SECTEUR D'ACTIVITÉ 8

Culture et Patrimoine - Information et Sensibilisation

Coordination Aquarium des Lagons et Archipelagoes avec la contribution du Musée Maritime, de Tai Kona, DIR Aff Mar, SANT, Sylvie Grandjean, Océan Avenir NC, Biocénose Marine et avis du CEN

Total emplois ou bénévoles concernés	Il est difficile d'estimer le nombre d'emplois directs car nombreux sont ceux qui travaillent aussi dans d'autres secteurs pas toujours liés au maritime. Au moins 40 emplois + 177 bénévoles + guides + autres **Culture et Patrimoine** Aquarium = 21,5 + 1 CdM +177 bénévoles ; Musée maritime = 6 + 1TP + 2 agents PPIC ; CEN : minimum 1/2 *Accessoirement* : Centre Tjibaou, Musées de la NC et de la ville de Nouméa, guides touristiques **Information** *Stricto sensu* : Tai Kona, Agendas des marées, NCTV/entre Terre et Mer, Carnet d'Escale, Zones Protégées (comité de gestion ZCO), L'écume… *Accessoirement* : SNSM, Sortir, l'Auto/Moto/Bateaux, Weekly, LNC, NC1ère… et sites internet respectifs, FB, radios **Sensibilisation** Ceux précités et Centre d'Initiation à l'Environnement (CIE), PEW, WWF, Pala Dalik, Bwärä…
Tendance de l'activité	**Culture et Patrimoine** Plutôt en diminution due à la baisse des contributions des collectivités. Par contre en augmentation pour le patrimoine mondial (CEN) qui en outre prend en main les dossiers de l'IFRECOR. **Information** En hausse **Sensibilisation** Plutôt en hausse
Contraintes	**Culture et Patrimoine** Pérennisation du financement **Information** Petit gisement de lecteurs (en dizaines de milliers) Éparpillement des supports

Partie 1. Secteur d'activité 8 : Culture et Patrimoine - Information et Sensibilisation.

Juin 2016

	Visions/rapport au patrimoine ou modes de communication potentiellement différents selon l'ethnie Accès aux ressources (quel que soit le support) et accès aux lieux **Sensibilisation** Éparpillement de l'offre Pas de réponse concertée (par rapport à des enjeux partagés)
Remarques	Enjeux : conserver le patrimoine naturel et culturel maritime de la NC; faire valoir et mettre en avant les spécificités (au sens remarquable) calédoniennes pour attirer des touristes, des investisseurs, des chercheurs ou encore des financements; valoriser les actions/projets dans les différents domaines; faire savoir ce qui se passe.

Préambule

Le secteur traité ici repose sur deux axes :

A. La culture et le patrimoine maritime calédonien : il s'agit d'inventorier et de mettre en valeur les richesses et spécificités calédoniennes en rapport avec la mer qui ont une importance artistique, historique, culturelle ou encore naturelle (biodiversité…). Dans la notion de patrimoine sont inclus l'humain comme le naturel. Au niveau du patrimoine culturel figure le matériel (Musées) et l'immatériel avec les traditions, les contes et légendes (Centre Tjibaou) et donc les droits de propriété intellectuelle. A noter le rôle particulier des guides touristiques qui permettent un accès au patrimoine sur les lieux mêmes et contribuent à leur promotion. Entre les deux axes (c'est-à-dire relevant autant du patrimoine immatériel que de l'information) il y a la production audiovisuelle (photos, vidéos…) ou artistique ayant pour thème la mer.

B. On distingue l'information de la sensibilisation dont les publics, les cibles et les motivations ne sont pas forcément identiques. L'information présente essentiellement des faits, et est diffusée par des supports écrits - journaux, magazines, plaquettes… - ou visuels : reportages et émissions télévisuelles, sites internet… La sensibilisation tente plutôt de répondre aux enjeux en travaillant l'aspect éducatif, la prise de conscience et en essayant faire évoluer les comportements…

1/ Contexte

1.a./ Culture & Patrimoine : activités réparties entre **l'Aquarium des Lagons**, le **Conservatoire d'espaces naturels**, CEN (vivant/naturel) qui a en charge la coordination de la gestion du bien inscrit au Patrimoine Mondial et désormais en charge de la coordination de l'IFRECOR (Initiative Française sur les Récifs Coralliens), **les musées (Maritime, Nouvelle-Calédonie, Ville de Nouméa)**,

le **Centre Culturel Tjibaou** et **l'Agence de Développement de la Culture Kanak** (ADCK), et certaines associations comme **Fortunes de mer** (recherches d'épaves dans un but historique) **et l'association Salomon** (recherches sur l'expédition Lapérouse). La Nouvelle-Calédonie est plutôt bien équipée si on la compare par exemple à la Polynésie française qui ne possède pas d'Aquarium et un seul musée où la part maritime est significative (le Musée des Iles). Si on note peu ou pas d'interaction entre ces structures, il n'y a en revanche pas d'incompatibilité. Quelques **guides touristiques** sont répertoriés (mais peu connus) et d'autres improvisés selon la demande touristique notamment dans les îles, mais qui ont parfois une connaissance exceptionnelle à partager.

1.b./ Information & sensibilisation : supports média écrits plutôt disparates, quelques uns spécifiquement dédiés à la mer : Tai Kona, les divers agendas annuels des marées, Carnet d'escale, l'Écume, Zones Protégées et les publications de la DENV, d'autres sont plus généralement dédiés à l'environnement dans lesquels sont traités des sujets liés à la mer : L'Œil, Changer d'Ère,…

En TV l'émission hebdomadaire « Entre Terre et Mer » de 25 mn sur NCTV est la seule émission spécifiquement dédiée à la mer, les eaux de NC apparaissent dans des émissions type Thalassa, Couleurs Outremers ou Archipels mais de manière très irrégulière.

Ainsi l'information est plutôt dispersée, ponctuelle, sectorielle et souvent opportuniste.

En termes de sensibilisation, l'offre est également disparate mais les actions sont relativement nombreuses, eu égard aux nombreuses associations qui œuvrent sur le territoire. Ainsi en dehors des structures permanentes comme l'Aquarium ou le Centre d'Initiation à l'Environnement (CIE) de nombreuses actions sont mises en place par la Province Sud, et les associations WWF, PEW, Opérations Cétacés… notamment à destination des écoles primaires ou lors de manifestations populaires.

2/ Rappel de ce que ce secteur représente

2.a./ Culture & Patrimoine : Dans le secteur la France est très active, le nombre de structures est très important mais pour la 1ère destination touristique au monde cela semble évident. On dénombre 1315 musées et 353 zoos et aquariums *(source wikipédia)*, mais il y a aussi les parcs, et d'autres structures liées au monde marin.
Actuellement il y a 48 Aquariums au niveau national et si la Guadeloupe ou la Réunion en ont un, ce n'est pas le cas de la Polynésie française.

Le poids économique du secteur est difficile à évaluer et il n'existe pas de statistiques disponibles. Par contre, en ce qui concerne les aquariums, ce sont des infrastructures souvent utilisées pour dynamiser la fréquentation d'une région. On citera ainsi le poids considérable de certains établissements pour leur région d'implantation, comme Océanopolis à Brest, Nausicaa à Boulogne, les Grands Aquariums de La Rochelle (800.000 visiteurs), ou encore de Monaco, Montpellier, ou St Malo.

Leur rôle n'est pas seulement économique ou divertissant. Ils participent également à l'information et la sensibilisation des populations locales ou exogènes.

D'autres établissements assurent le rayonnement culturel maritime, ainsi : le Musée de la Marine du Trocadéro, le Centre International de la Mer à la Corderie Royale de Rochefort, l'Institut Océanographique de Monaco, ou encore certains musées particulièrement dotés en objets maritimes comme le Musée portuaire de Dunkerque, le Musée de la Marine de Brest ou le Musée du Nouveau Monde de La Rochelle, etc…

Des évènements font aussi rayonner le monde maritime comme l'Armada de Rouen (prochaine édition en 2019) ou les fêtes maritimes « Tonnerre de Brest » où la Nouvelle Calédonie sera cette année invitée d'honneur.

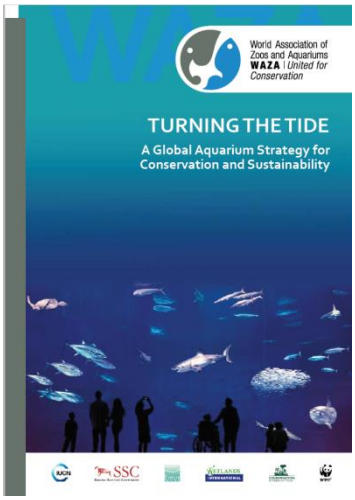
Au niveau européen et mondial on soulignera l'existence et le développement de nombreux aquariums prestigieux : Aquarium d'Atlanta, Dubaï, Okinawa, Lisbonne, Valence, Istanbul, Monterey, Shanghai, Sydney…

La *World Aquarium and Zoo Association* compte ainsi 315 «poids lourds » à l'échelle mondiale.

Geographic Region	Aquariums	Zoos with a formal Aquarium
Japan	67	2
United States of America	40	23
China	60	0
Canada	4	3
Australia / New Zealand	12	3
Europe	40	100
Africa	5	1

Le plus grand aquarium du monde a ouvert ses portes en 2014 en Chine et offre à la vue des touristes des requins baleines!

Selon la *WASA* avec plus de 700 millions de visiteurs à l'échelle mondiale et 350 M US$ dépensés pour la conservation, la communauté mondiale des zoos et des aquariums a le potentiel pour jouer un rôle important aussi bien dans l'éducation environnementale que la conservation de la nature.



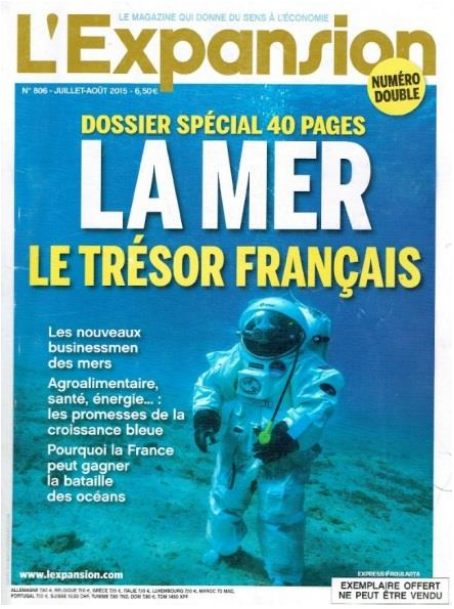
Les aquariums atteignent des personnes vivant pour la plupart dans des milieux urbains ayant peu ou pas de contact avec la nature. Ces personnes viennent visiter les aquariums principalement parce qu'elles sont intéressées par les animaux qu'on peut y trouver. Par conséquent, les animaux vivants forment une base inestimable pour sensibiliser le grand public.

A travers leurs collections vivantes, les aquariums sont également bien placés pour contribuer à la recherche liée à la conservation. Les aquariums peuvent développer leur capacité de recherche en établissant des unités de recherche dans leurs propres organisations, en soutenant des projets de recherche et en développant des partenariats en collaboration avec des instituts de recherche. On se reportera à certaines fiches de ce rapport, en particulier les fiches Biotechnologies, Aquaculture ou encore Recherche qui évoquent ces partenariats et des projets concrets en cours.

Il existe aussi de nombreux musées maritimes, principalement en Europe : Anvers, Amsterdam, Londres, Hambourg, Bilbao, Ilhavo (Portugal), Barcelone, Oslo, du Saint Laurent, New-York, Vancouver…

2.b./ Information & sensibilisation :

En métropole la presse écrite est extrêmement variée : il existe un magazine par activité ou branche d'activité, de la planche à voile à la pêche sportive, par exemple : Motonautisme, Neptune Nautisme, Voile et voiliers, Voiles magazine, Voiles News, Pêcheurs de France, Pêche en mer, Pêche et Bateaux, Chasse-Marée, Cultures marines, Produits de la Mer, la Revue Maritime, Col Bleu, Littoral, Bateaux, Récif France, Neptunia, les cahiers du Yachting..., dont certains très réputés. A ceux-ci s'ajoutent Le Marin et sa newsletter quotidienne du Groupe de Presse Infomer et la revue de prestige Mer et Marine ainsi que les suppléments dédiés des journaux à grande distribution tels que Ouest France et le Télégramme de Brest avec des pages spéciales « Mer » et des dossiers spéciaux et de fond tel celui de l'Expansion en juillet-août 2015 par exemple.



Par ailleurs existent des émissions dédiées : « Thalassa » sur France TV, « Bienvenue à bord » sur la radio France Bleu par exemple, « Outre-Mer » sur M6 et l'information fait la part belle à certaines expéditions type Tara ou l'Hermione ou à des évènements type les voiles de St Tropez. Enfin on citera l'existence de festivals de renom : Euromaritime (salon de la croissance bleue), Festival International du Film Maritime d'Exploration et d'Environnement, Festival Mondial du Film de mer… et des Fondations : Cercle Maritime, Ephese de Catherine Chabaud, Fondation BELEM, Institut Français de la Mer, Littocean, Maud Fontenoy Fondation, Propeller Club de Paris, Océanides, ou encore Wista France qui regroupe les femmes ayant des responsabilités et la culture du milieu maritime etc…

Dans le monde les publications liées au yachting, aux sports et loisirs nautiques sont aussi extrêmement nombreuses, notamment aux USA ou en Australie.

3/ Le cas de la Nouvelle-Calédonie

3.a./ Culture & Patrimoine

3.a.a./ Les établissements recevant du public voient leur fréquentation stagner

Malgré le faible nombre d'emplois qu'ils représentent (quelques dizaines au total) les établissements calédoniens sont de qualité et participent à l'information et la sensibilisation du grand public (fig. ci-dessous © ADL).

Par contre le gisement de clientèle reste restreint (par rapport à l'hexagone) et limite les recettes. La clientèle touristique est inégalement attirée par l'offre culturelle et les établissements patrimoniaux ne bénéficient pas forcément de l'augmentation de la fréquentation de la destination, notamment par les croisiéristes vers lesquels un déficit d'information semble flagrant. Il est difficile de capter ce type de clientèle qui réserve souvent leurs activités directement sur le bateau avant de descendre à terre et pour qui la signalétique fait gravement défaut. Un effort doit être fait par la ville de Nouméa dans ce sens, qui sera bénéfique pour l'ensemble des touristes.

Une communication ciblée déclinant les atouts des différentes structures (et les moyens d'y accéder) pour attirer ces chalands est à l'étude (province Sud).

Le rayonnement régional reste limité alors qu'il est largement justifié. L'Aquarium des lagons arrive par exemple en 3ème position devant l'aquarium de Sea Life (Kelly Tarlton) d'Auckland ou le

Sea Life de Sydney dans le classement des aquariums du Pacifique. Toujours selon Trip Advisor, dans le top 10 des choses à faire en Nouvelle-Calédonie, l'Aquarium arrive en 4ème position après la piscine naturelle de l'île des Pins, le Phare Amédée, et la baie de Kanumera, toutes des destinations à caractère maritime. D'ailleurs, avec Lifou, l'îlot Canard, les plages de l'Anse Vata et de la Baie des Citrons, ainsi que l'îlot Maître, **les « produits mer » trustent la quasi-totalité de ce classement** : seul le Centre Tjibaou arrive à s'immiscer dans le top 10. Le Musée Maritime arrive, comme site reconnu, devant le Parc Forestier qui pourtant compte plus de visiteurs.

Musée maritime - Louis XVI donnant ses instructions au capitaine de vaisseau La Pérouse, © Musée Maritime.

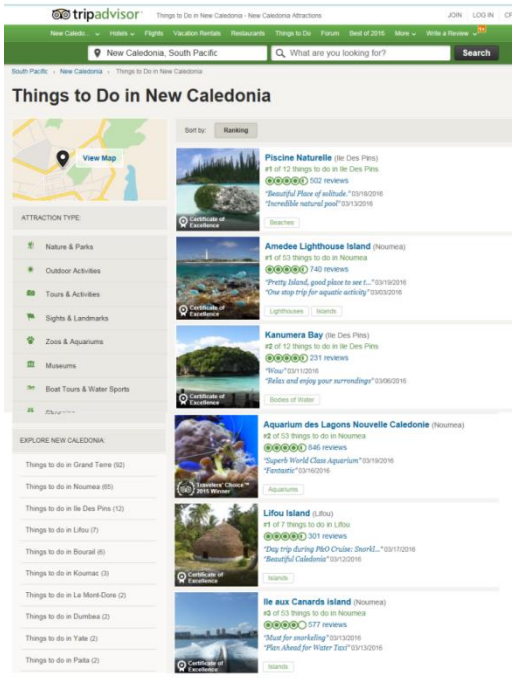
Si on considère uniquement le classement Trip advisor sur Nouméa, sur 54 choses à voir/faire

1. Ilot Amédée
2. Aquarium des Lagons
3. Ilot Canard
4. Centre Tjibaou
5. Anse Vata
6. Plage de la BD
7. Ilot Maître
8. Musée maritime

Cette notoriété mériterait d'être mise en avant et de faire partie intégrante des outils de développement touristique… potentiel qui n'est pas forcément appréhendé à sa juste valeur par les décideurs.

Partie 1. Secteur d'activité 8 : Culture et Patrimoine - Information et Sensibilisation.

Juin 2016



N'oublions pas que le Musée Maritime a vu le jour grâce à la volonté de passionnés de la mer qui ont créé les associations Fortunes de mer et Salomon et ont retrouvé et permis la conservation et l'exposition des vestiges de l'histoire maritime.

3.a.b./ Le Patrimoine naturel et immatériel est extrêmement riche

Le classement d'une partie du lagon au patrimoine mondial de l'Unesco a indéniablement favorisé l'intérêt du public pour la biodiversité du territoire, et la création du Parc marin de la mer de Corail a relancé cet attrait.

Néanmoins les actions du CEN, de l'IFRECOR, et d'autres comités de gestions sont assez peu connues du grand public, bien qu'ils soutiennent l'action de certaines associations et par ce biais participent à la diffusion de la connaissance de la richesse patrimoniale de la NC.

Les réserves coutumières jouent aussi un rôle puisqu'elles permettent de préserver en l'état des zones côtières et de faire ainsi perdurer un savoir ancestral.

Il faut également citer ici les guides touristiques qui sont un excellent vecteur à la fois du savoir immatériel et de la sensibilisation à l'environnement marin. Un seul guide existe pour Nouméa : « mer et histoire », mais ils sont nombreux en brousse et dans les îles et le public est souvent demandeur pour partager avec les tribus les légendes liées souvent à la mer. Les week-ends

dédiés ont un certain succès car ils permettent un vrai échange avec les tribus, deux sont en lien direct avec le monde marin : la fête de la baleine à l'île Ouen, la fête du lagon à Ouvéa ou encore la fête de la mer à Goro.

En termes de rayonnement, les images de Nouvelle-Calédonie apparaissant dans des films ou séries ont un impact intéressant. Le BAT, bureau d'accueil des tournages, joue ainsi un rôle positif dans la promotion de notre patrimoine.

3.b./ Information & sensibilisation : la presse écrite est peu développée, le gisement de lecteurs encore plus réduit que la clientèle touristique… l'information circule mal et n'est pas centralisée. L'acte de communication est à chaque fois un nouveau défi car peu de moyens financiers existent dans le secteur, les budgets publicitaires qui finançaient auparavant la presse écrite se réduisent chaque année. Les nouveaux supports numériques sont aujourd'hui privilégiés, pages Facebook, vidéos sur You tube. C'est la communication de demain et elle devient incontournable.

Par contre, la presse française propose dans plusieurs types de magazines des numéros spéciaux ou des articles sur la Nouvelle-Calédonie : Géo (2009), National Geographic (2013), voiles & voiliers, ou encore les supports consacrés à l'apnée, le surf, la planche à voile ou encore tous les articles sur des destinations touristiques où la mer et le lagon calédonien sont très souvent mis à l'honneur, grâce à quelques clichés spectaculaires. Ces magazines sont disponibles à la bibliothèque Bernheim notamment.

En matière de sensibilisation, il existe de nombreuses actions ponctuelles surtout pour ce qui concerne la protection de l'environnement qui permettent de renforcer le lien entre la mer et la population, les associations (WWF, PEW…) sont très présentes lors des diverses manifestations (campagne actuelle de l'agence des AMP en faveur des dugongs par ex). Dans les écoles, des efforts de sensibilisation du jeune public sont menées en permanence par le CIE, Pala-Dalik, et par les enseignants eux-mêmes grâce à des supports distribués par les différentes institutions et associations. La médiatisation de certaines actions de nettoyage permet aussi d'élargir la prise de conscience.
En matière d'éducation la sensibilisation en milieu scolaire porte essentiellement sur le primaire alors qu'elle pourrait être davantage étendue au secondaire au-delà de la simple distribution de posters pour les classes de SVT. Mais la Nouvelle-Calédonie a pris un certain retard en matière d'éducation à l'environnement lorsque l'on sait le peu d'établissements scolaires qui effectuent le tri sélectif.
La tenue d'évènements qui relèvent de la culture locale (folklore) et qui se passent sur la mer, comme la Régate des Touques (chaque année en novembre) donne l'occasion à des associations de protection de l'environnement de tenir des stands et de faire des actions de sensibilisation. C'est aussi le cas lors de la Nuit Nautique de Nouméa qui offre une visibilité sur tous les navires œuvrant dans les eaux calédoniennes, que ce soit pour la sécurité, le sport, le tourisme mais aussi

les professionnels (bateau des Phares et Balises par exemple) ou encore le patrimoine puisqu'une pilotine de 1943 a défilé lors de la 1ère édition.

Mais ces évènements nautiques n'obtiennent que peu de couverture média. Seul l'Aquarium organise des manifestations pour la Journée Mondiale de l'Océan qui n'est par ailleurs que très peu relayée par les médias alors que cette manifestation d'envergure internationale pourrait être une occasion de mettre en avant les atouts culturels et patrimoniaux de la destination.

La chaine locale NCTV consacre quand même une émission sur la mer au travers de l'émission hebdomadaire entre Terre et mer. Par ailleurs, en facilitant l'accueil des productions étrangères, le bureau des tournages de la province Sud augmente la diffusion des images de la Nouvelle-Calédonie au-delà de ses frontières (Thalassa, des racines et des ailes, TV japonaises…), ce qui ne peut que contribuer à la notoriété du pays et de ses atouts. Et nous signalerons l'initiative toute récente d'Archipel Production pour une série de 18 reportages sur 18 secteurs maritimes du pays qui impliqueront des membres du Cluster Maritime.

Certaines initiatives en matière de sensibilisation sont pérennes ou systématiques comme celles de l'Aquarium (programme d'animation trimestriel, programme estival, expositions temporaires, nocturnes thématiques), du Musée Maritime (expositions temporaires, conférences…) ou encore du C.I.E. (sentier sous-marin de l'îlot Canard, visites de la mangrove...).

A noter aussi la création, (parution au JO NC fin mars 2016), d'une Association de Promotion de la Mer et l'existence de l'association « fondation Catala-Stucki » dont l'objectif est de promouvoir

la conservation, la protection et la restauration des écosystèmes aquatiques de Nouvelle-Calédonie, en :

- Agissant pour la préservation de ces écosystèmes ; Luttant contre l'érosion de la biodiversité;
- Soutenant des actions de recherche permettant d'améliorer la connaissance de ces milieux et de ses espèces associées ainsi que leur évolution ;
- Luttant contre l'érosion de la biodiversité;
- Soutenant des actions de recherche permettant d'améliorer la connaissance de ces milieux et de ses espèces associées ainsi que leur évolution ;
- Menant des actions de formation, de sensibilisation et d'éducation en matière de protection de ces écosystèmes ;
- Soutenant la restauration de milieux dégradés.
- Intégrant la problématique liée au changement climatique

Cette association est financée par l'activité des bénévoles sur l'îlot Amédée (sensibilisation des touristes) et certaines prestations de l'Aquarium des Lagons). L'intégralité des sommes récoltées sera réaffectée à des actions de conservation.

Remarques
S'agissant des établissements culturels et patrimoniaux : le cluster pourrait contribuer à renforcer leur rôle/place au sein de la future stratégie maritime calédonienne en les replaçant dans une perspective de développement touristique durable…

Ils pourront aussi contribuer au développement du financement participatif en proposant des projets éducatifs, de conservation ou de recherche à la générosité du public. C'est déjà en cours à l'ADL : utiliser notre prestige et notre image pour légitimer des actions en offrant une garantie de qualité.

Au niveau Information, Le cluster pourrait dans un premier temps centraliser les infos des partenaires pour la communication interne et pourquoi pas en diffuser tout ou partie sous forme de communiqués de presse pour alimenter la presse de sorte à enclencher une dynamique correspondant aux ambitions du secteur.On notera quelques signes positifs :
Plusieurs revues ont commencé à placer la mer dans leur politique de communication, ainsi celle « d'Objectif », de « CCI Infos », de « Environnement-Nouvelle-Calédonie », de « Challenge » pour n'en citer que certaines…

Partie 1. Secteur d'activité 8 : Culture et Patrimoine - Information et Sensibilisation.

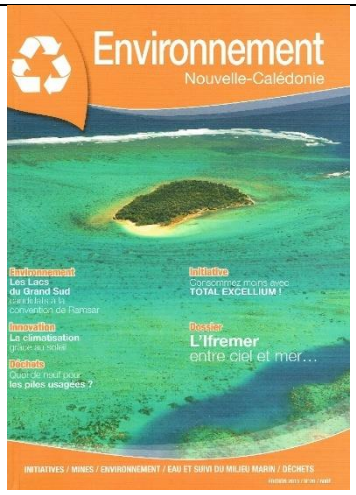
Juin 2016

Microalgues pour macroprojets

La découverte des fortes potentialités des microalgues est issue de décennies de travaux de recherche en microbiologie et en biotechnologie marines. En s'appuyant sur les compétences scientifiques des organismes de recherche, la Nouvelle-Calédonie mise sur un transfert des savoir-faire et sur le développement d'une filière innovante.

Applications agroalimentaires et cosmétiques

Dans Ifremer, il y a « mer »...



On notera la sortie par l'IEOM de la note n°185 de 8 pages sur les enjeux maritimes calédoniens, undossier dans le supplément économie de LNC d'avril, et un festival de l'Image et de la photographie sous-marine qui se développe avec succès. Tout comme des expositions d'artistes calédoniens de plus en plus nombreuses dont les œuvres sont pour beaucoup inspirées de la mer (ce sujet mériterait un paragraphe spécifique !).

Une résidence d'artistes océaniens est en cours d'organisation au centre Tjibaou sur le thème de la baleine dans le cadre de l'année de la baleine (SPREP PROE).

En marge du sommet international "Our Ocean", qui s'est tenu les 5 et 6 octobre 2015 à Valparaiso au Chili, un groupe d'ambassadeurs océaniens appelé « Island Voices » a porté la voix de la protection de l'environnement marin à travers le Pacifique. La Nouvelle-Calédonie était représentée par Ito Waïa, artiste sculpteur et photographe, fortement investi dans les travaux du comité de gestion Patrimoine Mondial de la zone côtière Ouest qui a déclaré :

« …si nous sommes petits par nos îles,nous sommes grands par notre océan encore vierge… »

De nombreux photographes choisissent d'ailleurs le monde maritime comme sujet de leurs clichés, qu'ils soient locaux ou métropolitains (photos aériennes de Nokanhui par Gilles Martin-Raget), le célèbre « Cœur de Voh », tout comme d'autres artistes ou créateurs d'artisanat.
On ne parle pas non plus de tous les livres qui sont sortis sur le milieu marin qui mériteraient comme les peintres un chapitre à part…

Conclusion, Perspectives

Le patrimoine maritime calédonien, qu'il soit naturel (environnement, paysages, biodiversité…) ou culturel (légendes, histoire, art, écrits…) est exceptionnel et extrêmement varié mais pas assez valorisé.

Dans un pays trop tourné vers la terre et la mine, où pourtant tout existe pour forger une « image marine et maritime » de premier plan dans la région Pacifique et bien au-delà, il apparaît qu'un travail fondamental de communication soit à construire qui doit « vendre » les atouts du secteur et donc nos intérêts respectifs ; et à terme ; la production du Cluster…

On perçoit par exemple des intérêts de grands médias cités plus haut à promouvoir le fait maritime calédonien : le Marin et Marine et Océans en particulier, sans doute le National Geographic mais le Cluster doit, notamment vis à vis du dernier type d'interlocuteur potentiel, jouer un rôle pivot dans un désordre ambiant où chacun vend son savoir ou ses projets sans concertation aucune avec d'autres expériences le plus souvent complémentaires et porteuses de l'image calédonienne vers l'extérieur.

Dans cette optique, l'élaboration d'une stratégie de communication en faisant appel à des professionnels du secteur semble incontournable. Cet investissement serait non seulement productif (promotion des acteurs et des activités) mais aurait aussi vocation à sous-tendre l'action publique en contribuant à lui donner un sens et des objectifs….