**ASSEMBLEE MARITIME POUR LA CROISSANCE REGIONALE ET L’ENVIRONNEMENT**

**COMMISSION SENSIBILISATION DES PUBLICS**

**GROUPE DE TRAVAIL JOURNEE DE LA MEDITERRANEE**

**Réunion du 12 février 2018**

Cette réunion s’est déroulée en l’absence, de Mme Mireille BENEDETTI, Présidente de la commission ainsi que de Mme Céline MAURER, Vice-présidente de la commission, directrice de l’Antenne de façade maritime méditerranée de l’Agence Française de Biodiversité. M. Richard CHEMLA, Vice-président de la commission et Président du Centre de Découverte du monde Marin était représenté par Mme Marine CLOZZA.

Lors de la dernière réunion du 27 novembre, suite à une proposition de M. CHEMLA, il a été décidé de créer un groupe de travail sur l’évènement « la Journée de la Méditerranée », le 21 mars prochain.

La réunion a donc eu pour objet d’étudier la faisabilité de cet évènement.

**Synthèse des échanges et enjeux identifiés :**

Le power point présenté en réunion est joint au compte rendu. Sa présentation a donné lieu aux commentaires suivants :

L’Assemblée Parlementaire de la Méditerranée (APM) qui regroupe des représentants politiques des pays riverains de la Méditerranée a un champ d’actions large puisqu’elle traite dans un cadre de coopération inter gouvernementale des questions de sécurité, stabilité, contre-terrorisme, développement socio-économique, facilitation du commerce, marché du travail, migrations de masse, jeunesse, éducation, formation professionnelle…

La journée de la Méditerranée est un évènement qui ne s’est produit qu’une fois, en 2009. On ne dispose pas d’informations précises sur son contenu à l’époque. Ce concept ne semble pas pouvoir être utilisé sans l’autorisation de l’APM.

Il ne semble pas que l’APM ait lancé cette année un évènement en particulier pour l’organisation de cette journée.

Le CDMM indique que le Réseau Euro-Méditerranéen qui organise les Assises Jeunes et Méditerranée en octobre 2018 proposera des actions le 21 mars.

L’opportunité est donc offerte aux structures membres de l’AMCRE de profiter de cet évènement pour y intégrer déjà des actions existantes, voire de créer un évènement pour la circonstance.

Il est aussi proposé d’organiser cet évènement sur deux jours, le 21 et le 24 mars (mercredi et samedi), de manière à pouvoir associer les enfants mais également les parents.

La question est posée de savoir quelle pourrait être la communication de la Région sur cet évènement.

De la discussion, il résulte d’un commun accord que les délais sont trop réduits pour organiser cette année un évènementiel en lien avec la journée du 21 mars. En revanche, plusieurs suggestions sont faites pour envisager un tel évènement en 2019 :

-obtenir l’accord de l’APM pour l’utilisation de l’appellation « Journée de la Méditerranée » et raccrocher à l’évènement les Régions Corse et Occitanie. Le CDMM pourrait se rapprocher de M. Rudy Salles (élu local désigné par le parlement français pour siéger à l’APM) pour voir s’il est possible de se raccrocher à cet évènement en 2019 ;

-ou bien créer un nouvel évènement propre à la Région Sud ;

-ou se raccrocher à d’autres évènements existants comme la Journée de la mer, la journée mondiale des océans, la journée européenne de la mer.

Une série d’actions sur toute l’année 2019 pourrait recevoir le label AMCRE et être présentée comme partie intégrante de l’évènement (par exemple les actions CALYPSO, les nauticales de La Ciotat, le festival de Hyères GALATHEA, les actions de MEDPAN…). Le label AMCRE sur les projets des associations ou des autres structures serait le fil rouge pour la visibilité de l’évènement. Ainsi, un calendrier prévisionnel des événements permettrait d’avoir une meilleure vision sur une année.

Cet évènementiel permettrait à l’AMCRE de se faire connaître et de communiquer sur ses projets.

Le manque de communication de l’AMCRE est, en effet, souligné par les membres du groupe de travail.

D’autres idées sont proposées pour l’améliorer :

-Il manque un liant entre toutes les opérations des associations. L’idée d’un « bus itinérant » sur plusieurs journées pourrait être un bon « fil rouge » pour la connexion entre les territoires avec un visuel.

-Développer la transversalité du territoire régional en communiquant sur la liaison entre le littoral et l’arrière-pays pour décongestionner la bande côtière et changer l’image de la région.  Il faut aller en montagne pour comprendre la mer ! Les gens de l’arrière-pays sont plus intéressés et curieux des métiers de la mer que les habitants littoraux.

-Idée d’un caméraman qui ferait le tour de toutes les actions des associations pour en réaliser un film-résumé.

-Ne pas oublier de mettre aussi les produits de la mer en avant.

-Quel public viser : les sudistes et les touristes ?

Le thème de la communication est un des thèmes de réflexion du groupe de travail « Représentation des usagers ». La sensibilisation des publics à la mer est, en effet, essentielle à la mise en place des politiques publiques maritimes. Ce groupe doit donc construire une feuille de route avec un plan d’actions destiné à développer une conscience, une culture, une citoyenneté maritime auprès des habitants de la région.

Il travaillera avec des chercheurs spécialisés en psychologie sociale pour aider les membres de la commission à faire évoluer les outils de sensibilisation, en vue de passer d’une communication d’intention à une communication d’actions qui engage le citoyen et tendre ainsi, vers un changement de comportements. Cette approche sera complétée avec l’aide du service marketing territorial et de la direction de la communication de la Région pour nous aider à valoriser et promouvoir l’identité maritime de notre Région et son appropriation par ses habitants.

**Actions à mettre en œuvre :**

-Interroger l’APM sur la possibilité d’utiliser le concept « Journée de la Méditerranée » (CDMM).

-Obtenir la validation sur l’idée d’organiser en 2019 un évènementiel qui raccrocherait plusieurs actions labellisées par l’AMCRE et réparties sur toute l’année.

-Travailler à un plan de communication de l’AMCRE en gardant le lien avec le réseau des associations.

**ANNEXE**

**PERSONNES PRESENTES**

* Christian Molinero, Président du CRPMEM Provence-Alpes-Côte d’Azur
* Vincent Rigaud, Directeur de l’IFREMER
* Roger Alberto, Vice-président de la Fédération Française de Pêche en Mer Paca
* Frédéric Di Meglio, Président Région Paca, FFESSM
* Thierry Botti, Directeur de la Communication, Institut Pythéas, Université Aix-Marseille
* Mariam Cousin, Maître de conférence, Direction des Relations Extérieures et de la Communication, Observatoire Océanologique de Villefranche-sur-Mer
* Amandine Franc, Chargée de mission EDD, Association « Méditerranée 2000 »
* Marine Clozza, chargée de mission, Association « Centre de Découverte du Monde Marin »
* Cora Ollier, Responsable pédagogique, Parc Marin de la Côte Bleue
* Marie-France Pelletier, Médiatrice, Association Mer-Nature
* Mélanie Sergent, Manager Pôle Mer, Association « Naturoscope »
* Nathalie Menc, Service Mer et Littoral, Région Sud
* Fanny Royanez, stagiaire Service Mer et Littoral, Région Sud
* Catherine Buis, Chef de projets pour l’AMCRE, Service Mer et Littoral, Région Sud

**PERSONNES EXCUSEES**

* Mireille Benedetti, Présidente de la Commission « Sensibilisation des Publics »
* Richard Chemla, Vice-président (Président du Centre de Découverte du Monde Marin)
* Céline Maurer, Vice-présidente (Responsable de l’Antenne Méditerranée de l’Agence Française de Biodiversité)
* Eric Mabo, Délégué général adjoint, Fédération des Industries Nautiques
* Didier Réault, Président du Parc National des Calanques
* Nathalie Huertas, Présidente Association « AIEJE »
* Marina Jovanovic, responsable Marseille, Association « La Touline »
* Tatiana Lambert, Région Sud, Antenne du Var
* Corinne Roux, Directrice de l’Association « Ecoute ta Planète »
* Solène BASTHARD-BOGAIN, Directrice adjointe Association « Septentrion Environnement »
* Valérie Raimondino, Cheffe du Service Mer et Littoral, Région Sud