

**R A P P O R T D ' A C T I V I T É 2 0 0 6**  
OFFICE NATIONAL INTERPROFESSIONNEL DES PRODUITS DE LA MER ET DE L'AQUACULTURE





# LE MARCHÉ FRANÇAIS DES PRODUITS DE LA PÊCHE ET DE L'AQUACULTURE

<b>1. Évolution d'ensemble du marché en 2006</b>	
1.1 Les ventes déclarées dans les halles à marée en France .....	5
1.2 Le commerce extérieur .....	7
1.3 La consommation .....	9
<b>2. Évolution par famille de produits</b>	
2.1 Les poissons blancs .....	10
2.2 Les petits pélagiques .....	10
2.3 Le thon .....	11
2.4 Les poissons fins .....	11
2.5 Les salmonidés .....	12
2.6 Les céphalopodes .....	12
2.7 Les crustacés .....	12
2.8 Les coquillages .....	13

## L'ACTIVITÉ DE L'OFIMER

<b>1. Les instances de concertation</b>	
1.1 Le Conseil de Direction .....	15
1.2 Le Conseil spécialisé pour l'outre-mer .....	15
1.3 Les groupes de travail .....	17
<b>2. L'observatoire économique et les études</b>	
2.1 L'observatoire économique .....	18
2.2 Les études .....	21
<b>3. La gestion du marché</b>	
3.1 Les interventions communautaires .....	22
3.2 Les fonds de garantie .....	31
3.3 La prévision des apports .....	33
<b>4. Les actions d'orientation</b>	
4.1 Les aides aux investissements .....	34
4.2 Les actions structurelles .....	35
4.3 Le soutien à l'innovation .....	41
<b>5. La promotion et la communication</b>	
5.1 La communication nutrition-santé .....	43
5.2 La promotion collective .....	43
5.3 Les salons .....	44
5.4 Les actions pédagogiques .....	46
5.5 La veille médiatique et scientifique .....	47
<b>6. Les contrôles</b>	
6.1 Les aides communautaires .....	48
6.2 Les aides nationales .....	49
<b>7. Le fonctionnement</b>	
7.1 Les ressources humaines .....	49
7.2 Le budget .....	50
7.3 L'informatique .....	50