

Cap EcoNav

A la découverte de la Méditerranée

Bilan de la campagne 2013



Voile de Neptune



Objectifs du projet

- Faire connaître
 - les Aires Marines Protégées du Languedoc-Roussillon, leurs rôles et missions ;
 - les richesses et les spécificités marines régionales ;
 - la campagne régionale Echo-Gestes et ses actions ;
- Promouvoir le développement durable des activités et des usages en mer ;
- Permettre aux habitants du littoral et aux touristes de rencontrer les acteurs impliqués dans la préservation du milieu naturel marin.

Les principaux acteurs



- L'association Zone Bleue et son équipage
- Les ports de plaisance, les communes d'accueil
- Les gestionnaires de sites
- Les associations impliquées dans la préservation des milieux naturels marins et lagunaires



Voile de Neptune

Les escales



Saint-Cyprien
MEDITERRANÉE

12 et 13 juillet



17 et 18 juillet



24 et 25 juillet



29 et 30 juillet



4 et 5 Août



Agence des Aires marines protégées





Déroulement d'une escale

- Sortie commentée à bord du patriac'h, accompagnée d'un gestionnaire d'aires marines protégées ;
- Balades nature avec petite pêche à proximité du village ;
- Nettoyages organisés par surfrider foundation ;
- Conférences thématiques ;
- Démonstrations de matériel ou de procédés d'éconavigation.





Voile de Neptune

L'escale de la Grande Motte

Lundi 29 juillet

- Sortie en mer à bord du Patriarc'h "**Découverte du site Natura 2000 Posidonies de la côte palavasienne**", par Marion Corre
- Conférence - Table ronde "**Comment concilier biodiversité marine et usages nautiques ?**", par Marion Corre.
- Nettoyage de plage, organisé par Surfrider Foundation LR

Mardi 30 juillet

- Sortie commentée à bord du Patriarc'h
- Balade découverte "**Petits écolos, les pieds dans l'eau**" avec Voile de Neptune
- Nettoyage de la plage, organisé par Surfrider Foundation LR
- Table ronde sur le projet "**Graines de mer**" avec SM² Solutions Marines
- Démonstration du robot nettoyeur de carène Hulltimo



Agence des
aires marines protégées





Communication

- DP et CP aux médias locaux et régionaux (radios, journaux, TV) ;
- relais de l'information par les offices de tourisme locaux (site Internet et brochures touristiques) ;
- création d'un site Internet dédié
- création d'un flyer d'informations



Bilan quantitatif

- Fréquentation du village bien inférieure à nos prévisions
- Les conférences attirent peu le public
- Succès des sorties commentées à bord du Patriac'h et des balades familiales

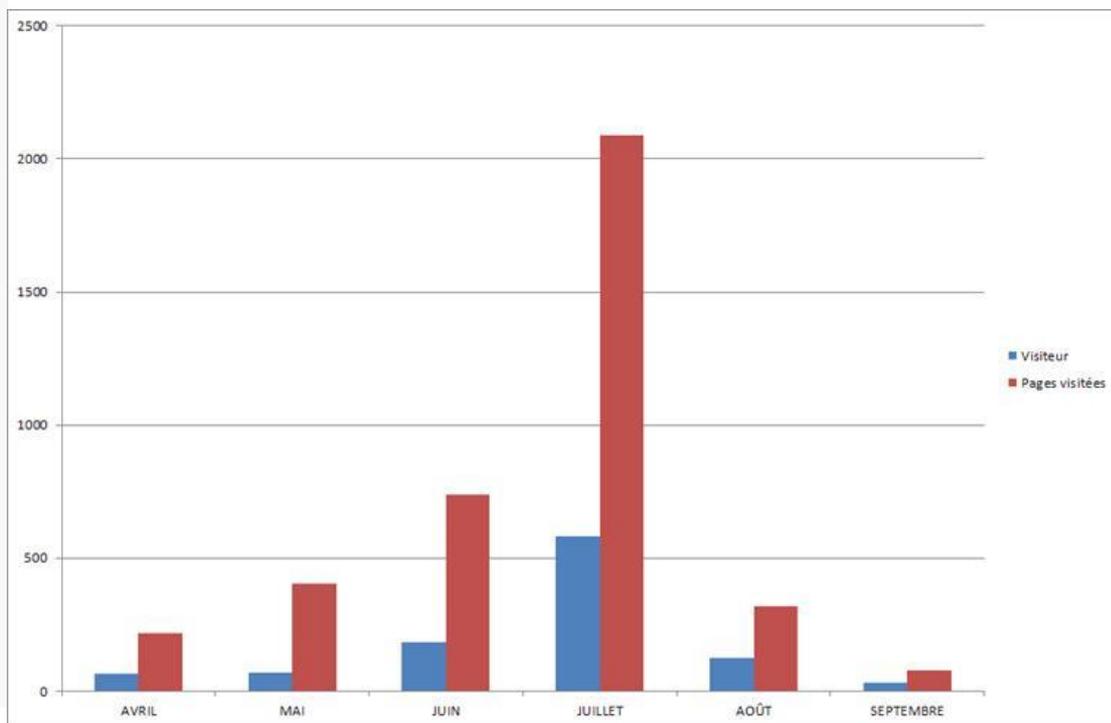


Visites sur le village	Balade en voilier	Conférence	Balade petits pêcheurs
715	160	131	87

Bilan communication

- Un bon retour presse
- Quelques émissions radios
- De bons relais locaux

Date	Visiteur	Pages visitées
AVRIL	64	216
MAI	71	402
JUIN	185	740
JUILLET	580	2089
AOÛT	125	318
SEPTEMBRE	33	76
TOTAUX	1058	3841





Bilan qualitatif

- Financements limités pour accueillir les exposants et le public dans les meilleures conditions (BP 30k€, financement 20k€)
- Bon accueil, mobilisation des partenaires localement
- Réponse à un réel besoin d'information du public
- Belle aventure humaine

