

Extrait du Comité Local des Pêches Maritimes et des Elevages Marins de Lannion-Paimpol

<http://www.bm-webdesign.com/clpmempaimpol/spip.php?article935>

Marquage de femelles homard - campagne 2010

- Gestion de la ressource - Marquage de femelles homards -

Date de mise en ligne : vendredi 30 avril 2010

**Comité Local des Pêches Maritimes et des Elevages Marins de
Lannion-Paimpol**

Cette année, le CLPMEM de Lannion-Paimpol réitère la campagne de marquage de femelles homards. La campagne 2010 contient **2 phases de marquage** :

- ▶ Le marquage en V, comme en 2009
- ▶ Le marquage individuel avec une marque jaune numérotée.

Marquage en V

Chaque femelle sera marquée d'un poinçon en V à la queue (2ème palette à droite), de la même façon qu'en 2009.

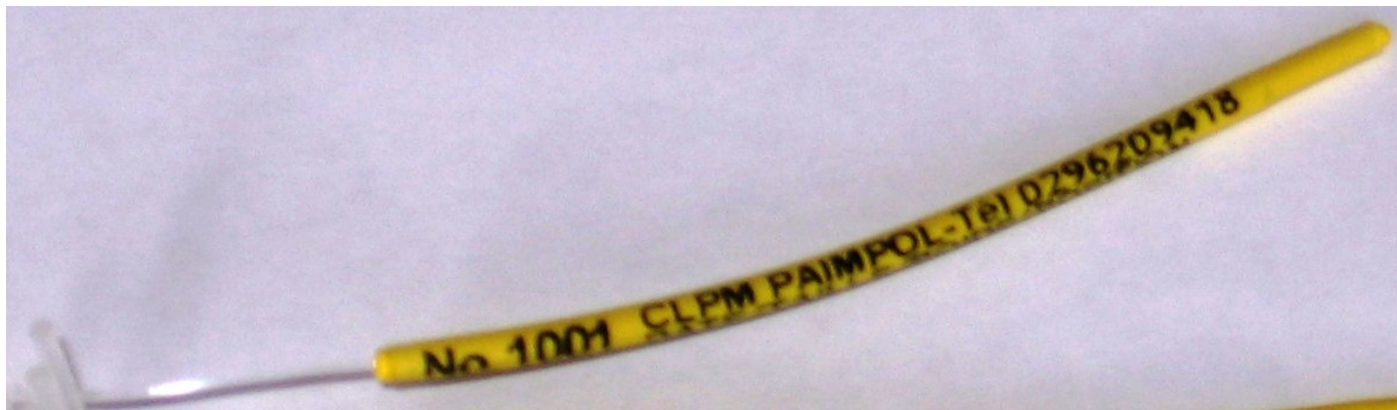


Tout homard marqué par un V à la queue ne peut être ni débarqué, ni vendu.

L'objectif est de laisser à l'eau les femelles homards ainsi marquées, afin qu'elles puissent grandir et se reproduire. Lorsque la marque disparaît (après 1 ou 2 mues), le homard peut à nouveau être capturé.

Marquage individuel avec marques jaunes numérotées

Nouveauté cette année, les femelles homards marquées d'un V à la queue seront également identifiées individuellement. Une marque jaune, comportant un numéro à 4 chiffres (de 0001 à 2000) sera insérée dans l'abdomen du homard.



Lorsqu'un pêcheur capture un homard marqué par une marque jaune, il doit noter :

- son numéro à 4 chiffres ;
- la position géographique de capture du homard ;
- la date ;
- la présence d'oeufs ou non ;
- la longueur de céphalothorax lorsque cela est possible.

L'ensemble de ces informations est à transmettre au **CLPMEM de Lannion-Paimpol** au plus vite.

L'objectif de ce marquage individuel est **d'acquérir des connaissances sur le stock** de homards exploité par les pêcheurs professionnels du quartier, en termes de :

- croissance individuelle ;
- reproduction ;
- dispersion ;
- efficacité du programme de marquage en V.

La participation de **TOUS les pêcheurs**, professionnels ou plaisanciers est indispensable au succès de cette opération. Une campagne d'information sera faite auprès du grand public, notamment auprès des pêcheurs plaisanciers (brochures, affiches, conférences, presse...).