyens à mobiliser)

Intitulé de l'action : Aménager les accès aux zones conchylicoles proposant des visites				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement /</i>	<i>Coût estimé</i>
locale	Faciliter l'accès des visiteurs aux mas conchylicoles proposant dégustations et visites en aménageant des routes et des parkings Identifier les priorités et proposer un calendrier de travaux pour commencer les travaux au plus vite	Communes riveraines de l'étang, conseil départemental, intercommunalités		

Intitulé de l'action : Mettre les coquillages à l'abri				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement /</i>	<i>Coût estimé</i>
locale	Identifier des zones naturelles pour la mise à l'abri de coquillages en cas de fermetures de commercialisation ou créer des bassins hors sol			

<b>Intitulé de l'action : Structurer une communication autour des produits et du patrimoine local</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement /</i>	<i>Coût estimé</i>
locale	<ul style="list-style-type: none"> <li>- mettre en place des « produits » touristiques associant dégustations de produits locaux (coquillages, vins, fromages) et visites touristiques, autour de sites patrimoniaux et autour d'animations (spectacles) gratuites</li> <li>- pour changer des actions classiques de dégustation et vente : élargir à l'offre culturelle</li> </ul>	Offices du tourisme, producteurs locaux, gestionnaires de sites patrimoniaux		

<b>Intitulé de l'action : Mettre en place des évènementiels ciblés « standards »</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement /</i>	<i>Coût estimé</i>
Régional ou plus	Communiquer autour des produits lors d'opérations spécifiques avec une organisation « type » et des partenaires pré définis ex. animations sur des aires d'autoroute lors des grands départs en vacances, ciblées plus sur du ludique que du commercial ... même si des produits peuvent être vendus à proximité	Intercommunalités, autres producteurs		

<b>Intitulé de l'action : Créer des labels de qualité pour les huitres</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement /</i>	<i>Coût estimé</i>
Locale / nationale	<p>Mieux identifier l'huitre de Bouzigues et ses modes de production :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- un label rouge pour les huitres exondées en lien avec une technique spécifique d'élevage</li> <li>- une IGP pour les huitres de la lagune de Thau</li> </ul> <p>besoin de relancer une dynamique et une animation autour de la lagune sur cette thématique</p>	Organisations professionnelles, collectivités locales	Un rapport de stage et des procédures déjà définies pour avancer	

<b>Intitulé de l'action : Valoriser les grosses huitres (calibres 1 et 0)</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement /</i>	<i>Coût estimé</i>
local	<p>Valoriser les grosses huitres (calibres 1 et 0) : établissement et diffusion de recettes</p> <p>Travail avec des entreprises locales (ex fabricants de tielles, de soupe), des restaurateurs locaux ou des écoles hôtelières</p>	Autres producteurs, entreprises de transformation locales, restaurateurs		

<b>Intitulé de l'action : Diversifier les productions</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement /</i>	<i>Coût estimé</i>
Locale	Diversifier les productions pour limiter les effets des fermetures de commercialisation pour les coquillages Ex. macro algues notamment pour mettre sous les huitres sur les plateaux de présentation Ex ; oursins ou autres espèces sur des plaques sous les filières pour bénéficier de la richesse organique disponible Ex biju mais en mer	Organisations professionnelles, intercommunalités, producteurs de Bretagne (Finistère Morbihan)		

<b>Intitulé de l'action : Renforcer les liens avec la recherche</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement /</i>	<i>Coût estimé</i>
local	- recueillir en routine les connaissances empiriques des professionnels et leurs observations, Mieux connaître : -les raisons du développement de l'algue « Tabac » qui couvre les fonds -les évolutions de la productivité de la lagune compte tenu de la baisse importance du nombre de pêcheurs -les évolutions des fonds de la lagune et des substrats	Centres de recherche : Ifremer, facultés,		

#### **4. IMPLICATION DANS UNE APPROCHE TERRITORIALE (ancien axe 4, autre démarche locale,)**

<b>Intitulé de l'action</b>	<b>Partenaires</b>	<b>Expérience ressentie</b>	<b>Améliorations nécessaires</b>
Communication	CCNBT, CABT, offices du tourisme, VVF Besilles,	Il reste beaucoup à faire	Coordination des actions sur le territoire

#### **5. ATTENTES PAR RAPPORT A LA FUTURE STRATEGIE DLAL**

- une coordination dans les opérations de communication autour de la lagune
- des expérimentations,
- une animation spécifique

## 6. IMPLICATION DANS LE FUTUR GALPA

<b>FONCTION</b>	<b>X / O</b>	<b>Intérêt pour l'acteur</b>	<b>Besoins identifiés par rapport au fonctionnement du programme</b>
<i>Porteur de projet(maitrise d'ouvrage)</i>	O		
<i>Partenaire technique d'un projet</i>	O		
<i>Animation / passeur d'info / identification de projets d'autres acteurs</i>	O		
<i>Participation au groupe technique (analyse et co-instruction des dossiers)</i>	-		
<i>Participation au Comité de sélection (=pilotage)</i>	O		

## Annexe 4 : Cevalmar – filière pêche

RV le 29/02 /2016

PV validé : O / N

<b>Nom, prénom, fonction</b>	HOLLEY Jean François, chargé de mission pêche	
<b>Structure</b>	CEPRALMAR	
<b>Type d'activité(s)</b>	Accompagnement de la filière pêche professionnelle	
<b>Zone géographique d'intervention</b>	Languedoc Roussillon	
<b>Coordonnées</b>	Tel : 04.99.02.02.30	Email : holley@cepralmar.org
<b>Autres personnes à contacter</b>		Email :
<b>Documents</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- données de production + nb de navires par port (2012)</li> <li>- projets en cours</li> </ul>	
<b>Partenaires habituels</b>	Organisations professionnelles, collectivités locales, autres organismes techniques français	

### 1. DESCRIPTIF DE L'ACTIVITE

<b>AMONT</b> (production, environnement)	Accompagnement des entreprises de production et des organisations professionnelles dans leurs projets
<b>AVAL</b> (valorisation au sens large, commercialisation)	Recherche ponctuelle de valorisation (ex nasses, anguille) Création d'outils de mise en valeur des produits
<b>COMMUNICATION</b> (image de la profession, échanges avec l'extérieur)	Intégration d'animations spécifiques (ex autour de l'anguille.) dans des manifestations existantes
<b>COOPERATION</b> (lien avec autres territoires ou filières)	Espagne (écloserie de palourdes) Italie (Ancône) pour la nasse changeante SMIDAP, CUMA de pêcheurs d'anguille : valorisation des anguilles pêchées en eau douce SMEL : échange mode de gestion de bulot/nasse Arcachon : échange à creuser sur les modes de gestion
<b>SOCIAL</b> (emploi, ressources humaines, formation)	-

### 2. CONSTATS et BESOINS IDENTIFIES (contribue à définir les objectifs et les résultats attendus)

CONSTATS	BESOINS
Des initiatives venant des professionnels, qu'il convient d'accompagner : Ex : connaissances et valorisation des nasses	Mobiliser des financements pour favoriser ces initiatives, de préférence sur plusieurs années
Des démarches de gestion déjà engagées au niveau local mais devant être concrétisées	Accompagner les propositions de gestion émanant des professionnels, s'inspirer de situations proches sur d'autres zones, développer les échanges entre professionnels de



CONSTATS	BESOINS
	différentes façades ex transposer ce qui se fait déjà avec les bulots en Normandie (Granville) sur la situation de la nasse changeante,
Une diminution du nombre de jours de pêche des chalutiers qui risque de remettre en cause la rentabilité des criées, indispensables pour la structuration de la commercialisation des produits locaux	<ul style="list-style-type: none"> <li>- diversifier les apports sous criée,</li> <li>- regrouper les apports,</li> <li>- tester la vente à distance,</li> <li>- renforcer la prévision des apports et la communication entre les producteurs et les acheteurs, au moins après le second trait de chalut</li> </ul>
Une nécessaire solidarité de fait entre chalutiers et petits métiers : les chalutiers font vivre les criées, mais sans criée, les revenus des petits métiers s'effondreraient	Maintenir les criées sur le territoire
Des espèces méconnues ou mal valorisées localement: anguilles, mulets, capelans ...	Faire connaître les produits (dégustation lors de manifestations festives) Inventer des recettes, Développer des projets locaux pour transformer les espèces méconnues ou insuffisamment valorisées
Manque d'information entre les filières et le grand public	Créer et diffuser des outils de communication présentant la pêche professionnelle, à localiser sur les ports de pêche

### 3. PROJETS IDENTIFIES (contribue à définir les actions à réaliser et les moyens à mobiliser)

Intitulé de l'action : Coopérer sur les modes de gestion des coquillages				
Echelle du projet	Répond à quels besoins	Partenaires pressentis	Calendrier / Etat d'avancement /	Coût estimé
Locale et nationale	Mieux gérer les pêcheries de coquillages (coquille Saint Jacques, Palourdes, Bulots) en s'inspirant de modes de gestion mis en place par des professionnels sur d'autres sites (Bretagne, Arcachon, Normandie) Organiser des rencontres et des échanges d'expériences	Représentants professionnels d'autres façades maritimes, organismes techniques français, organisations professionnelles locales	en cours	

Intitulé de l'action : Faire reconnaître les modes de gestion locaux (ex. anguille)				
Echelle du projet	Répond à quels besoins	Partenaires pressentis	Calendrier / Etat d'avancement /	Coût estimé
régionale	Améliorer l'image des pêcheurs et leur implication dans la pêche durable (ex. certification sur l'anguille)	CRPMEM LR (porteur)	En cours	

<b>Intitulé de l'action : Relâcher des palourdes dans la lagune de Thau</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement /</i>	<i>Coût estimé</i>
locale	Conforter la pêche de palourdes sur Thau : Achter des petites palourdes à des écloseurs (en l'occurrence espagnols), les pré grossir et les relâcher sur des zones définies par et avec les professionnels	Organisations professionnelles, Écloseurs Conchyliculteurs Collectivités locales	En cours	

<b>Intitulé de l'action : Mieux connaître les données de production locales</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement /</i>	<i>Coût estimé</i>
locale	Disposer de données précises sur le nombre de pêcheurs ciblant certaines espèces (ex. anguilles, palourdes ...)	Organisations professionnelles		

<b>Intitulé de l'action : Valoriser des produits méconnus du consommateur (ex anguille, nasse changeante...)</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement /</i>	<i>Coût estimé</i>
Régionale	Diversifier les revenus des professionnels, faire connaître au public de nouveaux produits, les valoriser au cours de manifestations organisées sur le territoire : spécifiques (ex. fête de l'anguille) ou intégrant d'autres produits Renforcer la collaboration avec des transformateurs locaux ou créer des petits ateliers de valorisation (ex fumaison)	Professionnels, intercommunalités	En cours	

<b>Intitulé de l'action : Modifier le statut juridique des professionnels de la pêche pour faciliter leur diversification</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement /</i>	<i>Coût estimé</i>
Nationale	Permettre aux professionnels de diversifier leurs activités vers l'accueil de public, mais aussi la vente, la transformation de produits ...	Toutes organisations professionnelles nationales	idée	

<b>Intitulé de l'action : Communication à destination du grand public sur les ports de pêche et les points de débarquement</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement /</i>	<i>Coût estimé</i>
Régionale	Informier le grand public sur les pratiques de pêche, expliquer l'utilité des objets présents sur les quais	Organisations professionnelles Collectivités gestionnaires de ports	Idée ...	

#### **4. IMPLICATION DANS UNE APPROCHE TERRITORIALE (ancien axe 4, autre démarche locale,)**

<b>Intitulé de l'action</b>	<b>Partenaires</b>	<b>Expérience ressentie</b>	<b>Améliorations nécessaires</b>
Groupes de travail axe 4 du FEP pour les deux groupes du Languedoc-Roussillon	Tous les partenaires de l'axe 4 du FEP en Région		
Communication sur les lieux de vente directe	Organisations professionnelles, collectivités locales		

#### **5. ATTENTES PAR RAPPORT À LA FUTURE STRATEGIE DLAL**

- recenser les demandes issues directement des professionnels,
- accompagner les projets en proposant des financements et du réseau
- mobiliser les collectivités locales le plus en amont possible des projets
- redonner la main aux acteurs des territoires littoraux

#### **6. IMPLICATION DANS LE FUTUR GALPA**

<b>FONCTION</b>	<b>X / O</b>	<b>Intérêt pour l'acteur</b>	<b>Besoins identifiés par rapport au fonctionnement du programme</b>
<i>Porteur de projet (maitrise d'ouvrage)</i>	O ?		
<i>Partenaire technique d'un projet</i>	O		
<i>Animation / passeur d'info / identification de projets d'autres acteurs</i>	O		
<i>Participation au groupe technique (analyse et co-instruction des dossiers)</i>	O		
<i>Participation au Comité de sélection (=pilotage)</i>	N ?		

## Annexe 5 : Faculté de Montpellier – UMR MARBEC

RV le 2 mars 2016

PV validé : O / N

<b>Nom, prénom, fonction</b>	BONNET Delphine, chercheur UMR MARBEC	
<b>Structure</b>	UMR MARBEC, faculté des sciences de Montpellier	
<b>Type d'activité(s)</b>	Recherche scientifique	
<b>Zone géographique d'intervention</b>	Local, national, international	
<b>Coordonnées</b>	Tel : 04-67-14-47-63	Email : delphine.bonnet@umontpellier.fr
<b>Autres personnes à contacter</b>	Juliette FABRE, OSU Nathalie BARRE, pole relais lagunes, tour du Valat	Email : Email :
<b>Documents</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- plaquette Lagunex</li> <li>- publications</li> </ul>	
<b>Partenaires habituels</b>		

### 1. DESCRIPTIF DE L'ACTIVITE

<b>AMONT</b> ( <i>production, environnement ...</i> )	Recherche scientifique
<b>AVAL</b> ( <i>valorisation au sens large, commercialisation...</i> )	
<b>COMMUNICATION</b> ( <i>image de la profession, échanges avec l'extérieur...</i> )	
<b>COOPERATION</b> ( <i>lien avec autres territoires ou filières</i> )	oui
<b>SOCIAL</b> ( <i>emploi, ressources humaines, formation...</i> )	

### 2. CONSTATS et BESOINS IDENTIFIES (contribue à définir les objectifs et les résultats attendus)

CONSTATS	BESOINS
De très nombreux programmes de recherche conduits sur Thau, mais pas de recensement exhaustif ni de stockage des métadonnées liées aux ressources	Organiser la donnée existante
De nombreuses publications scientifiques et de nombreux résultats des recherches	Organiser la connaissance scientifique, la vulgariser auprès des gestionnaires et des usagers (notamment pêcheurs et conchyliculteurs) Travailler à des modes de diffusion conviviaux, des films, faire travailler des étudiants issus de branches scientifiques et de « communicants » pour concevoir des outils « grand public »
Des liens épisodiques entre chercheurs et organisations professionnelles en fonction des projets (ex Lagunex)	Diffuser systématiquement auprès des professionnels les résultats pratiques de programmes de recherche en cours pouvant expliquer des situations existantes,

CONSTATS	BESOINS
	identifier des risques, proposer des modalités de gestion (ex. développement de copépodes hôtes intermédiaires pour des maladies de l'huître plate ...)
Un mas conchylicole expérimental (très bien situé sur le port du Mourre Blanc qui pourrait être utile pour certains programmes de recherche)	Mobiliser le mas expérimental afin de conduire des programmes de recherche appliquée intéressant les professionnels (ex diversification vers l'élevage d'oursins)
Une prolifération de méduses nuisant aux pêcheurs Un programme de recherche en cours sur la fixation des polypes de méduses sur les différents types de substrats	Proposer des explications sur les situations et des pistes pour mieux anticiper / prévenir / gérer les développements de méduses
Une observation des communautés de phyto-et zooplancton depuis les années 1930 jusqu'à aujourd'hui avec des données stockées par l'OSU (OREME)	
Une obligation de diffusion des résultats des programmes de recherche	Disposer d'outils de vulgarisation et de communication autour des publications scientifiques

### 3. PROJETS IDENTIFIES (contribue à définir les actions à réaliser et les moyens à mobiliser)

Intitulé de l'action : réaliser un bilan des ressources biologiques disponibles dans la lagune de Thau et « bancariser » les données				
Echelle du projet	Répond à quels besoins	Partenaires pressentis	Calendrier / Etat d'avancement /	Coût estimé
locale	Recenser tous les projets, toutes les données disponibles en termes de publications, de métadonnées, de données historiques Rencontrer les partenaires (maitres d'ouvrages, scientifiques mobilisés) Se rapprocher de l'OSU pour concevoir une banque de données pouvant être mise à disposition de tous les scientifiques intéressés	Faculté des sciences, Ifremer, OSU, gestionnaires	Idée : 12 à 18 mois de réalisation	80 K€

Intitulé de l'action : analyser ces données pour identifier des indicateurs de charge organique dans la lagune				
Echelle du projet	Répond à quels besoins	Partenaires pressentis	Calendrier / Etat d'avancement /	Coût estimé
locale	Analyser ces données selon des méthodes statistiques et mathématiques afin d'évaluer les ressources (= les proies potentielles pour les bivalves) Montrer les évolutions historiques (depuis plus de 80 ans) et l'évolution des communautés planctoniques Identifier l'évolution des charges organiques pour en déduire des indicateurs de productivité Moyens : un post doctorant co encadré (biologie / statistique)	MARBEC : Ifremer, faculté des sciences, organisations professionnelles, SMBT, Cepalmar	18 mois	

<b>Intitulé de l'action : structurer la communication entre professionnels et scientifiques</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement /</i>	<i>Coût estimé</i>
	Restituer aux acteurs locaux des résultats issus de recherches publiques, communiquer et organiser la vulgarisation	Pole relais Lagune, MARBEC Organisations professionnelles, Cedralmar		

<b>Intitulé de l'action : mobiliser des chercheurs autour de la diversification des espèces élevées</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement /</i>	<i>Coût estimé</i>
Locale	Diversifier les revenus et les espèces élevées : travail sur l'oursin, identification des stades critiques, test sur l'élevage sous les filières Organiser une coopération avec les scientifiques et les structures professionnelles déjà mobilisées sur cette question en PACA	Institut Paul Ricard (élevages d'oursins avec des professionnels de la pêche) MARBEC		

#### **4. IMPLICATION DANS UNE APPROCHE TERRITORIALE (ancien axe 4, autre démarche locale,...)**

--

#### **5. ATTENTES PAR RAPPORT À LA FUTURE STRATEGIE DLAL**

- structurer les liens entre professionnels et chercheurs
- valoriser les résultats de la recherche

#### **6. IMPLICATION DANS LE FUTUR GALPA**

<b>FONCTION</b>	<b>X / O</b>	<b>Intérêt pour l'acteur</b>	<b>Besoins identifiés par rapport au fonctionnement du programme</b>
<i>Porteur de projet (maitrise d'ouvrage)</i>	O		
<i>Partenaire technique d'un projet</i>	O		
<i>Animation / passeur d'info / identification de projets d'autres acteurs</i>	O		
<i>Participation au groupe technique (analyse et co-instruction des dossiers)</i>	O		
<i>Participation au Comité de sélection (=pilotage)</i>	X		

## Annexe 6 : Ville d'Agde – gestionnaire d'AMP

RV le 3 mars 2016

PV validé : O

<b>Nom, prénom, fonction</b>	Renaud Dupuy de la Grandive, Sylvain Blouet	
<b>Structure</b>	Ville d'Agde, Gestion du milieu marin	
<b>Type d'activité(s)</b>	Gestion d'une Aire Marine Protégée	
<b>Zone géographique d'intervention</b>	Commune d'Agde	
<b>Coordonnées</b>	Tel : 04 67 94 62 48	Email : <a href="mailto:renaud.dupuy@ville-agde.fr">renaud.dupuy@ville-agde.fr</a> Email : <a href="mailto:sylvain.blouet@ville-agde.fr">sylvain.blouet@ville-agde.fr</a>
<b>Autres personnes à contacter</b>		Email :
<b>Documents</b>	-	
<b>Partenaires habituels</b>	Prud'homie d'Agde, Criée, Coopérative des patrons pêcheurs d'Agde et du Cap d'Agde, OP du Sud, réseau des Aires Marines Protégées, département, région, CRPMEM.	

### 1. DESCRIPTIF DE L'ACTIVITE

<b>AMONT</b> ( <i>production, environnement ...</i> )	Gestion d'une Aire Marine Protégée (aire marine protégée de la côte agathoise), Réalisation d'outils d'aménagements, suivi scientifique de l'activité de pêche (enquêtes), suivi des aménagements (récifs artificiels), Travail sur la sélectivité des engins
<b>AVAL</b> ( <i>valorisation au sens large, commercialisation...</i> )	
<b>COMMUNICATION</b> ( <i>image de la profession, échanges avec l'extérieur...</i> )	Information sur les métiers et les pratiques de pêche sensibilisation
<b>COOPERATION</b> ( <i>lien avec autres territoires ou filières</i> )	Oui : réseau des Aires Marines Protégées, sud de la Méditerranée
<b>SOCIAL</b> ( <i>emploi, ressources humaines, formation...</i> )	-

### 2. CONSTATS et BESOINS IDENTIFIES (contribue à définir les objectifs et les résultats attendus)

CONSTATS	BESOINS
<p>Agde : importante station touristique</p> <p>Forte concentration d'activités sur le domaine maritime :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- pêche professionnelle : port accueillant plus de 30 petits métiers, 12 chalutiers une criée ouverte à l'accueil du public</li> <li>- port de plaisance important : 3000 anneaux, second port</li> </ul>	<p>Favoriser la cohabitation et le développement durable de toutes les activités déployées sur la bande côtière d'Agde</p>

CONSTATS	BESOINS
régional après Port Camargue - 8 clubs de plongée et des sites remarquables (tables)	
Une importance croissante des AMP sur les littoraux	Associer les professionnels de la pêche à la mise en place et à la gestion des AMPs
Sur Agde, des liens « historiques » entre l'AMP et les pêcheurs (prud'homie, criée) : des pêcheurs professionnels intégrés dans les processus de concertation lors de la création de la zone Natura2000, et dans le comité de pilotage du site	Entretien de la confiance entre pêcheurs et gestionnaire d'AMP en montant des projets concertés et en accompagnant certaines initiatives portées par les professionnels
Suivi scientifique des récifs artificiels immergés sur la commune d'Agde : pêches expérimentales avec les pêcheurs professionnels,	Passer du suivi scientifique à la mise en place de mesures de gestion concrètes des espaces marins, en collaboration étroite avec les structures professionnelles (prud'homie) Ex : cantonnement, réserve,
Des enquêtes régulières sur les débarquements des petits métiers et les techniques pratiquées	Poursuivre ce travail de connaissance de l'activité et d'échange d'informations Stabiliser les revenus des professionnels pour maintenir cette activité sur le littoral agathois
Assurer un soutien dans la lutte contre les filets fantômes	Poursuivre l'appui au retrait des filets perdus
Des projets de communication centrés sur les activités de pêche artisanale : sensibilisation des scolaires, panneaux explicatifs près de la criée,	Renforcer la communication autour des activités de pêche, ciblés sur des publics variés : scolaires, touristes de passage, résidents
Des enquêtes réalisées sur la pêche de loisirs (2012-2014) et une identification de l'intensité de l'activité de plaisance	Créer du lien entre les différentes catégories d'utilisateurs
8 clubs de plongées travaillant régulièrement sur le site des tables	installer des mouillages écologiques pour accéder aux sites de plongée (déjà réalisés) prévoir des sites de « délestage »

### 3. PROJETS IDENTIFIES (contribue à définir les actions à réaliser et les moyens à mobiliser)

Intitulé de l'action : gestion des captures de Murex				
Echelle du projet	Répond à quels besoins	Partenaires pressentis	Calendrier / Etat d'avancement /	Coût estimé
locale	Stabiliser les revenus des pêcheurs petits métiers en évitant les chutes de prix du murex lors de débarquement de trop grands volumes Tester la conservation des murex en bassins et reporter la commercialisation notamment lors des fêtes de fin d'année	Ville Agde, criée du Grau d'Agde, pêcheurs professionnels, SMEL (station marine littorale de Sète)	2016-2017	50 K€



<b>Intitulé de l'action : étude de marché pour la valorisation du Murex</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement /</i>	<i>Coût estimé</i>
Locale nationale	Mieux vendre le Murex, augmenter la valeur ajoutée des débarquements Réaliser une étude de marché identifiant : - quels volumes pour quels marchés, - quel conditionnement optimal - quelle transformation possible : (cuisson)	Ville Agde, criée du Grau d'Agde, pêcheurs professionnels,	2016-2017	50 K€

<b>Intitulé de l'action : Valorisation des oursins de mer</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement /</i>	<i>Coût estimé</i>
Local, façade méditerranéenne	De nombreux oursins en mer, mais souvent vides et de piètre qualité : Identifier la possibilité de les conserver en bassins et de le nourrir (coopération avec institut Paul Ricard)	Ville Agde, criée du Grau d'Agde, pêcheurs professionnels, SMEL		

<b>Intitulé de l'action : communication, sensibilisation autour des techniques de pêche et des produits</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement /</i>	<i>Coût estimé</i>
Local,	Des outils simples pour communiquer sur les étals de vente directe : étiquettes avec le nom des poissons, flyers sur la saisonnalité des captures (poisson de saison) Promouvoir le pescatourisme	Ville Agde, CAHM, criée du Grau d'Agde, pêcheurs professionnels,		

<b>Intitulé de l'action : relier communes littorales et communes de l'arrière pays</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement</i>	<i>Coût estimé</i>
Local	Concevoir des outils de communication pouvant être transférés dans les communes de l'arrière pays pour faire connaître les métiers de la mer Proposer des circuits de visites thématiques intégrant la criée d'Agde Elargir le principe des « paniers poissons coquillages » à des communes plus éloignées du littoral	Ville Agde, CAHM, criée du Grau d'Agde, pêcheurs professionnels,		

<b>Intitulé de l'action : traçabilité des produits de la pêche locale</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement /</i>	<i>Coût estimé</i>
Local,	Traçabilité et information régulière à tous les stades de la filière, jusqu'au consommateur final, au restaurateur ...	Ville Agde, CAHM, criée du Grau d'Agde, pêcheurs professionnels,		

<b>Intitulé de l'action : Sensibiliser les enfants au milieu marin et aux activités traditionnelles</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement /</i>	<i>Coût estimé</i>
Locale (intercommunalités)	Concevoir et proposer des visites et des outils simples d'information à destination des écoles de la CAHM	Ville Agde, CAHM, criée du Grau d'Agde, pêcheurs professionnels,		

<b>Intitulé de l'action : densifier les concessions accueillant des récifs artificiels</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement /</i>	<i>Coût estimé</i>
Local,	Renforcer l'efficacité des récifs artificiels existants en les densifiant et en les optimisant. Réfléchir à des récifs modulaires facilement immergeables et les tester dans les concessions existantes	Ville Agde, CAHM, criée du Grau d'Agde, pêcheurs professionnels,		

<b>Intitulé de l'action : coopérer avec d'autres AMP pour valoriser la gestion par et avec les pêcheurs professionnels</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement /</i>	<i>Coût estimé</i>
Locale nationale	Valoriser les démarches de gestion existantes et les améliorer	Ville Agde,		

#### 4. IMPLICATION DANS UNE APPROCHE TERRITORIALE (ancien axe 4, autre démarche locale,...)

Intitulé de l'action	Partenaires	Expérience ressentie	Améliorations nécessaires
Gestion d'une AMP	autres AMPs, tous usagers du domaine maritime notamment les pêcheurs	Confiance entre les usagers	

#### 5. ATTENTES PAR RAPPORT A LA FUTURE STRATEGIE DLAL

- financements d'actions ciblées autour des pêcheurs professionnels et de la gestion du domaine maritime :
- conduite d'expérimentations précédant des investissements plus conséquents pouvant relever d'autres mesures du FEAMP

#### 6. IMPLICATION DANS LE FUTUR GALPA

FONCTION	X / O	Intérêt pour l'acteur	Besoins identifiés par rapport au fonctionnement du programme
<i>Porteur de projet (maitrise d'ouvrage)</i>	O		
<i>Partenaire technique d'un projet</i>	O		
<i>Animation / passeur d'info / identification de projets d'autres acteurs</i>	O		
<i>Participation au groupe technique (analyse et co-instruction des dossiers)</i>	O		
<i>Participation au Comité de sélection (=pilotage)</i>	O		

## Annexe 7 : Lycée de la Mer Paul Bousquet

RV le 9 mars

PV validé : O

<b>Nom, prénom, fonction</b>	Jean Louis CHARRIAUX, direction pédagogique Sylvie Mimosa	
<b>Structure</b>	Lycée de la Mer Paul Bousquet (Sète)	
<b>Type d'activité(s)</b>	Enseignement professionnel	
<b>Zone géographique d'intervention</b>	Bassin de recrutement pour les CAP : bassin de Thau Pour les autres formations : grand quart sud de la France	
<b>Coordonnées</b>		Email : Jean-Louis.Charriaux@i-carre.net
<b>Autres personnes à contacter</b>	Laurent Arcella Clément Calmettes	Email : mediterranee.coquillages@wanadoo.fr Email : clement.calmettes@wanadoo.fr
<b>Documents</b>	- présentation lycée de la mer	
<b>Partenaires habituels</b>	Région LRMP, organisations professionnelles et professionnels de la pêche et de l'aquaculture, poissons du soleil (entreprise aquacole – M Balma) Ifremer, CIRAD, CPIE, Cepralmar	

### 1. DESCRIPTIF DE L'ACTIVITE

<b>AMONT</b> (production, environnement ...)	BTS maritime Pêche et gestion de l'environnement marin
<b>AVAL</b> (valorisation au sens large, commercialisation...)	Une spécialité en transformation des produits de la mer
<b>COMMUNICATION</b> (image de la profession, échanges avec l'extérieur...)	Lycée est membre du CEPRALMAR, participe aux réunions du CRPMEM, présent à Escale à Sète
<b>COOPERATION</b> (lien avec autres territoires ou filières)	Réseau des 12 lycées maritimes Oui, programme COMENIUS (you are what you eat ),et dans le système ECVET ( European Credit system for Vocational Education and TRAINING) avec France Europea programme QUAMELYA qui permet des échanges d'adultes (formateurs professionnels) et de jeunes en formation, dans plusieurs pays d'Europe
<b>SOCIAL</b> (emploi, ressources humaines, formation...)	Formation professionnelle, initiale et continue et apprentissage

### 2. CONSTATS et BESOINS IDENTIFIES (contribue à définir les objectifs et les résultats attendus)

CONSTATS	BESOINS
Formations disposées : 2 CAP classiques : matelot à la pêche et conchyliculture avec un recrutement très local 4 Bac Pro : plaisance, pêche et gestion de la ressource, électromécanicien, cultures marines (15 à 20 jeunes par promotion)	Un suivi déjà engagé pour identifier le devenir des jeunes mais qui pourrait être renforcé (ex. 95 % d'emploi à 5 ans pour les électromécaniciens ... mais pas toujours dans le monde maritime)

CONSTATS	BESOINS
3 BTS : aquaculture (depuis 2007), machine (électromécanique), pêche et gestion de la ressource (20 à 25 jeunes par promotion)	
Des classes souvent en faible effectif	Besoin d'informer sur les métiers de la mer et de renforcer les moyens de communication existants (ex petits déjeuner de la mer pour sensibiliser les collégiens du département et des missions locaux)
Des modification dans les règlementations existantes (Manille) : une demande administrative de brevets (ex bac pro pour une installation en conchyliculture)	De nouvelles compétences demandées : ex pour un conchyliculteur qui souhaite faire du transport à passager, besoin d'avoir 2 inscriptions (cultures marines et commerce) et besoin de 2 diplômes (dont 1 à valider tous les 5 ans) Donc des opportunités (diversification) mais des contraintes administratives fortes en termes de brevets
Des populations nouvelles dans le lycée : des jeunes avec un bac traditionnel qui refont au lycée de la mer leurs 1ere et terminale pour avoir un brevet maritime de commandement	
De nouvelles formations intégrant des notions de gestion de la ressource	Des liens entre les jeunes et les organisations professionnelles (ex projet Nasses changeantes avec l'OP du Sud – travail sur les modes de transformation alimentaire et sur le suivi des débarquements)
Une crise de la conchyliculture qui a contribué à diminuer fortement le nb de jeunes dans les formations, mais une reprise qui s'annonce	Accompagner les jeunes et les adultes qui souhaitent s'installer dans les professionnels maritimes de pêche et d'aquaculture
Une équipe de professeurs dynamiques, prêts à s'impliquer dans des projets locaux	Des compétences au lycée, à mobiliser en local pour valoriser les produits et les ressources

### 3. PROJETS IDENTIFIES (contribue à définir les actions à réaliser et les moyens à mobiliser)

Intitulé de l'action : Valorisation de la nasse changeante				
Echelle du projet	Répond à quels besoins	Partenaires pressentis	Calendrier / Etat d'avancement /	Coût estimé
Régionale	Mieux valoriser une espèce peu connue, mais dont les débarquements ont récemment fortement augmenté	OP du Sud, pêcheurs professionnels	En cours	

Intitulé de l'action : Relations pêche -aquaculture				
Echelle du projet	Répond à quels besoins	Partenaires pressentis	Calendrier / Etat d'avancement /	Coût estimé
Régionale	- récupération de petits muges, grossissement en bassin, travail sur de la valorisation de la chair (extrudeur) et l'utilisation de restes de pain pour fabriquer des aliments pour les poissons d'aquaculture	CIRAD, CPIE, pêcheurs professionnels	En cours	

<b>Intitulé de l'action : Valorisation de produits peu connus ou connaissance des méventes</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement /</i>	<i>Coût estimé</i>
Régionale	Utiliser les laboratoires et ateliers du lycée pour tester de nouvelles transformations de produits mal valorisés (capelans, grosses huîtres)	Producteurs, criées, CIRAD		

<b>Intitulé de l'action : Amélioration des caractéristiques des navires « petits métiers »</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement /</i>	<i>Coût estimé</i>
Régionale	Le navire du lycée doit être remplacé, ce qui est l'occasion d'une réflexion sur les nouvelles techniques destinées à réduire les coûts énergétiques, améliorer la navigabilité. ;	Chantiers navals locaux, professionnels	En cours (étude de faisabilité)	

<b>Intitulé de l'action : essais d'élevage d'oursins</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement /</i>	<i>Coût estimé</i>
Régionale	Un test peu concluant avait été tenté pour conserver des oursins en bassins et améliorer la couleur des gonades et le taux de remplissage : cela pourrait être repris	Institut océanographique Paul Ricard, professionnels	En cours (étude de faisabilité)	

#### **4. IMPLICATION DANS UNE APPROCHE TERRITORIALE (ancien axe 4, autre démarche locale,...)**

<b>Intitulé de l'action</b>	<b>Partenaires</b>	<b>Expérience ressentie</b>	<b>Améliorations nécessaires</b>
Partenaire de l'axe 4			

#### **5. ATTENTES PAR RAPPORT A LA FUTURE STRATEGIE DLAL**

- financement d'actions nouvelles, fédératrices

-

#### **6. IMPLICATION DANS LE FUTUR GALPA**

<b>FONCTION</b>	<b>X / O</b>	<b>Intérêt pour l'acteur</b>	<b>Besoins identifiés par rapport au fonctionnement du programme</b>
<i>Porteur de projet (maitrise d'ouvrage)</i>	O		
<i>Partenaire technique d'un projet</i>	O		
<i>Animation / passeur d'info / identification de projets d'autres acteurs</i>	O		
<i>Participation au groupe technique (analyse et co-instruction des dossiers)</i>	O		
<i>Participation au Comité de sélection (=pilotage)</i>			

## Annexe 8 : Centre Permanent d'Initiative pour l'Environnement CPIE Bassin de Thau

RV le 21 mars

PV validé : OUI

<b>Nom, prénom, fonction</b>	Emilie VARRAUD, directrice, Adeline RUMPLER, adjointe	
<b>Structure</b>	CPIE Bassin de Thau (Centre Permanent d'Initiative pour l'Environnement)	
<b>Type d'activité(s)</b>	Mise en réseau des acteurs du territoire en vue de promouvoir les métiers, les activités, les milieux, et d'accompagner les projets de ses membres (16 structures)	
<b>Zone géographique d'intervention</b>	Bassin de Thau, lagune d'Ingril,	
<b>Coordonnées</b>		Email : <a href="mailto:a.rumpler@cpiebassindethau.fr">a.rumpler@cpiebassindethau.fr</a> Email : <a href="mailto:e.varraud@cpiebassindethau.fr">e.varraud@cpiebassindethau.fr</a>
<b>Autres personnes à contacter</b>		Email :
<b>Documents</b>	-	
<b>Partenaires habituels</b>	Collectivités locales, organisations professionnelles de la pêche et de la conchyliculture, associations	

### 1. DESCRIPTIF DE L'ACTIVITE

Le CPIE Bassin de Thau est un réseau associatif ancré sur le territoire de Thau qui a pour objet la valorisation, le développement concerté et la promotion des initiatives dans le domaine de l'environnement et du développement durable, abordés de manière globale.

<b>AMONT</b> ( <i>production, environnement ...</i> )	- mise en œuvre d'action visant à gérer les ressources, à observer et protéger l'environnement, à faire connaître les atouts du territoire en termes de biodiversité
<b>AVAL</b> ( <i>valorisation au sens large, commercialisation...</i> )	- valorisation des produits par circuits courts, création d'interfaces entre producteurs et grand public
<b>COMMUNICATION</b> ( <i>image de la profession, échanges avec l'extérieur</i> )	- Animation et sensibilisation du grand public, des scolaires ... - création d'outils de communication (exposition sur l'hippocampe), et de sensibilisation (maquette pêche et conchyliculture) - gestionnaire du label « sites remarquables du gout de la lagune de Thau » (en cours)
<b>COOPERATION</b> ( <i>lien avec autres territoires ou filières</i> )	Oui, avec les autres CPIE, le réseau départemental (COOPERE34) et régionale d'éducation à l'environnement (GRAINE LR) avec les autres sites remarquables du gout
<b>SOCIAL</b> ( <i>emploi, ressources humaines, formation</i> )	- formation à l'accueil du public à destination des socio professionnels Enregistré en tant qu'organisme de formation

### 2. CONSTATS et BESOINS IDENTIFIES (contribue à définir les objectifs et les résultats attendus)

CONSTATS	BESOINS
Une grande diversité de milieux (lagune, zones humides, bande côtière, bassin versant, graus) sur un périmètre restreint et avec une biodiversité exceptionnelle	Faire connaître la richesse et la diversité des différents milieux
Une exceptionnelle variété pour les métiers de la pêche : au large avec les chalutiers et les criées, sur les lagunes, sur la bande côtière ...	Valoriser la variété des produits et des métiers de la pêche

CONSTATS	BESOINS
Une grande diversité d'acteurs sur le territoire mais peu de connaissance réciproque des problématiques de chacun : peu d'interconnexion	Informers les différentes catégories d'acteurs des initiatives des uns et des autres et proposer des interactions autour de projets concrets
Une forte demande du grand public (résidents, touristes) de sensibilisation sur les milieux, les acteurs, le territoire, identifiée notamment lors des enquêtes réalisées en 2015 pour l'Agence de l'Eau dans le cadre de la consultation publique sur l'eau (SDAGE)	Proposer des actions de sensibilisation adaptées aux différents publics
Une forte demande en circuits courts autour des Paniers de Thau, une initiative qui est montée en puissance depuis 2008 (grâce notamment au programme « axe 4 du FEP ») Une demande de la part de Montpellier Métropole de proposer des paniers de poisson et de coquillages sur le territoire de l'agglomération	Rechercher de nouveaux producteurs notamment des pêcheurs, pour répondre à la demande des consommateurs Associer la distribution des paniers à des actions d'information sur les produits et les métiers
Une demande récente du public de participer à des actions en faveur du territoire ex succès de Biolitt, ex. demande exprimée au Parlement de la Mer	Mieux identifier et relayer les initiatives (nombreuses) existant sur le territoire, mieux informer les participants potentiels, qui souhaitent s'investir dans des actions collectives lancer des projets concrets et mobilisateurs ouverts à tous
Une demande des écoles pour de l'animation scolaire mais pas assez de budget	Proposer des animations ciblées pour les écoles du territoire sur les problématiques liées à l'eau et aux métiers halieutiques Disposer d'outils simples d'utilisation, conviviaux, accessibles financièrement pour les écoles
Une réelle identité du territoire et une volonté farouche des habitants de le défendre : un engouement collectif pour valoriser les atouts du territoire. mais une communication qui reste modeste au niveau national	Fédérer les acteurs autour de messages « clés » et consensuels
Deux intercommunalités CCNBT et CABT qui vont prochainement fusionner	Monter des projets concrets et fédérateurs pour apprendre à mieux travailler ensemble
Un programme axe 4 du FEP qui a permis de concrétiser des actions et de créer du lien entre les acteurs du territoire	Continuer et amplifier la démarche engagée dans l'axe 4 du FEP
De nombreuses animations sur le territoire, variées, portées par des acteurs nombreux	Disposer d'une enceinte légitime et reconnue, multi partenariale, pour examiner les initiatives, les fédérer, les relayer

### 3. PROJETS IDENTIFIES (contribue à définir les actions à réaliser et les moyens à mobiliser)

Intitulé de l'action : Création de « packs » agri touristiques				
Echelle du projet	Répond à quels besoins	Partenaires pressentis	Calendrier / Etat d'avancement /	Coût estimé
locale	Rassembler plusieurs filières, notamment agricoles et halieutiques, autour de formations spécialisées, afin de répondre aux besoins des touristes ; engagement de relations avec les agences réceptives du territoire pour adapter la formation à la demande	Chambre d'agriculture, CPIE, collectivités (CABT), agences réceptives	En cours	



<b>Intitulé de l'action : Circuits courts « Paniers de Thau »</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement</i>	<i>Coût estimé</i>
Locale	Renforcer les liens entre consommateurs et producteurs en offrant en circuits courts, une large gamme de produits du territoire notamment poissons et coquillages	CPIE, associations locales, producteurs	En cours	

<b>Intitulé de l'action : Eco gestes</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement</i>	<i>Coût estimé</i>
Locale	Proposer des guides de bonnes pratiques pour les professionnels halieutiques et les plaisanciers, afin d'informer et de responsabiliser chaque utilisateur des milieux littoraux	CPIE, associations locales, tous publics	idée	

<b>Intitulé de l'action : Valoriser le label « sites remarquables du gout »</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement</i>	<i>Coût estimé</i>
Locale	Renforcer les liens avec des produits remarquables d'autres sites, profiter de l'expérience d'autres territoires maritimes ou non, afin de valoriser les produits de la lagune, poissons et coquillages	CPIE, associations locales, CABT, producteurs	idée	

<b>Intitulé de l'action : Malette pédagogique pêche et conchyliculture</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement</i>	<i>Coût estimé</i>
Locale/régionale	Disposer d'outils pédagogiques présentant les métiers halieutiques : l'outil existe mais devrait être adapté pour être distribué dans les écoles, mais aussi sur les sites d'accueil du public (mas de dégustations ...)	CPIE, associations locales, producteurs	En cours (essaimage)	

<b>Intitulé de l'action : Créer du lien entre producteurs et sites culturels du territoire</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement</i>	<i>Coût estimé</i>
Locale	Valoriser conjointement les produits et la gastronomie locale ainsi que les sites patrimoniaux exceptionnels du territoire (abbaye de Valmagne, Villa romaine de Loupian, Musée de l'Etang ...)	CPIE, associations locales, gestionnaires de sites patrimoniaux	idée	

<b>Intitulé de l'action : vers une aquaculture durable</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement /</i>	<i>Coût estimé</i>
Locale	Valoriser des restes de pain pour fabriquer des aliments adaptés à destination de fermes aquacoles	CPIE, CIRAD, aquaculteurs	En cours	

#### **4. IMPLICATION DANS UNE APPROCHE TERRITORIALE (ancien axe 4, autre démarche locale,)**

<b>Intitulé de l'action</b>	<b>Partenaires</b>	<b>Expérience ressentie</b>	<b>Améliorations nécessaires</b>
Partenaire de l'axe 4 du FEP			
Accompagnateur des démarches Agenda 21 de communes du territoire			
Accompagnateur de la DDMarche (en partenariat avec mairie conseil et l'UNCPIE) à destination des collectivités			
Union Régionale des CPIE (animation de la dynamique dans ancienne région avec CPIE causses méridionaux, CPIE de Montpellier)			

#### **5. ATTENTES PAR RAPPORT À LA FUTURE STRATEGIE DLAL**

- prolonger et élargir la démarche partenariale engagée dans le programme axe 4 du FEP
- mobiliser des financements pour réaliser des projets concrets, fédérateurs
- créer une enceinte légitime et reconnue (comité technique, de pilotage...) dans le cadre du DLAL pour échanger de l'information et élaborer des projets communs

#### **6. IMPLICATION DANS LE FUTUR GALPA**

<b>FONCTION</b>	<b>X / O</b>	<b>Intérêt pour l'acteur</b>	<b>Besoins identifiés par rapport au fonctionnement du programme</b>
<i>Porteur de projet (maitrise d'ouvrage)</i>	O		
<i>Partenaire technique d'un projet</i>	O		
<i>Animation / passeur d'info / identification de projets d'autres acteurs</i>	O		
<i>Participation au groupe technique (analyse et co-instruction des dossiers)</i>	O		
<i>Participation au Comité de sélection (=pilotage)</i>	O		

## Annexe 9 : OP SATHOAN Sète

RV le 1 mars 2016

PV validé : OUI

<b>Nom, prénom, fonction</b>	Bertrand Wendling, Directeur, Christine Segorb, adjointe	
<b>Structure</b>	OP SATHOAN, AMOP, VALPEM	
<b>Type d'activité(s)</b>	Commercialisation des produits de la pêche, gestion	
<b>Zone géographique d'intervention</b>	Golfe du Lion	
<b>Coordonnées</b>	Tel :	Email : <a href="mailto:bwen@wanadoo.fr">bwen@wanadoo.fr</a> , sathoan@wanadoo.fr
<b>Autres personnes à contacter</b>		Email :
<b>Documents</b>	Plan de production et de commercialisation (PPC) 2016 Sathoan	
<b>Partenaires habituels</b>		

### 1. DESCRIPTIF DE L'ACTIVITE

<b>AMONT</b> ( <i>production, environnement</i> )	Organisation et gestion de la production
<b>AVAL</b> ( <i>valorisation au sens large, commercialisation</i> )	Commercialisation, gestion des relations entre producteurs et transformateurs
<b>COMMUNICATION</b> ( <i>image de la profession, échanges avec l'extérieur</i> )	Gestion de la marque commerciale 'Thon rouge de ligne »,
<b>COOPERATION</b> ( <i>lien avec autres territoires ou filières</i> )	
<b>SOCIAL</b> ( <i>emploi, ressources humaines, formation</i> )	

### 2. CONSTATS et BESOINS IDENTIFIES (contribue à définir les objectifs et les résultats attendus)

CONSTATS	BESOINS
Une disparition des anchois et sardines de taille commerciale depuis 2008	Comprendre les raisons de cette disparition (en relation étroite avec les scientifiques d'Ifremer)
Une diminution régulière du nombre de navires et des tonnages débarqués	Compenser cette baisse des volumes une augmentation des prix au kilo, une meilleure valorisation de tous les produits
Des initiatives engagées par les OP pour mieux gérer les ressources et mieux valoriser les produits : mais pas de coordination ni au niveau méditerranéen, ni même au niveau local Des <b>labels</b> mis en place ou en cours de structuration pour les <b>produits frais</b> Ex thon rouge de ligne, marque collective ouverte à tous les producteurs	Créer des relais en termes de communication notamment au niveau local <ul style="list-style-type: none"> <li>- sur les démarches de gestion (image du pêcheur)</li> <li>- sur les labels (image du produit)</li> </ul>

CONSTATS	BESOINS
<p><b>Des labels pour des produits élaborés</b> : des liens contractuels déjà établis avec les transformateurs mais qui pourraient être étendus à d'autres produits</p> <p>ex : label rouge sur la soupe de poisson, VALPEM valorisation pêche méditerranéenne Ex IGP en cours pour les Tielles de Sète</p>	Approfondir les relations avec les entreprises de transformation en matière de démarche qualité
Un manque de produits (ex grondins) pour développer les liens avec la transformation mais des espèces peu ou mal valorisées : maquereau, capelans	Engager un travail de fond avec les transformateurs régionaux à petite échelle pour valoriser ces espèces de façon souple et adaptative, y compris hors filière halieutique
Une obligation de débarquement pour les espèces hors taille, déjà en place pour le poisson bleu et à partir de 2017 pour le blanc	Réfléchir à la valorisation de ces produits Pour le moment : engrais
Une pêche très présente en coeur de ville de Sète mais peu valorisée	Informier mieux la population sur les métiers, les produits, expliquer les pratiques, les modes de gestion, la saisonnalité, Créer des lieux de rencontre avec la population (ex Comptoir de la mer)
Des mesures du FEAMP (notamment la 68) qui concernent la transformation et la valorisation	Clarifier la répartition entre les projets qui peuvent émerger au DLAL et ceux qui seront financés par la mesure 68 du FEAMP

### 3. PROJETS IDENTIFIES (contribue à définir les actions à réaliser et les moyens à mobiliser)

Intitulé de l'action : Regrouper les apports sous criée				
Echelle du projet	Répond à quels besoins	Partenaires pressentis	Calendrier / Etat d'avancement /	Coût estimé
locale	Imaginer un système de vente à distance pour faire travailler conjointement les criées de Sète, Agde et Port la Nouvelle, afin de stabiliser les superstructures existantes	Criées de Agde, PLN, EPR Port de Sète, Région, CD 34		

Intitulé de l'action : Comptoir de la mer				
Echelle du projet	Répond à quels besoins	Partenaires pressentis	Calendrier / Etat d'avancement	Coût estimé
locale	Communiquer autour des métiers et de la « maritimité » au travers d'une coopérative de vente de produits variés (alimentaires, vêtements, outils)	EPR, organisations professionnelles, Région,		

<b>Intitulé de l'action : Lien producteurs-transformateurs</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement</i>	<i>Coût estimé</i>
locale	Renforcer les collaborations avec les transformateurs locaux, réfléchir à de nouveaux produits, Elargir le relationnel à des transformateurs d'autres filières de production	EPR, organisations professionnelles, Région,		

<b>Intitulé de l'action : route de la mer</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement</i>	<i>Coût estimé</i>
Locale / régionale	Faire découvrir les métiers et les produits de la mer locaux : <ul style="list-style-type: none"> <li>- mettre en place des circuits thématiques « circuits de la mer »</li> <li>- créer des visuels et des outils de communication performants</li> </ul>	EPR, organisations professionnelles, Région,		

#### **4. IMPLICATION DANS UNE APPROCHE TERRITORIALE (ancien axe 4, autre démarche locale,)**

<b>Intitulé de l'action</b>	<b>Partenaires</b>	<b>Expérience ressentie</b>	<b>Améliorations nécessaires</b>

#### **5. ATTENTES PAR RAPPORT À LA FUTURE STRATEGIE DLAL**

- financement d'actions non éligibles aux autres mesures du FEAMP, notamment en lien avec la communication

-

#### **6. IMPLICATION DANS LE FUTUR GALPA**

<b>FONCTION</b>	<b>X / O</b>	<b>Intérêt pour l'acteur</b>	<b>Besoins identifiés par rapport au fonctionnement du programme</b>
<i>Porteur de projet (maitrise d'ouvrage)</i>			
<i>Partenaire technique d'un projet</i>	O		
<i>Animation / passeur d'info / identification de projets d'autres acteurs</i>	O		
<i>Participation au groupe technique (analyse et co-instruction des dossiers)</i>			
<i>Participation au Comité de sélection (=pilotage)</i>			

## Annexe 10 : Comité Régional des Pêches Maritimes et des Elevages Marins Languedoc-Roussillon

RV le 10 mars

PV validé : OUI

<b>Nom, prénom, fonction</b>	Aurélie Maurette – Chargée de mission Observatoire Thomas Sérazin – Chargé de mission « Pêche et Environnement » Mikaël Tuma – Chargé de mission juridique Christine Prato – Secrétaire-comptable	
<b>Structure</b>	Comité Régional des Pêches Maritimes et des Elevages Marins du LR	
<b>Type d'activité(s)</b>	Organisation professionnelle	
<b>Zone géographique d'intervention</b>	Région Languedoc Roussillon	
<b>Coordonnées</b>	Tel :04.67.74.91.97	Email : crpmem.lr@wanadoo.fr
<b>Autres personnes à contacter</b>		Email :
<b>Documents</b>		
<b>Partenaires habituels</b>	Autres organisations professionnelles (prud'homies, OP), Ifremer, universités collectivités locales (Région, Départements), services de l'Etat, agence des AMP, Agence de l'Eau ...	

### 1. DESCRIPTIF DE L'ACTIVITE

<b>AMONT</b> (production, environnement ...)	Organisation de la profession au niveau régional, Représentation et défense des intérêts des professionnels, Participe à l'élaboration et l'application de la réglementation en matière de gestion des ressources, gestion des droits de pêche (licences, AEP (autorisation européenne de pêche) Participe l'élaboration d'actions économiques et sociales,
<b>AVAL</b> (valorisation au sens large, commercialisation...)	non
<b>COMMUNICATION</b> (image de la profession, échanges avec l'extérieur...)	Oui
<b>COOPERATION</b> (lien avec autres territoires ou filières)	Oui
<b>SOCIAL</b> (emploi, ressources humaines, formation)	oui

## 2. CONSTATS et BESOINS IDENTIFIES (contribue à définir les objectifs et les résultats attendus)

CONSTATS	BESOINS
<p>Vieillessement de la population de pêcheurs du en partie à une vision « pessimiste » du métier : pas d'attrait, difficultés au quotidien, contraintes de financement lors de l'installation</p> <p>Des conflits entre les différentes activités pour l'espace et les ressources mais des opportunités également : Pescatourisme</p>	<p>Proposer une communication à destination des jeunes, notamment dans les collèges</p> <p>Accompagner les professionnels pour identifier de nouvelles potentialités (de type tourisme bleu)</p> <p>Disposer de documents « attractifs » : films, témoignages de professionnels passionnés, pour donner envie de s'engager dans le métier</p> <p>Réfléchir à des soutiens spécifiques pour l'installation de jeunes pêcheurs</p>
<p>Vieillessement de la flotte : des navires anciens notamment chez les petits métiers (moyenne d'âge : 27,5 ans)</p> <p>Arrivée de nouveaux navires d'occasion : des navires notamment chalutiers venus de la façade atlantique (Bretagne)</p>	<p>Réfléchir à un renouvellement de la flotte</p> <p>Un projet de petit navire polyvalent lancé dans le précédent axe 4 du FEP, mais un manque de pistes de financement malgré des demandes répétées de recherche d'ingénierie financière au niveau de la DPMA et du CNPM</p>
<p>Des quotas de thon répartis entre plusieurs catégories de navires ,</p>	<p>Conforter la pêche aux petits métiers, par exemple en favorisant la diversification et la polyvalence dans les techniques employées</p>
<p>Une diminution du nombre de pêcheurs sur les lagunes de Thau et 'Ingril : de 296 en 2010 à 175 en 2016 (pêcheurs d'anguilles, de palourdes)</p>	<p>Qualifier, sérier les difficultés identifiées par les professionnels :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-manque de productivité,</li> <li>- dégradation des fonds (développement de fonds durs et apparition d'algue « tabac »)</li> </ul>
<p>Un renforcement des opérations de communication avec le Cepralmar, le CPIE autour de la valorisation de l'anguille</p>	<p>Rapprocher les producteurs des consommateurs autour des notions de « pêche durable » et de labellisation (ex. anguille)</p>
<p>Une implication croissante des professionnels dans la gestion en milieu marin : mission de l'agence des Aires Marines Protégées pour le CRPM afin d'identifier les zones sensibles nécessitant des mesures de gestion spécifiques</p>	<p>Des enquêtes auprès des pêcheurs pour analyser les risques (impacts sur les milieux Natura 2000) et identifier les mesures déjà mises en place par les prud'homies mais seulement dans la bande côtière : étendre aux lagunes</p>
<p>Une mobilisation autour de la pêcherie d'anguille, qui concerne un grand nombre de professionnels en lagunes :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- programme de recherche action ECOPANG, impliquant des relâchers d'anguilles, des comparatifs de sélectivité d'engins, des mesures de gestion</li> <li>- labellisation S.E.G.</li> </ul>	<p>Valorisation du label SEG, <b>SEG : Sustainable Eel Group</b> = Groupe du Développement Durable de l'Anguille, label européen qui atteste la qualité du travail des pêcheurs</p>
<p>Des conflits entre plaisance et pêche sur la lagune en terme de stationnement de navire et d'épaves</p>	<p>Mieux informer la population sur les métiers et les contraintes induites par les stationnements illégaux</p> <p>Mettre en place des systèmes de collecte d'épaves</p>

### 3. PROJETS IDENTIFIES (contribue à définir les actions à réaliser et les moyens à mobiliser)

<b>Intitulé de l'action : Promotion de métiers de la mer</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement /</i>	<i>Coût estimé</i>
Régionale ou plus	Concevoir des outils de communication à destination des jeunes des collèges, en lien avec le lycée de la mer, pour les attirer vers les métiers de la pêche Développer la consommation de produits de la mer chez les jeunes (recettes, concours ...)	Lycée de la mer, professionnels		

<b>Intitulé de l'action : Sélectivité des engins</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement /</i>	<i>Coût estimé</i>
Régionale	Tester de nouveaux engins plus sélectifs notamment sur les zones sensibles (Natura 2000)	Organisations professionnelles		

<b>Intitulé de l'action : Gestion des pêcheries</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement /</i>	<i>Coût estimé</i>
régionale	Mieux gérer les ressources, valoriser les initiatives des professionnels : les faire connaître, les expliquer au plus grand nombre	Professionnels, prud'homies, presse,		

<b>Intitulé de l'action : Surveillance des zones lagunaires</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement /</i>	<i>Coût estimé</i>
locale	Limiter le braconnage sur certains sites de Thau : réfléchir à la mise en place d'une « brigade bleue »	Organisations professionnelles, collectivités		



<b>Intitulé de l'action : Amélioration des connaissances sur les fonds de Thau</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement /</i>	<i>Coût estimé</i>
locale	Rechercher des explications aux modifications des fonds de la lagune de Thau (durcissement)	Organisations professionnelles, collectivités		

#### **4. IMPLICATION DANS UNE APPROCHE TERRITORIALE (ancien axe 4, autre démarche locale,)**

<b>Intitulé de l'action</b>	<b>Partenaires</b>	<b>Expérience ressentie</b>	<b>Améliorations nécessaires</b>
Participation à l'axe 4 du FEP : portage du projet « petit navire polyvalent »	Professionnels régionaux et bretons, pole mer	Intéressant	Aller plus loin dans l'ingénierie financière

#### **5. ATTENTES PAR RAPPORT A LA FUTURE STRATEGIE DLAL**

- financements d'opérations originales, qui ne pourraient pas être financées par ailleurs
- mise en pace d'une dynamique locale avec les collectivités
- échanges d'expériences avec d'autres groupes

#### **6. IMPLICATION DANS LE FUTUR GALPA**

<b>FONCTION</b>	<b>X / O</b>	<b>Intérêt pour l'acteur</b>	<b>Besoins identifiés par rapport au fonctionnement du programme</b>
<i>Porteur de projet (maitrise d'ouvrage)</i>	O		
<i>Partenaire technique d'un projet</i>	O		
<i>Animation / passeur d'info / identification de projets d'autres acteurs</i>	O		
<i>Participation au groupe technique (analyse et co-instruction des dossiers)</i>	?		
<i>Participation au Comité de sélection (=pilotage)</i>	?		

## Annexe 11 : Entreprise conchylicole MédiThau (production – négoce)

RV le 22 mars

PV validé : OUI

<b>Nom, prénom, fonction</b>	THIBAUT Jean Jacques, secrétaire général, chargé recherche et développement	
<b>Structure</b>	Entreprise MEDITHAU	
<b>Type d'activité(s)</b>	Conchyliculture : élevage, purification et expédition de mollusques bivalves	
<b>Zone géographique d'intervention</b>	Lagune de Thau	
<b>Coordonnées</b>	04 67 77 73 38- 06 87 53 67 04	Email : jeanjacques@medithau.com
<b>Autres personnes à contacter</b>	Florent TARBOURIECH	Email : florent@medithau.com
<b>Documents</b>	-	
<b>Partenaires habituels</b>	Etat, Région , Institutions, recherche académique, fournisseurs privés	

### 1. DESCRIPTIF DE L'ACTIVITE

<b>AMONT</b> ( <i>production, environnement ...</i> )	Production de coquillages (100 tables sur Thau, 60 filières en mer)
<b>AVAL</b> ( <i>valorisation au sens large, commercialisation...</i> )	Commercialisation de coquillages de Thau et d'autres sites de production
<b>COMMUNICATION</b> ( <i>image de la profession, échanges avec l'extérieur...</i> )	Oui - communication autour de produits phare de l'entreprise : huitre rose, proposition d'extension de la technique d'exondation des huitres
<b>COOPERATION</b> ( <i>lien avec autres territoires ou filières</i> )	Lien naissant avec filière Tourisme, lien avec filière Agro-alimentaire du territoire de Thau et LRMP. Coopération avec Espagne, Italie, Leucate, Maroc, Japon... pour transferts de savoir faire en ostréiculture,
<b>SOCIAL</b> ( <i>emploi, ressources humaines, formation...</i> )	- 48 salariés + CDD, TESA (agricole)

### 2. CONSTATS et BESOINS IDENTIFIES (contribue à définir les objectifs et les résultats attendus)

CONSTATS	BESOINS
Une baisse de la productivité sur Thau observée depuis quelques années induisant notamment une baisse du taux de remplissage des huitres	Mieux comprendre les mécanismes conduisant à ce phénomène, et identifier les tendances à moyen terme Coordonner un effort de recherche très clair et cadré, en relation étroite avec les professionnels
Un SAGE en cours d'approbation	Mieux connaître les pollutions induites par le bassin versant de la lagune de Thau Rechercher des outils pour lutter contre les apports de pesticides herbicides et perturbateurs endocriniens

CONSTATS	BESOINS
Un milieu réceptacle du bassin versant, sensible à de multiples facteurs, indépendants de la profession	Innover vers de nouvelles pratiques pour prendre en compte ces nouveaux risques : mettre en place des expérimentations pilotes (nouvelles bonnes pratiques d'élevage) encadrées scientifiquement
<p>Une baisse des prix sur le standard « huitres de Bouzigues » liée notamment à une récente surproduction des autres bassins</p> <p>Une image assez négative de « Thau comme bassin de production »</p>	<p>Sécuriser les consommateurs résidents et touristes</p> <p>Mieux identifier les huitres de Thau en mettant en place une IGP (à relier à la bonne image de territoire) et un label rouge « d'excellence » sur les huitres exondées</p> <p>Lancer la démarche de façon opérationnelle pour concrétiser des efforts engagés depuis longtemps par l'interprofession, disposer d'une animation auprès de la profession sur ces questions</p>
<p>De relations traditionnelles entre viticulteurs et conchyliculteurs</p> <p>Des agriculteurs ayant des pratiques culturelles très disparates, utilisant encore des produits dangereux pour les milieux</p>	Engager une réflexion dans des groupes de travail techniques avec des professionnels de la viticulture et de l'agriculture et les collectivités locales et offices du tourisme pour mettre en œuvre une politique d'agriculture raisonnée sur le territoire à tendance vers certification AB
Une production de grosses huitres, non régulière, mais qui est très mal valorisée : 0,5 €/kg vers l'Italie	Chercher une valorisation pour les grosses huitres (transformations nouveaux produits selon une approche collective (SYMIRA, Cepralmar).
Une région touristiques, très fréquentée, attractive,	Développer et structure l'agro tourisme autour du tourisme gourmand et gourmet et la découverte des activités conchylicoles
Une demande de diversification de la part des professionnels halieutiques mais des discriminations entre conchyliculteurs et agriculteurs sur les possibilités d'accueil	Clarifier et appliquer la réglementation nationale (agricole) et l'assouplir pour permettre une réelle diversification des activités conchylicoles
De nombreux projets et de nombreux partenaires des filières halieutiques mais des actions dispersées et une information qui a du mal à circuler auprès des professionnels des filières	<p>Mettre en place des groupes de travail techniques, thématiques, associant les filières, l'interprofession, les collectivités ... « task force » : ex. Tourisme, R&amp;D, Commercialisation, Communication...</p> <p>Accompagner de façon rapprochée les petits projets concrets, créant au moins 1 emploi</p>
Un axe 4 du FEP qui a permis des actions intéressantes	Elargir les partenariats mis en place dans l'axe 4 à de nouveaux partenaires, mais aussi à de nouveaux professionnels, qui ne sont pas présents dans les organisations représentatives
De programmes de recherche appliquée mis en place dans le cadre de l'axe 4, notamment Signagen, qui ont identifié des individus résistants	Créer une « souchotheque » d'individus résistants aux maladies récemment apparues et les proposer aux éleveurs
Un programme de recherche financé par l'axe 4 qui a proposé des stimulations des défenses immunitaires des huitres, mais avec une injection huitre à huitre	Expérimenter une stimulation des défenses immunitaires à plus grande échelle (trempage d'huitres ...)
Des idées qui circulent dans la profession mais qui ne vont pas jusqu'à une concrétisation	<p>Recenser toutes les idées, même les plus originales et accompagner les promoteurs en soutenant des « pilotes » et des expérimentations dont les résultats seront largement diffusés (qu'ils soient positifs ou négatifs)</p> <p>Investiguer « tous azimuts »</p>
Des lotissements conchylicoles en mer ouverte quasiment désertés pour cause de prédation de daurade	Chercher à valoriser les lotissements existants en testant des élevages de nouvelles espèces ou en cherchant de nouveaux modèles pour l'élevage de moules

CONSTATS	BESOINS
Une forte demande des consommateurs en moules mais un effondrement de la production depuis la disparition quasi complète des élevages en mer (demande de plus de 5000 tonnes/an)	Rechercher dans d'autres pays des initiatives qui ont permis de lutter contre la prédation des daurades
Des professions halieutiques qui se plaignent souvent des difficultés et de la baisse de leurs effectifs	Présenter une filière proactive, regroupée, qui a des idées pour son avenir ; communiquer sur le dynamisme des professions halieutiques vers la Croissance Bleue

### 3. PROJETS IDENTIFIES (contribue à définir les actions à réaliser et les moyens à mobiliser)

Intitulé de l'action : « souchothèque » d'huîtres résistantes				
Echelle du projet	Répond à quels besoins	Partenaires pressentis	Calendrier / Etat d'avancement	Coût estimé
Locale, nationale	Sélectionner des souches résistantes, Augmenter la variabilité génétique des huitres élevées, diminuer les risques de maladies	Interprofession, organismes scientifiques, Cépralmar	En cours	

Intitulé de l'action : mise en place de groupe de travail technique « Task force »				
Echelle du projet	Répond à quels besoins	Partenaires pressentis	Calendrier / Etat d'avancement	Coût estimé
locale	Mobiliser la réflexion des partenaires du territoire autour d'idées novatrices, accompagner des porteurs de projets locaux			

Intitulé de l'action : Proposition juridique sur le statut des conchyliculteurs				
Echelle du projet	Répond à quels besoins	Partenaires pressentis	Calendrier / Etat d'avancement	Coût estimé
Locale puis nationale	Permettre la diversification des producteurs vers des activités d'agritourisme, rapprocher les conchyliculteurs des initiatives lancées en agriculture	Interprofession, collectivités locales,		

Intitulé de l'action : relancer l'élevage de moules notamment en mer ouverte				
Echelle du projet	Répond à quels besoins	Partenaires pressentis	Calendrier / Etat d'avancement	Coût estimé
locale	Répondre à la demande des consommateurs en moules : utiliser les lotissements existants en mer, rechercher des moyens de lutte contre la prédation des daurades	Interprofession, Cépralmar, organismes de recherche		

#### 4. IMPLICATION DANS UNE APPROCHE TERRITORIALE (ancien axe 4, autre démarche locale,...)

Intitulé de l'action	Partenaires	Expérience ressentie	Améliorations nécessaires

#### 5. ATTENTES PAR RAPPORT A LA FUTURE STRATEGIE DLAL

- des groupes de travail techniques
- un soutien à l'innovation

#### 6. IMPLICATION DANS LE FUTUR GALPA

FONCTION	X / O	Intérêt pour l'acteur	Besoins identifiés par rapport au fonctionnement du programme
<i>Porteur de projet (maitrise d'ouvrage)</i>	O		
<i>Partenaire technique d'un projet</i>	O		
<i>Animation / passeur d'info / identification de projets d'autres acteurs</i>	O		
<i>Participation au groupe technique (analyse et co-instruction des dossiers)</i>	?		
<i>Participation au Comité de sélection (=pilotage)</i>	?		

## Annexe 12 : Entreprise de tourisme (Agence réceptive – McGee)

RV le 23 mars

PV validé : OUI

<b>Nom, prénom, fonction</b>	McGee Nancy, Travel advisor	
<b>Structure</b>	Agence réceptive	
<b>Type d'activité(s)</b>	Organisation de visites pour touristes étrangers,	
<b>Zone géographique d'intervention</b>	Bassin de Thau	
<b>Coordonnées</b>		Email : nancy@southernfranceluxury.com
<b>Autres personnes à contacter</b>		Email :
<b>Documents</b>	-	
<b>Partenaires habituels</b>		

### 1. DESCRIPTIF DE L'ACTIVITE

<b>AMONT</b> (production, environnement ...)	
<b>AVAL</b> (valorisation au sens large, commercialisation...)	
<b>COMMUNICATION</b> (image de la profession, échanges avec l'extérieur...)	Oui, organisation touristique, communication sur les atouts et les originalités du Bassin de Thau
<b>COOPERATION</b> (lien avec autres territoires ou filières)	
<b>SOCIAL</b> (emploi, ressources humaines, formation...)	-

### 2. CONSTATS et BESOINS IDENTIFIES (contribue à définir les objectifs et les résultats attendus)

CONSTATS	BESOINS
Une évolution récente des sites du sud de la France privilégiés par les touristes étrangers : les sites PACA et notamment la Provence sont bien équipés mais saturés De nouvelles destinations sont recherchées, toujours dans le sud de la France, mais avec moins de monde, et une illusion « d'aventure exceptionnelle »	Anticiper les arrivées de touristes étrangers aisés, cherchant des sites originaux, avec des spécificités françaises (gastronomie, paysages)
Un redéploiement du tourisme « haut de gamme » autour de Sète : un gros potentiel de développement mais un territoire totalement sous équipé, sans personnel au fait de ces besoins nouveaux	Contribuer au développement du tourisme Engager une communication ciblée vers le tourisme étranger haut de gamme, de la part des pouvoirs publics

CONSTATS	BESOINS
Très peu de professionnels du tourisme étranger localement : manque de prestataires (véhicules avec chauffeurs, hôtel 4 étoiles, école de cuisine...)	Un besoin de formation de tous les acteurs concernés par le tourisme, notamment en anglais (formation à dispenser par les CCI en cours de discussion)
Manque d'infrastructures permettant l'accueil d'un pôle touristique et de business sur le territoire, pouvant recevoir des séminaires importants	Envisager à moyen terme des constructions adaptées au « tourisme de business »
Des produits excellents, des restaurants « typiques », mais pas de cartes en anglais !	Besoin d'adapter les prestations aux étrangers ne parlant pas français
Des touristes étrangers charmés par ce qu'ils trouvent autour du bassin de Thau : visites et dégustations de produits de la mer, ambiance de port de pêche ...	Pouvoir capter cette clientèle en communiquant à l'international de façon ciblée, proposer des outils de communication multilingues
Une communication encore trop institutionnelle et vieillotte alors que l'info passe maintenant par les blogs et les réseaux sociaux	Adapter la communication aux moyens modernes d'échange induire une veille sur les besoins touristiques nouveaux

### 3. PROJETS IDENTIFIES (contribue à définir les actions à réaliser et les moyens à mobiliser)

Intitulé de l'action : Former à l'accueil de touristes étrangers				
Echelle projet	Répond à quels besoins	Partenaires pressentis	Calendrier / Etat d'avancement	Coût estimé
	Promouvoir le territoire au travers d'un tourisme de qualité, haut de gamme et former du personnel adapté à cette nouvelle clientèle	CCI, collectivités, interprofessions		

Intitulé de l'action : Communiquer en plusieurs langues				
Echelle projet	Répond à quels besoins	Partenaires pressentis	Calendrier / Etat d'avancement	Coût estimé
Locale	Traduire les cartes des restaurants, les documents de communication générique Favoriser la formation en langue des personnels à l'interface avec les touristes étrangers	CCI, collectivités, interprofessions		

Intitulé de l'action : Veille sur le net et alimentation sélective de forums				
Echelle du projet	Répond à quels besoins	Partenaires pressentis	Calendrier / Etat d'avancement	Coût estimé
	Identifier les touristes que l'on veut capter sur le territoire (typologie, cœur de cible) Identifier les besoins de ces étrangers en recherche de destinations de vacances par une veille sur le net et une dissémination ciblée d'information (photos, articles) sur des forums spécialisés	CCI, collectivités, interprofessions, blogueurs		

	Inviter les blogueurs de référence, dont les réseaux sont nombreux, pour qu'ils relaient rapidement des infos sur la destination « Bassin de Thau »			
--	---	--	--	--

#### 4. IMPLICATION DANS UNE APPROCHE TERRITORIALE (ancien axe 4, autre démarche locale,...)

Intitulé de l'action	Partenaires	Expérience ressentie	Améliorations nécessaires

#### 5. ATTENTES PAR RAPPORT A LA FUTURE STRATEGIE DLAL

- capter de nouvelles opportunités touristiques
- faciliter l'accueil de touristes étrangers non francophones

#### 6. IMPLICATION DANS LE FUTUR GALPA

FONCTION	X / O	Intérêt pour l'acteur	Besoins identifiés par rapport au fonctionnement du programme
<i>Porteur de projet (maitrise d'ouvrage)</i>	O		
<i>Partenaire technique d'un projet</i>	O		
<i>Animation / passeur d'info / identification de projets d'autres acteurs</i>	O		
<i>Participation au groupe technique (analyse et co-instruction des dossiers)</i>			
<i>Participation au Comité de sélection (=pilotage)</i>			



## Annexe 13 : CABT Thau Agglo

RV le 16 mars

PV validé : O / N

<b>Nom, prénom, fonction</b>	Karine WAWRINOW, Sandrine SALIVA	
<b>Structure</b>	CABT communauté d'agglomération du bassin de Thau (=Thau Agglo)	
<b>Type d'activité(s)</b>	Service : Développement économique	
<b>Zone géographique d'intervention</b>	8 communes de Thau Agglo	
<b>Coordonnées</b>	Tel :	Email : <a href="mailto:k.wawrynow@thau-agglo.fr">k.wawrynow@thau-agglo.fr</a> Email : <a href="mailto:s.saliva@thau-agglo.fr">s.saliva@thau-agglo.fr</a>
<b>Autres personnes à contacter</b>	Pierre LARY, office du tourisme de Balaruc les bains Carole FORESTIER, animatrice du dispositif « prêts à taux zéro »	Email :
<b>Documents</b>		
<b>Partenaires habituels</b>		

### 1. DESCRIPTIF DE L'ACTIVITE

<b>AMONT</b> ( <i>production, environnement</i> )	Accompagnement direct des producteurs pour leur installation : prêts à taux zéro
<b>AVAL</b> ( <i>valorisation au sens large, commercialisation</i> )	Organisation de manifestations destinées à favoriser la commercialisation et la valorisation des produits locaux (ex. festivals, journées thématiques par ex de l'oursin, présence sur des salons ...)
<b>COMMUNICATION</b> ( <i>image de la profession, échanges avec l'extérieur</i> )	Réalisation de films et de supports destinés à valoriser les produits et le territoire, ex applications sur Smartphones proposant des promenades sur le territoire
<b>COOPERATION</b> ( <i>lien avec autres territoires ou filières</i> )	oui
<b>SOCIAL</b> ( <i>emploi, ressources humaines, formation</i> )	Co organisation de formations « multi filières » avec la chambre d'agriculture

### 2. CONSTATS et BESOINS IDENTIFIES (contribue à définir les objectifs et les résultats attendus)

CONSTATS	BESOINS
Un territoire marqué par ses productions de vin, coquillages, poisson et par un lien traditionnel entre viticulteurs et conchyliculteurs (nb de producteurs de coquillages étaient initialement viticulteurs)	Privilégier les actions en faveur de l'association produits de la mer et du vin
Les professionnels des différentes filières sont de plus en plus conscients qu'ils ne sont pas seuls sur le territoire : ils tiennent compte des autres partenaires dans leurs choix, identifient les opportunités de collaboration, appréhendent	Poursuivre des actions allant dans le sens d'une meilleure connaissance réciproque des acteurs économiques du territoire (rencontres, discussions, animations)

CONSTATS	BESOINS
mieux la notion de « territoire »	partenariales...)
Des évènements qui fédèrent des personnes appartenant à des filières différentes ex. Formations organisées par Thau Agglo et la chambre d'agriculture à destination de groupes composés d'agriculteurs, de conchyliculteurs, de restaurateurs, d'hébergeurs ex. binômes entre viticulteurs et conchyliculteurs pour l'immersion de vin dans la lagune	Renforcer le nombre et la qualité des évènements fédérateurs autour des filières Encourager les acteurs économiques à « faire rêver » en parlant de leurs filières et de leurs produits : leur donner les outils pour mieux accueillir le public
Des relations à construire entre les produits et les manifestations culturelles ex. Festival oeno vidéo en mai à Frontignan	Proposer des animations et des manifestations associant produits du terroir et culture
Vignobles et découvertes : un dossier de renouvellement du label en cours	Renforcer les liens entre les producteurs des différentes filières, Renforcer les liens entre producteurs et restaurateurs
Un film réalisé « paroles d'acteurs du Pays de Thau » mais qui n'a pas été valorisé auprès des acteurs locaux	Recenser les outils de communication existants, les faire connaître, les valoriser,
Une organisation de l'accueil touristique qui passe depuis 2013 par un agrément « d'agence réceptive » : 3 agences autour de Sète à ce jour	Renforcer les liens entre le territoire et les agences réceptives, chargées de proposer des « packages » aux touristes de passage (croisiéristes, autocaristes ...)
Une station thermale importante drainant plus de 45000 curistes par an, 1ere station thermale de France	Développer les liens entre les curistes de passage et le territoire, attirer ce public « captif » vers les spécificités locales en matière gastronomique et culturelle
Renouvellement de la population des conchyliculteurs : de plus en plus de jeunes venus d'autres horizons s'installent ex. 10 installations soutenues par les prêts à taux zéro CABT	S'appuyer dans les futurs projets, sur les jeunes qui viennent de s'installer autour de Thau et les accompagner dans leurs idées novatrices Poursuivre la politique des prêts à taux zéro pour les jeunes conchyliculteurs (inscrits à la MSA)
Des individus et des entreprises qui vivent cachés, ne sont pas présents dans les structures officielles professionnelles, mais sont créatifs	Repérer des individus ayant la passion de leur métier, des idées, et les associer aux réflexions sur les initiatives territoriales et aux manifestations présentant les métiers du Thau
Un déficit de personnes qui parlent anglais sur le territoire, ce qui complique la relation avec les touristes étrangers	Organiser des formations spécifiques en anglais « d'accueil »
Un problème de notoriété de l'huître malgré des initiatives comme l'huître exondée. La « Bouzigues » est souvent un produit d'appel sur les étals	Renforcer l'image de qualité des huîtres de Thau, notamment par des labellisations Disposer de vraies données de production, en routine

### 3. PROJETS IDENTIFIES (contribue à définir les actions à réaliser et les moyens à mobiliser)

<b>Intitulé de l'action : Faire monter en gamme les services sur le territoire, identifier des mas conchylicoles -tests</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement /</i>	<i>Coût estimé</i>
locale	<p>Mettre en avant les projets individuels et collectifs qui proposent des initiatives et des services tendant vers le « haut de gamme »</p> <p>Tester quelques actions clés sur quelques entreprises :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- nettoyer les abords des mas</li> <li>- faciliter (ou créer) des accès</li> <li>- disposer de produits de qualité</li> <li>- parler anglais et avoir un réel accueil du public dans les mas</li> <li>- signer des chartes ou engagements individuels</li> </ul>	Collectivités locales, acteurs économiques du territoire		

<b>Intitulé de l'action : repérer les acteurs économiques « cryptiques »</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement</i>	<i>Coût estimé</i>
locale	<p>Appuyer les initiatives territoriales sur un panel de producteurs passionnés, souvent trop discrets : conduire des enquêtes sur les ports pour identifier les personnes nouvelles à associer aux actions sur le territoire</p> <p>ex. enquête socio économique conchylicole en cours (Cepralmar, SMBT)</p>	Cepralmar, faculté de Montpellier, producteurs, SMBT	En cours	

<b>Intitulé de l'action : renforcer les liens entre restaurateurs et producteurs locaux</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement /</i>	<i>Coût estimé</i>
locale	Favoriser l'approvisionnement des restaurateurs avec les produits locaux, vins et produits de la mer	Producteurs de vins et de coquillage, restaurateurs, collectivités locales		

<b>Intitulé de l'action : Réactiver les sites remarquables du gout</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement</i>	<i>Coût estimé</i>
locale	Disposer d'un label de notoriété pour les produits de la mer, générique, qui a été déposé mais n'a pas été alimenté en actions	Collectivités locales, acteurs économiques, CPIE		

<b>Intitulé de l'action : Créer un concept d'animation transposable</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier /avancement</i>	<i>Coût estimé</i>
locale	Disposer sur toutes les manifestations agri touristiques d'une animation « chapeau » déclinable en fonction de la saisonnalité des produits de la mer Sélectionner 2 ou 3 produits phares à faire connaître par les résidents et à valoriser au niveau local (ex oursins, anguille)	Collectivités locales, acteurs économiques, Cepralmar		

<b>Intitulé de l'action : Vente de produits en ligne – marché virtuel « click and collect »</b>				
<i>Echelle projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier /avancement</i>	<i>Coût estimé</i>
locale	Réaliser un test grandeur nature de site marchand , sous forme de marché virtuel, sur le principe des paniers AMAP (ou paniers de Thau) avec de nouveaux producteurs Réfléchir à un groupement d'employeurs pour gérer la réalisation des paniers et la livraison	CABT, producteurs locaux, CPIE		50 K€

#### **4. IMPLICATION DANS UNE APPROCHE TERRITORIALE (ancien axe 4, autre démarche locale,)**

<b>Intitulé de l'action</b>	<b>Partenaires</b>	<b>Expérience ressentie</b>	<b>Améliorations nécessaires</b>
Axe 4 du FEP			
Promotion du territoire de la CABT			

#### **5. ATTENTES PAR RAPPORT À LA FUTURE STRATEGIE DLAL**

- repérer de nouveaux acteurs économiques du territoire (entrepreneurs, producteurs ...), leur donner la parole et les accompagner dans leurs projets,
  - ouvrir le territoire à de nouvelles représentations professionnels, plus jeunes, plus enclines à changer les choses
  - retenir les projets individuels contrairement à l'axe 4 qui les avait exclus d'emblée
  - besoin d'avoir une animation forte de ce programme et une forte présence sur le terrain
  - besoin d'aider les acteurs locaux à monter les projets et pas seulement à informer sur les possibilités
- un objectif pour le DLAL : mettre en avant des projets individuels ou collectifs qui ont monter en gamme le territoire

#### **6. IMPLICATION DANS LE FUTUR GALPA**

<b>FONCTION</b>	<b>X / O</b>	<b>Intérêt pour l'acteur</b>	<b>Besoins identifiés par rapport au fonctionnement du programme</b>
<i>Porteur de projet (maitrise d'ouvrage)</i>	O		
<i>Partenaire technique d'un projet</i>	O		
<i>Animation / passeur d'info / identification de projets d'autres acteurs</i>	O		
<i>Participation au groupe technique (analyse et co-instruction des dossiers)</i>	O		
<i>Participation au Comité de sélection (=pilotage)</i>	P		

## Annexe 14 : CCNBT Office du Tourisme

RV le 18 mars

PV validé : O / N

<b>Nom, prénom, fonction</b>	Christine SLAVINSKY, directrice	
<b>Structure</b>	Office du tourisme de la CCNBT	
<b>Type d'activité(s)</b>	Accompagner les projets touristiques, communiquer sur le territoire de la CCNBT	
<b>Zone géographique d'intervention</b>	6 communes de la CCNBT	
<b>Coordonnées</b>	Tel :	Email : direction@tourisme-nordbassindethau.fr
<b>Autres personnes à contacter</b>		Email :
<b>Documents</b>		
<b>Partenaires habituels</b>	Collectivités locales, producteurs, hébergeurs, touristes	

### 1. DESCRIPTIF DE L'ACTIVITE

<b>AMONT</b> ( <i>production, environnement ...</i> )	Accompagnement des projets des producteurs sur l'accueil de public
<b>AVAL</b> ( <i>valorisation au sens large, commercialisation...</i> )	
<b>COMMUNICATION</b> ( <i>image de la profession, échanges avec l'extérieur...</i> )	Promotion des produits et des métiers, Organisation de la communication institutionnelle sur les atouts du territoire Nord Bassin de Thau
<b>COOPERATION</b> ( <i>lien avec autres territoires ou filières</i> )	Relations avec d'autres offices du tourisme (Arcachon, Corse ...)
<b>SOCIAL</b> ( <i>emploi, ressources humaines, formation...</i> )	

### 2. CONSTATS et BESOINS IDENTIFIES (contribue à définir les objectifs et les résultats attendus)

CONSTATS	BESOINS
Des disparités fortes entre le nord et le sud du bassin de Thau en termes de fréquentation touristique ; Les touristes recherchent au nord du bassin de Thau (surtout hors saison estivale) : calme, authenticité, qualité de l'accueil, des produits, des hébergements	Sécuriser les touristes quant à leur demande de qualité des services et des produits
Pas de notoriété du territoire : pour le moment, de nombreux touristes arrivent autour de Thau « par hasard »	Mieux communiquer sur la destination « Thau »
Une affluence principalement en été mais une réelle importance des « demi saisons » : avril-juin et septembre-fin novembre	Différencier les propositions « touristiques » en fonction de la saison et du TPE de fréquentation
Des touristes sensibles à la nature, à l'environnement mais	Apporter de la vigilance aux aménagements ... notamment

CONSTATS	BESOINS
aussi aux aménagements des abords de la lagune	aux abords des mas conchylicoles
Une modification de la population résidentielle : des personnes plus aisées viennent s'installer sur le territoire et ont une plus grande exigence vis à vis des produits et des services	Concevoir des propositions touristiques à destination des nouveaux résidents
Des labellisations de plus en plus demandées par les touristes : une forte augmentation du nombre d'établissements labellisés, notamment pour l'hébergement	Miser sur la qualité et la labellisation, notamment pour l'accueil dans les mas, la restauration ...
Une forte demande d'authenticité et de rencontre avec des producteurs, notamment conchylicoles, mais de grandes difficultés d'accès aux zones de production et de stationnement	Améliorer l'accès aux mas de dégustation (routes, stationnement) et la signalétique
Peu de contact à ce jour entre l'office du tourisme et les conchyliculteurs	Besoin de communiquer autour de ce que peut proposer l'office du tourisme et de (re)créer du lien direct avec les producteurs
Une demande des conchyliculteurs pour faire du Pesca tourisme et embarquer des touristes sur leurs barges mais un problème de législation qui semble interdire cette pratique	Réfléchir à la faisabilité d'emmener des touristes sur des navires conchylicoles

### 3. PROJETS IDENTIFIES (contribue à définir les actions à réaliser et les moyens à mobiliser)

Intitulé de l'action : Qualification des services proposés sur le territoire				
Echelle du projet	Répond à quels besoins	Partenaires pressentis	Calendrier / Etat d'avancement /	Coût estimé
CCNBT	Donner confiance aux visiteurs en proposant des services labellisés (hébergement, accueil, restauration)	Collectivités locales, hébergeurs, restaurateurs, producteurs	En cours	

Intitulé de l'action : Diversifier la clientèle venant en villégiature autour de Thau				
Echelle du projet	Répond à quels besoins	Partenaires pressentis	Calendrier / Etat d'avancement /	Coût estimé
locale	Proposer des services et des produits de haut de gamme, pour attirer une clientèle disposant de fort pouvoir d'achat	Collectivités locales, partenaires économiques du territoire		

Intitulé de l'action : Engager des coopérations avec Arcachon et Marennes Oléron				
Echelle du projet	Répond à quels besoins	Partenaires pressentis	Calendrier / Etat d'avancement /	Coût estimé
	S'inspirer de démarches déjà existantes (route de l'huître d'Arcachon, maison de l'huître ...) pour mettre en place une communication et une signalétique centrées sur les produits de la lagune de Thau	Collectivités locales, partenaires économiques du territoire		

<b>Intitulé de l'action : Construire un outil de communication fédérateur</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement /</i>	<i>Coût estimé</i>
	Rassembler tous les partenaires autour d'un visuel et de messages clairs sur le territoire de Thau et ses producteurs	Collectivités locales, partenaires économiques du territoire		

<b>Intitulé de l'action : Etude juridique sur les possibilités de diversification pour les conchyliculteurs</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement /</i>	<i>Coût estimé</i>
Locale	Proposer des services aux touristes désireux de mieux connaître le territoire et ses producteurs	Collectivités locales, conchyliculteurs		

<b>Intitulé de l'action : Créer une maison de terroir (= de produits régionaux)</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement /</i>	<i>Coût estimé</i>
locale	Rassembler les produits emblématiques du territoire dans un lieu bien visible et accueillant	Collectivités locales, partenaires économiques du territoire		

<b>Intitulé de l'action : concevoir des « package » touristiques</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement /</i>	<i>Coût estimé</i>
locale	Associer patrimoine et gastronomie au sein de circuits touristiques définis en fonction des besoins identifiés des résidents et des touristes	Collectivités locales, partenaires économiques du territoire		

#### **4. IMPLICATION DANS UNE APPROCHE TERRITORIALE (ancien axe 4, autre démarche locale,...)**

<b>Intitulé de l'action</b>	<b>Partenaires</b>	<b>Expérience ressentie</b>	<b>Améliorations nécessaires</b>

## 5. ATTENTES PAR RAPPORT A LA FUTURE STRATEGIE DLAL

- réfléchir à une communication et à des visuels communs autour de Thau, avec tous les partenaires
- renforcer le potentiel d'accueil des conchyliculteurs dans leurs mas (accessibilité, qualité...)

## 6. IMPLICATION DANS LE FUTUR GALPA

FONCTION	X / O	Intérêt pour l'acteur	Besoins identifiés par rapport au fonctionnement du programme
<i>Porteur de projet (maitrise d'ouvrage)</i>	O		
<i>Partenaire technique d'un projet</i>	O		
<i>Animation / passeur d'info / identification de projets d'autres acteurs</i>	O		
<i>Participation au groupe technique (analyse et co-instruction des dossiers)</i>	?		
<i>Participation au Comité de sélection (=pilotage)</i>			



## Annexe 15 : CRCM Comité Régional Conchylicole de Méditerranée

RV le 17 mars

PV validé : OUI

<b>Nom, prénom, fonction</b>	REGLER Denis, directeur	
<b>Structure</b>	Comité Régional Conchylicole de Méditerranée (CRCM)	
<b>Type d'activité(s)</b>	Accompagnement de la profession conchylicole	
<b>Zone géographique d'intervention</b>	Méditerranée française, mais principalement Etang de Thau (90 % de la production de coquillages de la façade maritime)	
<b>Coordonnées</b>		Email : s.r.c.mediterranee@free.fr
<b>Autres personnes à contacter</b>		Email :
<b>Documents</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- donnés DDTM sur la commercialisation des produits</li> <li>- situation d'occupation des tables conchylicoles</li> </ul>	
<b>Partenaires habituels</b>		

### 1. DESCRIPTIF DE L'ACTIVITE

<b>AMONT</b> ( <i>production, environnement ...</i> )	Organisation de la production / Protection des zones conchylicoles
<b>AVAL</b> ( <i>valorisation au sens large, commercialisation...</i> )	Coordination des démarches qualité (labellisation)
<b>COMMUNICATION</b> ( <i>image de la profession, échanges avec l'extérieur...</i> )	Représentation professionnelle, sensibilisation aux milieux de production, découverte des produits
<b>COOPERATION</b> ( <i>lien avec autres territoires ou filières</i> )	Coopération avec l'Etat, les collectivités territoriales et locales, les instituts de recherche ...
<b>SOCIAL</b> ( <i>emploi, ressources humaines, formation...</i> )	-

### 2. CONSTATS et BESOINS IDENTIFIES (contribue à définir les objectifs et les résultats attendus)

CONSTATS	BESOINS
Production très adaptée au Bassin de Thau : un grand potentiel naturel, une zone très productive qui permet des temps d'élevage plus courts que sur les autres façades	Exercer un suivi précis de ce qui arrive dans l'étang en provenance des bassins versants Utiliser les temps de croissance rapide pour sélectionner des individus résistants aux maladies (notamment herpes virus et vibrios responsables de la crise conchylicole nationale depuis 2008)
Une productivité importante mais des taux de croissance en baisse, surtout pour les moules, et la diminution drastique des populations de certaines espèces de coquillages	Mieux comprendre cette baisse de productivité et identifier des méthodes pour la relance Comprendre les causes de la diminution drastique de certaines espèces de coquillages et déterminer des solutions ex. comparaison roches naturelles et capteurs propres

CONSTATS	BESOINS
	<p>ex. créer des récifs artificiels dans l'étang: recréer des tocs avec les coquilles d'huitres</p> <p>Récupérer toutes les données disponibles historiques : de nombreuses études sur l'étang, mais besoin d'organiser ces données et de les rendre utilisables pour déterminer une stratégie</p>
<p>Une baisse de la production sur les tables</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Production huitres : 13000 de tonnes d'huitres en 2007 à presque 7000 en 2014</li> <li>- Production moules : 8000 tonnes en 2007 à moins de 4000 tonnes en 2014</li> </ul>	<p>Comprendre les mécanismes en cause dans les difficultés de captage, les problèmes de pousse et de remplissage des moules, la diminution du captage de moules</p>
<p>Une diminution globale du nombre de conchyliculteurs depuis les années 2000 : plus de 600 en 2000 et 550 en 2015</p>	<p>Accompagner l'installation de jeunes conchyliculteurs</p>
<p>Une arrivée de jeunes professionnels et une diminution régulière du nombre de tables vides dans les lotissements de Thau (ex coopérative des 5 ports, 120 tables vides en 2011 contre 68 en 2015)</p>	<p>Développer les actions de type « prêts zéro » aux jeunes qui s'installent</p> <p>Engager des aides à l'installation sur le principe des DJA (donation jeune agriculteurs)</p> <p>Favoriser l'installation de jeunes professionnels</p>
<p>Une amélioration progressive de la reconnaissance des produits</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- par le grand public (prix au salon de l'agriculture)</li> <li>- par les autres bassins (affinage d'huitres en provenance d'Arcachon par exemple)</li> </ul> <p>mais un prix d'appel qui reste bas par rapport aux huitres des autres façades</p>	<p>Faire reconnaître la qualité des huitres de Thau</p> <p>Enrayer la baisse des prix (due notamment à une surproduction sur les bassins de la côte atlantique français en 2015) pour tous les calibres notamment les plus courants : huitres de calibre 2 (prix passé de 2,5 €/kg en 2014 à 2 €/kg en 2014) et huitres de calibre 3 (prix passé de 2,8 €/kg en 2014 à 2,5 €/kg en 2015)</p>
<p>Des tables et filières permettant un potentiel d'innovation et de diversification</p> <p>Une modification des techniques d'élevage avec du relevage, qui induit un produit de qualité très original</p>	<p>Favoriser l'utilisation des techniques innovantes et les valoriser, communiquer, promouvoir, expliquer : montrer la capacité d'innovation de la profession</p>
<p>Une importance exceptionnelle de la vente directe : plus de 45 % des huitres et des moules, soit sur les mas, soit sur les marchés du grand sud, notamment de l'arrière pays</p> <p>Sur les 500 entreprises conchyloles du Nassin de Thau, près de 400 ont l'agrément expédition</p>	<p>Poursuivre le suivi des modes de commercialisation impulsé par les services de l'Etat</p> <p>Optimiser la vente directe</p>
<p>Des programmes de recherche financés par l'axe 4 du FEP : PROVIGAS : « vaccination » des petites huitres, 80 % de résistance pour des huitres qui ont été piquées individuellement</p>	<p>Méthode actuelle insuffisante du point de vue de la généralisation du traitement</p>
<p>Des programmes de recherche financés par l'axe 4 du FEP : SIGNAGEN avec des résultats probants pour la sélection d'animaux résistants mais des résultats mitigés sur la transmission (pas clair sur l'héritabilité de la signature)</p>	<p>Finaliser les résultats SIGNAGEN (héritabilité) : faire reproduire des animaux avec la bonne signature génétique ... mais besoin en parallèle d'une éclosion locale</p>
<p>Diversification vers de nouvelles espèces</p>	<p>Huitres plates, bijoux, pétoncles noirs</p> <p>Coquilles Saint Jacques (maturation en cours dans la station de biologie marine SMEL à Sète)</p>

CONSTATS	BESOINS
Une augmentation de la qualité globale des produits car de nouvelles techniques d'exondation des huitres	Valoriser et faire connaître une technique proposant des produits d'une qualité exceptionnelle et qui pourraient bénéficier d'une labellisation
Des initiatives existantes de labellisation, IGP et label rouge, Prise de conscience des professionnels de la nécessité de mieux valoriser leurs produits ... Pas encore de concrétisation à ce jour	Mettre en place une politique de qualité de type IGP « Huîtres de Thau » ou label bio Besoin d'animer la démarche de labellisation et de concrétiser la mise en place de labels officiels
Des vente directes importante pour les huitres et les moules Une quarantaine de conchyliculteurs pratiquant la dégustation dans les mas dont 20 recensés dans la démarche Sud de France	Renforcer les circuits courts : <ul style="list-style-type: none"> <li>- communication autour des mas de dégustation</li> <li>- aménagement des zones conchylicoles (accès, stationnement,</li> </ul>
Des surproductions ponctuelles de certains coquillages, notamment de grosses huitres,	Valoriser ces produits pour la restauration locale, Créer un atelier polyvalent de transformation des produits de la pêche et de la conchyliculture
Une vraie amélioration de la qualité de l'eau de la lagune, grâce aux travaux sur les réseaux et les stations d'assainissement	Une diminution du nombre de fermetures pour raisons microbiologique dans les dernières années
Diminution des apports de N et P dans la lagune, diminution des apports d'eau douce	Engager une réflexion sur la gestion de l'eau des stations d'assainissement et les stations de lagunage, pour ramener dans la lagune N, P et eau douce de qualité (lagunage de Mèze, station de Poussan-Bouzigues.)

### 3. PROJETS IDENTIFIES (contribue à définir les actions à réaliser et les moyens à mobiliser)

Intitulé de l'action : Système d'avertissement / alerte				
Echelle du projet	Répond à quels besoins	Partenaires pressentis	Calendrier / Etat d'avancement	Coût estimé
locale	Avertir les conchyliculteurs des perturbations (pluie, défaillance des systèmes d'assainissement, blooms phytoplanctoniques) pour leur permettre de mettre à l'abri les coquillages et de limiter les arrêts de commercialisation	SMBT, CRCM, collectivités	En cours	

Intitulé de l'action : Création d'une éclosérie (dans les locaux de Simyra, Frontignan)				
Echelle du projet	Répond à quels besoins	Partenaires pressentis	Calendrier / Etat d'avancement	Coût estimé
régionale	TechniConsult : va rendre l'étude de faisabilité en été 2016 sur les aspects techniques aquacoles et juridiques (gouvernance) Gouvernance du projet à construire ; associer des partenaires privés et les organisations professionnelles pour préserver une « priorité » d'approvisionnement aux producteurs méditerranéens		En cours	

<b>Intitulé de l'action : Pilote de pré grossissement</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement</i>	<i>Coût estimé</i>
	L'écloserie produira des naissains de T2, qu'il faudrait amener à T6 pour les utiliser. Ce pré-grossissement pourra se faire à terre (Marseillan) ou dans des tables en étang (écloserie ou des conchyliculteurs spécialisés) : en fonction des résultats, cette expérimentation pourra être élargie	CRCM, CEPRALMAR, scientifiques...	En projet	

<b>Intitulé de l'action : diversification vers les bijus</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement</i>	<i>Coût estimé</i>
locale	Utilisation des techniques japonaises autour d'une écloserie : biju reproduits en écloserie, puis mis en filières	CRCM, Ceparlmar, Ifremer,	En cours	

<b>Intitulé de l'action : diversification vers les coquilles Saint Jacques</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement</i>	<i>Coût estimé</i>
	Produire des coquilles Saint Jacques en Méditerranée : une expérimentation de maturation est en cours dans la station de biologie marine SMEL à Sète) ; si cela fonctionne, une suite devra être envisagée dans une écloserie		En cours	

<b>Intitulé de l'action : captage naturel d'huitres</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement</i>	<i>Coût estimé</i>
	La faisabilité biologique a été démontrée, mais il s'agit dorénavant de passer à plus grande échelle (création d'une table de stockage) et de mieux identifier les zones de captage : - un captage régulier hors tables mais sur certaines zones - peu de captage sur les tables et de façon non régulière	CRCM, Ifremer, professionnels	En cours	

<b>Intitulé de l'action : diversification vers les bijus</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement</i>	<i>Coût estimé</i>
locale	Utilisation des techniques japonaises et projet en lien avec la création d'une écloserie : le biju doit être reproduit en écloserie, puis mis en filières	CRCM, Ceparlmar, Ifremer,	En projet	

<b>Intitulé de l'action : Fermes auberges et dégustations dans les mas</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement</i>	<i>Coût estimé</i>
	Mettre au point un cahier des charges d'une « ferme auberge marine » compatible avec les arrêtés de dégustation NB : éviter que les mas ne deviennent des restaurants mais favoriser la desserte des mas proposant des dégustations	CRCM	En projet	

<b>Intitulé de l'action : Développer une communication « territoriale autour des produits de la mer</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement</i>	<i>Coût estimé</i>
	Cibler l'originalité du territoire en matière de production notamment conchylicole, s'inspirer de ce qui a été mis en place autour d'Arcachon pour lancer des communications actives, ciblées sur les métiers, les produits, les paysages lagunaires façonnés par les lotissements conchylicoles	CRCM, collectivités	En projet	

<b>Intitulé de l'action : Compréhension de la baisse de productivité</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement</i>	<i>Coût estimé</i>
locale	Renforcer les liens avec la recherche : - dresser un bilan des études déjà réalisées, - lancer des études complémentaires pour tester cette baisse « ressentie » de la productivité	CRCM, Ifremer, collectivités	En projet	

#### **4. IMPLICATION DANS UNE APPROCHE TERRITORIALE (ancien axe 4, autre démarche locale,...)**

<b>Intitulé de l'action</b>	<b>Partenaires</b>	<b>Expérience ressentie</b>	<b>Améliorations nécessaires</b>
Partenaire de l'axe 4 pour mettre en place le DLAL	Collectivités, interprofession, recherche, autres filières	Des résultats très encourageants	

#### **5. ATTENTES PAR RAPPORT A LA FUTURE STRATEGIE DLAL**

- des financements d'actions concrètes, qui ne sont pas prises en compte par les autres mesures du FEAMP (études, expérimentations, pilotes ....)
- des rencontres techniques avec des acteurs du territoire pour mettre au point des stratégies de communication
- des actions favorisant l'aménagement des sites conchylicoles pour développer les dégustations et visites dans les mas
- une amélioration des connaissances sur le milieu et des avis scientifique permettant d'avoir une lisibilité sur l'avenir de la lagune

## 6. IMPLICATION DANS LE FUTUR GALPA

<b>FONCTION</b>	<b>X / O</b>	<b>Intérêt pour l'acteur</b>	<b>Besoins identifiés par rapport au fonctionnement du programme</b>
<i>Porteur de projet (maitrise d'ouvrage)</i>	O	Oui	
<i>Partenaire technique d'un projet</i>	O	Oui	
<i>Animation / passeur d'info / identification de projets d'autres acteurs</i>	O	Oui	
<i>Participation au groupe technique (analyse et co-instruction des dossiers)</i>	O	Oui	
<i>Participation au Comité de sélection (=pilotage)</i>	O	Oui	

## Annexe 16 : Cépralmar – filière conchylicole

RV le 4 mars

PV validé : OUI

<b>Nom, prénom, fonction</b>	Anahita MARZIN	
<b>Structure</b>	Cépralmar	
<b>Type d'activité(s)</b>	Accompagner la filière conchylicole	
<b>Zone géographique d'intervention</b>	Région Languedoc Roussillon Midi Pyrénées	
<b>Coordonnées</b>	Tel :	Email : marzin@cepralmar.org
<b>Autres personnes à contacter</b>	A partir de mai 2016 Erika Gervasoni	Email : gervasoni@cepralmar.org
<b>Documents</b>		
<b>Partenaires habituels</b>	Région LRMP, organisations professionnelles	

### 1. DESCRIPTIF DE L'ACTIVITE

<b>AMONT</b> ( <i>production, environnement ...</i> )	Oui accompagnement de la profession conchylicole pour la diversification, l'amélioration des techniques de production,
<b>AVAL</b> ( <i>valorisation au sens large, commercialisation...</i> )	oui
<b>COMMUNICATION</b> ( <i>image de la profession, échanges avec l'extérieur</i> )	Oui accompagnement des politiques de qualité, de promotion des produits
<b>COOPERATION</b> ( <i>lien avec autres territoires ou filières</i> )	oui
<b>SOCIAL</b> ( <i>emploi, ressources humaines, formation</i> )	non

### 2. CONSTATS et BESOINS IDENTIFIES (contribue à définir les objectifs et les résultats attendus)

CONSTATS	BESOINS
Un grand nombre d'entreprises de petite taille, très dispersées et individualistes	Rassembler la profession autour de projets fédérateurs
Un projet d'écloserie dont la faisabilité technique est en cours de définition	Réfléchir à la gouvernance locale d'un projet d'écloserie, en concertation avec l'ensemble de la profession
Une fragilité de la production due à d'importantes mortalités de naissains	Tester et adapter des pratiques culturelles déjà impulsées par les professionnels (ex. mise en filière des naissains après l'été)
Une importante prédation par les daurades, tant en mer qu'en lagune	Trouver des systèmes de protection ou modifier les pratiques d'élevage pour lutter contre les prédatons de daurades Identifier (benchmarking) ce qui a été fait dans d'autres sites de production pour se prémunir des prédatons de daurades ex. Adriatique, Espagne

CONSTATS	BESOINS
Une baisse de la productivité récemment mise en exergue par les professionnels	Tester l'évolution de la productivité : - rechercher et analyser l'historique des données sur la productivité de l'étang - quantifier la croissance des coquillages sur les filières professionnelles et observer leur évolution,
Un besoin de collecte régulière de données socioéconomiques	Engager régulièrement des enquêtes socio-économiques de terrain
Un développement du captage naturel, pour disposer de naissain plus rustique	Mieux connaître les zones de captage naturel
Pas encore de proposition technique efficace pour diversifier les productions avec d'autres espèces notamment le biju,	S'inspirer des techniques japonaises pour tester l'élevage de bijoux
Des fermetures de commercialisation dont le nombre diminue, mais parfois longues	Réfléchir à la mise à l'abri de coquillages
Des programmes de recherche appliquée en cours Signagen : des gènes de résistance trouvés, mais dont le mode de transmission reste peu clair Provignas : recherche de « vaccination de l'huitre » (Priming)	Passer à l'expérimentation et au transfert aux entreprises
Un manque de notoriété de l'huitre	Engager une labellisation pour l'huitre de Thau (IGP) et pour les huitres exondées,

### 3. PROJETS IDENTIFIES (contribue à définir les actions à réaliser et les moyens à mobiliser)

Intitulé de l'action : Enquêtes socio-économiques sur la conchyliculture en LRMP				
Echelle du projet	Répond à quels besoins	Partenaires pressentis	Calendrier / Etat d'avancement /	Coût estimé
régionale	Identifier les évolutions récentes de la profession au moyen d'enquêtes de terrain qui porteront sur : - des données socio-économiques, - le constat de la situation (ex mortalité des huitres et moules ...) - des questions techniques sur les pratiques (ex captage naturel, intérêt d'une écloserie), - le recensement de propositions pour chaque thème	Organisations professionnelles, conchyliculteurs, Cépralmar	2016	



<b>Intitulé de l'action : labellisation des huîtres de Thau IGP</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement /</i>	<i>Coût estimé</i>
locale	Mettre en place une IGP : relancer l'animation et concrétiser la démarche	Collectivités et acteurs économiques	2016	

<b>Intitulé de l'action : créer un label rouge pour l'huître exondée</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement /</i>	<i>Coût estimé</i>
locale	Identifier un produit de qualité et le valoriser largement	Collectivités et acteurs économiques	2016	

<b>Intitulé de l'action : structurer la communication</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement /</i>	<i>Coût estimé</i>
locale	Réaliser des plaquettes , des panneaux, valoriser le visuel Sud de France			

#### 4. IMPLICATION DANS UNE APPROCHE TERRITORIALE (ancien axe 4, autre démarche locale,)

<b>Intitulé de l'action</b>	<b>Partenaires</b>	<b>Expérience ressentie</b>	<b>Améliorations nécessaires</b>
Axe 4			

#### 5. ATTENTES PAR RAPPORT À LA FUTURE STRATEGIE DLAL

#### 6. IMPLICATION DANS LE FUTUR GALPA

<b>FONCTION</b>	<b>X / O</b>	<b>Intérêt pour l'acteur</b>	<b>Besoins identifiés par rapport au fonctionnement du programme</b>
<i>Porteur de projet (maitrise d'ouvrage)</i>	O		
<i>Partenaire technique d'un projet</i>	X	Oui (Erika Gervasoni à partir de mai 2016)	
<i>Animation / passeur d'info / identification de projets d'autres acteurs</i>	O		
<i>Participation au groupe technique (analyse et co-instruction des dossiers)</i>	O		
<i>Participation au Comité de sélection (=pilotage)</i>	X	Oui en tant que « membre associé » (Erika Gervasoni à partir de mai 2016)	

## Annexe 17 : CAHM Communauté d'Agglomération Hérault Méditerranée

RV le 16 mars 2016

PV validé : O / N

<b>Nom, prénom, fonction</b>	PALMIERI Frédérique	
<b>Structure</b>	CAHM Communauté d'Agglomération Hérault Méditerranée	
<b>Type d'activité(s)</b>	Recherche de financements communautaires	
<b>Zone géographique d'intervention</b>	<p>La <b>communauté d'agglomération</b> "Hérault Méditerranée" regroupe, sur 371 km<sup>2</sup>, 19 communes ce qui représente 72 294 habitants permanents en 2015 et environ 350 000 habitants en saison.</p> <p>Son <b>territoire</b> allie un <b>littoral</b> de 20 km de long et un <b>arrière pays</b> autour de la basse vallée du <b>fleuve Hérault</b> depuis Saint Pons de Mauchiens jusqu'à l'embouchure à Agde.</p> <p>Les villes principales sont Agde et Pézenas</p>	
<b>Coordonnées</b>		Email : f.palmieri@agglohm.net
<b>Autres personnes à contacter</b>		Email :
<b>Documents</b>	- dossier Odyssea	
<b>Partenaires habituels</b>	Intercommunalités, criée d'Agde, offices du tourisme ...	

### 1. DESCRIPTIF DE L'ACTIVITE

<b>AMONT</b> (production, environnement ...)	
<b>AVAL</b> (valorisation au sens large, commercialisation...)	Oui
<b>COMMUNICATION</b> (image de la profession, échanges avec l'extérieur...)	Oui
<b>COOPERATION</b> (lien avec autres territoires ou filières)	oui
<b>SOCIAL</b> (emploi, ressources humaines, formation...)	-

### 2. CONSTATS et BESOINS IDENTIFIES (contribue à définir les objectifs et les résultats attendus)

CONSTATS	BESOINS
La CAHM dispose d'un littoral modeste (20 km) mais qui comprend Agde, avec un port de plaisance important, une fréquentation touristique considérable en été et un port de pêche	Informers les plaisanciers qui arrivent dans le port, des richesses de l'arrière pays mais aussi de l'existence d'une pêche active sur la cote
La majorité des communes de la CAHM sont de l'arrière pays Le territoire est mur pour créer des synergies entre les activités, les villes Des liens déjà existants entre certaines communes de la CAHM et les autres EPCI (notamment CCNBT et CAHM), notamment Agde, Pinet, Pomerols, Montagnac	Impliquer le CAHM plutôt que chaque commune dans des projets d'ampleur de type DLAL et renforcer les actions de collaboration avec les EPCI voisins Prévoir des actions qui s'étendent vers le retro littoral et l'arrière pays afin de mobiliser les élus

CONSTATS	BESOINS
<p>Une population estivale importante mas une typologie de touriste très différente entre ceux qui fréquentent le littoral et ceux qui explorent l'arrière pays</p> <p>Un essai de développement du concept Odyssea sur le port d'Agde qui n'a pas vu de concrétisation</p> <p>3 offices du tourisme sur le territoire et beaucoup d'atouts en termes de paysages et d'activités (ex Pézenas)</p>	<p>Proposer de « faire rêver » les gens en leur proposant des possibilités d'apprendre de façon conviviale</p>
<p>Peu de connaissance de la réalité maritime (hors balnéaire) dans les communes intérieures</p>	<p>Faire connaître le littoral, ses produits et ses spécificités, Structurer mieux une communication avec des outils simples et ciblés, autour des produits de la mer pour les différents publics (scolaires, résidents, touristes)</p>
<p>Un outil performant pour la communication et la sensibilisation : le Belvédère de la criée d'Agde</p>	<p>Valoriser el Belvédère et augmenter le nombre de visites notamment des scolaires</p>
<p>Une importance de la viticulture avec des caves « emblématiques » du lien vin-coquillages : Picpoul de Pinet</p>	<p>Renforcer les liens entre filières viticoles et halieutiques</p>
<p>Des actions en matière agricole : développer les circuits courts (rapports)</p>	<p>Relier les produits maritimes et agricoles dans les démarches de circuits courts</p> <p>Etendre à d'autres communes le programme « paniers de Thau » et mobiliser la criée d'Agde</p>

### 3. PROJETS IDENTIFIES (contribue à définir les actions à réaliser et les moyens à mobiliser)

Intitulé de l'action : Sensibiliser les scolaires dans les écoles et les collèges				
Echelle du projet	Répond à quels besoins	Partenaires pressentis	Calendrier / Etat d'avancement /	Coût estimé
Locale	Informers les jeunes de l'existence de métiers maritimes originaux, présenter les enjeux liés à l'eau	EPCI, organisations professionnelles		

Intitulé de l'action : Valoriser le Belvédère de la criée d'Agde				
Echelle du projet	Répond à quels besoins	Partenaires pressentis	Calendrier / Etat d'avancement /	Coût estimé
Régionale	<p>Augmenter le nombre de visites pour faire connaître les métiers, les produits, et faire passer des messages clés</p> <p>Stabiliser un emploi d'animatrice</p>	EPCI, communes, professionnels, associations, éducation nationale		

<b>Intitulé de l'action : Recenser les lieux ou trouver des produits de la mer locaux</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement /</i>	<i>Coût estimé</i>
Locale	Recenser et localiser les restaurateurs, les poissonniers, les sites de vente directe, les producteurs ...	EPCI, communes, chambre des métiers		

<b>Intitulé de l'action : créer du lien entre le littoral et l'arrière pays</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement /</i>	<i>Coût estimé</i>
Locale	Développer les circuits courts en mêlant produits agricoles et produits de la mer	EPCI, professionnels, associations (CPIE), criée d'Agde		

#### **4. IMPLICATION DANS UNE APPROCHE TERRITORIALE (ancien axe 4, autre démarche locale,...)**

<b>Intitulé de l'action</b>	<b>Partenaires</b>	<b>Expérience ressentie</b>	<b>Améliorations nécessaires</b>
Axe 4 du FEP	EPCI, professionnels ...	Un essai réussi	Augmenter les ambitions

#### **5. ATTENTES PAR RAPPORT A LA FUTURE STRATEGIE DLAL**

- créer du lien entre les EPCI
- innover en termes de communication et d'outils de sensibilisation

#### **6. IMPLICATION DANS LE FUTUR GALPA**

<b>FONCTION</b>	<b>X / O</b>	<b>Intérêt pour l'acteur</b>	<b>Besoins identifiés par rapport au fonctionnement du programme</b>
<i>Porteur de projet (maitrise d'ouvrage)</i>	<b>O</b>		
<i>Partenaire technique d'un projet</i>	<b>O</b>		
<i>Animation / passeur d'info / identification de projets d'autres acteurs</i>	<b>O</b>		
<i>Participation au groupe technique (analyse et co-instruction des dossiers)</i>			
<i>Participation au Comité de sélection (=pilotage)</i>	<b>O</b>		

## Annexe 18 : IFREMER (services : ressources halieutiques et environnement)

RV le 18 mars et 9 mars

PV validé : OUI

<b>Nom, prénom, fonction</b>	BOURJEA Jérôme, MARBEC, Ifremer, Laboratoire Halieutique Méditerranéen RICHARD Marion, MARBEC, Ifremer, Laboratoire Environnement Ressources/Languedoc Roussillon	
<b>Structure</b>	Ifremer	
<b>Type d'activité(s)</b>	Recherche scientifique	
<b>Zone géographique d'intervention</b>	Méditerranée française	
<b>Coordonnées</b>	Tel :	Email : jerome.bourjea@ifremer.fr Email : marion.richard@ifremer.fr
<b>Autres personnes à contacter</b>	Bretagne sud CRC	Email : <a href="mailto:sonia.gachelin@huitres-de-bretagne.com">sonia.gachelin@huitres-de-bretagne.com</a> ;
<b>Documents</b>	Predador (lutte contre les prédatons de daurades en Atlantique)	
<b>Partenaires habituels</b>		

### 1. DESCRIPTIF DE L'ACTIVITE

<b>AMONT</b> (production, environnement)	recherche scientifique
<b>AVAL</b> (valorisation au sens large, commercialisation)	non
<b>COMMUNICATION</b> (image de la profession, échanges avec l'extérieur)	Site internet, Bulletin d'observations, Bulletin de surveillance, participation au Commission des cultures marines, communication en direct avec les conchyliculteurs ou via CRCM, à la mise en place des Plans de Gestion en collaboration avec les CRPMEM Régionaux et nationaux
<b>COOPERATION</b> (lien avec autres territoires ou filières)	Oui, avec la façade Atlantique et avec l'océan Indien ex : programme Predador avec le CRC Bretagne sud Nationale et européenne en ce qui concerne la performance des mollusques en élevage (RESCO) et la pathologie des mollusques (H2020 : Disease/Vivaldi)
<b>SOCIAL</b> (emploi, ressources humaines, formation)	non

### 2. CONSTATS et BESOINS IDENTIFIES (contribue à définir les objectifs et les résultats attendus)

CONSTATS	BESOINS
Des chercheurs mobilisés aux cotés des professionnels sur des suivis réguliers ou des projets précis : ex. pour les pêcheurs, suivi des stocks de petits pélagiques, des ressources côtières ex. pour les conchyliculteurs, réseaux d'observation (REPHY, RESCO, VELYGER, Malaïgue, RSL, DCE) et de surveillance (REPHY Toxines, REMI, ROCCH),	Créer un lien plus fort et plus régulier entre les professionnels de la pêche et des cultures marines et les chercheurs, au delà des restitutions ponctuelles de projets Communiquer ensemble vers la presse et le grand public

CONSTATS	BESOINS
programmes de recherche (ICES, PRONAMED, MORTAFLUX...)	
Des données de débarquement des produits de la pêche régulièrement collectées (OBSDEB)	Mieux communiquer sur ces données auprès des professionnels
Des relations ancrées dans la durée principalement avec les représentants des organisations professionnelles	Identifier des producteurs « individuels » potentiellement partenaires de programmes de recherche, mais non intégrés dans les structures représentant actuellement la profession
De fortes prédatations des daurades sur les coquillages, moules et huitres, tant en étang qu'en mer	Mieux connaître les mouvements des daurades pour comprendre leur mode de prédation et identifier des moyens de prévenir ces prédatations
Peu de données dynamiques sur les mouvements des espèces de poissons exploitées entre étang et mer, ni sur la localisation des habitats	Améliorer les connaissances sur les espèces exploitées à l'interface étang-mer pour optimiser leur gestion ; mieux comprendre les relations espèces habitats naturel et anthropiques (eg. Tables conchyliques)
<p>Amélioration progressive de l'état écologique de la lagune de Thau au sens de la Directive cadre sur l'Eau (DCE) : Diminution des concentrations en azote et en phosphore dissous + biomasse phytoplanctonique + aucun épisode majeur de « malaïgue » depuis 2006.</p> <p>Amélioration de la qualité sanitaire du milieu : diminution significative du nombre de jours de mesures restrictives dues à des problèmes de contaminations microbiologiques ou d'efflorescences toxiques.</p> <p>Néanmoins, mauvaise perception de certains conchyliculteurs par rapport à l'évolution du milieu. Crainte d'une perte de productivité Non paramétrée.</p> <p>Résultats du suivi d'Observations Conchyliques (RESCO), Marseillan : pas de diminution significative de la croissance des huîtres élevées en cordes en 2014 et 2015 par rapport 94-2007.</p> <p>Néanmoins, élevage expérimental RESCO peu représentatif des pratiques d'élevage actuelles en termes de densité de stockage et de zone de production</p>	<p>Besoin d'analyser de comprendre et de prévoir l'évolution temporelle des fonctions (alimentation, habitat) et des usages principaux (conchyliculture, pêche, tourisme) de la lagune de Thau dans un contexte de restauration</p> <p>En commençant par paramétrer la productivité de la lagune au regard de la conchyliculture, via l'acquisition de données de croissance et de condition des mollusques en élevage dans la lagune de Thau en fonction des zones de production et des pratiques culturelles les plus développées au sein de la profession.</p> <p>En étudiant les interactions Conchyliculture/Environnement afin de pouvoir les paramétrer dans un modèle numérique de fonctionnement d'écosystème lagunaire pour <i>in fine</i> être en mesure de simuler les conséquences de différents scénarios de réduction d'apports d'Azote et Phosphore venus des bassins versants, de changement climatique et/ou de pratiques culturelles sur le fonctionnement de l'écosystème et sur la productivité conchylicole.</p>
Depuis 2008, les phénomènes de mortalités d'huîtres sont récurrents. Les huîtres meurent et se décomposent dans le milieu.	<p>Nécessité d'analyser le devenir des chairs et des pathogènes associés dans le milieu et les conséquences de ces phénomènes dans l'environnement</p> <p>Nécessité d'éviter les transferts d'organismes entre bassins et/ou avoir une certification de la qualité des mollusques introduits d'un point de vue sanitaire</p> <p>Produire des huîtres localement (captage et/ou éclosion) pour limiter l'introduction de pathogènes liés au transfert de mollusques.</p>
<p>De nombreux rapports et programmes de recherche disponibles sur Thau, mais dispersés dans les instituts de recherches et les structures de gestion</p> <p>Un recensement et un archivage est en cours au sein du LER/LR Sète</p>	<p>Rassembler et organiser la donnée déjà disponible, la mettre à disposition de tous les chercheurs, identifier les manques</p> <p>effectuer une synthèse historique des données disponibles</p>

### 3. PROJETS IDENTIFIES (contribue à définir les actions à réaliser et les moyens à mobiliser)

<b>Intitulé de l'action : Dynamique spatiale de la daurade en lien avec les habitats</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement /</i>	<i>Coût estimé</i>
Locale	<p>Compréhension de la circulation de la daurade entre mer, étang, et au sein de ces 2 milieux, afin de mieux comprendre la prédation sur les coquillages (et donc proposer des mesures d'atténuation) et identifier des zones de fortes abondances de daurades</p> <p>Moyens : marquage acoustique et réseau de stations d'écoute ; des caméras</p>	Ifremer Sète, professionnels de la pêche, collectivités	Financement du matériel validée (250K€) ; recherche de financement des frais de fonctionnement	4 à 500 K€

<b>Intitulé de l'action : Prédador 2 (extension en Méditerranée d'un programme atlantique)</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement /</i>	<i>Coût estimé</i>
Nationale / locale	<p>Acquisition de données biologiques/écologique sur la Daurade dans le cadre des Plans de Gestion</p> <p>Mieux comprendre pour limiter les impacts de la prédation des daurades sur les élevages de coquillages</p> <p>Moyens à tester: répulsifs acoustiques, testés avec le Comité Régional conchylicole de Bretagne sud</p>	Comité régional conchylicole de Méditerranée et de Bretagne sud, Ifremer Lorient et Brest,	En cours	

<b>Intitulé de l'action : observatoire conchylicole participatif</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement /</i>	<i>Coût estimé</i>
locale	Développement d'un observatoire conchylicole participatif pour paramétrer à long terme l'évolution des performances des coquillages en élevage et la productivité de la lagune en fonction des zones de productions et des pratiques culturelles dans un contexte de restauration de la lagune	Ifremer, Cepralmar, CRCM, professionnels, lycée de la mer, Creufop, coopérative des 5 ports	idée	80 K€

<b>Intitulé de l'action : Analyser l'influence des phénomènes de mortalités d'huitres sur le transfert de pathogènes dans le milieu</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement /</i>	<i>Coût estimé</i>
Locale	Analyser l'influence des phénomènes de mortalités d'huitres sur le transfert de pathogènes et les conséquences sur l'environnement	UMR Marbec, recherche de partenaires au sein de la profession	2016-2018 H2020 : 10 KE	20 KE

<b>Intitulé de l'action : recueillir et bancariser les données existantes concernant l'évolution du milieu et des usages de la pêche et de la conchyliculture</b>				
<i>Echelle du projet</i>	<i>Répond à quels besoins</i>	<i>Partenaires pressentis</i>	<i>Calendrier / Etat d'avancement /</i>	<i>Coût estimé</i>
Locale	Disposer de séries historiques concernant le milieu mais également la production afin de mieux comprendre l'évolution temporelle des fonctions et des usages de la lagune de Thau.	UMR Marbec, collectivités, organisations professionnelles	En cours au sein de l'Ifremer et à développer de manière collégiale	

#### **4. IMPLICATION DANS UNE APPROCHE TERRITORIALE (ancien axe 4, autre démarche locale,)**

<b>Intitulé de l'action</b>	<b>Partenaires</b>	<b>Expérience ressentie</b>	<b>Améliorations nécessaires</b>
Axe 4 du FEP	Ifremer, organisations professionnelles	Participation au comité de programmation	

#### **5. ATTENTES PAR RAPPORT À LA FUTURE STRATEGIE DLAL**

- rapprocher les chercheurs des professionnels
- mettre en place des partenariats (techniques et financiers) avec des professionnels
- mieux communiquer autour des résultats des recherches

#### **6. IMPLICATION DANS LE FUTUR GALPA**

<b>FONCTION</b>	<b>X / O</b>	<b>Intérêt pour l'acteur</b>	<b>Besoins identifiés par rapport au fonctionnement du programme</b>
<i>Porteur de projet (maitrise d'ouvrage)</i>	O		
<i>Partenaire technique d'un projet</i>	O		
<i>Animation / passeur d'info / identification de projets d'autres acteurs</i>	O		
<i>Participation au groupe technique (analyse et co-instruction des dossiers)</i>	O		
<i>Participation au Comité de sélection (=pilotage)</i>	O		



## Contact



328, Quai des Moulins  
34270 Sète  
Tél. : 04 67 74 61 60  
Mail : [contact@smbt.fr](mailto:contact@smbt.fr)

