



HAL
open science

Diversification des activités de pêche en Bretagne : acceptabilité et conditions de développement

Violaine Merrien, Marie Lesueur, Jean-Pierre Boude, Gervais Folliard

► To cite this version:

Violaine Merrien, Marie Lesueur, Jean-Pierre Boude, Gervais Folliard. Diversification des activités de pêche en Bretagne: acceptabilité et conditions de développement. [Rapport Technique] Conseil Régional de Bretagne. 2008, 73 p. hal-01462511

HAL Id: hal-01462511

<https://hal.science/hal-01462511>

Submitted on 6 Nov 2019

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

DIVERSIFICATION DES ACTIVITÉS DE PÊCHE EN BRETAGNE :

ACCEPTABILITÉ ET CONDITIONS DE DÉVELOPPEMENT



Juin 2008

Violaine MERRIEN, Marie LESUEUR, Jean-Pierre BOUDE, Gervais FOLLIARD

Avec le financement de la Région Bretagne



Avec la participation des Comités locaux des pêches d'Audierne, du Guilvinec, de Saint-Brieuc et du Comité régional des pêches de Bretagne

TABLE DES MATIÈRES

PRÉSENTATION DE L'ÉTUDE « DIVERSIFICATION DES ACTIVITÉS DE PÊCHE ET DES CULTURES MARINES EN BRETAGNE ».....	6
PRINCIPAUX RÉSULTATS.....	8
INTRODUCTION.....	11
I. CONTEXTE – DÉFINIR LA DIVERSIFICATION.....	12
I.1. Définition de la diversification à l'image de la diversification agricole.....	12
I.1.1.La diversification du modèle agricole transposable à la filière pêche ?.....	13
I.1.2.Une difficile définition de la diversification des activités de pêche.....	14
I.2. De la diversification des activités dans les entreprises de pêche à la diversification des zones dîtes tributaires de la pêche.....	16
II. MÉTHODOLOGIE - ENQUÊTES AUPRÈS DES PROFESSIONNELS.....	17
II.1. Construction de la méthodologie d'enquête	17
II.1.1.État des lieux	17
II.1.2.Définition de l'enquête	18
II.1.3.Définition des échelles d'observation.....	19
II.2. Enquête ciblée – Analyse de logiques de diversification	22
II.2.1.Le questionnaire.....	22
II.2.2.Les entreprises ciblées.....	23
II.2.3.Déroulement des entretiens	23
II.3. Enquête non ciblée – Intérêts et attentes des pêcheurs	24
II.3.1.Questionnaire et indicateurs	24
II.3.2.Stratégie d'échantillonnage	25
II.3.3.Déroulement des entretiens	27
II.3.4.Description de l'échantillon	27
III. QUELLES SONT LES ACTIVITÉS DÉJÀ MISES EN PLACE ?.....	30
III.1. Les activités liées au tourisme.....	30
III.1.1.Embarquement de passagers.....	30
III.1.2.Visite de navire.....	32
III.1.3.Dégustation de produits de la mer.....	33
III.1.4.Restauration	34
III.1.5.Hébergement.....	34
III.1.6.Synthèse.....	34
III.2. Les activités liées à la valorisation des produits.....	35
III.2.1.Vente directe.....	35
III.2.2.Expédition de produits.....	38
III.2.3.Transformation (travail du poisson).....	38
III.2.4.Focus sur la réglementation sanitaire.....	39
III.2.5.Valorisation des co-produits	40
III.2.6.Mise en place de marque/label.....	40
III.2.7.Synthèse.....	41
III.3. Les éco-activités.....	41

III.3.1.Collecte de déchets.....	42
III.3.2.Participation à la surveillance de la qualité du milieu marin.....	42
III.3.3.Embarquements d'experts.....	43
III.3.4.Prestation de services.....	43
III.4. Les activités de valorisation de la profession.....	44
III.4.1.Participation à des salons.....	44
III.4.2.Participation à des fêtes maritimes.....	44
III.4.3.Contribution à un documentaire ou/et reportage	44
III.4.4.Activités liées à la formation.....	45
III.5. Synthèse.....	45
III.5.1.Les activités les plus développées.....	45
III.5.2.Parallèle avec la perception des producteurs.....	46
<u>IV. QUELLES SONT LES LOGIQUES DE DIVERSIFICATION ?.....</u>	<u>48</u>
IV.1. Analyse d'expérience.....	48
IV.1.1.La vente directe aux consommateurs, des expériences satisfaisantes.....	48
IV.1.2.L'adhésion à des signes distinctifs des produits pêchés.....	49
IV.1.3.L'embarquement de passagers.....	50
IV.2. Les freins et obstacles à la diversification.....	51
IV.2.1.Un frein externe aux entreprises de pêche : la réglementation	51
IV.2.2.Des contraintes internes aux entreprises	52
IV.3. Des logiques de diversification variées.....	53
IV.3.1.Des stratégies dynamiques d'entreprises s'opposant à des logiques opportunistes.....	53
IV.3.2.Une logique de complément de revenus par la diversification.....	55
IV.3.3.De faibles logiques partenariales.....	55
<u>V. QUELLES PERSPECTIVES ET QUELLES PISTES D'ACTION POUR LE DÉVELOPPEMENT DE LA DIVERSIFICATION ?.....</u>	<u>57</u>
V.1. Perspectives	57
V.1.1.Une apparition récente de la diversification dans des textes stratégiques.....	57
V.1.2.Le point de vue des professionnels.....	62
V.2. Pistes d'action.....	63
V.2.1.Mettre en place des outils d'accompagnement.....	63
V.2.2.Intégrer les activités de diversification dans un projet de territoire.....	65
CONCLUSION.....	67
BIBLIOGRAPHIE.....	68
VI. LISTE DES SIGLES.....	70
<u>ANNEXES.....</u>	<u>71</u>
Annexe A : Liste des entretiens complémentaires.....	71
Annexe B : Plaquette de présentation de l'étude.....	72
Annexe C : Descriptif des flottilles.....	73

PRÉSENTATION DE L'ÉTUDE « DIVERSIFICATION DES ACTIVITÉS DE PÊCHE ET DES CULTURES MARINES EN BRETAGNE »

Le sujet de l'étude « *Diversification des activités de pêche et de cultures marines en Bretagne : acceptabilité et conditions de développement* » est issu d'une réflexion sur la multifonctionnalité des pêches et des cultures marines, menée par le Pôle halieutique d'AGROCAMPUS OUEST, en préparation des Assises de la Pêche et de l'Aquaculture menées par la Région Bretagne en 2005-2006¹.

Au sein du secteur maritime breton des initiatives locales, collectives ou individuelles ont permis d'expérimenter différentes formes de diversification, telles que la valorisation des produits à travers les signes officiels de qualité, la vente directe, le tourisme bleu, le ramassage des déchets, etc. Dans le contexte économique d'une mise en péril du secteur primaire maritime lié à l'augmentation des coûts de production et aux enjeux de gestion des ressources marines, la diversification peut être une solution pour pérenniser des entreprises de pêche et de cultures marines. Ces activités de diversification permettent en effet le maintien d'un tissu économique et social local et occupent donc une place essentielle dans le développement des territoires côtiers.

Le rôle structurant des activités de pêche et de cultures marines est reconnu au niveau européen au travers par exemple des documents d'orientation des secteurs maritimes des pays membres, notamment dans le cadre du Fonds Européen pour la Pêche (FEP)². Le dernier axe du règlement est consacré au développement durable des zones côtières dépendantes de la pêche et de l'aquaculture : il stipule l'appui de mesures pour « la diversification des activités par la promotion d'emplois multiples pour les pêcheurs, en créant des emplois complémentaires en dehors du secteur de la pêche ». Au niveau national, les objectifs du FEP sont déclinés au travers du Plan d'Avenir pour la pêche, du Plan Stratégique National (PSN)³ et enfin du Programme Opérationnel (PO)⁴.

Dans ce contexte, l'étude menée par la *Cellule Études et Transferts du Pôle Halieutique* et financée par la Région Bretagne, s'est intéressée à la diversification des activités de pêche et de cultures marines en Bretagne en travaillant particulièrement sur les points suivants :

- 1 | **Identifier les conditions de développement et les facteurs de blocage** des activités de diversification existantes
- 2 | **Identifier la faisabilité** des nouvelles voies de diversification
- 3 | **Analyser la compatibilité des actions** avec les politiques nationales et européennes.

Un comité de pilotage a été constitué afin d'orienter l'étude, de permettre la mise en relation avec les acteurs, de valider les résultats obtenus et d'émettre un avis sur la dissémination de ces résultats. Ce comité est constitué par des représentants du Comité Régional des Pêches Maritimes et des Élevages Marins (CRPMEM) de Bretagne, des Comités locaux (CLPMEM) d'Audierne, du Guilvinec, de St-Brieuc, ainsi que des Sections Régionales Conchylicoles (SRC) de Bretagne Nord et de Bretagne Sud et de la Région Bretagne.

Le comité de pilotage s'est réuni à plusieurs reprises lors de l'étude, pour participer à la définition du sujet et pour accompagner la mise en œuvre du travail de terrain et l'analyse des résultats de l'étude. Cela a permis de recadrer la démarche de l'étude en fonction des particularités et des besoins des secteurs concernés.

La méthodologie retenue pour obtenir ces résultats est la suivante :

- 1 | Une **analyse bibliographique** et une réflexion préalable sur la déclinaison de la théorie de la diversification pour les secteurs de la pêche et des cultures marines
- 2 | L'**analyse des expériences de diversification existantes** avec le concours des structures professionnelles
- 3 | La **mise en œuvre d'une enquête auprès des pêcheurs et des conchyliculteurs**

¹ LESUEUR Marie, BOUDE Jean-Pierre., LE GOFFE P. (2007). *La multifonctionnalité des pêches maritimes et des cultures marines à la lumière de la multifonctionnalité de l'agriculture*. Agrocampus Rennes, 33 p.

² Règlement (CE) n°1198/2006 du conseil du 27 juillet 2006 relatif au Fonds Européen pour la Pêche.

³ Plan stratégique national établi en application de l'article 15 du règlement (CE) n°1198/2006 du conseil du 27 juillet 2006 relatif au Fonds Européen pour la Pêche.

⁴ Programme opérationnel pour les interventions structurelles communautaires dans le secteur de la pêche en France pour la période 2007/2013, adopté par la Commission le 19 décembre 2007 (décision C 6791).

4 | La **conduite d'entretiens auprès de personnes ressources** (Institutions publiques, structures d'encadrement du secteur, etc.) pour compléter les informations récoltées lors des enquêtes.

Pour la réalisation de la première partie de l'étude, deux stages ont permis la mise en œuvre d'une enquête auprès des professionnels en Bretagne afin de mesurer l'acceptabilité et la faisabilité des voies de diversification des entreprises de conchyliculture (étude réalisée par Timothée Besse) et de pêche (étude réalisée par Violaine Merrien). Les objectifs de ces études étaient les suivants :

- *Décrire quelques entreprises diversifiées et recueillir des expériences de diversification*
- *Faire un état des lieux des activités des entreprises et de leur niveau d'engagement vers la diversification*
- *Caractériser chaque forme de diversification observée et analyser de manière systématique les contraintes liées à ces activités.*

Afin de réaliser le maximum d'enquêtes en un temps limité, elles ont été réalisées sur un nombre de zones d'étude limité : la zone Cornouaille et la baie de Saint-Brieuc pour la pêche ; la baie de Cancale et le golfe du Morbihan pour les cultures marines. Les deux stages ont été menés de concert, de la définition de la méthodologie d'enquête à l'élaboration du questionnaire, afin de pouvoir mettre en lumière les différences intrinsèques de ces deux secteurs d'activité. En effet, le contexte économique et social des entreprises de pêche et celui des entreprises conchylicoles donnent une «tonalité» très différente à l'opportunité de diversification. Il s'agit également de comprendre leurs ressemblances, dans la mesure où ils sont associés dans les documents guides européens et nationaux et dans les politiques locales de développement.

Ce rapport présente une synthèse des travaux réalisés dans le cadre de la première partie de l'étude portant sur la pêche.

La majorité des informations contenues sont issues des enquêtes et des entretiens réalisés auprès des professionnels.

REMERCIEMENTS

Nous tenons à remercier vivement toutes les personnes rencontrées lors de l'étude ainsi que les Comités locaux de pêches de Saint-Brieuc, d'Audierne et du Guilvinec et le comité régional des pêches de Bretagne pour leur participation au projet.

PRINCIPAUX RÉSULTATS

QU'EST CE QUE LA DIVERSIFICATION ?

La diversification peut être définie comme la pratique d'activités complémentaires à la production, en lien avec le produit, le métier ou la structure d'exploitation, que les pêcheurs peuvent pratiquer pour apporter un revenu complémentaire à leur activité de capture, mais aussi pour valoriser le produit, le terroir ou leur métier.

Elle doit être distinguée :

- de la diversification des activités halieutiques au sens strict, qui concerne la fonction de capture de l'entreprise de pêche, c'est-à-dire une diversification des techniques de pêche ou des espèces pêchées,
- de la pluriactivité qui est une ouverture vers des activités non liées directement à la fonction de production halieutique,

qui ne font pas l'objet du présent rapport. Il s'intéresse aux activités de diversification à l'échelle des entreprises de pêche; certains pouvant se mettre en place de manière collective avec l'appui de structures publiques ou privées

QUELLES SONT LES ACTIVITÉS DIVERSIFIÉES PRÉSENTES SUR LE LITTORAL BRETON ?

Des activités de diversification ont pu être recensées en Bretagne. Elles peuvent être regroupées en plusieurs thèmes : activités liées au tourisme, activités liées à la valorisation des produits, éco-activités, activités liées au patrimoine et activités de formation des jeunes exploitants. Elles ne sont pas toutes à mettre sur le même niveau. On peut recenser :

- Des prestations de tourisme bleu qui sont des activités de tourisme et de loisirs proposées par un ou plusieurs pêcheurs ou membre(s) d'une entreprise de pêche. Ces prestations touristiques sont à comprendre et à analyser sous l'angle de la diversification des entreprises de pêche et ne doivent pas être confondues avec un tourisme littoral plus large.
- Des activités de valorisation des produits qui ont pour objectif d'obtenir un meilleur prix pour les produits de la mer. Cette valorisation est définie comme une démarche effectuée au niveau du producteur, permettant d'ajouter de la valeur à sa production.
- Des éco-activités qui correspondent à l'ouverture du champ de compétences des pêcheurs en matière environnementale. Les pêcheurs étant les acteurs économiques incontournables de la bande côtière en Bretagne, il est légitime qu'ils participent de manière formelle à l'évolution et l'avenir de leur espace de travail. Ces activités sont l'occasion pour les professionnels de mettre en place des systèmes de gestion concertée de la ressource, de participer à la gestion et à la surveillance de l'espace maritime.
- Des actions de valorisation de la profession qui sont des démarches ou des activités proposées aux professionnels pour valoriser leur métier. Elles s'exercent principalement à titre bénévole et dans le cadre de logiques collectives.

QUELLE EST LA PLACE DE LA DIVERSIFICATION DANS LA PÊCHE BRETONNE ?

Le principal constat est le nombre important d'activités différentes qui ont pu être observées et leur fréquence globalement forte par rapport à ce que l'on s'attendait à trouver dans le cadre d'une entreprise de pêche.

Quand ils sont interrogés, les pêcheurs estiment que ces activités sont faiblement implantées voir même marginales alors que les résultats de l'enquête montrent qu'en réalité les activités sont nombreuses et répandues. Ce phénomène est moins lié à une mauvaise connaissance des activités des autres producteurs qu'à une perception différente de la diversification.

QUELLES SONT DÉMARCHES DE DIVERSIFICATION ?

Les activités ayant un faible niveau de contrainte sont celles qui sont apparues en premier, ce sont les activités pour lesquelles les enquêtés se sont dit être le plus favorable soit parce qu'ils les ont déjà réalisées, soit parce qu'ils sont potentiellement intéressés pour les mettre en place. Les activités ayant un degré de rejet important sont l'offre d'atelier artisanal/culinaire, la restauration et l'hébergement : dans leur majorité les enquêtés ne sont pas favorables à leur mise en place. Une exception apparaît concernant l'embarquement de passagers, qui regroupe à la fois un taux d'activité important et des contraintes élevées (impossible à réaliser) par rapport à leur fréquence d'observation. Cela s'explique par une réglementation très stricte, les

pêcheurs dont les caractéristiques des navires permettent l'embarquement de passagers ont un taux d'activité fort, à l'inverse les navires inappropriés ont un degré de rejet élevé.

La valorisation des co-produits, l'expédition des produits et la participation à la qualité du milieu marin présentent un intérêt important pour un taux d'activité faible et sont donc des activités possédant un fort potentiel de développement du point de vue des professionnels.

Si l'on considère les activités qui pourraient se développer le plus facilement dans le cadre de démarches collectives, la mise en place d'une marque ou d'un label arrive largement en tête (trois quart des enquêtés). La participation à la surveillance du milieu, la participation à des fêtes maritimes et l'embarquement de passagers sont aussi (d'après plus d'un tiers des enquêtés), des activités qui pourraient se développer dans le cadre de démarches collectives.

QUELLES SONT LES LOGIQUES DE DIVERSIFICATION EXISTANTES ?

Face à la diversité d'activités proposées, au caractère varié des entreprises de pêche et à leurs motivations, les logiques de mise en œuvre de la diversification sont très différentes.

Quatre formes de stratégies ressortent, on observe d'abord celles relevant d'une logique collective ou individuelle, puis ensuite celles qui s'appuient sur une démarche dynamique de l'entreprise s'opposant à une démarche opportuniste. Une même forme de diversification peut se classer dans plusieurs catégories : ainsi l'embarquement de passagers peut à la fois être proposé directement par le pêcheur (stratégie de dynamique individuelle), comme il peut être organisé par une structure touristique sollicitant ponctuellement les pêcheurs (démarches collectives opportunistes).

Des stratégies dynamiques d'entreprises s'opposent à des logiques opportunistes. Les stratégies dynamiques exigent une démarche constructive et raisonnée qui a pour objectif de développer l'activité de diversification en la concevant comme étant un pilier permanent du fonctionnement de l'entreprise. A l'inverse, les stratégies opportunistes se saisissent d'occasions qui visent à tirer parti des circonstances pour apporter à un moment donné une amélioration à l'entreprise.

Les raisons incitant les chefs d'entreprises à diversifier sont pour beaucoup d'ordre économique avec pour objectif principal une stabilisation ou une augmentation du chiffre d'affaires.

On constate de faibles logiques partenariales. Quasiment personne n'a mis en place des activités en partenariat avec d'autres entreprises de pêche et bien souvent il n'est pas envisagé un travail en commun avec d'autres pêcheurs. Les seules démarches collectives enregistrées sont la mise en place de signes distinctifs des produits autour de structures autres que celles de groupement d'entreprises. La quasi-totalité des enquêtés y participent en adhérant et non pas en s'investissant dans le fonctionnement de celle-ci.

QUELQUES PISTES D'ACTION

Les propositions suivantes sont celles qui ont été évoqués par les professionnels.

- **Mettre en place des outils d'accompagnement**

A travers l'enquête, certaines pistes pour créer les conditions favorables à la diversification des activités ont émergé. Il s'agit de :

- la constitution d'équipes spécialisées dans l'appui technique à la diversification,
- la création d'outils internet dédiés (blogs, sites internet...),
- la réalisation de partage d'expériences grâce à des tables rondes, des groupes de parole...,
- l'attribution d'aides financières,
- la mise en place d'actions de formation continue,
- la création d'un centre documentaire mettant à disposition les études et les analyses d'expérience ou de projets de diversification.

- **Intégrer les activités de diversification dans un projet de territoire**

Jusqu'à présent l'activité de pêche classique se déroulait en pleine mer, voire sur l'estran pour les pêcheurs à pied, avec une rupture fortement marquée entre le lieu de travail : la mer et le lieu de vie familiale : la terre. Les pratiques de diversification étudiées dans ce rapport prennent pour la plupart appui sur un territoire terrestre et/ou nécessitent l'appui d'une organisation à terre. Ces activités de diversification peuvent être un moyen de dépasser cette rupture entre le monde terrestre et le monde marin.

La mise en place de certaines activités de diversification crée une nouvelle dynamique économique sur le littoral. Cette dynamique doit s'appuyer et être appuyée par les spécificités de son territoire et de sa

population locale. Certaines activités permettraient de favoriser l'ancrage des pêcheurs au territoire littoral et de renforcer leur place dans l'évolution des territoires côtiers.

Ainsi les pêcheurs souhaitant développer des activités de diversification doivent dépasser une approche tournée autour de la pêche pour une approche intégrée au territoire et à ses potentialités, en matière de population, de services et d'offres économiques existantes. La relation entre l'activité de production en pleine mer des marin-pêcheurs et le soutien ou l'appui que celle-ci peut recevoir du territoire littoral, peut devenir un atout et une stratégie de développement mutuel pour les entreprises et pour les zones côtières.

La diversité et l'intensité des activités qui se déroulent en bande côtière exigent que les pêcheurs s'organisent en groupes d'acteurs de la pêche écoutés et reconnus, pour mieux défendre leurs intérêts face aux diverses pressions. La diversification renvoie à une ouverture du champ de compétences de cette profession et tout particulièrement au niveau environnemental. La création d'aires marines protégées est une opportunité pour la profession de s'insérer en tant que consultant en matière de décision de gestion et en tant qu'acteur à la vie économique de ces espaces. Ainsi il faut dépasser la vision du « pêcheur usager » pour un « pêcheur acteur » des territoires côtiers.

INTRODUCTION

La pêche maritime est aujourd'hui confrontée à de nombreux défis : raréfaction des ressources, pression des cours du pétrole, baisse de la rentabilité des entreprises de pêche, vieillissement de la flotte et des marins-pêcheurs, manque de matelots... Ces enjeux, depuis longtemps identifiés, ont pourtant pris de cours de nombreux professionnels, les obligeant à faire des choix cruciaux dans des délais très brefs.

La contribution des pêcheurs professionnels au développement local et aux dynamiques territoriales ne se limite pas à leur fonction productive, leur présence permet de maintenir un tissu d'activités économiques spécifiques et variées essentielles qui complètent celles nées de la « littoralisation » massive des retraités et des touristes sur les côtes bretonnes. La pêche est également un facteur d'animation sur le littoral notamment lors des débarquements et contribue à l'identité maritime bretonne. Face aux difficultés de cette filière et au poids qu'elle représente en Bretagne, la diversification des activités apparaît comme une voie possible à la pérennisation de certaines entreprises de pêche.

Les pistes vers une diversification des activités de pêche ne sont pas toutes récentes, la loi d'orientation sur la pêche maritime et les cultures marines de 1997⁵ les mentionne dans ses objectifs. Des programmes communautaires tels que PESCA ont déjà tenté de valoriser cette ouverture des champs de compétences des pêcheurs. Cependant, les exemples de mise en œuvre de ces démarches restent rares dans les communautés de pêcheurs. En prenant exemple sur le modèle agricole, peut-on imaginer que la multifonctionnalité de l'agriculture, soutenue par l'Europe et qui s'est traduite, par exemple, par le développement de l'agrotourisme et des services agricoles liés à l'environnement, puisse être transposable à la pêche ?

Pour approfondir les questions de diversification à l'échelle des entreprises de pêche et de cultures marines en Bretagne, la Cellule Etudes et Transfert, du Pôle Halieutique AGROCAMPUS OUEST a initié un projet portant sur l'acceptabilité des professionnels et sur les conditions de développement des activités de diversification. Avant de mettre en place des outils et/ou des financements pour aider les professionnels à s'investir dans ces démarches, il est primordial de définir dans quelle mesure les pêcheurs sont prêts à s'engager vers ces activités de diversification.

Dans une première partie, la place de la diversification dans les politiques communautaires, nationales et régionales encadrant cette activité de production primaire est décrite. Cette étude s'appuyant sur une série d'enquêtes menées auprès des chefs d'entreprise, la méthodologie retenue est ensuite présentée ainsi que les moyens mis en œuvre pour répondre à la problématique.

Les résultats de l'enquête sont développés dans une seconde partie. Une première analyse d'expériences de diversification est réalisée à travers deux zones d'étude, mettant en valeur les motivations et les stratégies liées à de telles démarches. Puis un état des lieux présente à la fois les activités mises en place, celles pour lesquelles les professionnels semblent intéressés et celles ne suscitant pas ou peu d'intérêt de leur part. Les freins et les obstacles pour chacune des activités sont mis en valeur. Une analyse des différentes logiques poussant les entreprises à la diversification est proposée à la fin de cette seconde partie.

Enfin, la dernière partie se consacre à l'analyse des perspectives de développement de la diversification à travers les tendances exprimées lors des entretiens et à l'examen des conditions favorables qui ont été identifiées pour aider les chefs d'entreprises de pêche à mettre en œuvre ces nouvelles activités.

⁵Loi n° 97-1051 du 18 novembre 1997 d'orientation sur la pêche maritime et les cultures marines, parue au JORF n°268 du 19 novembre 1997.

I. CONTEXTE – DÉFINIR LA DIVERSIFICATION

D'après Isabelle Couturier (Couturier, 2000), la diversification agricole correspond à l'exercice de plusieurs activités qui relèvent toutes de la sphère de définition juridique de l'activité agricole.

La définition de la diversification agricole est transposable aux entreprises de pêche : cela concerne les activités correspondant à l'exploitation des ressources vivantes marines ainsi que celles exercées par un patron pêcheur dans le prolongement de ses activités de capture ou de celles qui ont pour support son entreprise de pêche.

I.1. DÉFINITION DE LA DIVERSIFICATION À L'IMAGE DE LA DIVERSIFICATION AGRICOLE

Il faut distinguer trois catégories de pratiques que l'on peut inclure dans la définition de la diversification des activités de pêche (Figure 1) :

1. La diversification de la production, lorsque le patron pêcheur décide de reporter son effort de pêche vers d'autres espèces, ou lorsqu'il décide d'adopter une nouvelle technique de pêche. Dans les deux cas, il ajoute un produit ou il transforme sa gamme initiale.
2. La diversification des activités de l'exploitation : le patron peut s'engager dans une stratégie de commercialisation (sous une forme de vente directe, ou sur internet), il peut décider de transformer sa production. Il peut également décider d'engager des activités de tourisme bleu, des éco-activités ou des activités de participation à la formation.
3. La pluriactivité, c'est-à-dire l'exercice d'une activité en-dehors du statut de pêcheur. Ce pourrait être la création d'un restaurant ou de toute autre activité sans lien direct avec son activité principale.

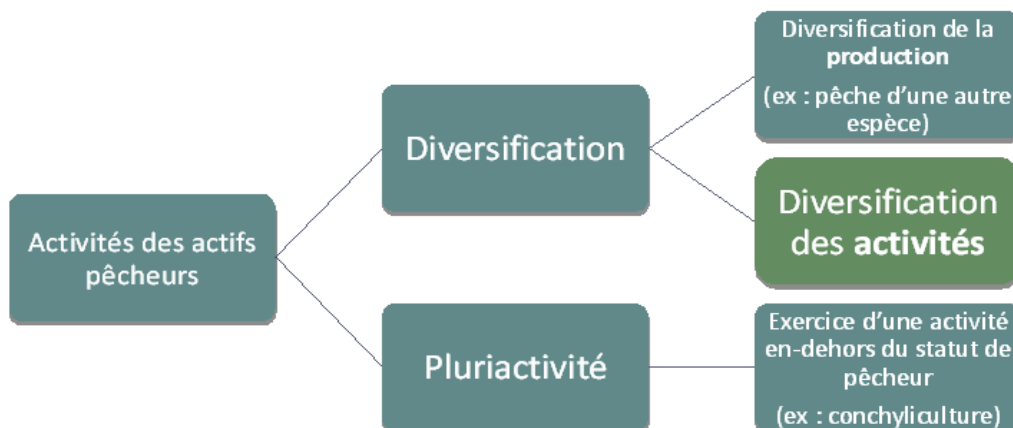


Figure 1 : Classification des activités exercées par les patrons pêcheurs

Dans le cadre cette étude, on ne s'intéressera qu'à la deuxième catégorie. La diversification peut alors être définie comme la recherche de nouveaux services ainsi que la recherche d'une plus-value sur un produit déjà en place. En d'autres termes, on considère comme relevant de la diversification, les activités (productions de biens alimentaires, non alimentaires, transformation de produits ou activités de service) complémentaires aux productions classiques. La diversification des activités peut être définie plus largement comme la pratique d'activités complémentaires à la production (c'est-à-dire représentant moins de 50% du chiffre d'affaires), en lien avec le produit, le métier ou la structure d'exploitation, que les patrons pêcheurs peuvent pratiquer tout en conservant leur statut. Les activités diversifiées peuvent apporter un revenu complémentaire, valoriser le produit, le terroir ou le métier, etc.

L'originalité de cette étude concernant la diversification réside dans le constat qu'il existe très peu d'études appliquées à la pêche, alors que le sujet est très renseigné pour le secteur agricole. En effet, la diversification agricole est un phénomène étudié depuis longtemps et qui est reconnu aujourd'hui à travers les politiques de développement de l'agriculture au niveau national et européen.

I.1.1. LA DIVERSIFICATION DU MODÈLE AGRICOLE TRANSPOSABLE À LA FILIÈRE PÊCHE ?

A partir des années 50 et de l'avènement de l'agriculture intensive, la fonction des agriculteurs s'est centrée exclusivement autour de la production mettant ainsi de côté la dimension commerciale et environnementale de l'exploitation. Face à des contraintes économiques fortes, certaines exploitations agricoles, surtout les petites, ont ouvert leur champ d'activités à partir des années 80, laissant place à une diversification de leurs activités. Cette diversification des activités agricoles est aujourd'hui :

- **reconnue** par la loi du 9 janvier 1999⁶ : « *Sont réputées agricoles toutes les activités correspondant à la maîtrise et à l'exploitation d'un cycle biologique de caractère végétal ou animal et constituant une ou plusieurs étapes nécessaires au déroulement de ce cycle ainsi que les activités exercées par un exploitant agricole qui sont dans le prolongement de l'acte de production ou qui ont pour support l'exploitation.* » ;
- **valorisée** par des appels à projets⁷ lancés par les pouvoirs publics et des outils⁸ mis à la disposition des agriculteurs pour les appuyer dans leurs démarches.

L'idée d'une diversification des entreprises de pêche est tirée en partie de cette transformation dans le monde agricole, la question étant de savoir si ce modèle de diversification agricole est transposable au secteur des pêches maritimes ?

Les pêcheurs et les agriculteurs sont des producteurs du secteur primaire, l'un par une activité de chasse ou de cueillette, l'autre par une activité de culture. Etant les premiers acteurs de la chaîne alimentaire, ils ont une importance capitale pour le secteur alimentaire. Ces producteurs sont aujourd'hui concernés par différents enjeux communs : une concurrence de plus en plus forte des produits importés, une structuration des marchés ne leur laissant pas ou peu de marges de manœuvre, une pression de la production primaire industrielle sur la production primaire artisanale, la prise en compte des problématiques environnementales dans leurs activités (exemples : gestion des ressources pour la pêche et le maintien de la qualité des sols pour l'agriculture)...

Pour faire face à certains de ces enjeux, la diversification des activités s'est d'abord développée dans le secteur agricole. Il est intéressant de faire un retour sur expérience et de situer la pêche par rapport à l'agriculture. La diversification au sens de la Politique Agricole Commune (PAC) s'est déroulée en plusieurs étapes (Hermon, 2006), en favorisant la différenciation entre l'activité agricole et la production agricole :

- **L'approche intégrée** considérant la ruralité plus que l'agriculture, l'idée étant que des solutions non agricoles peuvent répondre aux problèmes des agriculteurs. C'est à travers des programmes intégrés que la diversification vers des activités complémentaires distinctes de la production agricole s'est affirmée. Dès le départ de cette politique (1988), la diversification du secteur primaire, le développement des secteurs non-agricoles et le renforcement du tourisme ont fait partie des grandes priorités ;
- **La multifonctionnalité**, permettant de dépasser le modèle traditionnel de l'agriculteur, en lui reconnaissant plusieurs fonctions au niveau économique (production des biens, la création d'emploi rural, le développement de tourisme vert...), au niveau environnemental (entretien et aménagement du paysage, protection de l'environnement, la préservation de ressources naturelles...), au niveau social (sécurité alimentaire, sauvegarde du patrimoine culturel, maintien d'un tissu économique et social rural...) (Lesueur *et al.*, 2007) ;
- **Le développement rural**, à partir de 1999, la PAC affirme sa politique dans un nouveau cadre de développement autour des secteurs touristiques, de l'artisanat et des services dans les zones rurales, affirmant ainsi la diversification des agriculteurs. C'est le passage d'une politique sectorielle vers une politique territoriale, consistant à déconnecter les zones rurales de la seule activité agricole.

La diversification des activités agricoles a été soutenue par les pouvoirs publics dans une logique de développement territorial durable pour faire face à la désertification des zones rurales. Les enjeux ne se limitaient pas aux entreprises agricoles, ils concernaient les territoires ruraux dans leur intégralité.

⁶ Loi n°99-754 du 9 juillet 1999, Loi d'orientation agricole

⁷ Appel à projet LEADER : diversification non agricole, Appel à projets innovants et diversifiants du Conseil Régional du Limousin en 2003...

⁸ Incitation financière, cellule d'appui technique...

Les zones côtières à l'inverse de ces zones rurales, ne souffrent pas d'un déclin démographique mais d'une littoralisation très forte des activités humaines quelles soient résidentielles, touristiques, industrielles... **Face à ces constats, l'objectif de la diversification des entreprises de pêche n'est donc pas seulement de dynamiser un territoire mais d'assurer un maintien de cette activité économique en lui donnant les moyens de s'adapter à de nouvelles contraintes.** Les nouveaux arrivés sur le littoral représentent à la fois une pression, voire une menace, sur cet espace vulnérable mais c'est aussi un marché potentiel. Les pêcheurs peuvent en tirer une opportunité, notamment en les sensibilisant à leurs produits de qualité pour pouvoir mieux les vendre demain.

« L'avenir est dans les menaces, c'est ce que risque la pêche aujourd'hui qui lui permettra de vivre demain » Gilles Bernard, secrétaire du CLPME d'Audierne.

Le monde agricole est en avance sur celui de la pêche concernant les activités de diversification. Cette diversification des activités agricoles connaît toujours des incertitudes et notamment dans toutes ses dimensions juridiques, les textes réglementaires n'étant pas favorables à un développement facile de la diversification. Les étapes et les difficultés de cette expansion des compétences des agriculteurs sont essentielles à analyser pour faciliter un développement dans la filière pêche. Cependant, la diversification de la pêche ne bénéficiera pas du même soutien politique, puisque les territoires sur lesquels elle s'insère sont essentiellement concernés par une attraction forte des Hommes et des activités et non pas, comme certains territoires ruraux, par une désertification. Elle peut devenir un enjeu essentiel à l'avenir économique de ces zones côtières si les acteurs politiques inscrivent la pêche dans le développement à long terme de leur territoire pour assurer une diversité d'activité et peut-être limiter les phénomènes de résidentialisation et de vieillissement des communes littorales.

Une autre différence fondamentale entre la terre et la mer est que l'une est soumise à un régime de droit terrestre et l'autre à un régime de droit maritime, marquant une rupture entre ces deux espaces. Les questions de droits de propriété s'opposent entre l'espace terrestre organisé autour de la propriété privée et la mer qui reste ouverte à tous sans notion de propriété privée. La mer et ses ressources n'appartiennent donc pas aux pêcheurs, ils doivent la partager avec tous les autres acteurs et usagers.

Cette différence prend toute son importance sur les possibilités de diversification des pêcheurs par rapport aux agriculteurs. Toutes les activités comme la vente à la ferme, la visite de l'exploitation, les chambres d'hôtes se déroulant sur la propriété foncière de l'exploitation agricole ne peuvent pas se faire pour les pêcheurs. Le lieu d'exploitation des marins-pêcheurs est le navire, appartenant à un armateur, quant aux pêcheurs à pied c'est le Domaine Public Maritime (DPM), propriété de l'Etat. **Cette absence de propriété foncière contraint le développement des activités se déroulant sur l'espace terrestre et nécessitent un appui spatial.**

I.1.2. UNE DIFFICILE DÉFINITION DE LA DIVERSIFICATION DES ACTIVITÉS DE PÊCHE

La diversification dans les entreprises de pêche recouvre diverses réalités, selon le point de vue qu'on adopte, on peut trouver le développement de techniques de pêche différentes, la capture de nouvelles espèces, l'élargissement du champ d'activité de l'entreprise, la pluriactivité... Dans un premier temps, on peut différencier la diversification des activités halieutiques et la diversification vers des activités non-halieutiques.

La diversification des activités halieutiques concerne la partie productive de l'entreprise de pêche, c'est-à-dire une diversification des techniques de pêche, des espèces pêchées... Cette dimension est tout aussi essentielle pour la pérennité des activités de pêche, le développement des pêches actuellement sous exploitées, la mise en place d'engins plus sélectifs et moins gourmands en carburant sont des défis pour son avenir.

La journée « Défi énergétique à la pêche bretonne » organisée par le Conseil Régional et le CRPME de Bretagne a été l'occasion, en juillet 2008, de présenter les différents travaux pour une économie de carburant dans la pêche bretonne. Parmi les engins de pêche proposés, le casier à langoustine, la seine danoise, le casier à poisson sont autant de pistes encore peu répandues en Bretagne qui pourrait être une solution aux difficultés de certaines entreprises. La diversification de la production ne fait pas l'objet de notre analyse.

La diversification vers des activités non-halieuques, est une ouverture des activités dans les entreprises de pêche, le pêcheur n'est plus exclusivement producteur, son cercle d'activités s'élargit vers d'autres domaines divers et variés. On distinguera ici la diversification de la pluriactivité, la **pluriactivité** étant « l'exercice de plusieurs emplois ou activités professionnelles assurés de façon successive ou simultanée dans l'année par un individu » (Benoit et Gerbaux, 1999) et soumis à des régimes fiscaux et juridiques différents.

Dans cette étude, l'analyse s'est centrée sur des processus relatifs à l'élargissement de l'activité des entreprises de pêche, mettant ainsi de côté la dimension productive. De plus, la diversification concerne les activités internes à l'entreprise de pêche, mettant de côté la pluriactivité.

Par la suite, on entendra par diversification, la pratique d'activités **complémentaires à la production**, en lien avec le produit, le métier ou la structure d'exploitation, que les pêcheurs peuvent pratiquer tout en **conservant leur statut**, pour apporter un revenu complémentaire, valoriser le produit, le terroir ou le métier, etc. Pour illustrer, on peut citer comme exemples : le tourisme bleu, la valorisation des produits, la sensibilisation de l'activité au grand public, les démarches concernant la gestion environnementale et la préservation de la ressource, les prestations de services...

Pour éclaircir ces différentes formes, **une classification (Figure 2) a été mise en place selon le lien qu'elles entretiennent avec l'entreprise**. Cette typologie avait été proposée par G.Baby et G.Casteras lors du colloque sur la diversification de l'activité agricole, à Toulouse, le 13 mai 2005. Elle peut se transposer aux activités halieutiques avec quelques modifications, notamment liées à la dimension maritime des activités de pêche :

- **Les activités dans le prolongement de l'acte de production** qui entretiennent un lien direct avec le produit : la vente directe, la transformation, l'expédition, le conditionnement.
- **Les activités ayant pour support l'exploitation** : hébergement, restauration, embarquement de passagers, visite de navire, location du navire...
- **Les activités ayant pour support la production** : la mise en place de marque privée, marque collective, label, écolabel...
- **Le développement de services à des fins privées, publiques, collectives en mer** : toutes ces différentes activités ont un lien avec l'activité de production que ce soit avec les moyens matériels ou les compétences et savoir-faire : transport, maintenance d'équipement, embarquement de personnel spécial, collecte de déchets, participation à la surveillance du milieu marin...

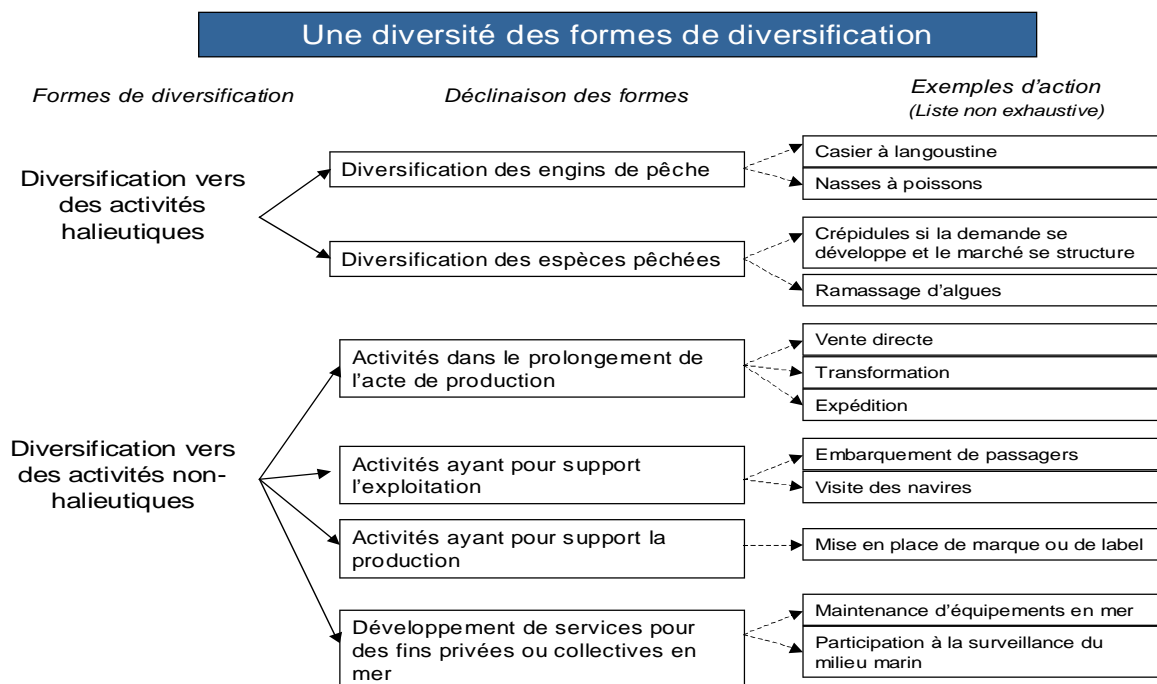


Figure 2 : Schéma des formes de diversification

I.2. DE LA DIVERSIFICATION DES ACTIVITÉS DANS LES ENTREPRISES DE PÊCHE À LA DIVERSIFICATION DES ZONES DITES TRIBUTAIRES DE LA PÊCHE

Plusieurs formes de diversification des activités de pêche peuvent être identifiées et la diversification économique des « territoires dépendants de la filière pêche » est très souvent associée à la diversification des entreprises de pêche. Cependant, ces deux formes ne répondent pas aux mêmes enjeux, pour l'une c'est le territoire qui est concerné, pour l'autre c'est l'entreprise de pêche, elles peuvent s'imbriquer mais ne sont pas à considérer de la même façon.

La diversification des zones dépendantes de la pêche s'appuie sur l'activité de pêche locale pour en faire un pilier du développement territorial, particulièrement à travers des stratégies touristiques. Des opérateurs publics ou privés vont utiliser l'image de la pêche, et la décliner en une offre touristique : le retour et le débarquement au port avec des explications du fonctionnement des équipements et des visites des criées, la mise en place de musées autour de la pêche et de la mer, des restaurants et de commerces en relation avec la pêche...

Un exemple connu à l'échelle nationale est la mise en valeur de l'activité de pêche sur la commune du Guilvinec. Haliotika, est une structure de droit privé bénéficiant d'aides publiques Elle propose un large choix d'offres touristiques en relation avec la pêche : musée interactif, visite du port, embarquement sur navire de pêche, cours de cuisine autour des produits de la mer, dégustation...

Le retour des pêcheurs est une véritable source d'animation sur le port du Guilvinec, la terrasse panoramique permet aux touristes d'apprécier le travail des pêcheurs sans les gêner dans leurs activités. **C'est un exemple réussi de mise en valeur de cette activité traditionnelle et structurante pour le littoral bigouden. Cependant, les pêcheurs restent lointains des touristes et ne sont pas fortement intégrés dans cette offre**, seul une dizaine de professionnels embarquent des passagers grâce à Haliotika. Cette structure touristique a bénéficié de subventions dans le cadre du programme d'initiative communautaire PESCA, étalé sur la période de programmation 1994-1999 et financé par les fonds Instruments Financiers d'Orientation de la Pêche (IFOP), Fond Européen de Développement Régional (FEDER) et Fond Social Européen (FSE). Cette initiative valorisait principalement la diversification socio-économique des zones dépendantes de la pêche.

D'autres programmes⁹ ont tenté et tentent d'inciter une diversification des activités mais ne la valorisent pas au niveau des entreprises de pêche mais à l'échelle des territoires. Ces activités sont pour la plupart portées par des structures autres que les entreprises de pêche, souvent des collectivités, ou des structures touristiques... Le développement de ces activités s'appuyant sur les activités de pêche ou d'aquaculture intègre rarement les professionnels dans leur fonctionnement. Ils peuvent en bénéficier, avec un retour financier par l'achat de produits de la mer des personnes ayant participé à des activités de pêche - tourisme, proposées par un office de tourisme par exemple, mais les impacts sur les entreprises de pêche restent tout de même limités.

Cette étude s'intéresse aux activités de diversification à l'échelle des entreprises de pêche, dont certaines peuvent se mettre en place de manière collective avec l'appui de structures publiques ou privées. C'est la stratégie de diversification des entreprises et non pas celle d'un territoire dont fait l'objet la suite de cette étude.

⁹ Annexe n°4 : Programme transnational littoral

II. MÉTHODOLOGIE - ENQUÊTES AUPRÈS DES PROFESSIONNELS

Cette partie du rapport présente la méthodologie qui a été adoptée pour la mise en œuvre de l'enquête. Cette enquête correspond à un travail exploratoire sur l'opportunité de la diversification des activités de pêche, l'objectif visé était de garder une ouverture maximale vis-à-vis des activités à recenser et des mécanismes d'entreprises à décrire.

II.1. CONSTRUCTION DE LA MÉTHODOLOGIE D'ENQUÊTE

Afin de mener à bien l'enquête de terrain et d'obtenir une précision d'information suffisante compte-tenu de l'ouverture du sujet, une phase de préparation a été nécessaire. Celle-ci a permis de mieux cerner le sujet et de définir la méthode à mettre en œuvre.

II.1.1. ÉTAT DES LIEUX

Dans un premier temps, le travail a consisté en une recherche bibliographique sur les activités de diversification existantes et sur les programmes ayant soutenus ces démarches.

Pour collecter ces informations la principale source a été une recherche sur Internet :

- Sites des programmes de recherche ou de valorisation de la diversification : SAGITAL, PINTA, EMBARQUATE, DEFIS, SEREA, PESCATOURISME...
- Sites d'entreprises proposant des activités de diversification (expédition via Internet, site de promotion sur une activité précise de diversification) ;
- Sites divers en relation avec la diversification : Offices de Tourisme, syndicats mixtes, associations de pêcheurs...

Ces premières recherches ont été complétées par les entretiens avec les partenaires et des discussions informelles avec des professionnels et des structures en relation avec la pêche... Cette étape a permis d'identifier les activités possibles. Les initiatives qui ressortent de cette recherche sont le plus souvent des démarches collectives qui ne font pas toujours intervenir les entreprises de pêche comme par exemple les fêtes maritimes ou les musées de la mer. Les activités mises en place par les pêcheurs inventoriés à cette étape sont le plus souvent des activités de commercialisation des produits de la pêche : publicité de ventes directes sur le port, communication sur des marques et des labels, expéditions... Le recensement des formes de diversification est donc très partiel, puisqu'il ne permet pas d'atteindre les projets locaux auxquels les producteurs peuvent participer -si ces projets ne sont pas étiquetés comme liés à la pêche - ou encore les entreprises « classiques » ayant mis en place une activité complémentaire à leur production et ce besoin d'état des lieux est une première justification de la nécessité de la mise en œuvre de l'enquête.

Ce n'est qu'après avoir réalisé cette première phase, que des recherches ont été conduites sur la diversification agricole. Le choix étant de se donner une première esquisse de la diversification des activités de pêche et non pas de prendre le modèle agricole, qui s'est partiellement imposé à nos analyses, comme base de réflexion. Cette étape a permis de s'approprier les concepts et de définir la notion de diversification.

Afin de recenser au travers de l'enquête les activités complémentaires à la production, elles ont été classées par thème, sans distinguer *a priori* les activités rémunératrices ou les activités pratiquées en-dehors de l'exploitation, de manière collective ou individuelle. Cette liste commune aux deux enquêtes « pêche » et « conchyliculture » est présentée ci-dessous (Tableau 1) :

Tableau 1 : Liste des activités retenues pour l'enquête auprès des professionnels

- **Les activités liées au tourisme**
 - L'embarquement de touristes
 - La visite du navire ou de l'exploitation
 - La dégustation sur place
 - La restauration
 - L'hébergement
- **Les activités de valorisation du produit ou du métier**
 - La vente directe sur les marchés ou dans un local
 - L'expédition de produits
 - La transformation des produits
 - L'adhésion à un label ou à une marque (privée ou collective)
 - La participation à des salons professionnels
 - La valorisation des coproduits
- **Les « éco-activités »**
 - La collecte des déchets en mer
 - La participation à la surveillance de la qualité du milieu
 - La prestation de services
 - L'embarquement d'experts ou de scientifiques
- **Les activités liées à la culture maritime**
 - La participation à un atelier artisanal ou culinaire
 - La participation à des fêtes maritimes
 - La contribution à un documentaire ou un reportage
- **Les activités liées à la formation**
 - L'accueil de stagiaires au sein de l'entreprise
 - Les interventions dans les formations maritimes

Source : enquête 2008

On s'intéresse à toutes les activités et à toutes les démarches complémentaires que les chefs d'entreprise de pêche peuvent mettre en place, que se soit à des fins économiques, sociales, environnementales ou familiales... La diversification des activités de pêche peut être à la fois une opportunité pour certains chefs d'entreprise de pérenniser leur activité mais c'est aussi une réponse aux nouvelles attentes de la société : le besoin de l'authentique (retrouver les techniques artisanales, le contact avec le producteur, le produit de qualité) façonnant ainsi une demande qui trouve dans la diversification un marché réel.

II.1.2. DÉFINITION DE L'ENQUÊTE

Les enquêtes réalisées ont pour objectif de répondre aux questions suivantes :

- *Quelles sont les activités de diversification présentes sur le littoral breton ?*
- *Quelle est la place de la diversification dans le secteur de la pêche bretonne ?*
- *Quelles sont les entreprises qui diversifient leurs activités ?*
- *Quelles sont les conditions favorables à l'émergence de projets diversifiés ?*

Deux enquêtes au lieu d'une

L'idée de départ était de réaliser un questionnaire, qui serait identique pour les professionnels pratiquant des activités de diversification et pour les producteurs dits « traditionnels » n'exerçant aucune activité dite de diversification.

Suite aux discussions avec les partenaires professionnels du projet lors d'un comité de pilotage, un problème a rapidement été identifié en ce qui concerne l'échantillonnage. Le questionnaire initial intégrait à la fois l'acceptabilité des professionnels et les conditions de développement d'activités de diversification. Or, en réalisant une unique enquête avec un échantillonnage aléatoire, les professionnels ayant déjà développé des activités de diversification n'étaient pas mis en valeur et une partie des informations concernant les conditions de développement de ces activités pourrait ne pas apparaître.

Les différentes personnes présentes ont insisté sur la nécessité de séparer l'enquête en deux parties :

- 1 | Une première enquête ciblant les professionnels ayant déjà diversifié leur activité, afin d'identifier les mécanismes d'émergence d'un projet de diversification, ainsi que les obstacles rencontrés et les appuis mobilisés par le projet.
- 2 | Une seconde enquête auprès d'un échantillon aléatoire d'entreprises, mobilisant les observations de la première phase d'enquête, afin de connaître l'acceptabilité des producteurs vis-à-vis des différentes formes de diversification évoquées et de préciser les points de résistance aux démarches de diversification. Il s'agit également d'évaluer si les conditions nécessaires à la diversification identifiées lors de la première enquête sont présentes pour les autres entreprises du secteur et dans le cas contraire de relever les besoins qu'ils peuvent exprimer.

Compte tenu du budget et du temps disponible (pas de possibilité d'accroître le nombre des enquêtés), la division en deux enquêtes a l'inconvénient de rendre moins fiables les résultats statistiques mais l'avantage d'accroître significativement le niveau de l'information.

Afin de compléter les informations évoquées lors des enquêtes auprès des professionnels et d'apporter un éclairage supplémentaire aux problèmes identifiés, d'autres entretiens ont été menés auprès de personnes ressources des secteurs ou des territoires de l'étude. Ces entretiens ont en particulier servi à connaître le point de vue des porteurs de projets collectifs, dont les démarches peuvent appuyer ou au contraire entrer en concurrence avec la diversification des entreprises de pêche (cf. liste en annexe A).

En outre, le comité Régional des pêches maritimes et des élevages marins de Bretagne et les comités locaux d'Audierne, du Guilvinec et de Saint-Brieuc ont servi de structures-ressources pour la mise en œuvre de l'enquête.. Leur premier rôle, au-delà de leur participation au comité de pilotage pour la définition du sujet, a été de fournir des exemples de diversifications pour la première phase d'entretiens et d'aider au recensement des formes de diversification existantes parmi les entreprises du secteur.

II.1.3. DÉFINITION DES ÉCHELLES D'OBSERVATION

Une fois défini le cadre théorique de l'enquête, le champ d'application de l'enquête a été fixé de manière à obtenir l'information la plus pertinente possible par rapport à ce sujet. D'une part ,en choisissant une aire géographique précise, afin de pouvoir comprendre les dynamiques propres à un territoire et les mettre en relation avec l'état des lieux obtenu et les logiques d'acteurs observées, d'autre part, en choisissant une population cible pertinente vis-à-vis de la question posée sur les stratégies de diversification.

Les zones d'étude

Compte-tenu du temps disponible pour l'enquête de terrain, des moyens limités à un seul enquêteur et de la dispersion des entreprises de pêche sur le territoire breton, l'enquête a été menée sur des zones d'études précises. Pour la pêche, les zones d'étude sont le sud ouest Cornouaille (quartier maritime d'Audierne et du Guilvinec) et la baie de Saint-Brieuc (quartier maritime de Saint-Brieuc).

Ce choix n'est pas anodin, puisque ce sont deux zones fortement marquées par la pêche et représentatives de la diversité de la pêche artisanale bretonne, que se soit pour les espèces capturées, pour les engins utilisés ou pour les zones de pêche. Cette étude sur la diversification des activités s'adresse aussi bien aux petits pêcheurs côtiers qu'aux pêcheurs hauturiers.

Le Sud-Ouest Cornouaille

Le Sud-Ouest Cornouaille (Figure 3) rassemble à la fois une partie du pays Bigouden et du Cap Sizun. Cette zone est particulièrement touristique. En 2007, les trois principaux ports de pêche sont classés dans les huit premiers français en valeur débarquée : Le Guilvinec (2^{ème} rang), Saint-Guénolé et Loctudy. Les débarquements représentent environ 40 000 tonnes pour une valeur monétaire de 125 millions d'euros. Les ports de cette zone d'étude ont chacun leurs particularités :

- Le port d'Audierne est exclusivement un port de pêche côtière : ligneurs et fileyeurs débarquent du bar, de la dorade, du lieu, de la lotte... ; d'un point de vue touristique, ce port bénéficie de la proximité de la pointe du Raz.
- Les ports de Saint-Guénolé-Penmarc'h et de Loctudy se distinguent par une flottille très diversifiée : chalutiers hauturiers, bolincheurs senneurs, ligneurs, fileyeurs, côtiers... ; Ces ports se trouvent à proximité du Phare d'Eckmühl.
- Le port du Guilvinec est aussi très diversifié et connu au niveau national pour ses débarquements de langoustines et pour son attraction touristique.

En Cornouaille, la Chambre de Commerce et d'Industrie (CCI) de Quimper estime qu'un emploi en mer représente trois emplois à terre (directs et induits)¹⁰. Ces chiffres sont évocateurs et reflètent le poids essentiel de la filière pêche dans cette zone, maintenant un équilibre territorial. Outre l'importance économique de cette filière, elle façonne aussi l'identité du littoral et représente un facteur d'attractivité non négligeable pour le secteur touristique.



Figure 3 : Carte du Sud-Ouest Cornouaille

Cependant, derrière cette description positive de la pêche cornouillaise, la filière connaît aujourd'hui de fortes difficultés, avec une diminution importante de la flottille passant de 848 navires en 1992 à 524 en 2005, soit la disparition de deux navires sur cinq¹⁰. La Cornouaille doit aussi faire face à sa situation excentrée dans l'hexagone, représentant un obstacle à la commercialisation des produits la pêche fraîche...

¹⁰CCI Quimper Cornouaille, 2008. Ports de Cornouaille : Mixité Pêche -Plaisance. 3e Rencontres Nationales "Ports de Plaisance et Développement Durable". http://www.ports-developpementdurable.com/ports_plaisance_developpement_durable/2008/medias/supports_interventions/atelier_06/le_carre_cg29.pdf

La baie de Saint-Brieuc

Selon Côtes d'Armor Développement¹¹, la pêche costarmoricaine représentait 1200 emplois directs en 2007 répartis entre le quartier maritime de Paimpol et de Saint-Brieuc (Figure 4).



Figure 4 : Carte des principaux ports du quartier maritime de Saint-Brieuc

La pêche côtière à Saint-Brieuc tient sa spécificité par la présence du premier gisement classé de coquilles Saint-Jacques de France, avec 7 500 tonnes pêchées pour la saison 2007-2008 dans le gisement principal. Les criées de Saint-Quay-Portrieux et d'Erquy sont en 2007 aux deux premières places du classement national des points de vente de cette espèce.

La diversité de pêche est moins importante qu'en Cornouaille, la flotte de navires hauturiers est constituée d'une trentaine de navires appartenant à trois principales sociétés d'armement : Porcher, Eouzan et Arcamor (coopérative d'armement). Ces quelques navires hauturiers, en comparaison des 172 autres immatriculés sur le quartier, représentent quasiment 70% du chiffre d'affaire 2007 des produits débarqués¹². La disparition d'une de ces sociétés aurait des conséquences dramatiques sur la rentabilité des criées et particulièrement celle d'Erquy, lieu de débarquement des navires de la société Porcher.

¹¹ Côtes d'Armor Développement, 2007. *Une filière économique en Côtes d'Armor : pêche et mareyage, donnée 2007.*

¹² Côtes d'Armor Développement, *Une filière économique en Côtes d'Armor : pêche et mareyage, données 2007, 2007*

II.2. ENQUÊTE CIBLÉE – ANALYSE DE LOGIQUES DE DIVERSIFICATION

Le premier objectif de cette enquête ciblée était de compléter la liste des activités recensées au préalable à partir des initiatives de ces entreprises diversifiées et à partir des suggestions que ces producteurs pourraient émettre (en citant des initiatives connues ou en proposant de nouvelles idées). Ensuite, il s'agissait de comprendre pour chaque activité diversifiée mise en place les mécanismes qui ont conduit à l'existence de ce projet et les démarches mises en œuvre par les entreprises pour mener à bien ces projets. L'entretien visait enfin à identifier les freins particuliers à ces activités, mais aussi les menaces et les opportunités qu'ils pourraient rencontrer pour l'exercice de ces activités.

II.2.1. LE QUESTIONNAIRE

L'objectif de cette phase était de recueillir les expériences de diversification déjà exécutées dans les entreprises de pêche et d'en identifier les freins et les obstacles. A la différence de la seconde étape qui se place plus dans une dimension prospective, cette première enquête s'intéresse « au réalisé » en valorisant les stratégies des entreprises enquêtées par le caractère des entretiens, laissant place à la discussion et à l'ouverture. Ces entretiens mettent en valeur l'historique de l'entreprise, la motivation et les étapes de la mise en place des activités de diversification, ces différents thèmes structurant les entretiens sont présentés dans la Figure 5. Un questionnaire a servi d'appui au déroulement des entretiens, il rassemblait l'ensemble des sujets à aborder. Ce questionnaire est identique aux deux études menées en parallèle sur la pêche et sur la conchyliculture, afin de pouvoir traiter les données issues des deux secteurs en parallèle et de les comparer si nécessaire.

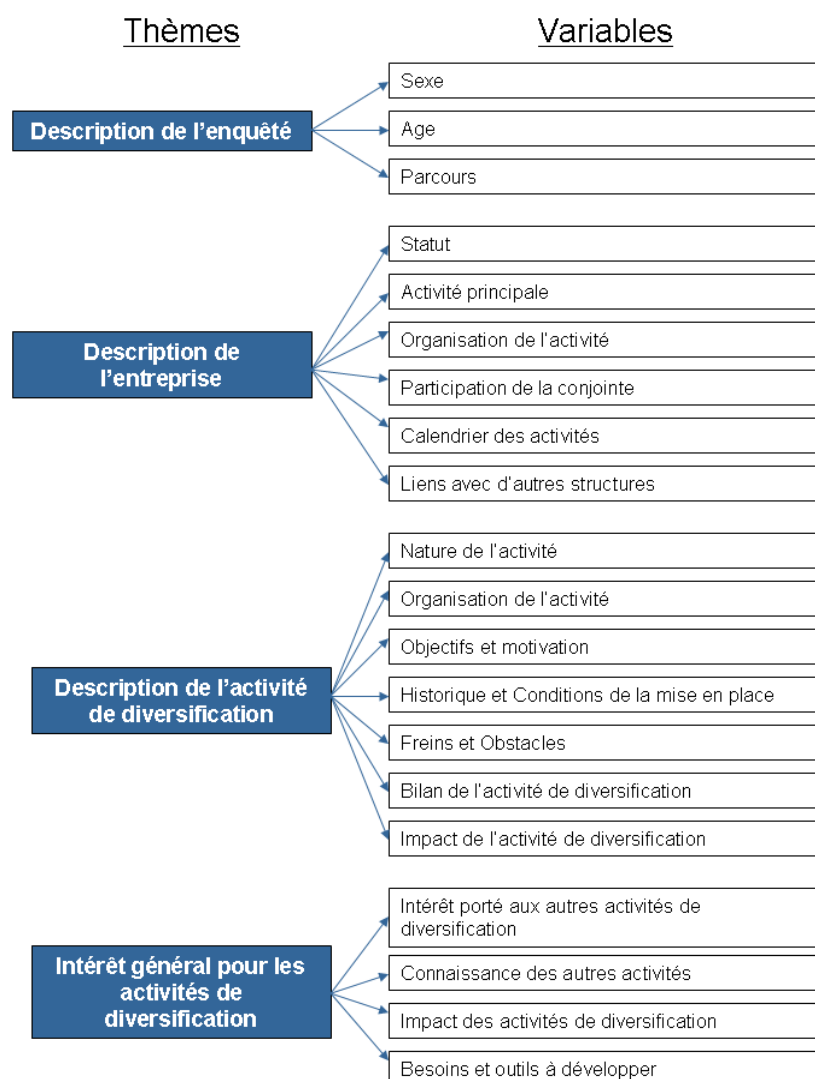


Figure 5 : Construction de la première enquête

II.2.2. LES ENTREPRISES CIBLÉES

Connaître les entreprises de pêche pratiquant des activités de diversification n'est pas simple, seul le Système d'Information Halieutique (SIH) de l'Ifremer tente de quantifier ces pratiques au niveau national. La récolte de données basée sur des enquêtes auprès des professionnels permet de suivre annuellement l'état de la flottille de pêche française, les pratiques des pêcheurs et leurs conditions économiques. Cependant, les résultats de ces enquêtes sont diffusés par façade maritime ou par flottille, et ne permettent pas d'identifier les entreprises enquêtées. De plus, la question portant sur toutes les autres activités réalisées par l'armateur (activités de diversification mais aussi pluriactivité) avec une liste restreinte d'activités, les résultats publiés par Ifremer ne sont pas directement utilisables.

Constatant l'absence de données exploitables, les personnes à enquêter ont été choisies par les partenaires professionnels (Tableau 2). Les comités ont eu des difficultés à identifier les pêcheurs diversifiant leurs activités, d'ailleurs lors du second comité de pilotage, le représentant du CLPME du Guilvinec avait précisé que sur son quartier, seuls 5/6 personnes pratiquaient la diversification à notre sens. Il s'est avéré une fois la phase d'enquête entamée, que le nombre d'entreprises de pêche diversifié était plus conséquent.

Tableau 2 : Professionnels enquêtés pour la première enquête

Activités de diversification	Personnes enquêtées
Vente directe	<ul style="list-style-type: none">▪ Pêcheur de Douarnenez faisant de la vente directe dans les halles municipales▪ Pêcheur à Erquy, en société à responsabilité limitée de pêche et de vente▪ Deux pêcheurs associés pratiquant la vente directe sur les marchés à Saint-Brieuc▪ Pêcheur réalisant de la vente directe sur le marché à Saint-Brieuc▪ Conjointe d'un pêcheur faisant les marchés et vendant les produits de son mari dans un local au Guilvinec
Mise en place de marque	<ul style="list-style-type: none">▪ Pêcheur ayant adhéré à Bretagne Qualité Mer coquille à Erquy▪ Pêcheur/ligneur du Guilvinec adhérent à la démarche des « ligneurs de la Pointe Bretagne »
Embarquement de passagers	<ul style="list-style-type: none">▪ Pêcheur côtier du Guilvinec embarquant des touristes et qui soutient un projet de bateau pêche/tourisme
Transformation	<ul style="list-style-type: none">▪ Pêcheur à pied de Quimper cultivant des algues, réalisant des conserves et de la vente directe (AMAP et marché)
Pluriactivité	<ul style="list-style-type: none">▪ Pêcheuse au Guilvinec, entreprise de pêche pratiquant la vente directe et une société de conserve marine et salaisons

II.2.3. DÉROULEMENT DES ENTRETIENS

Les entretiens se sont déroulés au choix des enquêtés, en majorité dans leur domicile familial ou sur les ports de pêche (navires ou cafés à proximité).

Afin que l'enquête ne soit pas seulement une collecte d'informations mais qu'elle puisse donner lieu à un échange, il a été proposé aux enquêtés de recevoir une synthèse courte des résultats et des conclusions de l'enquête ou un retour plus complet à leur demande, s'ils étaient intéressés. Une brochure de présentation de l'étude était également distribuée lors de l'entretien (cf. Annexe B). Elle reprend les objectifs de l'étude et ce qu'elle compte apporter à terme aux professionnels, ainsi que des coordonnées de l'équipe chargée de l'étude afin de leur permettre de nous contacter si nécessaire.

II.3. ENQUÊTE NON CIBLÉE – INTÉRÊTS ET ATTENTES DES PÊCHEURS

La deuxième phase d'enquête était dédiée à la mise en œuvre d'un questionnaire auprès d'entreprises choisies aléatoirement dans la population totale identifiée. L'objectif de cette seconde phase est d'obtenir des données quantitatives sur l'intérêt porté aux activités de diversification par les pêcheurs et d'en identifier les freins explicatifs. Ces données permettront de mesurer l'acceptabilité de la diversification par les entreprises de pêche.

II.3.1. QUESTIONNAIRE ET INDICATEURS

Le questionnaire est dérivé de la version « ciblée » :

- 1 | Il reprend les critères descriptifs sur l'enquêté et le fonctionnement de son entreprise ;
- 2 | Il permet au producteur d'émettre un jugement sur la faisabilité de la diversification en général et sur les outils pertinents pour l'appuyer ;
- 3 | Il permet au producteur d'exprimer son intérêt vis-à-vis des activités diversifiées évoquées. Cette partie est plus détaillée que dans la version précédente et elle est organisée dans un tableau pivot : pour chaque activité, l'enquêté se positionne par rapport à son propre intérêt pour l'activité, puis indique les différents freins qui peuvent exister pour cette activité (qui ont pu lui poser problème pour l'exercer ou qui l'ont dissuadé de la mettre en place).

Afin de synthétiser les réponses fournies pour l'ensemble des activités évoquées, des indicateurs ont été définis pour l'analyse des questionnaires, notamment pour mesurer le niveau d'engagement des entreprises. Le questionnaire contient un tableau permettant à chaque enquêté de se positionner vis-à-vis de chaque activité d'une liste fixe, selon cinq modalités (cf. tableau 3 ci-dessous). Trois d'entre elles montraient une certaine ouverture d'esprit par rapport à l'activité considérée ("L'activité est projetée ou déjà réalisée" et "Je suis intéressé par cette activité"), tandis que les deux autres correspondaient à une position plus négative de l'entrepreneur à l'égard de l'activité ("Je ne suis pas intéressé" et "Cette activité est impossible à réaliser").

Tableau 3 : Niveaux d'acceptabilité des activités (modalités de réponse)

Statut de l'activité	Signification	Indicateur de synthèse
Réalisé	L'activité existe (ou a existé) au sein de l'entreprise.	Taux d'activité
En projet	Des démarches ont été entamées pour mettre en place l'activité (des démarches ont déjà été entamées pour mettre en œuvre une activité, ce n'est plus de l'ordre de la réflexion mais de l'effectif)	
Intéressé	L'activité paraît intéressante pour l'entreprise. - l'activité attire le pêcheur : soit il y a déjà pensé, soit l'idée proposée lors de l'entretien lui paraît intéressante. L'interprétation de cette réponse est difficile, car les pêcheurs ont souvent précisé qu'ils seraient intéressés si une tierce personne les sollicitait, si toutes les démarches étaient réalisées et qu'ils n'aient plus « qu'à prendre le train en marche ». La principale idée à retenir de cette réponse est que le pêcheur paraît favorable à l'activité de diversification	Degré d'ouverture
Pas Intéressé	L'activité n'est pas intéressante pour l'entreprise - l'enquêté n'est pas favorable à cette activité.	Niveau de rejet
Impossible à réaliser	L'activité ne peut pas être mise en place à l'heure actuelle - pour des raisons, diverses et variées, exprimées par l'enquêté.	

Source : enquête 2008

Chaque activité a donc été évaluée selon trois niveau de synthèse : *le taux d'activité* (nombre d'entreprises où l'activité est exercée, ou projetée), *le degré d'ouverture* (nombre d'entreprises ayant montré un intérêt pour cette activité), *le niveau de rejet* (nombre d'entreprises jugeant l'activité inintéressante ou impossible à réaliser).

II.3.2. STRATÉGIE D'ÉCHANTILLONNAGE

Le temps accordé pour mener l'étude ne permettait pas d'interroger les communautés de pêcheurs dans leur intégralité, pour une meilleure représentativité du questionnaire un plan d'échantillonnage a été mis en place. Il permet d'enquêter de manière équilibrée les différents « profils d'entreprises » pouvant être rencontrés dans les zones d'étude.

Constitution d'un répertoire d'entreprises

La population ciblée pour ce questionnaire est l'armateur qu'il soit embarqué ou non. Ce choix permet de faire une analyse à l'échelle de l'entreprise propriétaire du navire est donc de mettre en valeur les stratégies de celles-ci. La constitution d'une liste des entreprises de pêche a été réalisée à partir de la liste des navires de pêche contenue dans le fichier national de la flotte disponible sur Internet¹³. Cette liste a ensuite été complétée avec des informations contenues dans le guide de l'armement à la pêche (Le Marin, 2008) et fournies par les structures professionnelles. Une base de données a ainsi été mise en place, recensant l'ensemble des navires présents dans les zones d'étude, leurs caractéristiques et surtout les coordonnées de leur armateur. Lors de l'échantillonnage, des navires du même armateur peuvent être sélectionnés. Le choix a été fait d'interroger une seule fois l'armateur et d'utiliser son questionnaire autant de fois que de navires tirés, en précisant à chaque fois le calendrier des métiers pratiqués.

Lors de l'enquête, le manque de précision de cette liste a posé quelques problèmes de mise à jour des coordonnées. Si la liste était relativement exhaustive comparée aux données existantes par ailleurs, certaines incohérences sont apparues (coordonnées redondantes ou inexistantes, navires inexistant ou repris, erreurs sur les engins de pêche). Néanmoins, cette solution fut la plus accessible et la plus simple à mettre en œuvre pour la réalisation de l'enquête. C'est donc ce répertoire de navires qui a servi à l'application de la stratégie d'échantillonnage aléatoire de l'enquête non ciblée.

Les pêcheurs à pied professionnels n'ont pas été enquêtés dans cette seconde phase d'enquête car aucune donnée (effectif par quartier, caractéristiques, coordonnées) n'a pu être fournie par les partenaires du projet.

Le choix d'un échantillonnage stratifié

Les entreprises ciblées peuvent être très différentes en fonction de la nature de leur activité. Afin de pouvoir analyser les résultats de manière correcte pour chaque catégorie d'entreprises identifiable et compte-tenu de l'effort d'échantillonnage disponible pour la période d'enquête, les entretiens ont du être répartis entre ces catégories. Afin de pouvoir également tirer des conclusions au niveau de la population totale des pêcheurs sans qu'une catégorie soit sur-représentée ou sous-représentée, chaque catégorie a été affectée d'un nombre d'entretiens proportionnel à l'effectif total d'entreprises de cette catégorie dans la population totale. Cette stratégie d'échantillonnage correspond à un échantillonnage stratifié pondéré (le taux d'échantillonnage est identique pour chaque strate). La stratification consiste en la division de la population statistique (l'ensemble des entreprises de pêche) en sous-populations supposées homogènes vis-à-vis des variables à étudier. L'objectif de la stratégie d'échantillonnage est en effet de répartir au mieux la collecte d'informations pour décrire précisément les sources de variances dans la population cible.

Pour construire les différentes strates, deux hypothèses ont été retenues :

- La **localisation géographique** influe sur les pratiques de diversification des entreprises de pêche : **stratification par quartier maritime** ;
- Les **métiers de pêche** pratiqués influent sur les pratiques de diversification : **stratification selon des classes de métiers propres à chaque quartier maritime**.

Une première stratification par quartier maritime a donc été réalisée : Le Guilvinec, Audierne et Saint-Brieuc. Dans chaque strate, les navires ont ensuite été affectés à une sous-strate en fonction de la combinaison de métiers pratiqués par les navires. Ces sous-strates seront par la suite dénommées flottilles. Ces flottilles regroupent des navires ayant une homogénéité relative de leur structure d'exploitation du point de vue des combinaisons des engins utilisés.

¹³ Union Européenne, site sur le fichier de la flotte pêche communautaire <http://ec.europa.eu/fisheries/fleet/index.cfm?method=home.Welcome&lg=FR>.

Dans un premier temps, une première classification a été réalisée à partir des données disponibles dans le fichier national de la flotte : pour chaque navire, sont listés les deux principaux engins¹⁴. Des regroupements ont ensuite été réalisés pour former des groupes significatifs du point de vue des effectifs. Pour cette étape, les synthèses éditées par Ifremer ont servi de références. Pour obtenir des sous-strates équilibrées et pour mettre en valeur les caractéristiques des différentes communautés enquêtées, les regroupements réalisés pour chaque quartier maritime différent. Au final, 16 flottilles (cf. annexe C) ont été identifiées dans les 3 quartiers maritimes.

Effort d'échantillonnage

Pour choisir le taux d'échantillonnage plusieurs facteurs ont été retenus :

- L'objectif de l'étude et les hypothèses énoncées
- Les contraintes spatiales (3 zones d'étude espacées)
- Les contraintes techniques, notamment le temps accordé pour mener l'enquête (8 semaines) et les moyen humain (1 enquêtrice).
- Sans oublier la disponibilité restreinte des pêcheurs

Le taux d'échantillonnage avait été fixé à 10 % de la population mère. La stratification permet de définir des groupes ayant des caractéristiques communes, ainsi on peut s'attendre à avoir des réponses sensiblement ressemblantes pour les individus de la même strate. Le tableau ci-dessous (Tableau 4) reprend les données initiales qui ont permis de sélectionner les entreprises de l'échantillon.

Tableau 4 : Récapitulatif de l'échantillonnage

Strates		Population globale	Population échantillonnée	Refus	Individus enquêtés
Guilvinec	Arts dormants polyvalents	40	4	3	3
	Chalutier exclusif	158	16	1	8
	Chalutier non exclusif	34	3		1
	Fileyeur	16	2	2	2
	Fileyeur - Métiers de l'hameçon	17	2	1	2
	Métiers de l'hameçon	20	2	3	2
	Senneur	11	1		1
Total GV		296	30	10	19
Saint-Brieuc	Arts dormants polyvalents	24	2	4	2
	Chalutier – Dragueur	94	9	1	8
	Chalutier exclusif	33	3		2
	Dragueur - Arts dormants	44	4	2	3
	Total SB	199	18	7	15
Audierne	Chalutier / Dragueur	3	1		
	Fileyeur exclusif	8	1	2	
	Fileyeur non exclusif	9	1		
	Ligneur exclusif	12	2		1
	Ligneur non exclusif	11	2		1
Total AD		43	7	2	2
Total		538	55	19	36

¹⁴ Limite : la liste des engins inscrits au fichier de la flotte provient des déclarations des armateurs aux Affaires maritimes, il se peut donc qu'elles ne correspondent pas tout à fait à la réalité.

Au final, 36 pêcheurs ont été rencontrés sur 55 prévus et contactés. Cette phase d'enquête s'est déroulée lors des grèves de mai et juin 2008, ce qui a eu un impact sur la disposition des pêcheurs à répondre au questionnaire et sur l'avancée de l'enquête. Le taux d'échantillonnage est de 7% de la population mère, un peu moins que l'estimation prévue. Pour Saint-Brieuc, ce taux est similaire à celui estimé initialement, par contre au Guilvinec et à Audierne il est sensiblement inférieur. Cependant la représentation de l'échantillonnage en fonction de la stratification reste correcte et ne remet pas en cause l'échantillonnage.

II.3.3. DÉROULEMENT DES ENTRETIENS

Dans l'ensemble, les pêcheurs se sont montrés coopératifs lors de la passation du questionnaire, toujours en face à face, l'idée de chercher des solutions pour pérenniser leur activité apparaissant comme bienvenue, étant donné le contexte de crise. Très souvent l'entretien se prolongeait par une discussion informelle, riche d'échanges. Cependant, l'aspect « questionnaire à choix multiples » n'était pas toujours très apprécié, ne laissant pas de place aux pêcheurs enquêtés pour s'exprimer sur certains points. Le choix d'une enquête par questionnaire ne permet pas de mettre en valeur cette réflexivité des pêcheurs ni de développer l'analyse des stratégies d'entreprises.

Un autre problème identifié est la difficulté de conserver l'attention des enquêtés sur le sujet de la diversification. Dans un contexte de tensions fortes avec de larges craintes sur l'avenir de leur activité, les pêcheurs ont à plusieurs reprises ouverts des débats n'ayant pas de relation avec le sujet d'étude. Il est clair qu'une diversification des activités s'appuie sur l'activité de production, si les pêcheurs ne peuvent plus pêcher suite à des coûts d'exploitation trop élevés, les activités de diversification dans leurs entreprises n'ont pas lieu d'être.

A la suite du tirage et lors de la prise de contact, 19 personnes ont refusé d'être enquêtées. La raison de ces refus sont de quatre types : les personnes qui ne sont pas intéressées par les activités de diversification, celles qui ne veulent plus répondre à des enquêtes, celles qui n'ont pas assez de temps et les retraités. Sur les 19 refus, 3 sont dus à une absence d'intérêt pour le sujet d'étude, on ne peut donc pas analyser l'ensemble de ces refus comme un désintérêt de la diversification.

II.3.4. DESCRIPTION DE L'ÉCHANTILLON

La diversité géographique de la population mère est respectée. La carte ci-dessous (Figure 6) présente les ports où se situent les navires des enquêtés¹⁵, **la répartition des navires enquêtés est représentative des principaux ports.**

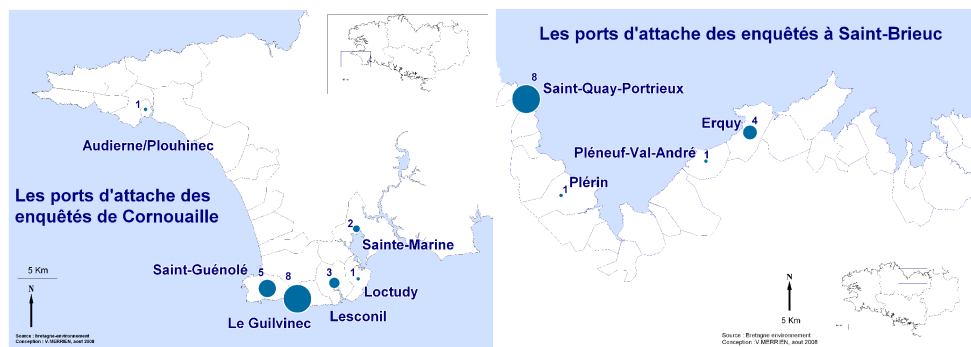


Figure 6 : Les ports d'attache des enquêtés

Caractéristiques des flottilles enquêtées

91,7% des enquêtés possèdent seulement un navire. Un enquêté disposant de neuf navires, correspond au directeur d'un armement coopératif, pour cette raison ce chiffre se dégage des autres résultats.

Il est intéressant de noter que 56% de la flottille mère mesure moins de 12 mètres et 61% pour l'échantillonnage, ce sont des navires qui pour la quasi-totalité travaillent sur la bande côtière. La majorité des navires de 20 à 24 mètres, à de rares exceptions près, pêchent en dehors de la bande côtière bretonne.

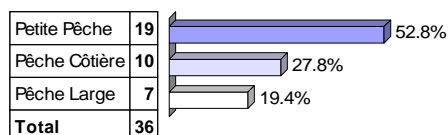
¹⁵ Deux n'apparaissent pas, l'un car le patron-pêcheur a précisé que son bateau était itinérant (changeant de port selon les saisons et les espèces visées), l'autre se situant dans le port de Saint-Malo.

Les données de la population mère (en jaune ci-contre – Figure 7) sont issues de la synthèse des activités éditée par le SIH (Ifremer, 2005) et correspondent à la moyenne des 3 quartiers d'étude. **La majorité des enquêtés utilisent un engin de pêche.** L'échantillon se calque sur les tendances de la population mère.

Selon les quartiers maritimes, le degré de polyvalence des navires varie. A Saint-Brieuc, il est plus élevé que dans le Sud-Ouest Cornouaille, la cause en est l'activité de pêche à la drague à coquille Saint-Jacques quelques mois par an se couplant avec la pêche avec un autre engin le reste de l'année. La polyvalence des engins de pêche renseigne sur la diversification de la production des enquêtés. **42% des armateurs interrogés pratiquent une diversification de leurs engins de pêche (utilisation d'au moins deux engins)**.

La classification choisie pour définir les types de pêche est celle des Affaires maritimes, elle s'appuie sur les durées des marées :

Figure 8 : Types de pêche pratiquée



Source : enquête 2008

- **la petite pêche**, pour les marées de moins de 24 heures;
- **la pêche côtière**, pour les marées de 1 à 4 jours ;
- **la pêche au large**, pour les marées entre 4 et 20 jours.

L'utilisation de cette classification a été choisie en fonction des hypothèses ; entre un pêcheur sortant à la journée et un pêcheur pratiquant des marées de plus de 15 jours les possibilités de diversification ne sont pas les mêmes, en tout cas elles demandent une organisation sensiblement

différente. **Plus de la moitié des enquêtés se déclare en petite pêche (Figure 1)**, ce qui est cohérent avec les données du SIH de 2005, puisque 59% de la population mère exerçaient leur activité dans les 12 milles.

Données sur les armateurs

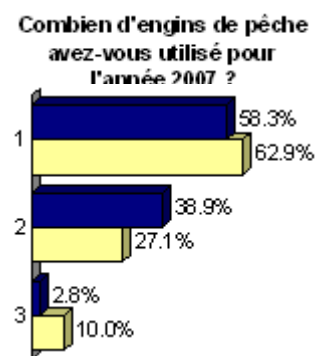
La totalité des enquêtés sont des hommes, reflétant la forte masculinité de l'activité de pêche. Concernant la classe d'âge dominante de 35-49 ans, représentant 58% des armateurs, elle est correctement représentée dans l'échantillon. Ces données de la classe 35-49 ans associées à la classe des plus de 50 ans représentent 81% de la population mère et 89% de l'échantillon. **L'échantillon est un peu plus âgé que la population mère et la moyenne d'âge se situe entre 35 et 49 ans.** La classe 25-34 ans est sous-représentée et celle 50 ans et plus est sur-représentée.

Sur 36 enquêtés, 8 sont seuls à bord et 16 sont entre 2 et 4 embarqués. **L'effectif de l'équipage varie selon la taille du bateau et l'engin de pêche pratiqué.** Les patrons des 7 navires de moins de 9 m sont tous seuls à bord, à l'exception d'un d'entre eux qui vient d'embaucher son ancien stagiaire. La classe des 12-16 mètres affiche un nombre moyen d'emploi supérieur à celle des 16-20 mètres, s'expliquant par la présence d'un bolincheur qui embarque 7 personnes.

Quasiment 40% des conjointes des enquêtés participent au travail de l'entreprise, mais il est difficile d'évaluer le temps qu'elles y consacrent. La majorité de ces femmes réalisent la gestion administrative de l'entreprise et notamment la comptabilité, trois participent à la production en embarquant sur le navire, deux sont chargées de la commercialisation des produits pêchés par leur mari. Parmi les quatorze femmes participant à l'activité de l'entreprise de leur mari ou compagnon, trois ont le statut de conjointe collaboratrice.

77,8 % des enquêtés ont toujours travaillé dans le secteur de la pêche. En Cornouaille, ce chiffre est encore plus élevé puisqu'il s'élève à 90%, alors qu'à Saint-Brieuc il est de 60%. Il est clair que le caractère local et identitaire de la pêche est plus marqué en Cornouaille qu'à Saint-Brieuc. Concernant Saint-Brieuc, les raisons de ce pourcentage peuvent s'expliquer par la reconversion de certains marins de l'offshore (2), et des personnes travaillant dans le bâtiment (2) vers la pêche. D'autres sont rentrés dans la pêche costarmoricaïne, attiré par la forte rentabilité de la pêche coquillière et par le caractère saisonnier de cette activité (dans le gisement principal, la pêche à la coquille Saint-Jacques se pratique seulement 2 jours par semaine entre la fin du mois d'octobre et début avril).

Figure 7 : Effectif d'engins utilisés



Adhésion à des structures

Les questions concernant l'adhésion et l'implication des professionnels enquêtés dans des structures collectives telles que les Organisations de Producteurs (OP) ou les associations en relation avec la pêche, ont pour objectif d'apporter des éléments de réponse à l'hypothèse : « l'engagement dans ces structures peut appuyer la mise en place d'activités et de démarches de diversification collectives ».

Par la loi du 2 mai 1991¹⁶, les armateurs de navires armés à la pêche sont dans l'obligation d'adhérer aux structures inter-professionnelles en versant une cotisation annuelle obligatoire. Concernant l'adhésion à une organisation de producteurs, elle n'est pas obligatoire. Cependant, ce type de structure permet d'accéder aux espèces soumises à quotas et de bénéficier des prix de retrait en cas de non-vente sous la criée. **89% de l'échantillon adhérent à une OP.**

Un peu plus d'un cinquième (22%) des pêcheurs interrogés adhèrent à une association en relation avec la pêche et seuls des enquêtés du Sud-Ouest Cornouaille ont répondu positivement. Les adhérents aux ligneurs de la pointe Bretagne, réunissant la majorité des adhésions, se sont regroupés dans le cadre de la mise en place d'une marque collective, signe d'identification de leurs espèces capturées. L'association des bolincheurs pour but de valoriser la pêche à la bolinche et le produit de cette pêche. Elle propose des embarquements de passagers et tente de mettre en place une marque collective à l'image de celle des ligneurs de la pointe Bretagne.

¹⁶ Loi n°91-411 du 6 mai 1991 relative à l'organisation interprofessionnelle des pêches maritimes et des élevages marins et à l'organisation de la conchyliculture

III. QUELLES SONT LES ACTIVITÉS DÉJÀ MISES EN PLACE ?

Les activités et les démarches, présentées ci-dessous, correspondent à celles qui ont été identifiées lors de la recherche bibliographique et lors des entretiens avec les partenaires professionnels du projet. Ces différentes activités communes au secteur de la pêche et de la conchyliculture ont servi de base à la construction des questionnaires. Une fois le recensement réalisé, les activités ont été classées en cinq grands groupes, ne permettant pas de distinguer les activités lucratives de celles bénévoles mais mettant en exergue la nature des activités.

Après une définition de l'activité, sont présentés les résultats de l'enquête non ciblée. Il s'agira d'analyser l'intérêt porté par les professionnels à ces activités de diversification et de mettre en exergue les freins identifiés par les enquêtés.

Afin de représenter rapidement le niveau d'engagement des enquêtés pour chaque activité diversifiée on tient compte de trois indicateurs, il est représenté comme dans la figure ci-contre (Figure 9) : chaque indicateur est représenté par un secteur de la couronne. L'importance de chaque secteur traduit l'importance relative de chacun des indicateurs de synthèse : **le taux d'activité** (nombre d'entreprises où l'activité est exercée, ou projetée), **le degré d'ouverture** (nombre d'entreprises ayant montré un intérêt pour cette activité), **le niveau de rejet** (nombre d'entreprises jugeant l'activité inintéressante ou impossible à réaliser).

Taux de réponse : 100.0%

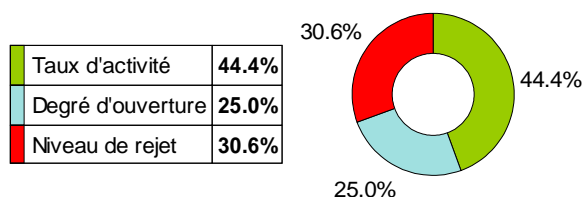


Figure 9 : Représentation synthétique de l'engagement des enquêtés pour une activité diversifiée.

Source : enquête 2008

Rappel : La majorité des informations contenues dans cette partie sont issues des enquêtes et des entretiens réalisés auprès des professionnels.

III.1. LES ACTIVITÉS LIÉES AU TOURISME

Les prestations de tourisme bleu sont des activités de tourisme et de loisirs proposées par un ou plusieurs pêcheurs ou membre(s) d'une entreprise de pêche. Ces prestations touristiques sont à comprendre et à analyser sous l'angle de la diversification des entreprises de pêche et ne doivent pas être confondues avec un tourisme littoral plus large.

III.1.1. EMBARQUEMENT DE PASSAGERS

L'embarquement de passagers à bord des navires de pêche n'est pas une activité nouvelle pour répondre à une demande touristique, elle se fait depuis des dizaines d'années. Les pêcheurs embarquaient, embarquent et s'ils le peuvent embarqueront la famille, les amis, ou autres, souvent seule occasion de présenter leur lieu de travail, leur métier, leur quotidien... L'embarquement de passagers peut prendre plusieurs formes : l'observation de l'activité de pêche ou la promenade en mer avec possibilité de pratiquer la pêche (dans ce cas, le navire n'est pas en activité d'exploitation). La première forme d'activité est très réglementée et se limite à deux passagers maximums, les pêcheurs étant en activité ne peuvent pas constamment surveiller les personnes embarquées. Ces deux formes d'embarquement peuvent être réalisées soit à titre bénévole, soit à titre lucratif (complément de revenu).

« Cette activité permet à la fois d'attirer les touristes et de les faire revenir mais aussi de les faire s'attacher aux produits qu'ils ont vu être pêchés. Il y a tout un symbolisme derrière cette activité, on achète le poisson d'un pêcheur dont on connaît le métier car on l'a vécu avec lui le temps d'une marée. » Propos d'un pêcheur du Guilvinec

Une activité qui intéresse...

De nombreux pêcheurs ont montré leur intérêt pour cette activité (Figure 10). Un lien plus ou moins fort concernant l'embarquement de passagers apparaît selon les quartiers, confirmant l'hypothèse que cette activité est liée à l'offre touristique déjà existante. La présence d'Haliotika au Guilvinec a sans doute renforcé cette pratique, avec 53 % des enquêtés l'ayant déjà réalisé contre 33% à Saint-Brieuc.

Taux de réponse : **100.0%**

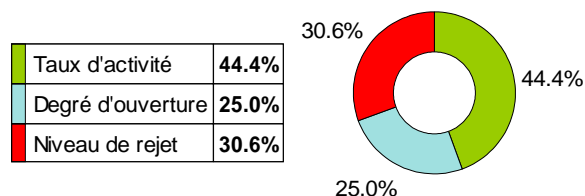


Figure 10 : Engagement des personnes enquêtées pour l'activité d'embarquement de touristes

Source : enquête 2008

Pour l'ensemble de l'échantillon, le principal frein à cette activité est la réglementation stricte encadrant l'embarquement de passagers à bord des navires de pêche, 54% des enquêtés l'ont indiqué. Un autre obstacle est le mauvais agencement des navires de pêche qui ne sont pas conçus pour recevoir des passagers, l'absence de places assises, de toilettes à bord... Parmi les autres freins exprimés par les pêcheurs, on peut lister les suivants :

- le peu de touristes prêts à payer pour venir sur un navire de pêche ;
- l'impossibilité de prendre plus de 2 passagers à bord a pour conséquence un rapport financier insuffisant;
- la nécessité d'un complément d'assurance à payer ;
- la prise de risque, car les passagers ont rarement le pied marin ;
- la concurrence avec les navires de passagers...

... mais contrainte à une réglementation forte

Parmi les activités de tourisme bleu, **l'embarquement de passagers à bord des navires de pêche représente un potentiel réel à titre d'activité complémentaire rémunérée**. Cependant, embarquer des personnes en mer n'est pas sans danger, surtout quand celles-ci n'ont jamais mis le pied sur un navire. Principal frein cité par les enquêtés, il paraît essentiel de revenir sur l'encadrement juridique de ce type d'activité et de dresser les contraintes et les limites réglementaires à cette pratique.

L'embarquement de passagers à bord d'un navire de pêche a été récemment renforcé avec la disparition de M. E. Michelin en décembre 2006. La responsabilité du patron ou de l'armateur s'est accentuée, il est responsable du passager devant la loi. Cela l'oblige à souscrire une police d'assurance couvrant sa responsabilité civile. Selon le décret de 1984 : « *Est qualifié de passager, toute personne autre que le capitaine, les membres de l'équipage et les autres personnes employées ou occupées à bord à titre professionnel ou moyennant rétribution en quelque qualité que ce soit pour les besoins du navire* ». La réglementation précisant le transport de passager à bord des navires de pêche se superpose au niveau national et régional et peut être difficile d'accès vu la diversité des cas d'embarquement. Deux notes nationales¹⁷ et une note régionale¹⁸ définissent les procédures et les limites à l'embarquement de passagers s'articulant autour de deux éléments : l'autorisation portée sur le permis de navigation et la déclaration d'embarquement. Le schéma ci-dessous (Figure 11) présente les différentes étapes que doit suivre l'armateur d'un navire de pêche pour embarquer des passagers. Au regard de ce schéma, un certain nombre de navires ne peut pas recevoir l'agrément des affaires maritimes sur le permis de navigation pour embarquer des passagers.

¹⁷ Note de la DAM du 11 janvier 2007 relative au transport de passagers sur les navires de pêche inférieurs à 24 mètres ; Note de la DAM du 20 juillet 2007

¹⁸ Note de la DRAM Bretagne du 1 juin 2007

Étapes à suivre pour embarquer des passagers à bord d'un navire de pêche en Bretagne

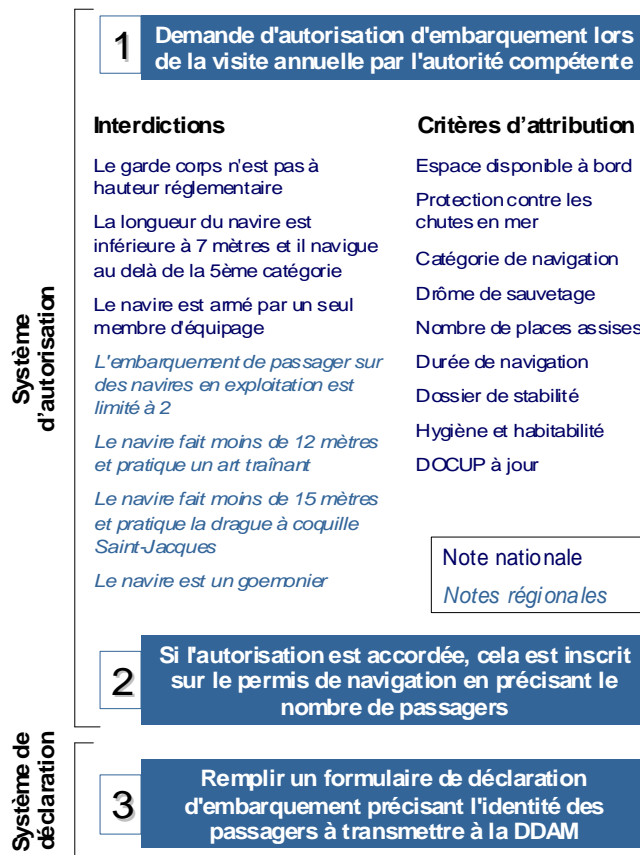


Figure 11 : Schéma des étapes réglementaires pour l'embarquement de passagers

III.1.2. VISITE DE NAVIRE

Lorsque les navires sont à quai, les personnes désireuses de découvrir l'intérieur d'un navire de pêche, l'organisation à bord et le fonctionnement des différents engins, peuvent être guidées soit par le patron ou un autre membre de l'équipage, soit par une tierce personne (personnel d'un Office de Tourisme, membre de la famille...). Cette activité permet de sensibiliser le public à l'activité de pêche, de lui apporter les clefs pour comprendre le travail d'un pêcheur et de développer des échanges entre les producteurs et les consommateurs.

Taux de réponse : **100.0%**

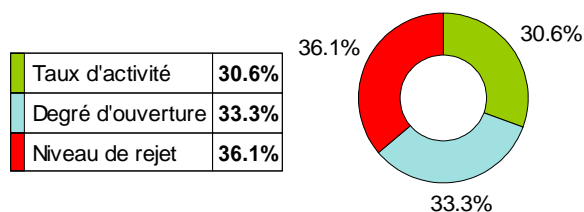


Figure 12 : Engagement des personnes enquêtées pour l'activité de visite de l'exploitation

Source : enquête 2008

Le degré d'intérêt pour cette activité se partage de façon à peu près égale : chaque indicateur regroupe environ un tiers de l'échantillon (Figure 12). Un tiers de l'échantillon a déjà fait visiter son navire, soit spontanément à des personnes les sollicitant au retour de pêche, soit avec une organisation au préalable pour des écoles primaires ou des centres de vacances. Une tendance se dessine entre les zones d'étude Nord et Sud. 50% des enquêtés à Saint-Brieuc ne semble pas favorable à la visite de leur navire contre 20% en Cornouaille.

La relation entre l'intérêt pour la visite du navire et le type de pêche pratiquée par l'enquêté est significative, surtout par rapport à la taille des navires, plus le navire est grand plus l'intérêt est fort. La totalité des armateurs des navires entre 20 et 24 mètres, les ont déjà fait visiter. Un navire de moins de 9 mètres, où on trouve une petite cabine de pilotage et quelques coffres pour ranger les produits pêchés et le matériel, n'éveillent pas le même intérêt qu'un chalutier hauturier de 24 mètres. Ces longs navires sont tout d'abord un espace de travail mais aussi un espace de vie, les visiteurs peuvent découvrir à la fois le ponton où ont lieu les activités de pêche proprement dites, les cales où les produits sont stockés et les cabines de vie. Cette activité donne un avant-goût aux visiteurs du quotidien que connaissent les pêcheurs lorsqu'ils embarquent.

Le premier frein exprimé pour cette activité est le manque de temps (32% des réponses). Les pêcheurs précisent être fatigués en rentrant de la marée et n'ont pas envie de faire effectuer une visite de leur navire. En général, quand les navires sont à quais, les pêcheurs en profitent pour réaliser les tâches qu'ils ne peuvent pas faire en mer.

Cette visite des navires dépend aussi de la configuration du port, les possibilités de développement sont différentes selon que l'on est dans des ports de pleines eaux ou dans ceux dépendant des marées et des hauteurs d'eau. Par exemple à Erquy, les navires ne sont pas à quai, ils sont au mouillage et les touristes ne peuvent donc pas y accéder sauf si une navette était mise en place. De plus, pour des raisons de sécurité, l'accès à la zone portuaire est limité. Pour favoriser et développer l'activité touristique en lien avec la pêche, des aménagements sont nécessaires. A l'inverse, la terrasse panoramique sur le port du Guilvinec permet une vision complète de l'arrivée et du débarquement des pêcheurs, incitant les touristes à aller faire un tour sur le quai pour visiter les navires.

III.1.3. DÉGUSTATION DE PRODUITS DE LA MER

Cette activité correspond à la dégustation de produits de la mer sur le port ou à proximité des lieux de débarquement. Contrairement à certains produits issus de la conchyliculture qui demandent peu voire aucune transformation pour être savourés, les produits issus de la pêche nécessitent dans leur majorité une préparation avant d'être dégustés.

Cette activité est une vitrine des produits locaux et permet de donner des informations complémentaires aux consommateurs sur les espèces proposées, leurs préparations et des recettes variées pour mieux les apprécier. Cette activité peut être réalisée par le pêcheur si son emploi du temps le lui permet, par sa conjointe ou par une tierce personne. Une structure ou un groupement d'entreprises issues de la pêche peut se charger de réaliser ces dégustations. Dans ce cas, les pêcheurs participent en fournissant cette structure en produits.

Taux de réponse : **100.0%**

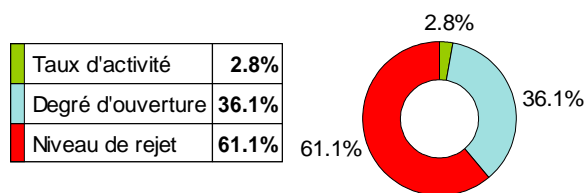


Figure 13 : Engagement des personnes enquêtées pour l'activité de dégustation

Source : enquête 2008

Presque deux tiers des enquêtés (Figure 13) ne sont pas favorables ou ne peuvent pas mettre en place une forme de dégustation dans leur entreprise et aucun des armateurs de navire de pêche au large ne s'est montré intéressé.

Les pêcheurs qui ont répondu « intéressé », sont surtout favorables à l'implantation d'une structure sur les ports proposant des produits de la mer locaux prêts à être dégustés et qui permettrait aux touristes d'apprécier le fruit de leur travail. Ils se sont dits prêts à fournir cette structure en produit contre rétribution financière. Plusieurs pêcheurs du Guilvinec ont insisté sur l'intérêt de la mise en place d'une

structure de ce type sur le port qui proposerait des langoustines cuites avec un verre de muscadet, un peu de mayonnaise et une tranche de pain. Cette activité permettrait d'apporter une animation supplémentaire sur le port et viendrait compléter l'offre touristique en relation avec la pêche.

Les principaux freins soulevés par les enquêtés sont le manque de temps et le manque de personnel qui sont étroitement liés. Un obstacle réside dans le fait que la majorité des produits pêchés nécessitent une transformation ou ont besoin d'être cuisiné avant d'être consommés. Il paraît donc difficile pour les pêcheurs de faire déguster directement leurs produits après les marées.

III.1.4. RESTAURATION

Taux de réponse : **100.0%**

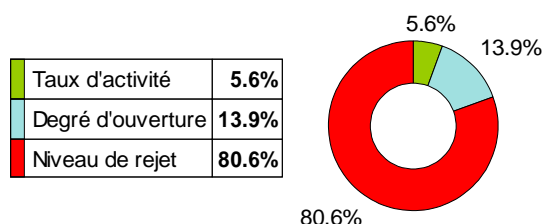


Figure 14 : Engagement des personnes enquêtées pour l'activité de restauration

Source : enquête 2008

Ce type de restauration s'appuie sur la production de l'entreprise de pêche, c'est-à-dire que la majorité des plats servis sont à base des produits pêchés par le professionnel. Ces établissements ont un caractère saisonnier, d'une part avec les espèces proposées mais aussi avec le public visé.

Seul un quart des enquêtés sont intéressés ou ont déjà fait de la restauration (Figure 14). Cette activité n'apparaît donc peu voire pas attirante pour les pêcheurs, tout particulièrement dans le secteur de Saint-Brieuc où le degré de rejet est de 100%. L'un e des explications vient du fait que la restauration est un métier spécifique et à part entière avec ces propres réglementations.

III.1.5. HÉBERGEMENT

Les pêcheurs possédant des biens immobiliers peuvent les louer en jouant sur l'authenticité de « dormir chez un pêcheur ». Cette activité peut se jumeler avec l'embarquement sur le navire de pêche, la restauration de produits de la mer, la visite du navire...

Avec un degré de rejet très fort, les pêcheurs ne voient pas dans l'hébergement une possible voie de diversification (Figure 15). Deux enquêtés proposent des locations, mais cette activité de « rentier » n'a aucune relation avec leur activité de pêche. Cependant, l'évocation de cette forme de diversification lors des entretiens et l'idée de promouvoir leurs biens immobiliers en s'appuyant sur leur activité de pêche de type « Dormir chez un pêcheur » leur est apparue comme intéressante.

Sur les 6 enquêtés ayant déclarés être intéressés par l'hébergement touristique, cinq pratiquent la petite pêche. Les pêcheurs pratiquant des marées supérieures à 24 heures n'ont pas la possibilité d'exercer de manière continue une activité à terre, ainsi la mise en place d'hébergement serait plus du ressort du conjoint ou d'une autre personne et s'écarterait donc de l'entreprise de pêche.

Cette forme d'activité de diversification s'adresse plus aux agriculteurs dont le lieu d'exploitation s'appuie sur un bien foncier. Plusieurs pêcheurs ont aussi précisé qu'une fois débarqué, le temps n'était plus au travail mais au repos. En effet, la typicité du lieu d'hébergement (la ferme pour les agriculteurs) n'existe pas ou peu dans le cadre de la pêche. Par ailleurs de plus en plus, les lieux d'habitation sont éloignés de la zone portuaire. Le développement de cette activité pourrait être envisagé en lui adjoignant systématiquement des visites guidées pour compenser le manque de typicité.

Taux de réponse : **100.0%**

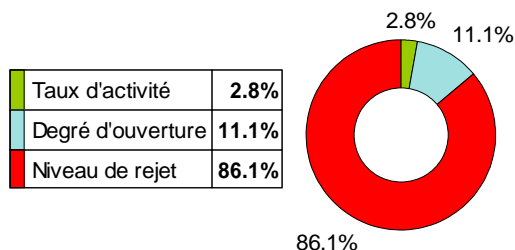


Figure 15 : Engagement des personnes enquêtées pour l'activité d'hébergement

Source : enquête 2008

III.1.6. SYNTHÈSE

La présence d'une activité de pêche est dans tous les cas un facteur d'attractivité touristique important qui génère des retombées positives substantielles pour l'ensemble de l'économie locale (restauration, hébergement, souvenirs...). La question est de trouver des moyens pour que les pêcheurs puissent aussi bénéficier de retombées directes.

Les activités proposées ci-dessus peuvent devenir des sources de revenus supplémentaires pour les professionnels de la pêche. De plus, elles sont basées sur l'échange entre pêcheurs et touristes et elles permettent de valoriser l'image du métier et des produits de la mer. L'intervention des acteurs du tourisme est une condition *sine qua non* au développement du tourisme bleu, ces activités diversifient l'offre touristique de certaines zones en s'appuyant sur des valeurs et sur les savoir-faire locaux s'inscrivant dans le territoire maritime et terrestre. Le tourisme bleu apparaît comme une opportunité pour la filière pêche et pourrait développer des formes de soutien de la part du grand public aux marins-pêcheurs en améliorant les liens entre gens de la mer et gens de la terre.

Les résultats de l'enquête font apparaître une nette prépondérance pour deux activités liées au tourisme : l'embarquement de passagers et la visite des navires. Les autres activités nécessitent l'installation d'équipements à terre et la présence d'une personne n'ont pas suscité d'intérêt.

Selon la localisation géographique des enquêtés, des tendances apparaissent pour les activités de diversification liées au tourisme. Les enquêtés du Sud-Ouest Cornouaille sont plus favorables à de telles activités, identifiables avec des taux d'activité et des degrés d'ouverture plus élevés que dans le quartier maritime de Saint-Brieuc. Cette observation confirme l'hypothèse que le tourisme bleu est lié à l'offre touristique déjà existante. L'influence d'Haliotika, a sans doute aidé à la prise en compte d'un potentiel de développement du tourisme bleu dans les entreprises de pêche bigoudène.

III.2. LES ACTIVITÉS LIÉES À LA VALORISATION DES PRODUITS

Les activités de valorisation des produits ont pour objectif d'obtenir un meilleur prix pour les produits de la mer vendus. Cette valorisation est définie comme une démarche effectuée au niveau du producteur, permettant d'ajouter de la valeur à sa production¹⁹. Les formes de diversification concernant la valorisation des produits sont celles qui intéressent fortement les enquêtés, notamment parce que ce sont les activités les plus rémunératrices.

III.2.1. VENTE DIRECTE

L'idée de la vente directe renvoie à une commercialisation par circuits-courts, le producteur prenant en main la vente de ses produits. Selon le public visé par la vente directe, les techniques peuvent prendre différentes formes: vente sur les marchés, vente dans un local privé ou public, livraison à des particuliers, paniers repas avec une Association pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne (AMAP)... **La vente directe est définie comme la commercialisation directe entre le producteur et le consommateur. Cependant lors des entretiens, les pêcheurs associaient souvent la vente directe à toutes les autres formes de commercialisation ne suivant pas le circuit classique du passage sous-criée.**

Seule la vente directe au consommateur sera étudiée par la suite. Ce mode de vente peut prendre plusieurs formes (Tableau 5), outre les principales formes (ventes sur le port ou sur les marchés) d'autres modes de commercialisation existent : vente par Internet, au bord des routes, aux restaurants, à des fêtes locales...

Ces modes de vente peuvent être intéressants pour certains professionnels parce qu'ils leur semble durable, à tous points de vue : sur le plan social, il rapproche les producteurs et les consommateurs ; sur le plan économique, car en limitant les intermédiaires, le pêcheur pense valoriser au mieux son produit ; sur le plan environnemental, enfin, la vente étant effectuée sur place, les transports sont limités et le bilan carbone en est donc meilleur.

¹⁹ LESJEU Marie, BOUDE Jean-Pierre., LE GOFFE P. (2007). *La multifonctionnalité des pêches maritimes et des cultures marines à la lumière de la multifonctionnalité de l'agriculture*. Agrocampus Rennes, 33p.

Tableau 5 : Les différentes formes de vente directe aux consommateurs

Les formes de vente directe aux consommateurs	Description	Avantages (Financiers, organisationnels , sociaux, autres)	Contraintes (Réglementaires, organisationnelles , sociales)
Vente directe sur les marchés ou sur des étals	<p>Ces marchés sont organisés par les municipalités, les pêcheurs peuvent y participer à condition d'avoir sollicité une place auprès des organisateurs.</p> <p>Cette vente ponctuelle, quotidienne ou hebdomadaire, de produits de la mer par le pêcheur peut aussi avoir lieu sur le port ou autre lieu après avoir demandé l'autorisation aux structures compétentes.</p>	<p><i>Pas tributaire des prix sous halles à marées</i></p> <p><u>Lien direct avec le consommateur</u></p> <p><u>Fidélisation de la clientèle</u></p>	<p><i>Posséder un agrément sanitaire</i></p> <p>Difficulté d'avoir une bonne place sur les marchés</p> <p>Représente beaucoup d'heures de travail (préparation, installation, rangement, nettoyage...) pour une demi-journée sur le marché</p> <p><u>Concurrence avec les mareyeurs, les grossistes et les poissonniers</u></p>
Vente dans un local privé	<p>Le pêcheur possède un local répondant aux normes sanitaires, où il exerce la vente directe des produits pêchés. Cette activité peut aussi être réalisée par un autre membre de l'entreprise ou de la famille.</p>	<p><i>Pas tributaire des prix sous halles à marées</i></p> <p>Le local abrite de la pluie et des intempéries</p> <p>Indépendant des autres producteurs</p> <p><u>Lien direct avec le consommateur</u></p> <p><u>Fidélisation de la clientèle</u></p>	<p><i>Posséder un agrément sanitaire</i></p> <p>Être présent à des heures fixes</p> <p><u>Concurrence avec les mareyeurs, les grossistes et les poissonniers</u></p>
Vente dans un magasin collectif, ou dans des locaux publics	<p>Plusieurs entreprises de pêche mutualisent leurs produits et leurs moyens pour faire de la vente directe dans un local collectif.</p> <p>Les pouvoirs publics mettent à disposition des entreprises de pêche des locaux pour vendre directement aux consommateurs leur pêche.</p>	<p><i>Pas tributaire des prix sous halles à marées</i></p> <p>Diversité des produits de la mer proposés</p> <p>Le local abrite de la pluie et des intempéries</p> <p><u>Fidélisation de la clientèle</u></p> <p><u>Lien direct avec le consommateur</u></p>	<p><i>Posséder un agrément sanitaire</i></p> <p>La réussite de la vente dépend de l'entente entre les pêcheurs</p> <p><u>Concurrence avec les mareyeurs, les grossistes et les poissonniers</u></p>
Livraison aux particuliers	<p>Le pêcheur remet directement le produit de sa pêche à des particuliers qui ont commandé. C'est lui qui se charge d'acheminer avec le moyen de transport qu'il souhaite ses produits aux particuliers.</p>	<p><i>Pas tributaire des prix sous halles à marées</i></p> <p><u>Fidélisation de la clientèle</u></p> <p><u>Lien direct avec le consommateur</u></p>	<p><i>Posséder un véhicule frigorifique répondant aux exigences sanitaires</i></p> <p>Prendre en compte le temps et les frais de transport</p> <p><u>Concurrence avec les mareyeurs, les grossistes et les poissonniers</u></p>
AMAP	<p>Association de plusieurs producteurs issus de domaines différents pour vendre leurs produits dans des paniers aux adhérents.</p>	<p><i>Pas tributaire des prix sous halles à marées</i></p> <p>Valorisation d'une pêche et agriculture locale et durable</p> <p>Diversité des produits proposés</p> <p>Échanges avec d'autres producteurs non halieutiques</p> <p><u>Lien direct avec le consommateur</u></p> <p><u>Fidélisation de la clientèle</u></p>	<p>Assurer une diversité des produits proposées d'une semaine sur l'autre</p> <p>Une AMAP ne peut pas regrouper exclusivement des pêcheurs</p> <p>La réussite de la vente dépend de l'entente entre les producteurs</p> <p><u>Concurrence avec les mareyeurs, les grossistes et les poissonniers</u></p>

Environ un tiers des enquêtés vendent déjà directement une partie de leur production aux consommateurs sur le quai ou en livraison. Il s'agit surtout d'**entreprises de petite pêche et de pêche côtière**, aucun enquêté de la pêche au large n'a pour le moment mis en place une forme de commercialisation directement aux consommateurs. La vente sur les marchés ou dans un local est une activité moins répandue (Figure 17). Elle demande en effet plus d'organisation et d'investissement en moyens et en temps. La vente directe est plus pratiquée sur le quartier maritime de Saint-Brieuc. Pour les pêcheurs possédant un agréments sanitaires²⁰, les ventes directes de coquilles Saint-Jacques sont régulièrement pratiquées notamment aux moments des fêtes de fin d'année.

Taux de réponse : 100.0%

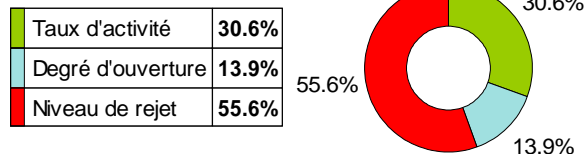


Figure 16 : Engagement des personnes enquêtées pour la vente aux consommateurs sur le quai ou livraison

Taux de réponse : 100.0%

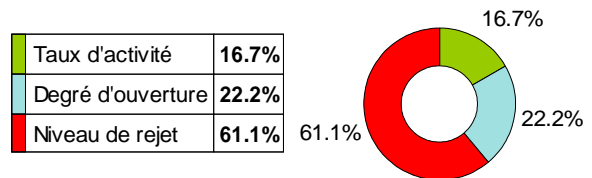


Figure 17 : Engagement des personnes enquêtées pour la vente aux consommateurs sur les marchés ou dans un local

Source : enquête 2008

Les pêcheurs visant une seule espèce comme les ligneurs de bar ont un taux de rejet important car leur production n'est pas assez diversifiée pour faire de la vente directe. Les tonnages débarqués par les navires de la pêche au large, se chiffrant à plusieurs tonnes, les pêcheurs ne sont pas vraiment intéressés par la vente de petites quantités en direct.

Source : enquête 2008

Les principaux freins au développement de la vente directe déclarés par les enquêtés sont les conflits d'intérêts soit avec les mareyeurs, soit avec les poissonniers, voire entre les pêcheurs. Plusieurs ont d'ailleurs précisé « *on est pêcheur pas commercial* », il y a un système mis en place avec des ventes sous halles à marées et les professionnels de la pêche ne semblent pas vouloir remettre en question ce fonctionnement. Il est clair que ce type de vente ne peut se banaliser à l'ensemble des pêcheurs, pour deux raisons:

- ❑ **Le nombre de consommateurs locaux n'est pas suffisant pour écouler la totalité de la pêche** dans les zones d'étude,
- ❑ Une généralisation de la vente directe générerait la **perte de nombreux emplois de la filière** (employés de criée, mareyeurs, transformateurs, grossistes, poissonniers...) **et des outils portuaires.**

Cette forme de commercialisation peut être une niche pour certains pêcheurs et présente une vitrine de la pêche locale mais pour les raisons citées précédemment elle ne peut pas devenir un nouveau mode de commercialisation généralisable à l'ensemble des entreprises de pêche.

La vente directe est partiellement induite par le potentiel de consommation et par les habitudes et par les mœurs des personnes vivant sur le territoire. Certains pêcheurs ont fait le choix d'aller vendre leurs produits dans les terres ou dans des zones urbaines pour bénéficier de davantage de clientèle.

« La vente directe ne fait pas partie des mœurs dans certaines zones comme autour du Guilvinec et serait mal vu et pas rentable. Par contre, certains ports ont toujours connu la vente directe par les pêcheurs comme le port de Tréboul à Douarnenez avec des locaux mis à disposition par les collectivités. La dimension sociale est essentielle pour la vente directe et elle doit être socialement intégrée dans son territoire, avec un ancrage dans les habitudes de consommation locales. » Pêcheur de l'Ouest Cornouaille

²⁰L'agrément sanitaire est obligatoire pour la vente de coquillages.

Les associations pour le maintien d'une agriculture paysanne (AMAP) apparaissent comme une opportunité pour valoriser la mise en relation locale entre producteurs et consommateurs. L'AMAP repose sur un engagement mutuellement dans un cadre associatif sur une forme de vente directe. Le but est d'aider des jeunes producteurs qui s'installent ou des petits producteurs à vendre leurs produits dans un circuit court. C'est à la fois une démarche sociale et citoyenne valorisant une entraide entre les producteurs de l'AMAP et des partenariats avec les consommateurs. Au moment de l'enquête, une seule AMAP en France intégrait un pêcheur à pied et aucune n'intégrait des marins-pêcheurs.

Pour le moment, les pêcheurs ne semblent pas intéressés par les AMAP, ces démarches exigeant une coopération forte entre producteurs apparaît difficile dans ces filières. Cependant, cette forme de vente directe, si elle était diffusée auprès de certains professionnels pourrait apporter de nouvelles perspectives s'intégrant dans un développement local du territoire.

III.2.2. EXPÉDITION DE PRODUITS

L'expédition est une forme de commercialisation par commande et par envoi des produits au domicile de l'acheteur (consommateurs, commerçants...), elle peut prendre une forme collective si les producteurs mutualisent leurs moyens pour faire des envois communs. L'expédition exige la détention d'un agrément sanitaire et d'une zone pour conditionner les produits avant l'envoi. Cette forme se développe également via Internet.

Peu de professionnels pratiquent l'expédition de produits, mais presque la moitié des personnes enquêtées sont favorables à son développement (Figure 18).

Les principaux freins soulevés par les enquêtés sont :

- les conflits d'intérêts avec les autres acteurs de la filière de commercialisation des produits de la mer ;
- le manque de temps pour organiser la logistique. L'expédition a été placée en seconde place des activités susceptibles de se développer de façon collective, notamment avec la mutualisation des frais et des moyens de transport ;
- le manque de moyens financiers pour l'investissement et le fonctionnement ;
- la crainte de ne pas être payés par l'acheteur, plusieurs enquêtés ont d'ailleurs précisé que l'avantage des ventes sous halles marées est la certitude d'avoir le paiement mensuel.

Certains pêcheurs ont émis l'idée que ce type d'activité pourrait être mis en place par les services des halles à marée.

Taux de réponse : **100.0%**

Taux d'activité	13.9%
Degré d'ouverture	47.2%
Niveau de rejet	38.9%

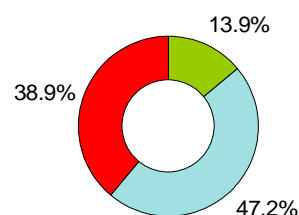


Figure 18 : Engagement des personnes enquêtées pour l'expédition

Source : enquête 2008

III.2.3. TRANSFORMATION (TRAVAIL DU POISSON)

Taux de réponse : **100.0%**

Taux d'activité	30.6%
Degré d'ouverture	19.4%
Niveau de rejet	50.0%

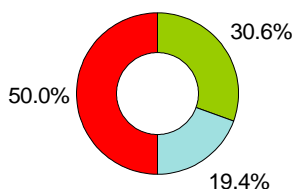


Figure 19 : Engagement des personnes enquêtées pour la transformation

Source : enquête 2008

peu près le même par contre le degré de rejet est différent. Les enquêtés de la petite pêche ont un degré de rejet fort, à l'inverse ceux de la pêche au large semblent plus favorables à son

Cette activité est le passage d'un produit brut à un produit transformé. La transformation peut englober des opérations de découpage, de filetage, de salage, de séchage, de fumaison, de cuisson, de congélation ou de mise en conserves... Cette activité exige un agrément sanitaire et du matériel répondant aux exigences et normes sanitaires.

L'intérêt des enquêtés pour la première transformation est partagé (Figure 19). La relation entre l'engagement des enquêtés et leur type de pêche est très marquée. Quel que soit le type de pêche, le taux d'activité est à

développement (Figure 20). Les activités de transformation pratiquées sont exclusivement de premier ordre et consistent en l'éviscération, le nettoyage et/ou le découpage du poisson. Il faut remarquer ces services (tri, lavage, éviscération...) sont de plus en plus demandés par tous les circuits de commercialisation. Par ailleurs, certains produits tels que les joues, les foies... font l'objet d'une demande.

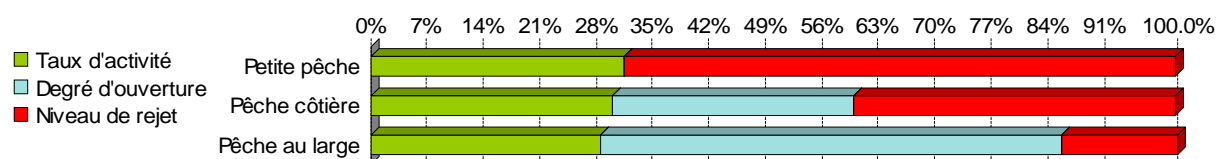


Figure 20 : Engagement des personnes enquêtées pour la transformation par type de pêche

Source : enquête 2008

Le manque de matériel à bord ou leur inadaptation et les contraintes réglementaires sont les principaux freins exprimés par les pêcheurs. 22% des professionnels soulèvent le manque d'information concernant les types de transformation qu'ils peuvent et qu'ils ont le droit de pratiquer.

III.2.4. FOCUS SUR LA RÉGLEMENTATION SANITAIRE

Les trois activités citées précédemment : vente directe, expédition et transformation sont soumises à des obligations sanitaires, un rappel synthétique de la réglementation est indispensable. La maîtrise sanitaire des aliments par les professionnels est devenue une exigence pour l'ensemble des consommateurs. Des règlements communautaires comme le « paquet hygiène »²¹ et de sa transcription au niveau national viennent renforcer la réglementation autour de la sécurité alimentaire. La filière pêche est fortement concernée et doit s'adapter à ces évolutions. Ces différentes réglementations conditionnent le développement de certaines activités de diversification s'appuyant sur les produits pêchés.

L'agrément sanitaire est une autorisation donnée par la Direction des services vétérinaires pour vendre ses produits avec une étiquette sanitaire, respectant ainsi un cahier des charges strict. Cet agrément permet l'expédition et la vente directe, il est obligatoire pour les navires expéditeurs de coquillages et les navires réalisant une transformation à bord.

Les récents règlements communautaires²¹ s'appuyant sur la procédure HACCP viennent renforcer les procédures antérieures pour contrôler les risques et les dangers liés à l'état sanitaire des produits. Les principes de la méthode HACCP ne s'adressent pas uniquement aux pêcheurs, mais à l'ensemble des acteurs du secteur halio-alimentaire jusqu'à la vente au consommateur final.

La prise en compte de cette procédure se traduit surtout par la mise en place de guides de bonnes pratiques et de nouveaux agréments sanitaires adoptant les critères HACCP. Un guide des pratiques d'hygiène à bord des navires de pêche a été réalisé par l'Ofimer en novembre 2006. Ce guide n'a pas eu un franc succès auprès des professionnels et une meilleure vulgarisation des informations semble essentielle pour son application, notamment par la formation.

Depuis le 9 août 2008, les pêcheurs expéditeurs de coquillages doivent être agréés selon la procédure HACCP, par l'autorité compétente, la Direction des services vétérinaires. De point de vue des pêcheurs, ce nouvel agrément sanitaire apparaît beaucoup trop lourd que ce soit au niveau des exigences pour les demandes effectuées par les pêcheurs ou du travail de traitement des dossiers pour la Direction des services vétérinaires. A terme, c'est l'ensemble de la flotte de pêche communautaire qui serait concernée par ces nouveaux agréments²².

²¹ Règlement (CE) 852/2004 du 29 avril 2004 du Parlement européen et du Conseil relatif à l'hygiène des denrées alimentaires

Règlement (CE) 853/2004 du 29 avril 2004 du Parlement européen et du Conseil fixant les règles spécifiques d'hygiène applicables aux denrées alimentaires d'origine animale

Règlement (CE) 854/2004 du 29 avril 2004 du Parlement européen et du Conseil fixant les règles spécifiques d'organisation de contrôles officiels concernant les produits d'origine animale destinés à la consommation humaine ...

²² Propos tenus lors du colloque « Normalisation et valorisation des produits de la mer » du 21 mai 2008, organisé par NORMAPÊCHE.

III.2.5. VALORISATION DES CO-PRODUITS

On entend par co-produits, les déchets de poissons liés à leur transformation comme lors de l'éviscération, de l'étêtage ainsi que les poissons débarqués mais sans-valeur marchande. La valorisation consiste à apporter une valeur marchande à ces co-produits, à l'exemple de ce qui est réalisé par exemple avec la commercialisation du foie de lotte.

Peu des personnes enquêtées valorisent actuellement les co-produits de leur pêche (Figure 21), mais le degré d'ouverture est important pour les pêcheurs côtiers et surtout pour ceux du large avec un taux de rejet nul (Figure 22).

Les pêcheurs pratiquant les arts dormants ne récupèrent pas beaucoup de déchets de poisson à part les viscères lorsqu'ils vident les poissons. D'ailleurs le principal obstacle énoncé par les enquêtés est la quantité minimale de co-produits rejetés. Pour les pêcheurs, ces produits restent des déchets et ils ont pour habitude de les renvoyer à la mer ou de les donner aux oiseaux, une campagne de sensibilisation devrait être réalisée pour qu'ils adoptent une autre image de ces produits.

Taux de réponse : 100.0%

Taux d'activité	5.6%
Degré d'ouverture	47.2%
Niveau de rejet	47.2%

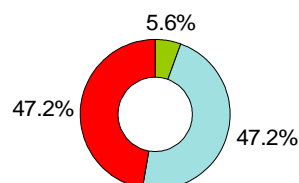


Figure 21 : Engagement des personnes enquêtées pour la valorisation des coproduits

Source : enquête 2008

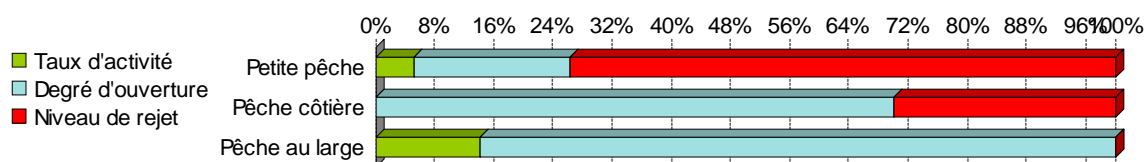


Figure 22 : Engagement des personnes enquêtées pour la valorisation des coproduits par type de pêche

Source : enquête 2008

D'après les personnes rencontrées, le second frein à cette activité est le manque d'information, les professionnels ignorent les possibilités, les méthodes et les types de co-produits qu'ils pourraient valoriser. De plus, il faut souligner que cette activité demande parfois une certaine technicité en particulier pour ce qui concerne les règles de conservation qui nécessite des formations spécifiques.

III.2.6. MISE EN PLACE DE MARQUE/LABEL

Cette démarche correspond à l'adhésion à un signe distinctif du produit. Une diversité de forme d'identification des produits de la mer existe : label (Appellation d'Origine Contrôlée, Indication Géographique Protégée, Label Rouge), écolabel, marque collective, marque privée... Les deux plus répandues en Bretagne sont les marques « bar de ligne » mise en place par l'association des ligneurs de la pointe Bretagne et Bretagne Qualité Mer (BQM) mise en place par Normapêche.

Taux de réponse : 100.0%

Taux d'activité	47.2%
Degré d'ouverture	27.8%
Niveau de rejet	25.0%

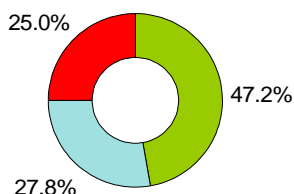


Figure 23 : Engagement des personnes enquêtées pour la mise en place d'une marque ou d'un label

Source : enquête 2008

L'avis général est plutôt favorable à l'adhésion à des signes distinctifs identifiant les produits pêchés, avec 75% (taux d'activité + degré d'ouverture) des enquêtés favorables. Ce qui est intéressant c'est que selon la zone d'étude les propos diffèrent fortement.

A Saint-Brieuc, il n'y a pas de milieu, soit les enquêtés ont déjà adhéré à des signes distinctifs (Bretagne Qualité Mer) soit ils ne sont pas intéressés. Selon les propos tenus par les professionnels de Saint-Brieuc, la marque BQM coquille est trop stricte sur la qualité des coquilles et 3 pêcheurs disent ne pas avoir eu le droit de commercialiser leurs coquilles triées

selon le cahier des charges à cause de quelques-unes ébréchées. Un manque d'information autour de BQM paraît évident à Saint-Brieuc, un pêcheur adhérent à l'organisation de producteurs FROM Bretagne pensait que seuls les adhérents de l'OP Cobrenord pouvait bénéficier cette marque. De plus, pour les pêcheurs qui commercialisent seuls leurs coquilles et qui effectuent le rachat pêcheur (obligation pour les pêcheurs de passer leurs coquilles sous halle à marée, avec la possibilité de les racheter), cette marque n'est pas intéressante puisqu'ils fixent eux-même le prix de vente. La perception de cette marque par les enquêtés n'est pas satisfaisante et l'absence d'implication forte des pêcheurs dans d'autres formes de signes distinctifs expliquent le degré de rejet important dans cette zone.

A l'inverse en Cornouaille, plusieurs enquêtés souhaiteraient adhérer à ce genre d'identification, mais les démarches et les signes existants ne correspondent pas aux caractéristiques de leur activité de pêche.

III.2.7. SYNTHÈSE

Les degrés d'ouverture additionnés au taux d'activité des activités de diversification valorisant les produits sont importants, notamment en ce qui concerne les activités encore peu répandues dans les entreprises de pêche avec :

- 61 % des enquêtés favorables à l'expédition, notamment à travers la mise en place de démarches collectives ;
- 50% favorables à la transformation ;
- 53% favorable à la valorisation des co-produits.

Des tendances apparaissent selon les types de pêche pratiquée, les entreprises de pêche au large espérant recevoir des informations pour un développement potentiel des activités de transformation et de valorisation des co-produits.

La vente directe aux consommateurs, qui dépendent du potentiel de consommation et des mœurs locales, reste une niche pour quelques pêcheurs. Le respect des autres métiers de la filière pêche et l'organisation logistique nécessaire ajoutée à l'investissement en temps limite son développement dans les entreprises.

III.3. LES ÉCO-ACTIVITÉS

Ces activités correspondent à l'ouverture du champ de compétences des pêcheurs en matière environnementale. **Les pêcheurs sont les acteurs économiques incontournables de la bande côtière en Bretagne, il est légitime qu'ils participent de manière formelle à l'évolution et l'avenir de leur espace de travail.** Ces activités sont l'occasion pour les professionnels de mettre en place des systèmes de gestion concertée de la ressource, de participer à la gestion et à la surveillance de l'espace maritime.

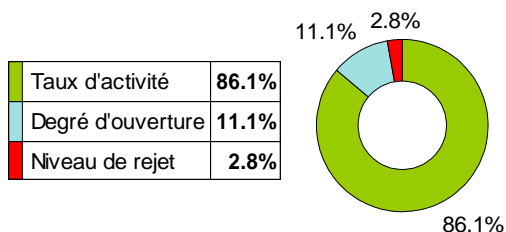
Les éco-activités sont aujourd'hui fortement appuyées par le biais des contrats bleus. Les contrats bleus sont un dispositif national qui a pour objectif de prendre en compte les préoccupations relatives à la préservation de la ressource et de l'environnement marin. Les pêcheurs signataires s'engagent à aller au-delà de la réglementation (communautaire et nationale) et de leur pratique antérieure. Leur mise en œuvre donne lieu au versement d'indemnités après vérification de leur exécution. Pour plusieurs professionnels, cette mesure n'a rien de novateur, elle permet juste de légitimer les aides financières nationales « devant Bruxelles ».

« Les contrats bleus ont juste permis de mettre noir sur blanc des démarches que nous réalisons depuis un certain temps comme la collecte des déchets. » Pêcheur du Guilvinec

III.3.1. COLLECTE DE DÉCHETS

Cette collecte vise à la fois les déchets ayant pour origine l'activité des pêcheurs sur les navires (engins de pêche, poubelles à bord) mais surtout les déchets qu'ils ramassent lorsqu'ils sont en mer.

Taux de réponse : **100.0%**



Le taux d'activité de la collecte des déchets est le plus important de toutes les activités de diversification confondues (Figure 24). La quasi-totalité des personnes rencontrées ont déclarée ramasser leurs propres déchets et les déchets qu'ils trouvent en mer. Mais ce chiffre est à prendre avec précautions, l'enquête s'étant déroulée durant la mise en place des contrats bleus dont une des exigences est le ramassage des déchets. Certains pêcheurs ont garanti exercer cette activité en vue de bénéficier des aides financières prévues par ces contrats. Cette donnée ne doit donc pas être prise comme un reflet exact de la réalité.

Figure 24 : Engagement des personnes enquêtées pour la collecte de déchets

Source : enquête 2008

« Il n'y a pas qu'en mer que des campagnes de ramassage de déchets doivent être réalisées mais aussi sur les plages. Je suis prêt contre une indemnisation à y consacrer une partie de mon temps et ainsi alléger mon effort de pêche ! » Pêcheur de Saint-Brieuc

Plusieurs freins à cette activité ont été évoqués par les enquêtés, certains ont précisé de pas avoir suffisamment d'espace libre à bord pour stocker les déchets, d'autres pratiquant des arts dormants insistent sur les faibles quantités ramassées, enfin d'autres ont signalé l'absence d'équipement à terre pour les déposer. Le propos présenté, illustre le véritable élément déclencheur de cette activité qui n'est pas la conviction environnementale mais la dimension lucrative que certains pêcheurs voient en cette activité.

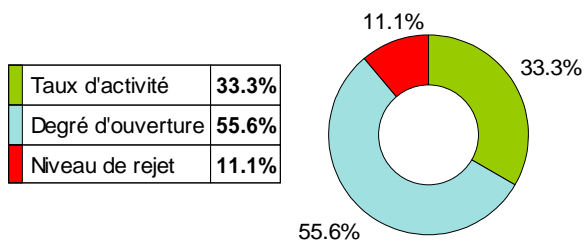
III.3.2. PARTICIPATION À LA SURVEILLANCE DE LA QUALITÉ DU MILIEU MARIN

Cette activité prend en compte toutes les actions et toutes les démarches des pêcheurs allant dans le sens du suivi d'une qualité du milieu marin à l'exception de la collecte de déchets et de l'embarquement d'experts qui sont traités à part. Cette participation peut prendre diverses formes : participation au suivi de l'état d'une ressource, éradication d'espèces invasives...

Le suivi de l'état de la ressource est une question essentielle pour les pêcheurs, il ne s'est pas déroulé un entretien sans que le sujet ne soit abordé : leurs visions des stocks, les causes de raréfaction de certaines espèces, les dispositifs de réglementation mis en place... Plusieurs enquêtés regrettent le peu de place et d'écoute qui leur sont attribués dans l'observation et l'analyse de l'état des ressources marines, exclusivement réalisées par des scientifiques. Il revendique l'instauration d'une coexpertise.

« En cas de crise, les décideurs ont toujours pensé que les scientifiques étaient les hommes de la situation mais nous aussi on a des éléments à apporter » Pêcheur de Cornouaille

Taux de réponse : **100.0%**



Comme l'indique la figure ci-contre, quasiment 90% des enquêtés sont favorables à une participation à des actions ou à des démarches en relation avec la surveillance de la qualité du milieu marin. Parmi les activités liées à cette démarche, on trouve : la pose de capteur, le hersage de crépidules et la participation à des campagnes scientifiques.

Figure 25 : Engagement des personnes enquêtées pour la participation à la surveillance de la qualité du milieu marin

Source : enquête 2008

III.3.3. EMBARQUEMENTS D'EXPERTS

Il s'agit ici de l'embarquement de passagers spéciaux : les experts peuvent provenir du monde scientifique, mais aussi de bureaux d'étude travaillant sur des thématiques liées à l'environnement marin, à l'activité de pêche... Cette activité valorise l'échange entre scientifiques, techniciens, ingénieurs et pêcheurs, en apportant des visions et des analyses complémentaires pour des meilleurs résultats. Les experts peuvent avoir pour rôle de collecter des données mais aussi d'observer les pratiques, de tester des innovations à bord (engin sélectif, économie d'énergie...). La "gêne" occasionnée est différente suivant les cas de figure.

Plus de la moitié des enquêtés (Figure 26) a déjà embarqué des experts, pour la majorité provenant de l'Ifremer. A plusieurs reprises des pêcheurs ont mis en exergue le problème de compréhension et de dialogue entre eux et le personnel de l'Ifremer. Cette absence de dialogue et une mauvaise communication ont parfois entraîné une baisse de participation des professionnels et une certaine méfiance. Certains précisent qu'ils ne sont pas contre eux, mais souhaiteraient de meilleurs échanges et une meilleure vulgarisation des informations. Les professionnels de la pêche ont des connaissances empiriques utiles à l'amélioration de la perception de la situation des stocks halieutiques et les navires de pêche peuvent contribuer utilement à la collecte des données.

Pour ce type d'embarquement, la réglementation est semblable à l'embarquement de passagers avec les mêmes contraintes.

Taux de réponse : 97.2%

Taux d'activité	55.6%
Degré d'ouverture	27.8%
Niveau de rejet	13.9%

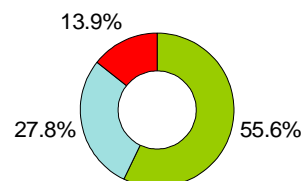


Figure 26 : Engagement des personnes enquêtées pour l'embarquement d'experts

Source : enquête 2008

III.3.4. PRESTATION DE SERVICES

Les pêcheurs possédant un moyen de transport - leur navire - peuvent contractualiser avec des structures publiques ou privées, pour effectuer des prestations de services comme de la surveillance et la maintenance d'équipements en mer. L'espace maritime est un lieu d'activités diverses et variées, on peut y trouver par exemple des plateformes pétrolières ou de production de gaz, des parcs éoliens ou hydroliens... Ces équipements nécessitent un suivi et une maintenance régulière, les pêcheurs pourraient participer à leur surveillance et à leur fonctionnement.

Taux de réponse : 97.2%

Taux d'activité	5.6%
Degré d'ouverture	36.1%
Niveau de rejet	55.6%

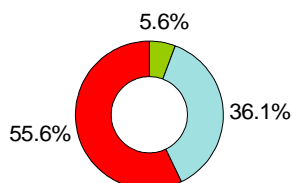


Figure 27 : Engagement des personnes enquêtées pour la surveillance et la maintenance d'équipements en mer

Source : enquête 2008

Le taux de rejet de près de 60% (Figure 27) s'explique par deux raisons : l'absence d'équipement offshore dans les zones d'où l'impossibilité de pratiquer cette activité et le refus que de tels équipements s'implantent. Par exemple à Saint-Brieuc, un projet de parc éolien offshore est en cours, certains professionnels sont fortement opposés à sa réalisation et ne veulent en aucun cas participer à sa mise en place ou à son fonctionnement. Les quelques activités recensées correspondent à la pose de câbles sous-marins dans la baie de Saint-Brieuc.

Le développement des activités de production d'énergie marine peut être l'occasion de la création de nouveaux services rémunérés aux pêcheurs.

III.4. LES ACTIVITÉS DE VALORISATION DE LA PROFESSION

Dans cette partie, on s'éloigne des activités de diversification classiques. Ce sont plus des démarches ou des actions proposées aux professionnels pour valoriser leur métier. Elles s'exercent principalement à titre bénévole et dans le cadre de logiques collectives. Les démarches présentées ci-dessous, n'ont pas de freins significatifs hormis la disponibilité des professionnels.

III.4.1. PARTICIPATION À DES SALONS

Cette démarche repose sur la participation des professionnels à des salons comme le salon international de l'agriculture à Paris pour présenter leur travail ou leurs produits.

La moitié des enquêtés participent ponctuellement à des salons ou sont intéressés par ce type de démarche (Figure 28).

Les deux freins évoqués sont le manque de temps car la participation à ce type de salons mobilisent plusieurs journées et le manque de goût, c'est-à-dire l'envie.

Taux de réponse : **100.0%**

Taux d'activité	22.2%
Degré d'ouverture	27.8%
Niveau de rejet	50.0%

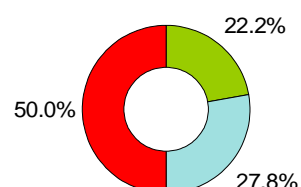


Figure 28 : Engagement des personnes enquêtées pour la participation à des salons

Source : enquête 2008

III.4.2. PARTICIPATION À DES FÊTES MARITIMES

Les pêcheurs participent à l'organisation de la fête ou peuvent fournir des produits de la mer. Ces fêtes sont alors l'occasion de valoriser leur production. Le littoral breton regorge de fêtes maritimes tout au long de l'année. Sur les deux zones d'étude les plus célèbres fêtes maritimes sont : la fête de la coquille Saint-Jacques organisé par le Comité Local des Pêches de Saint-Brieuc et la fête de la langoustine organisée par une association à Lesconil dans le Pays Bigouden.

Le degré de rejet de 50% est justifié par les enquêtés par le fait qu'ils ne sont pas sollicités et donc ne participent pas autrement qu'en allant consommer (Figure 29).

Taux de réponse : **100.0%**

Taux d'activité	38.9%
Degré d'ouverture	11.1%
Niveau de rejet	50.0%

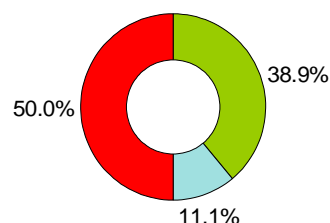


Figure 29 : Engagement des personnes enquêtées pour la participation à des fêtes maritimes

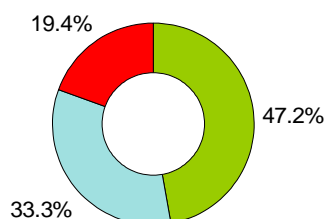
Source : enquête 2008

Les pêcheurs de Saint-Brieuc participent en réalisant une marée bénévolement dont l'ensemble des coquilles pêchées est reversé au Comité Local, ce qui explique que le taux d'activité soit plus élevé en baie de Saint-Brieuc.

III.4.3. CONTRIBUTION À UN DOCUMENTAIRE OU/ET REPORTAGE

Taux de réponse : **100.0%**

Taux d'activité	47.2%
Degré d'ouverture	33.3%
Niveau de rejet	19.4%



Les pêcheurs peuvent participer à des documentaires ou à des reportages pour présenter leur métier ou d'autres thèmes en liaison avec leur activité professionnelle.

Cette activité professionnelle suscitant l'intérêt du grand public, les pêcheurs sont souvent sollicités par des journalistes ou des réalisateurs de documentaires, comme l'illustre le taux d'activité de 44% (Figure 30).

Figure 30 : Engagement des personnes enquêtées pour la contribution à un documentaire ou/et reportage

Source : enquête 2008

III.4.4. ACTIVITÉS LIÉES À LA FORMATION

Les pêcheurs peuvent participer à la formation des jeunes par le biais des établissements de formation maritime et à ce titre exercent des activités complémentaires.

Les formations en alternance, nécessitant des stages embarqués pour les jeunes suivant la formation professionnelle, peuvent être source d'activités complémentaires pour les pêcheurs. Certes c'est déjà le cas quand ils embarquent les stagiaires mais à plusieurs reprises les échanges entre le jeune et l'équipage s'avèrent difficiles, poussant le stagiaire à abandonner la formation du métier pêcheur, déçu par cette première expérience. La mise en place d'une personne ressource pourrait faciliter les relations entre stagiaires, entreprises et centres de formations et cette place pourrait être prise par un professionnel : exemple mise en place d'un tuteur. Des interventions données par les professionnels peuvent aussi être une activité de diversification.

Taux de réponse : **100.0%**

Taux d'activité	80.6%
Degré d'ouverture	2.8%
Niveau de rejet	16.7%

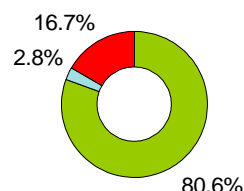


Figure 31 : Engagement des personnes enquêtées pour l'accueil de stagiaire

Source : enquête 2008

La pénurie de matelots est actuellement inquiétante dans le secteur de la pêche. Plusieurs patrons pêcheurs peinent à trouver du personnel qualifié prêt à s'engager pour des marées supérieures à une semaine. Résultat des navires dont la déclaration d'effectif, document officiel déclarant le rôle pour chaque navire, est de 5 personnes, partent en mer à 4. Cela entraîne des difficultés d'organisation et des problèmes de sécurité. Les lycées maritimes bretons constatent un affaissement de leur effectif par rapport à 2007, passant de 116 à 103 élèves au Guilvinec et de 160 à 149 à Paimpol malgré la tendance à la hausse pour l'ensemble du territoire²³, les manifestations de mai 2008 et les mauvaises perspectives du secteur pêche ont semble-t-il eu des conséquences sur les inscriptions.

Face à ces constats, les activités de diversification en relation avec la formation peuvent peut-être apporter un appui à la venue de nouvelles recrues dans les lycées maritimes, puis dans les entreprises de pêche.

D'une part, les enquêtés semblent majoritairement intéressés à participer à la formation des élèves avec 25% de taux d'activité et un degré d'ouverture de 36%. Seul le manque de temps apparaît comme un frein pour ces personnes.

D'autre part, plus de 3/4 des enquêtés ont déjà embarqué des stagiaires (Figure 31). Le degré de rejet de 17% concerne particulièrement les petits navires de moins de 9 mètres, qui n'ont pas la place à bord pour faire travailler deux personnes à la fois. Cinq pêcheurs ont aussi déclaré ne pas pouvoir embarquer de stagiaires à cause de problèmes administratifs car les services des affaires maritimes ne leur auraient pas donné l'autorisation de le faire.

²³ Le Marin, n°3131 du vendredi 5 septembre 2008, *les effectifs des lycées maritimes en hausse malgré les crises*, pp15.

III.5.SYNTHESE

L'ensemble des activités étudiées précédemment renvoie à des logiques et à des motivations très différentes, il est intéressant de comparer les activités entre elles, pour faire ressortir celles qui génèrent une forte acceptabilité par les enquêtés.

III.5.1.LES ACTIVITÉS LES PLUS DÉVELOPPÉES

Le niveau d'engagement estimé pour chaque activité permet de les hiérarchiser en fonction de leur fréquence (Figure 32) :

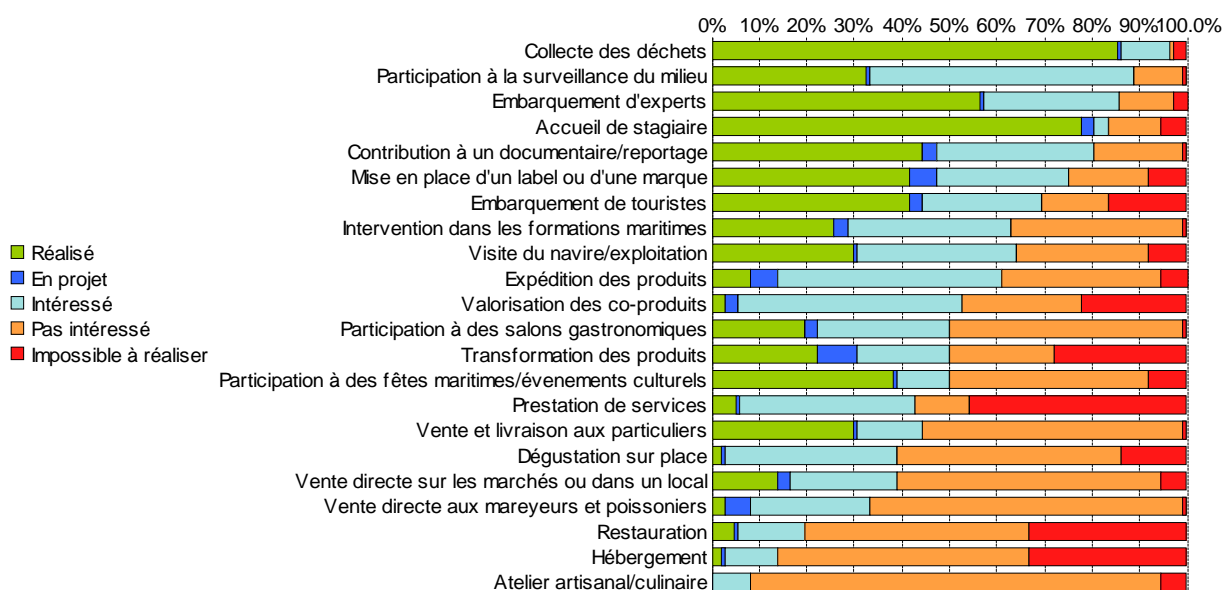


Figure 32 : Hiérarchisation de l'acceptabilité des enquêtés à partir du degré de rejet pour chaque activité

Source : enquête 2008

Cette hiérarchisation permet de mettre en relation le niveau de contrainte (pas intéressé et impossible à réaliser) pour chaque activité avec le degré d'ouverture (intéressé et en projet) et le taux d'activité (réalisé).

Ainsi les activités ayant un faible niveau de contrainte apparaissent en premier, ce sont les activités pour lesquelles les enquêtés se sont dit être le plus favorable soit parce qu'ils les ont déjà réalisées, soit parce qu'ils sont potentiellement intéressés pour les mettre en place. Les activités avec un degré de rejet important sont l'offre d'atelier artisanal/culinaire, la restauration et l'hébergement : dans leur majorité les enquêtés ne sont pas favorables à leur mise en place. Une exception apparaît concernant l'embarquement de passagers, qui regroupe à la fois un taux d'activité important et des contraintes élevées (impossible à réaliser) par rapport à leur fréquence d'observation. Cela s'explique par une réglementation très stricte, les pêcheurs dont les caractéristiques des navires permettent l'embarquement de passagers ont un taux d'activité fort, à l'inverse les navires inappropriés ont un degré de rejet élevé.

La valorisation des co-produits, l'expédition des produits et la participation à la qualité du milieu marin présentent un intérêt important pour un taux d'activité faible et sont donc des activités possédant un fort potentiel de développement du point de vue des professionnels.

En parallèle de leur point de vue sur chaque activité, les enquêtés étaient invités à lister les activités qui pourraient se développer plus facilement dans le cadre de démarches collectives. La mise en place d'une marque ou d'un label arrive largement en tête (trois quart des enquêtés), suivi de près par l'expédition de coquillage. La participation à la surveillance du milieu, la participation à des fêtes maritimes et l'embarquement de passagers sont aussi d'après plus d'un tiers des enquêtés des activités qui pourraient se développer avec des démarches collectives.

III.5.2. PARALLÈLE AVEC LA PERCEPTION DES PRODUCTEURS

Le premier constat que l'on peut tirer de ces résultats est le nombre important d'activités différentes qui ont pu être observées et leur fréquence globalement forte par rapport à ce que l'on s'attendait à trouver dans le cadre d'une entreprise de pêche.

Quand ils sont interrogés les pêcheurs estiment que ces activités sont faiblement implantées voir même marginales (Figure 32) alors que les résultats de l'enquête montre qu'en réalité les activités sont nombreuses et répandues. Ce phénomène est moins lié à une mauvaise connaissance des activités des autres producteurs qu'à une autre perception de la diversification.

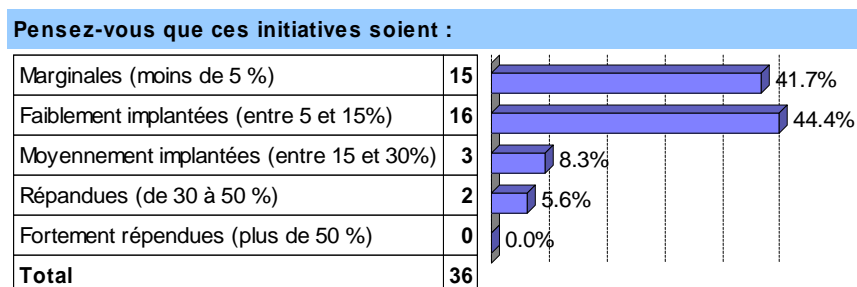


Figure 33 : Engagement des personnes enquêtées pour l'accueil de stagiaire

Source : enquête 2008

En effet, pour la première enquête, une liste d'entreprises ayant déjà mis en place des activités de diversification a été collecté auprès des partenaires professionnels. Les trois activités dominantes dans cette liste étaient la vente directe, l'embarquement de passagers et la mise en place d'une marque ou d'un label. Ces activités sont bien reconnues comme activité de diversification alors que les activités plus anecdotiques ou ponctuelles et qui ne sont pas toujours rémunératrices ne sont pas considérées comme activités de diversification.

IV. QUELLES SONT LES LOGIQUES DE DIVERSIFICATION ?

Cette partie présente de manière plus générale quelles sont les logiques d'acteurs pouvant conduire à la diversification des activités et quels sont les facteurs externes qui peuvent influencer sur l'émergence de projets diversifiés.

Laurent Mermet propose une démarche double pour comprendre les logiques d'acteurs : l'une « rationnelle », qui analyse les facteurs qui motivent ou influencent leurs actions ; l'autre « intuitive », qui consiste à comprendre les décisions du point de vue de l'acteur. Cela suppose que l'on considère que les acteurs agissent de manière rationnelle (Mermet, 1992). En effet, si l'on suppose que le développement de la diversification au sein du secteur de la pêche émerge comme la résultante de toutes les actions des acteurs et même si la distance entre les intentions des professionnels et le résultat visible à l'échelle du secteur peut être grande, on peut considérer que les acteurs agissent en fonction d'une logique « locale », c'est-à-dire que du point de vue de leur environnement tel qu'ils le perçoivent, leurs décisions sont rationnelles.

IV.1. ANALYSE D'EXPÉRIENCE

Les paragraphes suivants se consacreront exclusivement à l'analyse des expériences identifiées lors de la première enquête : trois activités dominent la vente directe, l'embarquement de passagers et la mise en place de marques ou de labels.

IV.1.1. LA VENTE DIRECTE AUX CONSOMMATEURS, DES EXPÉRIENCES SATISFAISANTES

La principale motivation évoquée par les enquêtés sur la vente directe est l'aspect financier. Il s'agit d'augmenter les prix de vente en étant moins tributaire de la criée et de disposer ainsi de plus de choix dans la fixation des prix et des heures de vente. L'idée d'apporter une valeur ajoutée au produit est étroitement liée à la conjoncture de 2008, avec le prix du carburant augmentant fortement les coûts de production.

Sur les six personnes enquêtées, seule une personne ne vend plus aux enchères sous criée. *« Il faut choisir son camp, marché ou criée »*. Femme de pêcheur à Saint-Brieuc. Les autres vendent en moyenne 50% de leur production en vente directe aux consommateurs, quantité variant selon les saisons. Ils tentent d'écouler la totalité de leur pêche et ce qui n'est pas « parti » en vente directe est vendu sous criée le jour même.

La proximité et les relations avec les consommateurs sont les secondes motivations citées pour vendre en direct. L'idée est d'informer au mieux les clients sur les produits proposés, de développer des échanges : convivialité, plaisir de causer, retours positifs sur les produits et le métier.

Sur les cinq cas de vente directe, trois sont réalisés par les conjointes, dont une de ces femmes exerçant un autre emploi en parallèle. Ce sont d'ailleurs deux de ces trois femmes qui ont répondu à l'enquête, en précisant que sans leur travail, l'activité de vente directe ne pourrait avoir lieu vu les emplois du temps de leur mari. Il est intéressant de remarquer que sur les cinq cas de vente directe, quatre nécessitent la complémentarité de travail d'au moins deux personnes, soit le conjoint, soit un pêcheur associé. L'absence de participation d'une tierce personne pour le cinquième cas s'explique par le caractère occasionnel de sa vente sur les marchés (uniquement le samedi en période de pêche à la Coquille Saint-Jacques). **En effet, la décision de pratiquer une forme de vente directe demande de disposer de temps et nécessite une organisation conséquente.**

L'investissement financier pour vendre les produits sur le marché s'élève entre 1000 et 2000 € selon les enquêtés. Mais il faut préciser que pour transporter les produits, un camion frigorifique est obligatoire.

La première difficulté pour les pêcheurs est de réussir à articuler l'activité de pêche avec l'activité de vente, ce qui pour l'ensemble des enquêtés est éprouvant en matière de gestion et d'organisation. En effet faire un marché ne se résume pas à une demi-journée de travail, il y a un travail préparatoire avant le marché et un temps de nettoyage après le marché. Dans les six cas, le rythme de pêche a été maintenu, mais c'est le temps de travail global qui a augmenté. **Dans tous les cas, la vente directe génère un surcroît d'activité pour l'entreprise donc un surcroît de travail qui doit être pesé avec soin lorsqu'il s'agit de faire reposer ce travail supplémentaire sur les forces existantes.**

En ce qui concerne la vente sur les marchés, soit 5 personnes enquêtées, elles ont toutes mis en évidence **la difficulté accrue de trouver sa place sur les marchés**, ainsi que les problèmes de concurrence soit entre pêcheurs, soit avec les poissonniers.

Une autre difficulté vient de **l'influence des prix des produits de la mer en grande surface** et particulièrement des prix des produits d'importation et d'élevage. Parmi les obstacles futurs, **les enquêtés dénoncent le renforcement des normes sanitaires, dont l'application ne dépend pas toujours d'eux**. A titre d'exemple, le pêcheur faisant de la vente directe dans les halles municipales ne peut pas obliger la municipalité à réaliser les travaux demandés par la Direction des Services Vétérinaires.

« les clients veulent du poisson frais au même prix que celui qu'il trouve en supermarché ». Femme de pêcheur au Guilvinec

Ces six entretiens permettent de dessiner un schéma d'évolution des pratiques de vente directe. Cela n'est pas un modèle généralisable des étapes de l'évolution de la vente directe dans les entreprises de pêche mais une constatation :

- Livraison à des particuliers et à des comités d'entreprises
- Vente directe ponctuelle sur les lieux de débarquement ou autres
- Vente sur les marchés en saison estivale
- Organisation des ventes sur les marchés tout au long de l'année
- Achat d'un local équipé de moyens de conservation des produits frais (viviers et réfrigérateur)
- Création d'une société commerciale, un enquêté est déjà en société et deux enquêtés souhaitent créer prochainement une société commerciale.

Sur les six personnes interrogées, toutes ont affirmé avoir répondu à leurs objectifs initiaux et cinq d'entre elles souhaiteraient développer cette activité de vente directe. Les expériences menées par les enquêtés apparaissent donc satisfaisantes.

IV.1.2.L'ADHÉSION À DES SIGNES DISTINCTIFS DES PRODUITS PÊCHÉS

Deux pêcheurs ont été rencontrés pour aborder les démarches de différenciation des produits pêchés par le biais de label, d'une marque privée ou collective. Il s'agit d'un ligneur du Guilvinec adhérent à l'association des ligneurs de la pointe Bretagne et d'un dragueur de Saint-Brieuc pour la marque Bretagne Qualité Mer (BQM) coquille Saint-Jacques. **Plusieurs entretiens en parallèle ont été réalisés pour approfondir ce thème, puisque les pêcheurs sont à la fois les moteurs de la mise en place de ces marques et les bénéficiaires des résultats obtenus.**

Coquille Saint-Jacques Bretagne Qualité Mer (BQM)

Concernant la marque BQM coquille, la quasi-totalité des pêcheurs restent mitigés sur la réussite de cette marque. **Plusieurs critiquent le temps consacré pour le respect du cahier des charges comme par exemple la réalisation d'un double tri et ce pour un gain minime**. Le pêcheur enquêté précise que de suivre le cahier des charges de BQM demande 1/3 de temps de travail en plus.

« Certains jours ce n'est pas très intéressant mais des fois c'est quasiment 1€ de plus au kilo par rapport aux autres coquilles non-triées ». Pêcheur de Saint-Brieuc

Les données de l'Organisation de Producteurs (OP) Cobrenord confirment cette réussite discutable de la marque BQM. Pour la saison de coquilles 2006/2007, le tonnage de coquilles BQM pour les adhérents de Cobrenord s'élevait à 105 tonnes, pour 2007/2008 il est de 65 tonnes soit une baisse de 38 %.

Il est clair que la réussite de cette marque dépend des choix des acheteurs sous criée, si un jour ils ne voient plus d'intérêt d'acheter des coquilles BQM, la marque n'aura plus d'intérêt d'exister. Mais vu le contexte actuel du marché alimentaire français valorisant la qualité des produits, le pêcheur ne s'inquiète pas sur l'avenir de la vente des coquilles BQM. Par contre, il a remarqué, ces dernières années, une baisse des grosses coquilles pêchées et c'est le principal obstacle qu'il aperçoit à la pérennité de BQM coquilles. il faut souligner que le marché de la coquille Saint-Jacques est un cas particulier et très spécifique et que la valorisation doit s'apprécier sur le long terme.

Suite à la mise en place d'un label rouge pour la coquille Saint-Jacques en Normandie, l'idée a été évoquée de mettre en place ce même label pour la coquille de Saint-Brieuc. Les entretiens avec le responsable Cobrenord et avec le président du Bureau de la Baie de Saint-Brieuc (structure gérant les gisements de coquilles Saint-Jacques), font ressortir que ce projet restera au stade de discussions. La mise en place d'un label rouge demande un investissement conséquent, que ces personnes n'estiment pas légitime. De plus, il faudrait suivre le cahier des charges rédigé en Normandie. A l'heure actuelle, l'OP se tournerait plus vers une Appellation d'Origine Contrôlée, mais la réalisation n'en est qu'au stade de projet de projet... Pour le président du Bureau de la Baie, il paraît essentiel de réaliser une campagne de promotion de la coquille Saint-Jacques pour que les consommateurs puissent la distinguer de la pétoncle. On peut noter qu'il existe une Indication Géographique Protégée pour la coquille Saint-Jacques de baie de Saint-Brieuc mais qui est actuellement en dormance.

Poisson de ligne de la pointe de Bretagne

Concernant l'association des ligneurs de la pointe de Bretagne, le bilan est positif pour la majorité des personnes rencontrées. Le « leader » de cette marque collective explique qu'une des raisons principales de son succès est la dimension collective et dynamique de la démarche. Cette marque, créée en 1993, prend appui sur son territoire, en valorisant les caractéristiques de la pêche à la ligne dans les mers bretonnes avec des photos à l'appui, la rédaction d'un livre décrivant le métier de ligneur. Face à un contexte difficile pour le bar de ligne avec la forte concurrence des produits des fermes d'élevage et des prix de vente de plus en plus bas, il était devenu essentiel de distinguer ce poisson de qualité. Les pêcheurs conscients des enjeux, se sont plus intéressés à la mise en place de la marque, expliquant la diffusion massive de cette démarche auprès de la majorité des ligneurs bretons et au-delà.

Le pêcheur interrogé est très satisfait de cette marque, s'il arrive que certains bars de lignes étiquetés soient vendus moins cher que les non-étiquetés, la marque a tiré l'ensemble des prix de vente des bars de ligne vers le haut, ce sont tous les ligneurs adhérents ou non qui en bénéficient.

Le principal obstacle à la pérennité de cette marque mis en avant par ce pêcheur pourrait être l'arrêt du « leader » dans l'animation et le fonctionnement de l'association. **La réussite d'une marque de distinction des produits pêchés repose sur l'intégration des pêcheurs dans la création et la mise en place de celle-ci, c'est une condition sine qua non pour qu'ils l'adoptent et pour qu'ils l'appliquent.**

IV.1.3.L'EMBARQUEMENT DE PASSAGERS

Deux pêcheurs ont été rencontrés au sujet de l'embarquement de passagers, l'un lors de la première phase d'enquête, l'autre lors de la seconde. Les deux professionnels ne pratiquent pas le même type d'embarquement, pour l'un c'est une observation le temps d'une marée du travail des pêcheurs. Quant à l'autre, il se consacre exclusivement à l'embarquement pendant la période estivale, désarmant son navire des engins de pêche pour faire de la promenade en mer et un peu de pêche à la ligne (avec des cannes à pêche). Pour appuyer leurs propos, un entretien a été réalisé avec le directeur de l'Office de Tourisme de Saint-Quay-Portrieux, structure organisant les sorties en mer avec l'un des deux professionnels enquêtés.

La première motivation, pour les pêcheurs d'embarquer des passagers, est de montrer leur travail, leur navire, ce contact social étant la principale raison à cette activité. Le fait que des individus extérieurs à « ce monde » découvrent le temps de quelques heures la vie à bord d'un navire de pêche est une reconnaissance du travail des pêcheurs, gratifiante pour ces professionnels.

Concernant l'organisation des embarquements, dans les deux cas c'est une structure touristique qui se charge des réservations : Haliotika au Guilvinec et l'Office de Tourisme à Saint-Quay-Portrieux.

Les freins exprimés lors des entretiens sont de natures variées, le premier étant **l'inadaptation des navires de pêche à recevoir des touristes**. Il est clair que la réussite de cette activité réside dans le bien-être des passagers lors de la sortie en mer, il faut que le passager soit à l'aise pour observer le travail des pêcheurs. Le pêcheur de Saint-Brieuc a d'ailleurs installé des toilettes à bord pour améliorer le confort de ses passagers.

« Il faudrait valoriser cette activité pour qu'elle devienne rentable et représente 10 à 15 % du chiffre d'affaires d'une entreprise de pêche, permettant de dégager d'autres sources de revenus différentes du poisson »
Pêcheur du Guilvinec

La rentabilité économique de ces activités apparaît minime dans les deux cas, pour le pêcheur du Guilvinec exerçant son activité de pêche en même temps, le tarif s'élève à 35 euros en sachant qu'il ne peut pas embarquer plus de deux passagers. Quant au pêcheur de Saint-Quay-Portrieux, il précise que cette activité ne peut s'exercer que si les traites du navire ont été remboursées. L'embarquement lui demandant moins de travail que la pêche, il peut profiter de sa famille en été. Il récupère un « petit salaire » par mois, sans pouvoir préciser le montant de celui-ci. Les deux pêcheurs s'accordent sur le caractère peu bénéfique financièrement de l'embarquement de passagers. C'est d'ailleurs pour cette raison que l'embarquement de passagers ne se banalise pas dans les entreprises de pêche.

Lors d'embarquements de passagers organisés par une structure extérieure, les pêcheurs se doivent d'être en accord avec la prestation proposée et avoir la même déontologie que la structure. A Saint-Quay-Portrieux, plusieurs pêcheurs ont déjà participé à cette activité, cependant les expériences étaient plus ou moins réussies. Certains pêcheurs ne possédant aucune pédagogie se sont révélés paniqués en transportant des passagers, sans savoir comment réagir en cas de problème (passager tombé à l'eau ou malade...). Des sorties de « formation » sont aujourd'hui réalisées pour les préparer aux questions posées par les touristes et aux événements susceptibles d'arriver.

Par ailleurs l'Office du Tourisme précise **qu'il faut déjà être respecté par la communauté de pêcheurs pour exercer cette activité** et éviter des commentaires désagréables de la part des collègues.

IV.2. LES FREINS ET OBSTACLES À LA DIVERSIFICATION

Dans la partie précédente portant sur les activités mises en place, des freins propres à chaque activité ont été identifiés. Cette partie se consacre à une analyse des freins généraux à la diversification en séparant ceux qui sont internes aux entreprises soit d'ordre organisationnel ou technique de ceux externes comme la réglementation.

IV.2.1. UN FREIN EXTERNE AUX ENTREPRISES DE PÊCHE : LA RÉGLEMENTATION

Il n'existe pas de statut légal du pêcheur professionnel par contre la réglementation qui encadre cette activité est très restrictive. Le pêcheur est souvent considéré comme un producteur, alors qu'il exerce une activité de chasse ou de cueillette, le rendant fortement dépendant de la quantité et de la qualité des ressources halieutiques et de l'état du milieu marin. On distingue deux types de pêche professionnelle :

- Le marin-pêcheur : il est inscrit maritime et travaille sur un navire ayant obtenu un permis de mise en exploitation.
- Le pêcheur à pied dont le statut a été éclairci par le décret de 2001 réglementant l'exercice de la pêche maritime à pied à titre professionnel²⁴.

Les caractéristiques réglementaires de l'activité des marin-pêcheurs sont :

- **Leur régime de sécurité sociale**, géré par l'ENIM s'appliquant aux marins et à certains aquaculteurs, ainsi qu'à leur famille ;
- **Leur régime fiscal**, les artisans pêcheurs, au sens de l'article 44 du Code Général des Impôts (CGI), s'entendent des exploitants individuels exerçant à titre principal une activité de pêche maritime. Cette condition est remplie si le chiffre d'affaires provenant de cette activité représente au moins 50% du chiffre d'affaires total de l'entreprise apprécié hors taxe.²⁵ Les pêcheurs au sens de l'article 261-2-4 du CGI, bénéficient de l'exonération de la TVA pour ce qui concerne la vente des produits de leur pêche. A cela s'ajoute l'exonération de taxe professionnelle, attribuée selon trois conditions : relative à la forme sociale de l'exploitation (pêcheurs artisans exploitant une entreprise individuelle), relative à titre personnel et exclusif de l'activité de pêche (les pêcheurs pratiquant d'autres activités comme l'embarquement de passagers ne peuvent pas bénéficier de l'exonération), relative au nombre de bateaux utilisés pour l'exercice de l'activité de pêche (limité fixée à deux bateaux) ;

²⁴ Décret no 2001-426 du 11 mai 2001 réglementant l'exercice de la pêche maritime à pied à titre professionnel

²⁵ Précis de Fiscalité : PF/LII/P/T2/C8

- **Le statut juridique des navires de pêche** : le navire de pêche est un navire, *utilisé pour la capture et le traitement des poissons, des autres animaux marins, la récolte de végétaux marins ou l'exploitation de ressources vivantes de la mer, dans un but commercial*²⁶. Il possède son propre régime juridique, le différenciant des autres catégories : navire à passagers, navire de plaisance et navire de charge ;

- **Le statut commercial des entreprises de pêche** : Toute activité de pêche maritime pratiquée à titre professionnel, à bord d'un navire et en vue de la commercialisation des produits, est réputée commerciale. Les entreprises de pêche doivent donc être inscrites au registre du commerce et de l'industrie depuis 1997.

A certains moments, rapproché de celui des agriculteurs, à d'autres de celui des commerçants, le statut des pêcheurs professionnels reste flou, expliquant des confusions toujours présentes dans la tête des professionnels : quel type de statut juridique choisir pour son entreprise de pêche, quel est le régime fiscal applicable... Comme dans le secteur agricole, une définition large pourrait être mise en place intégrant les activités de pêche par nature et toutes les activités connexes. Dans l'agriculture, cette définition a simplifié le régime juridique applicable à ces activités de natures variées en créant un statut unique d'exploitation.

Ce manque de définition claire et globale de l'activité de pêche à titre professionnel limite le développement des activités de diversification des entreprises. L'absence de rattachement de ces activités de diversification à celles de pêche maritime entraîne une complexité du régime fiscal. Notamment concernant les avantages fiscaux, à titre d'exemple si un pêcheur artisanal diversifie ces activités en pratiquant l'embarquement de passagers, il ne bénéficiera plus de l'exonération de taxe professionnelle.

La diversification des pêcheurs peut certes apporter des revenus supplémentaires, mais à l'heure actuelle l'encadrement réglementaire imprécis des activités de pêche freine l'évolution des activités de diversification et peut faire perdre les avantages financiers dont bénéficient les professionnels de la pêche.

IV.2.2. DES CONTRAINTES INTERNES AUX ENTREPRISES

Lors des enquêtes, plusieurs contraintes internes aux entreprises ont été identifiées : l'application des exigences administratives, les difficultés techniques, le manque de temps, la nécessité de trouver des partenaires...

La figure suivante (Figure 34), permet de mettre en relation le degré de contrainte, avec la perception des points critiques à la mise en œuvre de la diversification. Ainsi les premières conditions apparaissant sont celles qui sont les plus contraignantes : **les difficultés administratives** déclarées à 80% comme une contrainte élevée (« très contraignant » + « bloquant »). Toutes les réglementations actuelles rendent floue et difficile la réalisation de projets, de démarches et d'innovations que les pêcheurs seraient susceptibles de mettre en place.

²⁶ Décret n°84-810 du 30 août 1984, relatif à la sauvegarde de la vie humaine en mer, à l'habitabilité à bord des navires et à la prévention de la pollution.

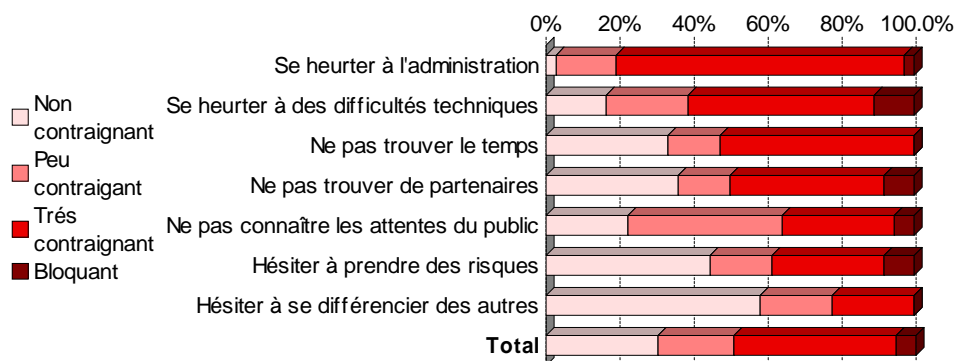


Figure 34 : Position des enquêtés par rapport à certains types de freins à la diversification

Source : enquête 2008

Plusieurs professionnels ont précisé que ces différents points critiques pouvaient être dépassés si l'entrepreneur souhaitait véritablement mettre en œuvre une activité de diversification, mais ils n'en restaient pas moins des contraintes.

Un cinquième des personnes rencontrées déclarant qu'hésiter à se différencier des autres est une contrainte forte, proviennent pour la majorité de la zone Sud-Ouest Cornouaille. Pour plusieurs, c'est par crainte de représailles, notamment pour les activités de valorisation des produits faisant concurrence à d'autres métiers.

Le manque de temps est une condition critique fréquemment évoquée par les enquêtés que se soit de manière générale ou propre à certaines activités de diversification.

L'absence de statut défini des activités, les contraintes élevées en matière d'embarquement de passagers et de sécurité sanitaire et la difficulté pour les professionnels de s'adapter aux exigences administratives limitent un développement potentiel de ces activités.

IV.3. DES LOGIQUES DE DIVERSIFICATION VARIÉES

Face à la diversité d'activités proposées, au caractère varié des entreprises de pêche et à leurs motivations, les logiques de mise en œuvre de la diversification sont très différentes. Cette partie décrit les stratégies et les motivations au développement d'activité de diversification.

IV.3.1. DES STRATÉGIES DYNAMIQUES D'ENTREPRISES S'OPPOSANT À DES LOGIQUES OPPORTUNISTES

La diversité des comportements et des motivations des enquêtés rend compliquée l'analyse et la synthèse des situations observées. Néanmoins, une série de tendances et de traits significatifs permettent de clarifier un tant soit peu le phénomène de diversification et d'en faciliter sa compréhension.

La figure ci-dessous (Figure 35) présente une classification des stratégies de mise en œuvre des activités de diversification. Quatre formes de stratégies ressortent, dans un premier temps celles relevant d'une logique collective ou individuelle, puis dans un second temps celles qui s'appuient sur une démarche dynamique de l'entreprise s'opposant à une démarche opportuniste. Une même forme de diversification peut se classer dans plusieurs catégories, ainsi l'embarquement de passagers peut à la fois être proposé directement par le pêcheur reflétant une stratégie dynamique individuelle, comme il peut être organisé par une structure touristique sollicitant ponctuellement les pêcheurs et passant dans la catégorie de démarches collectives opportunistes.

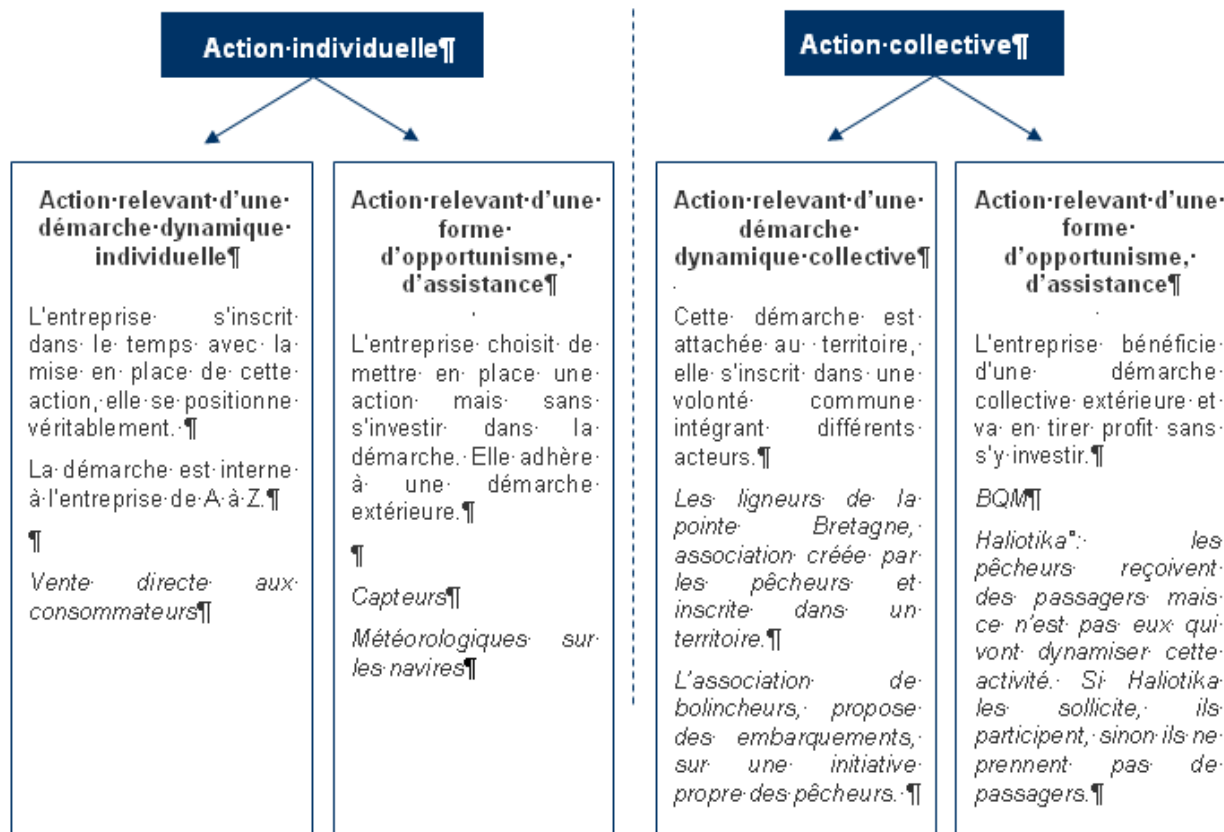


Figure 35 : Différentes stratégies de diversification

Ces différentes logiques pour une même activité n'obtiennent pas les mêmes retombées économiques ou sociales au niveau de l'entreprise. Les stratégies dynamiques exigent une démarche constructive et raisonnée qui a pour objectif de développer l'activité de diversification en la concevant comme étant un pilier permanent du fonctionnement de l'entreprise. A l'inverse, les stratégies opportunistes se saisissent d'occasions qui visent à tirer parti des circonstances pour apporter à un moment donné une amélioration à l'entreprise.

Il est difficile de classer chaque entreprise dans une stratégie car suivant l'activité mise en place elle peut apparaître à plusieurs endroits. Une entreprise peut par exemple vendre en direct sur le quai une partie de sa production (action relevant d'une démarche dynamique individuelle), étiqueter certains produits sous une marque (action relevant d'une démarche dynamique collective) et, l'été, embarquer des touristes avec l'appui d'Haliotika (action relevant d'une forme d'opportunisme, d'assistance). On peut quand même souligner la prépondérance d'action relevant d'une démarche dynamique individuelle.

Les stratégies de diversification fortes relevant d'une réelle politique d'entreprise sont rares dans les entreprises de pêche enquêtées. Même si les résultats montrent certaines activités de diversification fortement répandues, elles ont pour la plupart un caractère accessoire et ne constituent pas vraiment un appui au fonctionnement de l'entreprise comme avec le cas de la collecte de déchets. A partir des éléments obtenus lors des discussions lors des enquêtes, on peut estimer à trois le nombre d'enquêtés s'appuyant sur une stratégie de diversification forte.

IV.3.2. UNE LOGIQUE DE COMPLÉMENT DE REVENUS PAR LA DIVERSIFICATION

Les raisons incitant les chefs d'entreprises à diversifier sont pour beaucoup d'ordre économique avec pour objectif principal une stabilisation ou une augmentation du chiffre d'affaires (Figure 36).

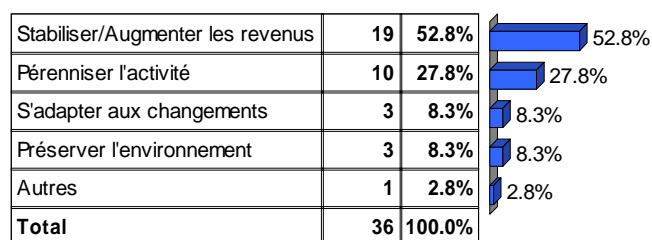


Figure 36 : Les objectifs d'une diversification d'activité

Source : enquête 2008

Pour plusieurs des enquêtés le but recherché par une potentielle diversification est celui de dégager des revenus complémentaires à l'exploitation classique et de faire face à la hausse des coûts de production entraînant une baisse des revenus dégagés. Ces personnes sceptiques par rapport au futur de la pêche, perçu comme incertain, sont donc motivées par la nécessité d'un nouveau revenu qui leur permettrait de maintenir leur entreprise en activité.

Les activités proposées dans le cadre du questionnaire ne répondent pas toutes à des motivations financières. Le tableau ci-contre (Figure 37) expose les activités, qui selon les enquêtés, pourraient apporter des revenus supplémentaires. La vente directe en première position, est l'exemple type de la mise en œuvre d'une stratégie dynamique d'entreprise, collective ou non, relevant d'une volonté d'autonomie vis-à-vis du marché classique sous halles à marée ou d'une meilleure valorisation des produits.

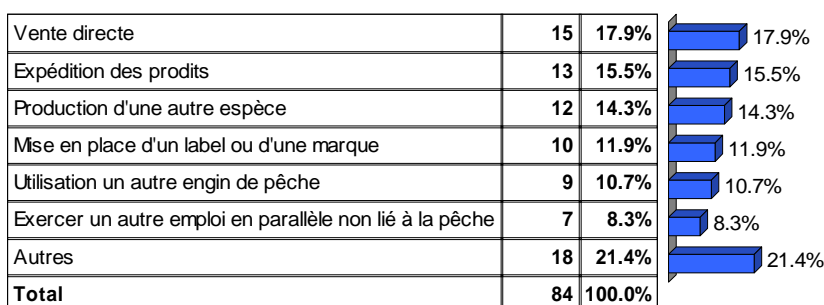


Figure 37 : Activités susceptibles d'apporter un complément de revenu

Source : enquête 2008

La diversification de la production apparaît comme un moyen de maintenir ses revenus, comme l'illustre les réponses : production d'une autre espèce et utilisation d'un autre engin de pêche. 25% des réponses des enquêtés positionnent cette autre forme de diversification comme stabilisant et/ou augmentant les revenus.

Les communautés de pêcheur constituent un groupe socioprofessionnel relativement fermé, l'orientation touristique au sein de l'entreprise est souvent motivée et justifiée, à la fois au-delà des aspects économiques mais aussi en complément à ceux-ci, par une logique d'ouverture de leur monde professionnel. La diversification dans le tourisme est également justifiée par la passion du métier de pêcheur ainsi que la volonté de partager des connaissances et un univers qui est parfois mal perçu par le grand public. Ces dimensions sociales poussent à dépasser la vision réductrice de la recherche purement économique d'un profit financier. **Il s'agit davantage d'une reconnaissance sociale et d'une ouverture socioculturelle obtenue par le biais de la diversification des activités.**

IV.3.3. DE FAIBLES LOGIQUES PARTENARIALES

L'individualisme marqué dans les communautés de pêcheurs ne favorise pas la mise en œuvre de démarches collectives. Plusieurs raisons ancrées à un mode de fonctionnement difficilement transformable freinent l'évolution de ce métier, parmi celles-ci deux ressortent particulièrement :

- ❑ la pêche, une activité de chasse, où les pêcheurs exploitent les mêmes ressources naturelles entraînant des concurrences accrues en mer se répercutant aussi à terre ;

- ❑ les temporalités différentes d'un navire à l'autre. Les pêcheurs ne possèdent pas un rythme commun, chacun fait le choix de partir à tel ou tel moment, il n'y a pas de jour de congé figé et les horaires de travail différent selon les métiers. Cette absence de rythme commun est aussi une explication au manque de coopération dont souffrent ces communautés.

Aucune des personnes rencontrées lors de la seconde phase d'enquête, n'a déclaré avoir mis en place des activités en partenariat avec d'autres entreprises de pêche et bien souvent elles n'envisagent pas un travail en commun avec d'autres pêcheurs. Les seules démarches collectives enregistrées sont la mise en place de signes distinctifs des produits autour de structures autres que celles de groupement d'entreprises. La quasi-totalité des enquêtés y participent en adhérant et non pas en s'investissant dans le fonctionnement de celle-ci.

L'absence de participation active des pêcheurs au sein de structures qui tenteraient de faire émerger des dynamiques de diversification, témoigne de l'inscription de ces professionnels dans des logiques individuelles, les isolant de toutes logiques territoriales.

V. QUELLES PERSPECTIVES ET QUELLES PISTES D'ACTION POUR LE DÉVELOPPEMENT DE LA DIVERSIFICATION ?

L'évolution du secteur des pêches peut être vu comme la résultante des stratégies de l'ensemble des entreprises de pêche, dont les décisions sont influencées par de nombreux facteurs externes ou internes à la filière des produits de la mer. Deux scénarios théoriques illustrent les mécanismes qui peuvent opérer au sein du secteur et leurs conséquences sur la diversification des activités de pêche. Le rôle que peuvent jouer les politiques publiques de développement du secteur maritime et de l'aménagement du territoire est ensuite présenté.

V.1.PERSPECTIVES

La diversification des activités de pêche n'est pas chose commune sur les littoraux français, les expériences menées par des pêcheurs restent peu fréquentes en comparaison avec l'agriculture où ces activités sont plus répandues : fermes auberges, vente par circuits courts, visites des exploitations. Pour autant, cette évolution possible des entreprises de pêche vers des stratégies de diversification a déjà été évoquée et au vu des incertitudes planant sur l'avenir de ces professionnels, elle est de plus en plus évoquée, voire affirmée comme une opportunité favorisant la pérennité des entreprises .

Cette diversification est aussi un enjeu pour certains territoires et peut devenir un véritable pilier pour leur avenir si elle est soutenue par les acteurs publics. Le développement des activités diversifiées par les agriculteurs dans certaines zones rurales a ainsi permis de maintenir un tissu économique vivant, en particulier par la création de nouvelles offres touristiques : le tourisme à la ferme et le tourisme vert.

Pour ce qui concerne les activités de pêche la prise en compte des possibilités de diversification est apparue dans différents textes stratégiques mais elle est récente.

V.1.1. UNE APPARITION RÉCENTE DE LA DIVERSIFICATION DANS DES TEXTES STRATÉGIQUES

La filière pêche est fortement encadrée par des politiques qui lui sont propres :

- A l'échelle européenne avec la Politique Commune de la Pêche (PCP) ;
- A l'échelle nationale avec un ministère regroupant l'agriculture et la pêche, dans lequel une direction (la direction des pêches maritimes et de l'aquaculture) se consacre exclusivement à la pêche et à l'aquaculture.

Les principales décisions concernant l'encadrement des activités de pêche en France émanent de l'Europe, puis de l'Etat inscrivant sa politique dans les stratégies formulées au niveau communautaire. Ces deux échelons de décision détiennent en grande partie les possibilités d'évolution du secteur de la pêche, il revient donc d'examiner leurs positions au sujet de la diversification des activités de pêche.

Les politiques européennes fournissent les cadres généraux

Les principales justifications se retrouvent dans l'instauration d'une politique maritime intégrée et dans la mise en place du Fond européen pour la Pêche.

Les récentes orientations issues de la mise en place d'une politique maritime intégrée

Le Parlement européen a adopté lors de son assemblée plénière à Strasbourg, le 20 mai 2008, le rapport de Willi Piecyk sur la politique maritime de l'Union Européenne²⁷. Celui-ci fait suite au « Livre bleu » de la Commission sur une politique maritime intégrée du 10 octobre 2007²⁸, et à son plan d'action détaillé. L'un des piliers principaux en est la directive cadre « Stratégie pour le milieu marin » adoptée par le conseil des ministres de l'environnement le 14 mai 2008. Ces textes prônent la création d'une zone maritime commune et l'élaboration d'une stratégie pour la période 2008 – 2018. La Commission a pour objectif « de réaliser une approche globale de ce secteur, afin de faire face aux

²⁷ Parlement européen, 2008. Rapport sur une politique maritime intégrée pour l'Union européenne, 20 p.

²⁸ Commission européenne, 2007. Une politique maritime intégrée pour l'Union européenne (« Le Livre Bleu »), 17 p.

problèmes de pollution, de changement climatique, d'augmentation du niveau de la mer, de surdéveloppement des côtes et d'appauvrissement des écosystèmes.»

Plus spécifiquement pour ce qui concerne la pêche, le parlement Européen « estime que l'objectif essentiel de la politique maritime intégrée de l'Union doit être d'encourager la modernisation et le développement durable, équilibré et équitable de ce secteur dans toute l'Union, en assurant sa viabilité socio-économique et la pérennité des ressources et en garantissant la souveraineté et la sécurité alimentaire, l'approvisionnement de la population en poisson, le maintien de l'emploi et l'amélioration des conditions de vie des pêcheurs ». Il pense que « jusqu'ici, ni le caractère durable des ressources marines, ni la viabilité économique des flottes de pêche et des communautés côtières de l'Union n'ont été correctement servis par la Politique Commune de la Pêche (PCP) et que, des lors, il conviendrait de développer la politique maritime intégrée de l'Union de manière à éviter l'apparition dans la PCP de carences telles qu'une centralisation excessive et l'incapacité de tenir compte de la diversité régionale des eaux de l'Union ». Enfin il est d'avis que « l'accroissement du nombre et de la qualité des emplois liés à la mer, notamment dans le secteur de la pêche, dépend également de la garantie d'un revenu juste et adéquat, de conditions de travail décentes (notamment des points de vue de la santé et de la sécurité) et de l'accès à la formation pour les professionnels de ce secteur ».

Le Fond Européen pour la Pêche affirme une diversification des activités de pêche

Un fond structurel communautaire, le Fond Européen pour la Pêche (FEP)²⁹, est réservé à la filière pêche et aquacole. Il se décline en cinq axes prioritaires :

- **1er axe** : adaptation de la flotte communautaire ;
- **2ème axe** : aquaculture, transformation et commercialisation ;
- **3ème axe** : mesures d'intérêt communautaire ;
- **4ème axe** : développement durable des zones de pêche ;
- **5ème axe** : assistance technique de fonctionnement.

La PCP reconnaît l'intérêt de la diversification et soutient sa mise en œuvre dans l'axe 1. Le règlement (CE) n°1198/2006 du Conseil du 27 juillet 2006 relatif au FEP prévoit la possibilité d'aider financièrement les pêcheurs pour des actions de diversification de leur activité. Le terme de diversification dans les entreprises de pêche est reconnu selon le critère suivant : « *La diversification d'activité autre que la pêche est limitée au développement de nouvelles activités qui représentent moins de 50% du chiffre d'affaires de l'entreprise de pêche* ». Celle-ci concerne donc toutes les activités non-halieuistiques dites « activités nouvelles », excluant la diversification de la production qui concerne les engins utilisés et les espèces ciblées. Le FEP crée donc un espace pour des activités rémunératrices, mais non exclusivement consacrées à la production halieuistique.

Aucune définition claire n'a été proposée par l'Europe sur la diversification des activités de pêche, seul un critère financier permet d'identifier des activités autres que celle de production. La mesure de l'axe 1 ne considère pas explicitement les entreprises de pêche qui s'engageraient vers des stratégies de diversification non rémunératrices comme la participation à la qualité du milieu marin, la sensibilisation au grand public des produits pêchés...

Cette mesure concernant la diversification a entraîné des appréhensions du côté des structures professionnelles, avec pour principale critique l'encouragement des instances européennes non pas à une diversification mais à une reconversion des pêcheurs (mesure suivante dans le règlement du FEP).

Dans le chapitre IV du règlement relatif au FEP, une nouvelle approche est intégrée dans la PCP : le développement durable des zones de pêche, favorisant la structuration de groupes réunissant les professionnels des secteurs de la pêche et de l'aquaculture autour de projets de territoire. Cet axe prioritaire, intégrant en théorie les professionnels de la pêche, tout au moins leurs représentants,

²⁹ Règlement (CE) n° 1198/2006 du Conseil, du 27 juillet 2006, relatif au Fonds européen pour la pêche.

associe les pêcheurs dans le développement durable des zones côtières, affirmant ainsi leurs poids sur l'évolution des territoires terre/mer.

Concernant la diversification des activités, les mesures éligibles dans cet axe 4 sont :

☐ « **La diversification des activités par la promotion d'emplois multiples pour les pêcheurs, en créant des emplois complémentaires en dehors du secteur de la pêche** » ;

☐ « La valorisation des produits de la pêche » ;

☐ « Le soutien aux petites infrastructures liées à la pêche et au tourisme, ainsi qu'aux services qui bénéficient aux petites communautés vivant de la pêche » .

Cet axe 4 reprend les piliers de la Gestion Intégrée de la Zone Côtière (GIZC)³⁰, valorisant avant tout une collaboration entre les acteurs du littoral dans un projet commun : les pêcheurs ne sont alors pas considérés comme usagers mais comme de véritables acteurs de la gestion des territoires côtiers. Cet axe donne ainsi des cartes en main aux professionnels pour intervenir dans les décisions relatives au développement local et pour anticiper les mutations territoriales que connaît la zone côtière avec des stratégies qui leurs sont propres.

Une politique nationale pour un renforcement du rôle des pêcheurs dans la gestion et le suivi de l'environnement marin

L'article 1 de la loi d'orientation sur la pêche maritime et les cultures marines de 1997³¹ présente parmi ses objectifs : d'assurer la modernisation et le développement d'activités diversifiées au bénéfice de l'économie des régions littorales. C'est le premier texte de loi qui encourage la diversification dans le secteur de la pêche, cependant dans les articles suivants, il n'est pas fait état de diversification, à part dans l'article 32 avec le principe d'embarquement occasionnel de passagers subordonné à la souscription d'un contrat d'assurance. Aucune définition de la diversification n'est proposée par ce texte cadre, laissant encore une fois planer un flou sur cette forme de stratégie d'entreprise. **Cet objectif est sans doute en avance sur les pratiques et sur les souhaits des pêcheurs, le contexte n'étant pas suffisamment favorable au développement de la diversification et les mentalités dans les communautés de pêcheurs pas encore prêtes à évoluer vers de nouvelles pratiques.**

Deux textes récents s'imposent dans le cadre de la diversification des activités de pêche, le plan opérationnel du FEP proposé par la France et validé par la Commission Européenne en 2007 et le plan pour une pêche durable et responsable.

La déclinaison du FEP à l'échelle nationale à travers le Plan Opérationnel

Le Plan Opérationnel (PO) détaille le plan d'actions français concernant l'utilisation des sommes attribuées à la France par la Commission Européenne selon les critères du règlement du FEP. Au sein du PO, la diversification des activités de pêche est énoncée dans la mesure 1.5.1 nommée : « *appui à la diversification* ». **Cette mesure encourage particulièrement la pluriactivité, soit l'exercice de plusieurs activités se référant à différents statuts sociaux et juridiques** et met en valeur la participation des conjoints dans ces dispositifs.

L'appui à la diversification apparaît aussi dans l'axe 4 : développement durable des zones de pêche. Les stratégies de développement local proposées par les groupes candidats à la sélection des « groupes FEP » de l'axe 4 devront viser notamment l'objectif suivant : la diversification des sources de revenu par le développement de la pluriactivité et de la diversité des activités économiques, en lien avec une dynamique territoriale et la mise en place de nouveaux services facilitant le maintien des populations de marins dans les zones littorales ou accompagnant la création d'entreprises ou l'accès à d'autres emplois, notamment ceux facilitant l'accès à l'emploi ou à la formation professionnelle des femmes de pêcheurs.

³⁰ La gestion intégrée des zones côtières (GIZC) est une approche de la gestion intégrée de l'espace et des ressources prenant simultanément en compte tous les enjeux terrestres et marins, naturels économiques et sociaux d'une zone littorale définie comme territoire cohérent de réflexion et d'action. Elle est notamment recommandée par la Convention de Ramsar et par le sommet de la terre de Johannesburg qui a fait de la gestion de l'eau une priorité mondiale pour le développement durable.

³¹ Loi n°97-1051 du 18 novembre 1997 d'orientation sur la pêche et les cultures marines

Situation de crise... mesures d'urgence : le Plan pour une Pêche Durable et Responsable

Face à la situation inquiétante de certaines entreprises de pêche et aux revendications des professionnels lors des manifestations de l'automne 2007, le ministère de l'Agriculture et de la Pêche a proposé le Plan pour une Pêche Durable et Responsable (PPDR) approuvé en partie depuis janvier 2008. L'objectif principal de ce plan national est de permettre aux entreprises de pêche de pérenniser leur activité avec l'appui d'aides financières pour faire face à la hausse du prix du carburant, mais aussi d'accentuer les recherches et de développer les outils pour une exploitation durable des ressources halieutiques. Ce plan s'articule autour de quinze mesures affirmant le rôle prépondérant des pêcheurs dans la gestion de la ressource et du milieu marin, notamment à travers les *contrats bleus*, 9^{ème} mesure du PPDR.

Ces *contrats bleus* sont des contrats signés entre l'armateur d'un navire de pêche et une structure habilitée par la DPMA. L'armateur qui signe ce type de contrat s'engage à répondre à des engagements environnementaux pour une préservation et une valorisation des ressources marines et en contrepartie reçoit une indemnisation pour ces actions. Les contrats diffèrent d'un métier à l'autre, les enjeux environnementaux n'étant pas du même ordre pour un chalutier à langoustine et pour un caseyeur à araignées. Jusqu'à aujourd'hui cinq critères obligatoires pour les contrats bleus ont été validés par la DPMA et par la Commission Européenne :

- la réduction de l'effort de pêche ;
- la sélectivité des engins de pêche ;
- le ramassage des engins de pêche en mer ;
- l'obligation de collaboration avec les scientifiques ;
- le contrôle des captures (soit avec un passage sous criée, soit par pesée publique).

Les structures proposant les contrats bleus aux pêcheurs ont la possibilité d'ajouter des critères allant dans le sens d'une pêche durable et responsable. Au final, le principal objectif de ces contrats est de modifier sensiblement les modes de pêches actuels.

Les réflexions du Grenelle de la mer

Le Grenelle de la mer, en cours, doit contribuer à la « définition de la stratégie nationale pour la mer et le littoral, en identifiant des objectifs et des actions à court, moyen et long termes. » Les travaux se placent dans une perspective de politique maritime intégrée.

Parmi les premières propositions issues du Grenelle de la mer³² et soumises à discussions on relève pour ce qui concerne la pêche qu'il faudrait « penser l'activité de la pêche de façon intégrée avec l'économie du littoral, notamment du point de vue de la part que peuvent prendre les professionnels dans les nouvelles activités et dans le développement des services d'intérêt général (collecte de données, ramassage de macro-déchets, l'appui aux luttes contre la pollution)... et adapter à cet effet la réglementation pour permettre la pluriactivité et prévoir la mise en place des mécanismes de financement, d'équipement et de formation nécessaires ».

La pêche, une activité soutenue par le Conseil Régional de Bretagne

Par ses compétences, issues de la loi de décentralisation de 1982³³, notamment en matière de développement économique et d'aménagement du territoire, la Région tient un rôle prépondérant dans l'orientation de la pêche en Bretagne. A cela s'ajoute la politique volontariste du Conseil Régional breton en faveur d'une stratégie marine, appuyé par le grand projet 4 du cinquième CPER³⁴ ; qui consiste à développer une politique marine intégrée et à mettre en place une Charte des espaces côtiers. La pérennité de la pêche, activité économique importante s'appuyant sur l'espace maritime breton, est un enjeu essentiel du développement durable de l'espace côtier.

³² Rapport groupe 2 : « Entre menaces et potentiels, une mer fragile et promesse d'avenir » 9 juin 2009, p. 21.

³³ Loi n°82-213 du 2 mars 1982 relative aux droits et libertés des communes, des départements et des régions

³⁴ Le CPER 2007-2013 prévoit 88 000 K€ pour améliorer la compétitivité du secteur breton des produits de la mer

Le plan d'action régional

A la suite des Assises Régionales de la Pêche et de l'Aquaculture³⁵ qui ont eu lieu en Bretagne de décembre 2005 et juillet 2006, un plan d'action a été mis en place par la Région Bretagne³⁶, identifiant 5 objectifs prioritaires pour l'action future dans la filière pêche :

- Organiser la gestion intégrée des zones côtières dépendantes de la pêche et de l'aquaculture
- Assurer une gestion durable de la ressource et des milieux de production
- Garantir la pérennité et la performance du tissu productif, facteur d'aménagement du territoire
- Valoriser les ressources à l'échelle des entreprises et des filières
- Accompagner les organisations professionnelles.

A travers cette stratégie, la Région Bretagne souhaite renforcer le rôle des professionnels dans des démarches collectives et leur poids dans l'avenir écologique, économique et social du milieu marin. La diversification prend toute son essence dans cette intégration des pêcheurs au développement durable des zones côtières. Ils ne sont plus simplement les exploitants des ressources naturelles mais les acteurs légitimes de la gestion des ressources et de leur mise en valeur.

De plus à travers le 4^{ème} volet du plan d'action, avec la mesure « diversifier les revenus de la pêche et de l'aquaculture », la Région Bretagne affirme et encourage la possibilité de diversification des entreprises de pêche. Deux axes de réflexion sont envisagés :

- **Renforcer les circuits-courts**, apportant une meilleure valorisation du produit et le renforcement du rôle de la femme,
- **Développer le tourisme bleu**, valoriser le métier de pêcheurs, les savoir-faire, le produit en développant les échanges entre touristes et professionnels de la pêche.

Il est d'ailleurs précisé dans le plan d'action que la « Région pourrait encourager des projets de diversification en nombre limité, encadrés par des cahiers des charges ou des chartes contrôlés par exemple par des organismes tiers ». Il est ainsi envisageable, que la Région Bretagne se dote de moyens techniques ou financiers pour appuyer les démarches de diversification dans les entreprises de pêche.

La charte des espaces côtiers bretons

L'objectif de la charte des espaces côtiers bretons, adoptée par le Conseil régional en décembre 2007³⁷, est de définir « un modèle de développement durable garantissant le maintien du potentiel écologique des espaces côtiers bretons et conciliant les intérêts de l'ensemble des acteurs (élus, administrations, représentants socioprofessionnels, usagers, associations de protection de l'environnement, scientifiques...) ».

La Charte « fixe les règles d'une gestion nouvelle pour que la zone côtière s'inscrive durablement à la fois comme un espace de travail, un lieu de vie et un réservoir de biodiversité ».

Parmi les dix thèmes d'actions prioritaires retenus, on peut noter l'ambition d'inscrire les activités maritimes et côtières dans une logique de développement durable, la proposition de promouvoir des activités touristiques et nautiques durables, la nécessité d'améliorer la préservation et la valorisation du patrimoine naturel de la zone côtière, le besoin d'accélérer la restauration de la qualité des masses d'eau côtières, l'impératif de garantir la préservation et la valorisation du patrimoine culturel maritime.

La Région Bretagne en intégrant les pêcheurs dans sa politique maritime, notamment sur la gestion des ressources et en encourageant les entreprises de pêche à se diversifier, dépasse le modèle traditionnel du pêcheur/producteur en lui attribuant de nouvelles fonctions au service du développement durable de la zone côtière.

³⁵ Assises Régionales de la Pêche et de l'Aquaculture, le 4 juillet 2006 à Pont-l'Abbé

³⁶ Conseil Régional de Bretagne, 2006. *Enjeux et plan d'action régional pour 2007-2013*, 73 p

³⁷ Conseil Régional de Bretagne, 2007. Pour un développement durable de la zone côtière bretonne : La charte des espaces côtiers bretons. 63 p.

V.1.2. LE POINT DE VUE DES PROFESSIONNELS

En parallèle à cette apparition récente des questions de diversification dans les textes officiels, les professionnels se sont déjà positionné sur cette question, que ce soit leurs représentants ou les pêcheurs eux.

La diversification soutenue par les structures professionnelles

Les comités locaux de pêche du fait de leur proximité spatiale avec les pêcheurs sont les structures légitimes pour favoriser la mise en place d'actions ou d'outils favorisant la pérennité des entreprises de pêche locales. La diversification des activités de pêche fait partie des pistes de réflexions de plusieurs représentants comme l'illustre les propos suivants :

René-Pierre CHEVER, CLPMEM Le Guilvinec : « L'idée de diversification a déjà été abordée, notamment dans le domaine de pêche/tourisme, l'objectif premier est d'augmenter les ressources financières de l'entreprise en faisant converger une somme de petits plus. ». « Il est aussi important de sortir d'un modèle d'activité de pêche centré sur lui-même, en changeant ce paradigme. Pour assurer sa survie, la pêche doit se « marier » avec d'autres formes d'activités. Cependant, certains types de pêche (pêche hauturière) auront plus de difficultés à porter cette diversification, mais pourront bénéficier d'une dynamique déjà lancée par les autres types de pêche. »

Philippe LE MOIGNE, Président du Comité de Crise du Guilvinec et d'Ar Mor Glaz : « Essayer un peu comme les paysans ont fait avec les gîtes ruraux, le tourisme vert, le commerce à la ferme de nous développer en parallèle, de mettre en œuvre de nouvelles pratiques à la pêche... » « Montrer aux gens ce qu'on fait, peut avoir des répercussions très rapides. Nos nouvelles pratiques respectueuses, nos efforts pour que demain il y soit encore des poissons à pêcher, sont vendeurs. Les pêcheurs ont à montrer leurs changements de pratiques et les obstacles (quotas, limitation) peuvent devenir des atouts. » « Notre but c'est de pêcher du poisson mais de le vendre aussi ! »

Bruno CLAQUIN, Président du Comité local de Douarnenez : « Les gens sont habitués, il y a une clientèle qui vient aux halles ou sur le port à Tréboul et pas que pour acheter le poisson, elle vient pour autre chose aussi : discuter avec les pêcheurs... »

Certains projets, portés par les comités locaux des zones d'étude, dans l'objectif d'appuyer les entreprises de pêche et de leur donner les moyens de maintenir leur activité dans l'avenir sont en cours de réalisation comme le projet de bateau pêche/tourisme au Guilvinec et les campagnes d'hersage de crépidules à Saint-Brieuc.

La diversification vue par les pêcheurs

Face au contenu de ces textes, il semble important de connaître l'avis des pêcheurs sur ces questions.

Les enquêtés, dans leur majorité, pensent que les activités complémentaires à la production devraient se développer. La figure ci-dessous (Figure 38) affiche une tendance nette vers cette perspective selon les zones d'études. Les personnes rencontrées en Cornouaille répondent oui à 90%, mais à Saint-Brieuc le taux atteint un peu plus de 50%.

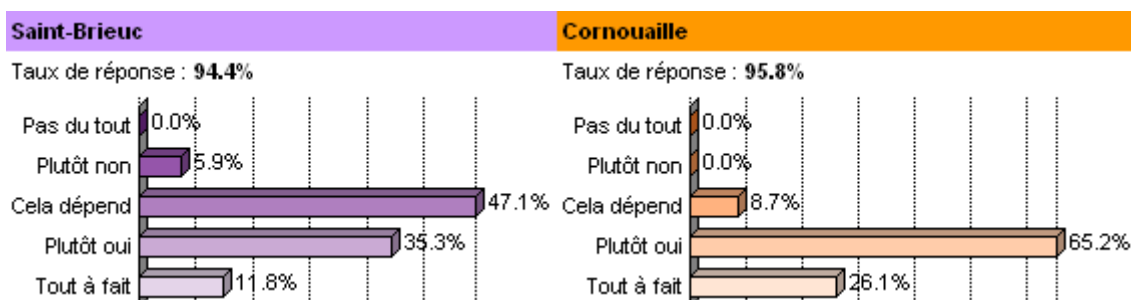


Figure 38 : Perspectives de développement de la diversification selon les zones d'étude

Source : enquête 2008

Plusieurs pêcheurs se sont déclarés « intéressés » par les activités de diversification, mais pas forcément prêts à se lancer dans celles-ci, souvent par manque de temps ou de moyens financiers. Une phrase est fréquemment ressortie lors des entretiens « On a la tête dans le guidon ! », signifiant qu'ils ne pouvaient pas s'investir dans des démarches ou des actions rompant avec leur quotidien et nécessitant du temps et de l'argent dont ils ne disposaient pas.

Avec des degrés d'ouverture élevés et des avis positifs au développement de la diversification, les professionnels de la pêche semblent prêts à s'engager vers de nouvelles démarches et à ouvrir leur champ de compétence vers de nouvelles activités. Cette constatation est essentielle et témoigne d'une prise de conscience des pêcheurs de la nécessité de modifier et de faire évoluer leurs pratiques classiques pour s'adapter aux enjeux auxquelles la filière pêche est confrontée.

V.2. PISTES D'ACTION

Durant l'enquête, certaines pistes pour créer les conditions favorables à la diversification des activités ont émergées. Au cours du travail d'enquête, plusieurs pistes permettant le développement des activités de diversification ont été évoquées. Chaque proposition exprime un besoin qu'une partie des individus enquêtés a pu soulever au travers des réponses, mais aussi le plus souvent dans des digressions sur le sujet, avec l'intention de « faire remonter » l'information. Les propositions suivantes sont celles qui ont été évoquées par les professionnels.

V.2.1. METTRE EN PLACE DES OUTILS D'ACCOMPAGNEMENT

« A quelle porte frapper pour avoir des informations claires et précises ? »

« Qui peut nous aider à monter notre projet ? »

« Comment faire pour mettre en place une diversification ? »

« Comment faire pour valoriser la Coquille Saint-Jacques à Saint-Brieuc ? »

Actuellement, le faible nombre d'enquêtés ayant mis en place une stratégie de diversification, ajouté à l'intérêt qu'ils ont porté pour plusieurs activités, encouragent le développement de certains outils pour les aider à sortir d'un fonctionnement classique d'entreprise de pêche.

Face à une absence de références possibles sur les activités de diversification, qui seraient accessibles à tous, pour faciliter le développement de projets latents, il paraît essentiel que les structures encadrant la pêche se dotent de moyens adaptés. Lors de la préparation d'enquête, plusieurs outils ont été identifiés pour accompagner les chefs d'entreprises dans la mise en œuvre d'activités de diversification. Ces outils répondent à différents besoins et correspondent à des formes plus ou moins poussées de conseils. La figure suivante (Figure 39) permet d'apprécier ces outils selon l'importance qu'ils représentent pour les enquêtés.

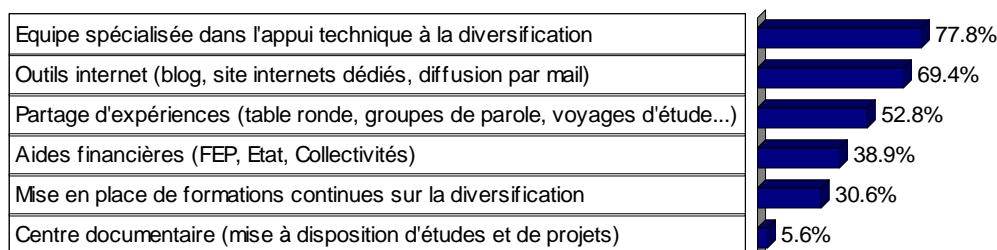


Figure 39 : Hiérarchisation par les enquêtés des outils d'appui aux démarches de diversification

Source : enquête 2008

Les enquêtés semblent privilégier l'appui auprès de personnes compétentes, avec 78% d'avis favorable, qui pourraient les appuyer sur les dimensions techniques, administratives du montage de projet. L'échange en face à face est pour les enquêtés le moyen le plus adapté d'avoir des réponses précises à leurs problèmes. Ce fort taux de réponse illustre une dépendance forte des professionnels vis-à-vis des structures externes. L'équipe spécialisée dans l'appui technique pourrait consister en :

- Un conseil de gestion individualisé sur les projets de diversification ;
- La mise à disposition des chefs d'entreprise d'une ingénierie technique et individualisée au montage de projet ;
- L'intégration d'un soutien à la diversification dans les missions des comités locaux avec le cofinancement de poste par l'Europe, l'Etat, les collectivités, les CCI ;
- Un partenariat et une assistance technique avec les structures associatives existantes : Pesca Cornouaille, Association Ouest Cornouaille Développement, Cap Avenir 22...

La communication par Internet, avec quasiment 70% d'avis favorable, semble être la forme de diffusion d'informations la plus appréciée. Quant à la mise en place d'un centre documentaire, elle obligerait les personnes à se déplacer pour avoir accès à l'information et dans ce sens ne serait pas aisément accessible. Cependant, les professionnels ne sont pas tous des « surfeurs du net » et pour ne pas privilégier ceux qui maîtrisent les technologies de l'informatique, il paraît important de développer des moyens de communication autres qu'internet. Les outils Internet pourraient correspondre en une mise en réseau d'une banque de données sur les expériences, les dispositifs administratifs et financiers, les formations, les structures.

On remarque que les outils s'appuyant sur le partage d'expériences, apparaissent intéressants à développer d'après 50% des enquêtés. Cet outil pourrait être l'occasion de dépasser cet individualisme caractérisant souvent les entreprises de pêche et de développer des démarches partenariales.

Les aides financières ne remportent pas une adhésion significative, notamment par la volonté des enquêtés de se "décrocher des aides de Bruxelles". Plusieurs ont déclaré, que si la pêche en est arrivée là aujourd'hui, c'est à cause de la dépendance des pêcheurs aux subventions européennes. Au lieu de pérenniser les entreprises, la politique européenne les a rendus tributaires de ces attributions financières.

La **réalisation d'un guide**, outil technique pour les porteurs de projet de diversification pourrait être une base de renseignements pour lancer la réalisation de son projet. L'idée ne serait pas de faire un guide exhaustif des formes de diversification mais d'identifier les principaux freins à la mise en place de celles-ci et les moyens de les dépasser.

Ce guide pourrait contenir :

- une définition synthétique des différentes formes de diversification possibles ;
- un état des lieux des filières déjà existantes ;
- la rentabilité de ces activités ;
- les exigences réglementaires, administratives ;
- les investissements nécessaires ;
- les mécanismes d'aides existantes ;
- les structures pouvant soutenir ces démarches et apporter un appui technique au montage de projet.

Ces différents outils ne sont pas à prendre comme une condition indispensable à la mise en œuvre de la diversification, les professionnels pouvant mettre en place une activité de manière autonome. Il est même essentiel d'éviter une banalisation de formes d'assistanat qui irait à l'encontre d'une construction solide des entreprises et rendrait leur projet dépendant de personnes ou de structures externes.

Le développement des activités de diversification montre un véritable intérêt de la part de la profession, cependant les conditions favorables ne sont pas encore réunies pour favoriser sa diffusion. Les enquêtés ont fait ressentir le besoin d'être soutenus dans des démarches innovantes, ils ne sont pas prêts à s'engager seul. Des moyens humains, souvent inconnus par les professionnels, existent pour les appuyer, cependant la faible structuration de cette filière rend floue toute initiative. Les professionnels ont besoin de réponses précises et rapides que ce soit pour la mise en œuvre d'activités de diversification. Une simplification des structures encadrant la pêche semble importante pour faciliter l'accès à l'information pour cette profession.

V.2.2. INTÉGRER LES ACTIVITÉS DE DIVERSIFICATION DANS UN PROJET DE TERRITOIRE

Hormis les besoins exprimés par la profession, d'autres conditions apparaissent nécessaires pour accompagner un développement des activités de diversification et une pérennisation des entreprises de pêche : l'intégration de ces activités dans une dynamique de territoire et le dépassement de l'image du « pêcheur usager » pour un « pêcheur acteur ».

Dans quels territoires s'inscrivent ces activités de diversification ? Jusqu'à présent l'activité de pêche classique se déroulait en pleine mer, voire sur l'estran pour les pêcheurs à pied, avec une rupture fortement marquée entre le lieu de travail : la mer et le lieu de vie familiale : la terre. Les pratiques de diversification étudiées dans ce rapport prennent pour la plupart appui sur un territoire terrestre et/ou nécessitent l'appui d'une organisation à terre. Ces activités de diversification peuvent être un moyen de dépasser cette rupture entre le monde terrestre et le monde marin, exigeant aux pêcheurs pratiquant une diversification comme la vente directe ou l'embarquement de passagers de s'ouvrir à d'autres logiques que celle d'un marin.

La mise en place de certaines activités de diversification crée une nouvelle dynamique économique sur le littoral. Cette dynamique doit s'appuyer et être appuyée par les spécificités de son territoire et de sa population locale. Comme l'a montrée, l'analyse de l'intérêt des enquêtés, les professionnels sont plus favorables au développement du tourisme bleu dans les zones possédant déjà un potentiel touristique. La mise en œuvre potentielle d'activités touristiques par les pêcheurs peut venir renforcer l'offre existante et bénéficier de la demande touristique déjà développée. Cette complémentarité, entre deux secteurs économiques distincts, exige une mise en relation des acteurs du tourisme avec les acteurs de la pêche pour projet local commun. De même la valorisation des produits pêchés, que se soit avec la mise en place de marque ou de label ou avec la vente directe, doit être mise à profit en la reliant avec les caractéristiques de la zone côtière. Ainsi pour développer une clientèle ou des consommateurs fidèles, un travail de communication et de valorisation de la qualité des produits, à travers des réseaux déjà existant (presse, radios, affichage) est essentiel. Ces exemples permettraient de favoriser l'ancrage des pêcheurs au territoire littoral et de renforcer leur place dans l'évolution des territoires côtiers.

Ainsi les pêcheurs souhaitant développer des activités de diversification doivent dépasser une approche tournée autour de la pêche pour une approche intégrée au territoire et à ses potentialités, en matière de population, de services et d'offres économiques existantes. La relation entre l'activité de production en pleine mer des marin-pêcheurs et le soutien ou l'appui que celle-ci peut avoir avec le territoire littoral peut devenir un atout et une stratégie de développement mutuelle pour les entreprises et pour les zones côtières.

La diversité et l'intensité des activités qui se déroulent en bande côtière exigent que les pêcheurs s'organisent en groupes d'acteurs de la pêche écoutés et reconnus, pour mieux défendre leurs intérêts face aux diverses pressions.

La diversification renvoie à une ouverture du champ de compétences de cette profession et tout particulièrement au niveau environnemental. La création d'aires marines protégées est une opportunité pour la profession de s'insérer en tant que consultant en matière de décision de gestion et en tant qu'acteur à la vie économique de ces espaces. Ainsi il faut dépasser la vision du « pêcheur usager » pour un « pêcheur acteur » des territoires côtiers.

CONCLUSION

La définition des activités de diversification reste encore floue, les activités répondant à des motivations et à des logiques très variées. Certaines activités peuvent devenir un appui au fonctionnement des entreprises comme la vente directe ou l'expédition de produits, d'autres sont plus anecdotiques et correspondent à une ouverture socioculturelle des professionnels, comme en témoignent les activités de tourisme bleu, d'autres enfin renvoient plus à la participation des professionnels comme acteurs et non plus comme usagers dans l'évolution des espaces maritimes et terrestres.

Les difficultés économiques de certaines entreprises de pêche peuvent difficilement les pousser à un développement de nouvelles pratiques qui permettraient d'apporter des compléments de revenus. La mise en œuvre de ces activités, exigeant un investissement financier et humain non négligeable, représente une contrainte trop forte pour ces entreprises déjà en péril. Ainsi le développement d'activités de diversification, dont l'objectif serait un maintien ou une augmentation des revenus, demande des financements et une force de travail adaptés, ce qui constitue en soi une limite à ces projets.

Alors qu'il n'est pas possible à ce stade d'identifier clairement les différentes stratégies de diversification des entreprises, car trop faiblement répandues pour en faire une analyse, on peut néanmoins comprendre l'intérêt des professionnels et leurs motivations à développer de telles activités.

Cette étude a permis de constater que les questions de diversification des activités intéressent les pêcheurs et font l'objet d'une réelle attente. Cette attente portant sur une volonté de connaissance, de sollicitation, de dialogue et de simplification des démarches. La réglementation fréquemment évoquée par les enquêtés traduit la contrainte qu'elle représente que se soit au niveau des activités de diversification mais aussi sur leurs pratiques classiques de pêche. Une clarification des textes et une définition précise des activités de diversification semblent être inévitables pour permettre aux personnes intéressées de développer de nouvelles pratiques. Pour passer de l'intérêt pour certaines activités à leur mise en œuvre le développement de moyens d'information, de soutien technique... semble essentiel.

En réponse aux crises que connaissent aujourd'hui les pêcheurs, miser sur une diversification forte relevant d'une stratégie dynamique d'entreprise pourrait ouvrir des perspectives tant pour le maintien des entreprises que pour le développement et l'aménagement du territoire. Au même titre que l'activité de production même si elle en demeure juste un complément. Cela s'inscrit dans le mouvement général des réflexions effectuées à l'occasion de la mise en place des politiques maritimes intégrées (européenne, nationale...); et s'intègre dans les considérations sur la territorialisation développées pour élaborer les politiques de développement local.

BIBLIOGRAPHIE

AGLIA, 2007. *Le Pesca Tourisme, cadre juridique actuel et perspective pour le développement d'activités touristiques dans les secteurs pêche et cultures marines.*

BENOIT A., GERBAUX F., 1999. La pluriactivité : pratiques sociales et réponses juridiques, Partage, août-septembre 1999, n° 135, pp. 16-19+25.

BESSE T., 2008, *La diversification des entreprises conchylicoles de Bretagne, logiques d'acteurs et conditions de développement*, Mémoire de fin d'études, AGROCAMPUS OUEST, 52 p.

CALLON M., LASCOUMES P., BARTHE Y., 2001, *Agir dans un monde incertain*, Editions du Seuil, Paris, 358 p.

CCI Quimper Cornouaille, 2008. Ports de Cornouaille : Mixité Pêche -Plaisance. 3èmes Rencontres Nationales "Ports de Plaisance et Développement Durable". http://www.ports-developpementdurable.com/ports_plaisance_developpement_durable/2008/medias/supports_interventions/atelier_06/le_carre_cg29.pdf

CHAUDOUARD P., 2007. *Bilan de la mission pescatourisme*, AGLIA

Commission européenne, 2007. *Une politique maritime intégrée pour l'Union européenne (« Le Livre Bleu »)*, 17 p.

Côtes d'Armor Développement, 2007. *Une filière économique en Côtes d'Armor : pêche et mareyage, donnée 2007.*

COUTURIER, I. 2000. La diversification en agriculture : aspects juridiques. Collection Logiques Juridiques, L'Harmattan, Paris, 557p.

DE MYTTENAERE B., 2005. *Dynamiques de diversification agricole et tourisme en espace rural wallon : regard sur la place des agriculteurs*, UMR 6590-ESO, Colloque FAIRE CAMPAGNE, Rennes, 17-18 mars 2005

HERMON C., 2006. *La diversification de l'activité agricole, Etat des lieux, souhaits et perspectives*, L'Harmattan, Paris, 210 p.

LE MARIN, 2008. *Guide de l'armement de la pêche 2008*, INFOMER, Rennes, 352 p.

LESUEUR M., BOUDE J-P., LE GOFFE P., 2007. *La multifonctionnalité des pêches maritimes et des cultures marines à la lumière de la multifonctionnalité de l'agriculture*. AGROCAMPUS Rennes, 33 p.

MERRIEN V., 2008. La diversification des activités de pêche : un appui à la pérennité des entreprises de pêche bretonne ? Mémoire de fin d'études. AGROCAMPUS OUEST. 106p.

OFIMER, 2006. *Guide pratique d'hygiène à bord des navires de pêche.*

Parlement européen, 2008. *Rapport sur une politique maritime intégrée pour l'Union européenne*, 20 p.

TANGUY H., 2005. *Les pêches maritimes françaises : entre le défi du marché et le défi de l'aménagement du territoire.*

Textes réglementaires :

Règlement (CE) n° 852/2004 du Parlement européen et du Conseil du 29 avril 2004 relatif à l'hygiène des denrées alimentaires.

Règlement (CE) 853/2004 du 29 avril 2004 du Parlement européen et du Conseil fixant les règles spécifiques d'hygiène applicables aux denrées alimentaires d'origine animale

Règlement (CE) 854/2004 du 29 avril 2004 du Parlement européen et du Conseil fixant les règles spécifiques d'organisation de contrôles officiels concernant les produits d'origine animale destinés à la consommation humaine

Règlement (CE) n° 1198/2006 du Conseil, du 27 juillet 2006, relatif au Fonds européen pour la pêche.

Loi n°99-754 du 9 juillet 1999, Loi d'orientation agricole

Loi n°97-1051 du 18 novembre 1997 d'orientation sur la pêche maritime et les cultures marines, article 1, 14 et 32.

Loi n°91-411 du 2 mai 1991 relative à l'organisation interprofessionnelle des pêches maritimes et des élevages marins et à l'organisation de la conchyliculture.

Loi n°82-213 du 2 mars 1982 relative aux droits et libertés des communes, des départements et des régions

Décret n°84-810 du 30 août 1984, relatif à la sauvegarde de la vie humaine en mer, à l'habitabilité à bord des navires et à la prévention de la pollution.

Décret no 2001-426 du 11 mai 2001 réglementant l'exercice de la pêche maritime à pied à titre professionnel

Plan stratégique national établi en application de l'article 15 du règlement (CE) n°198/2006 du conseil du 27 juillet 2006 relatif au Fonds Européen pour la Pêche.

Programme opérationnel pour les interventions structurelles communautaires dans le secteur de la pêche en France pour la période 2007/2013, adopté par la Commission le 19 décembre 2007 (décision C 6791).

Textes stratégiques :

MINISTERE DE L'AGRICULTURE ET DE LA PECHE, *15 mesures pour une pêche durable et responsable, plan d'action proposé par Michel Barnier*, 16 janvier 2008

MINISTERE DE L'AGRICULTURE ET DE LA PECHE, *Rapport sur la diversification et la valorisation des activités agricoles au travers des services participant au développement rural*, Frédéric NIHOUS – juin 2008

MINISTERE DES TRANSPORTS, DE L'EQUIPEMENT, DU TOURISME ET DE LA MER, *Memento relatif à la réglementation des pêches*, juin 2005

Conseil Régional de Bretagne, 2007. *Enjeux et plan d'action régional pour 2007-2013*, 73 p.

Conseil Régional de Bretagne, 2007. *Pour un développement durable de la zone côtière bretonne : La charte des espaces côtiers bretons*. 63 p.

Sites Internet :

<http://ec.europa.eu/fisheries/fleet/index.cfm?method=home.Welcome&lg=FR>. site sur le fichier de la flotte pêche communautaire

<http://www.serea.org/cas/menu/php/01inicio.php>, site de Serea, programme transnational financé par le Fond Social Européen pour restructurer la filière pêche.

<http://www.bretagne-environnement.org/article/la-peche-professionnelle-en-mer>, portail d'information sur l'environnement en Bretagne avec une partie sur la pêche professionnelle.

<http://www.comite-peches.fr>, site du comité national des pêches maritimes et cultures marines.

<http://www.aglia.org/>, site de l'association du grand littoral aquatique dont l'objectif est de promouvoir les activités liées à la pêche et à l'aquaculture.

VI. LISTE DES SIGLES

AOC :	Appellation d'Origine Contrôlée
BQM :	Bretagne Qualité Mer
CCI :	Chambre de Commerce et d'Industrie
CLPMEM :	Comité Local des Pêches Maritimes et des Elevages Marins
COBRENORD :	Coopérative BREtagne NORD
CNPMEM :	Comité National des Pêches Maritimes et des Elevages Marins
CPER :	Contrat de Projet Etat/Région
CRPMEM :	Comité Régional des Pêches Maritimes et des Elevages Marins
DAM :	Direction des Affaires Maritimes
DPM :	Domaine Public Maritime
DPMA :	Direction des Pêches Maritimes et de l'Aquaculture
DSV :	Direction des Services Vétérinaires
ENIM :	Etablissement National des Invalides de la Marine
EPCI :	Etablissement Public de Coopération Intercommunal
FEP :	Fond Européen pour la Pêche
FSE :	Fons Social Européen
FROM :	Fond Régional d'Organisation du Marché du poisson
GMS :	Grande et Moyenne Surface
IFOP :	Instrument Financier d'Orientation de la Pêche
IFREMER :	Institut Français de Recherche pour l'Exploitation de la MER
LPB :	Ligneurs de la pointe Bretagne
OFIMER :	Office d'intervention dans le secteur des pêches et de l'aquaculture
OP :	Organisation de Producteurs
OPOB :	Organisation des Producteurs de l'Ouest Bretagne
PAC :	Politique Agricole Communautaire
PCP :	Politique Commune des Pêches
PO :	Plan Opérationnel
PPDR :	Plan pour une Pêche Durable et Responsable
SIH :	Système d'Information Halieutique
TVA :	Taxe sur la Valeur Ajoutée

Baie de Saint-Brieuc

- **Arnaud BUREL**, Office du tourisme de Saint-Quay ;
- **Damien VENZAT**, Organisation de producteur COBRENORD ;
- **Georges PIERRON**, Bureau de la Baie.

Sur-Ouest Cornouaille

- **Camille GOUZIEN**, Lycée maritime du Guilvinec ;
- **Vincent MOUDENER**, Centre de sécurité du Guilvinec ;
- **Philippe Le Moigne**, Membre du comité local du Guilvinec

ANNEXE B : PLAQUETTE DE PRÉSENTATION DE L'ÉTUDE

<p>Pôle halieutique Fisheries and Aquatic Sciences Center</p>	<p>Pôle halieutique Fisheries and Aquatic Sciences Center</p>	
<p>Vous avez des questions, des suggestions ? Vous pouvez nous contacter directement :</p>		
<p>Marie Lesueur – 02 23 48 58 59 Responsable de l'étude à Agrocampus Rennes</p>		
<p>Violaine Merrien - 06 32 60 24 53 merrienviolaine@hotmail.com Chargée de l'enquête « pêche »</p>		
<p>Les démarches diversifiantes et innovantes des entreprises de pêche en Bretagne ACCEPTABILITÉ ET CONDITIONS DE DÉVELOPPEMENT</p>		
		
<p>Cofinancement de l'étude : Agrocampus Rennes Région Bretagne</p>  		<p>Partenaires : CLPMEM Audierne, Le Guilvinec, Saint-Brieuc, CRPMEM Bretagne SRC Bretagne Nord et Bretagne Sud</p>

Le projet

Ce projet porte sur la variété des activités que les pêcheurs et les conchyliculteurs peuvent exercer en maintenant leur activité de production : vente directe, tourisme bleu, «éco-activités», activités culturelles et pédagogiques, etc.

L'enquête

L'étude comprend une phase d'enquêtes auprès des pêcheurs et des conchyliculteurs entre fin avril et début juin. Vous pouvez être sollicité pour participer à ces entretiens directement par les chargés de l'enquête ou vos représentants professionnels.

Intérêts

Ce que cette étude peut vous apporter :

- S'informer des activités diversifiées mises en place par les professionnels bretons,
- Comprendre les facteurs favorables et les freins à la mise en place de ces activités,
- Connaître les appuis existants pour les entreprises qui souhaitent diversifier leurs sources de revenus.

Objectifs

Cette étude répond à plusieurs questions :

- Quelles sont les activités complémentaires de l'activité de production que les entreprises de pêche peuvent mettre en place ?
- Quelles sont les retombées pour l'entreprise et les professionnels ?
- Quels sont les obstacles et les appuis à la mise en œuvre d'activités complémentaires ?
- Quelles sont les entreprises, ou regroupements, ou structures collectives qui pourraient porter des activités complémentaires ?

Partenaires

Le Comité Régional des Pêches (CRPMEM) et les Comités Locaux des Pêches (CLPMEM Le Guilvinec, CLPMEM Audierne, CLPMEM Saint Brieuc) et les Sections Régionales Conchylicoles (Bretagne Sud et Nord) sont impliqués directement le suivi de l'étude.

Les zones ateliers

Pour la pêche : Finistère Sud, baie de Saint Brieuc
Pour la conchyliculture : baie de Cancale, golfe du Morbihan

Quartiers maritimes	Flottes	Descriptifs
Guilvinec	Arts dormants polyvalents	Navires pratiquant plusieurs des engins suivants : casier, filet, palangre, ligne, tamis, appât
	Chalutier exclusif	Navires pratiquant exclusivement le chalut.
	Chalutier non exclusif	Navires pratiquant majoritairement le chalut.
	Fileyeur	Navires pratiquant essentiellement le filet.
	Fileyeur – Métiers de l'hameçon	Navires pratiquant essentiellement le filet et les métiers de l'hameçon.
	Métiers de l'hameçon	Navires pratiquant essentiellement les métiers de l'hameçon suivants : ligne, palangre, appâts.
	Senneur	Navires pratiquant essentiellement la senne.
Audierne	Chalutier / Dragueur	Navires pratiquant essentiellement la drague à coquille et/ou le chalut.
	Fileyeur exclusif	Navires pratiquant exclusivement le filet.
	Fileyeur non exclusif	Navires pratiquant majoritairement le filet et secondairement d'autres types d'engins.
	Ligneur exclusif	Navires pratiquant exclusivement la ligne et la palangre
	Ligneur non exclusif	Navires pratiquant majoritairement la ligne et la palangre et secondairement d'autres engins.
Saint-Brieuc	Arts dormants polyvalents	Navires pratiquant plusieurs des engins suivants : casier, palangre, appât, filet, ligne et tamis.
	Chalutier/ Dragueur	Navires pratiquant essentiellement la drague à coquille et le chalut.
	Chalutier exclusif	Navires pratiquant exclusivement le chalut.
	Dragueur - Arts dormants	Navires pratiquant essentiellement la drague à coquille et certains des engins suivants : casier, palangre, appât, filet, ligne et tamis