



Diversification des activités de pêche en Manche

Synthèse de l'action 9.2
du programme CHARM3

PARTIE FRANCAISE



Avec le soutien financier de



Ce rapport a été rédigé par l'équipe de la Cellule Études et Transfert du Pôle halieutique - AGROCAMPUS OUEST avec le soutien de l'Union Européenne (Fonds Européen de Développement Régional) dans le cadre du projet INTERREG IV A-CHARM 3 : Approche intégrée pour la gestion des ressources marines en Manche - Phase 3.

La citation de ce document se fait comme suit :

ROUSSEL Fabien, SERAZIN Thomas, HENICHART Laura-Mars, ROPARS-COLLET Carole, LESUEUR Marie. 2011. *Diversification des activités de pêche en Manche : Etat des lieux et conditions de développement*. Rapport d'étude. Programme Interreg Manche – CHARM 3. Les publications du Pôle halieutique AGROCAMPUS OUEST n°3, 60 p.

Contact :

Marie LESUEUR
Pôle Halieutique AGROCAMPUS OUEST
Cellule Études et Transfert
65 rue de Saint Briec - CS 84215
35042 Rennes Cedex
Tel : 02 23 48 58 62
marie.lesueur@agrocampus-ouest.fr

© AGROCAMPUS OUEST 2011
© Photos AGROCAMPUS OUEST

Diversification des activités de pêche en Manche

Etat des lieux et conditions de développement

Action 9 : Contexte économique
Action 9.2 – programme CHARM 3

Fabien ROUSSEL, Thomas SERAZIN, Laura-Mars HENICHART,
Carole ROPARS-COLLET, Marie LESUEUR
Pôle halieutique AGROCAMPUS OUEST



TABLE DES MATIERES

Introduction	3
1. La diversification des activités de pêche : contexte	5
1.1. Un concept soutenu dans les politiques de développement du secteur halieutique	5
1.1.1. La diversification dans les politiques européennes	5
1.1.2. Une traduction des politiques européennes sur le territoire français.....	6
1.1.3. La diversification également présente dans d'autres textes	6
1.2. Les différentes formes de diversification des activités dans le secteur halieutique	7
1.2.1. Les activités liées au tourisme.....	7
1.2.2. Les activités liées à la valorisation du produit.....	8
1.2.3. Les activités liées aux mesures halio-environnementales	9
1.2.4. Les activités liées à la mise à disposition des navires	9
1.2.5. D'autres activités.....	10
2. Présentation de l'étude et de sa méthodologie.....	11
2.1. Une phase préliminaire aux enquêtes : la recherche bibliographique	11
2.2. Le choix des zones d'études.....	12
2.3. L'élaboration des questionnaires.....	14
2.3.1. La structure des questionnaires.....	14
2.3.2. Le choix de focus propres aux questionnaires français.....	15
2.4. La stratégie d'échantillonnage.....	16
2.4.1. L'échantillonnage pour les pêcheurs	16
2.4.2. Le choix des autres acteurs à enquêter	17
2.5. L'élaboration des fiches descriptives de chaque port	18
3. Quelles sont les activités de diversification à l'échelle de la Manche ?	19
3.1. Quelles sont les activités pratiquées en Manche ?.....	19
3.1.1. Une pratique dictée par le territoire	19
3.1.2. A chaque activité pratiquée, des caractéristiques propres au navire.....	22
3.1.3. La présence de la famille : un facteur facilitant la diversification.....	22
3.2. Quelles sont les stratégies de mise en place d'activité de diversification ?	23
3.2.1. Des logiques économiques et individualistes pour les pêcheurs.....	23
3.2.2. Des logiques qui diffèrent selon les régions	25
3.2.3. Des logiques qui diffèrent selon les caractéristiques du navire.....	26
3.3. Les activités de diversification représentent-elles un revenu complémentaire ?	27
3.3.1. Quelles sont les activités rémunératrices ?	27
3.3.2. Quels sont les investissements ?	28
3.4. Quelles sont les contraintes à la mise en place d'activités de diversification ?	29
3.4.1. Une classification des types de contraintes	29
3.4.2. Une hiérarchisation des contraintes bien établie	30
3.4.3. Une hiérarchisation des contraintes pouvant varier.....	31
3.5. Les pêcheurs souhaitent-ils se diversifier ?	33
4. Focus sur quelques activités	35
4.1. La vente directe au consommateur	35



4.1.1.	Une activité ponctuelle ou régulière	35
4.1.2.	La prise en charge de l'activité de vente	36
4.1.3.	Des opportunités fortes de développement.....	37
4.1.4.	Synthèse sur la vente directe	38
4.2.	Les activités liées aux mesures halio-environnementales	40
4.2.1.	La collecte de déchet en mer	40
4.2.2.	La participation à des travaux scientifiques	42
4.2.3.	Synthèse sur les activités liées aux mesures halio-environnementales	42
4.3.	La mise à disposition de navires	43
5.	Conclusion et pistes d'action	46
	Liste des acronymes.....	50
	Bibliographie	51
	Annexes	53
	Annexe 1 : Méthodologie de l'Analytical Hierarchy Process (AHP)	53
	Annexe 2 : Plan d'échantillonnage de l'enquête « pêcheurs »	54
	Annexe 3 : Liste des « autres acteurs du littoral » rencontrés	56



PRESENTATION DE L'ETUDE

Cette étude sur la diversification des activités de pêche en Manche s'inscrit dans le projet franco-britannique – CHARM 3 (CHannel integrated Approach for marine Resource Management – phase 3). Ce projet a été sélectionné dans le cadre du programme européen de coopération transfrontalière INTERREG IV A France (Manche)-Angleterre, cofinancé par le Fonds Européen de Développement Régional (FEDER).

Le projet CHARM a débuté en 2003 sur le détroit du Pas-de-Calais puis s'est étendu à la Manche orientale (2006-2008). Depuis 2009, les travaux couvrent la Manche dans sa globalité, ainsi que le sud de la mer du Nord. Ils impliquent des disciplines variées comme les sciences marines, l'économie, le droit maritime, la géographie, les statistiques, la conservation et les technologies informatiques.

L'exploitation des ressources marines nécessite une compréhension globale du bassin de la Manche afin de protéger la qualité de l'écosystème et de mieux adapter la pression des nombreux usages aux capacités de production des différents milieux. L'approche intégrée pluridisciplinaire développée dans CHARM propose à la société civile un état de référence de l'écosystème Manche et un ensemble d'instruments intégrant les connaissances scientifiques essentielles pour une gestion durable des ressources marines vivantes. Une vision intégrée et concertée de part et d'autre de la Manche est indispensable.

La troisième phase (2009 à 2013) associe au total dix-sept partenaires français et britanniques. Toutes les actions seront mises en œuvre de façon conjointe des deux côtés de la Manche afin que le projet revête un véritable caractère transfrontalier.



Localisation des différents partenaires du projet

Au sein de ce projet, une quinzaine d'actions au total sont envisagées. Elles sont regroupées sous 3 axes :

- ✓ Collecte et standardisation de l'information ;
- ✓ Intégration de l'information ;
- ✓ Outils et dissémination de l'information.



L'étude présentée dans ce rapport s'inscrit dans l'action 9.2., intitulée « Diversification des activités de pêche ». Les objectifs de cette action sont de :

- 1| Réaliser un état des lieux des activités de diversification pratiquées sur la façade de la Manche ;**
- 2| Connaître le sentiment des pêcheurs et d'autres acteurs du littoral face à un développement de ces activités ;**
- 3| Identifier les freins et les opportunités pour son développement.**

Le travail a été réalisé en partenariat avec l'université de Bretagne Occidentale, l'Ifremer, l'université de Portsmouth et l'université de Greenwich (en lien avec l'action 6.2 du projet). La méthodologie adoptée est la suivante :

- 1| Analyse bibliographique concernant la diversification des activités, dans le secteur agricole notamment ;**
- 2| Inventaire des activités pratiquées sur le littoral de la Manche ;**
- 3| Réalisation d'enquêtes auprès des pêcheurs et d'autres acteurs du littoral ;**
- 4| Traitement et analyse des informations récoltées.**

Côté français, l'inventaire a été initié par Laura-Mars HENICHART, sous la forme d'entretiens semi-directifs auprès d'acteurs du littoral. Il a été ensuite complété par Fabien ROUSSEL et Thomas SERAZIN. Leur mission principale a été d'effectuer les enquêtes. Pour des raisons de moyens (deux enquêteurs) et de temps, l'ensemble de la façade de la Manche ne pouvait être enquêtée. C'est pourquoi les enquêtes se sont focalisées sur sept quartiers maritimes significatifs : Boulogne sur Mer, Dieppe, Fécamp, Le Havre, Cherbourg, Paimpol et Morlaix. Ce rapport synthétise les résultats de ce travail.

REMERCIEMENTS

Avant tout, nous tenons à remercier les pêcheurs pour leur grande disponibilité et leur intérêt pour cette étude. L'objectif n'étant pas la reconversion de leurs activités mais plutôt la recherche de solutions pour répondre à leurs attentes diverses, ils ont été le principal moteur de cette étude.

Un remerciement spécial doit être adressé à tous les autres acteurs du littoral rencontrés lors de cette étude (liste en annexe 3). Les entretiens menés avec eux nous ont permis d'approfondir le sujet de manière pertinente et d'y apporter de nouvelles pistes de réflexion.

Nous sommes particulièrement reconnaissants envers les Comités Locaux et Régionaux des Pêches qui, en supplément de leur rôle d'enquête, nous ont facilité le travail d'enquête sur le terrain en mobilisant les pêcheurs autour de ce projet.

Enfin, nous remercions tous les partenaires du projet CHARM 3 qui ont travaillé à l'élaboration, à la passation et à l'analyse des questionnaires. Ils ont grandement contribué à la réussite de ce projet.



INTRODUCTION

Jusqu'au début du XXI^{ème} siècle, les différentes politiques agricoles françaises, basées sur la Politique Agricole Commune (PAC) de l'Union Européenne, n'ont eu pour effet, dans de nombreux territoires, que d'augmenter la taille des exploitations et de les pousser vers une spécialisation de leurs activités (Pierre, 2005). Suite à l'augmentation des importations, aux crises alimentaires et aux tensions avec le reste des usagers vis-à-vis des problématiques environnementales, ce modèle productiviste a dû être révisé afin d'assurer la pérennité du secteur agricole.

Afin de répondre à ces crises, certains agriculteurs se sont engagés dans la pratique d'activités autres que l'activité de production permettant soit d'augmenter leur chiffre d'affaires (en vendant directement leurs produits aux consommateurs, par exemple), soit de s'engager à une meilleure prise en compte de l'environnement (en contractant avec les pouvoirs publics dans le cadre de mesures agro-environnementales¹), soit de promouvoir leur image auprès des consommateurs (en organisant des visites de l'exploitation). Toutes ces activités peuvent être regroupées sous le thème de la diversification des activités. Reconnue officiellement en France dans la Loi d'orientation agricole du 9 janvier 1999², cette stratégie de diversification est depuis soutenue par l'Etat. Ainsi, en 2008, lors de la publication d'un rapport sur la diversification agricole pour le Ministère de l'Agriculture, Frédéric Nihous la considère comme « un mécanisme de survie des exploitations agricoles » car il s'agit « d'une source de revenus fiable » (Nihous, 2008).

A l'instar du secteur agricole au début des années 2000, le secteur halieutique connaît actuellement des situations de crises liées à des gains de production de plus en plus faibles (hausse du prix du gazole, coût de production en hausse, stagnation du chiffre d'affaires) couplés à des problèmes de commercialisation (stagnation des prix, baisse des apports, concurrence de plus en plus forte des pays étrangers, le pourcentage d'importation de produits halieutiques ne cessant de croître). Ce contexte économique tendu s'est d'ailleurs traduit par une grève des pêcheurs en août 2008. La crise est aussi sociale, il existe actuellement, un véritable problème de recrutement (métier rude, peu attractif). Enfin, la crise est également environnementale avec une diminution des ressources halieutiques, des problèmes de surexploitation, de dégradation des habitats, etc. Face à ce contexte difficile se pose la question de savoir si, comme en agriculture, la diversification des activités peut être perçue comme un moyen de pérenniser économiquement certaines entreprises de pêche sur le littoral ?

Jusqu'à présent la diversification des activités dans le secteur halieutique n'a fait l'objet que de très peu d'études, malgré le nombre important de questions générées par un développement de ces activités. Bénéficiant de l'expérience des travaux réalisés sur ce thème (Lesueur *et al.*, 2005 ; Merrien *et al.*, 2009), la Cellule Etudes et Transfert d'AGROCAMPUS OUEST a désiré continuer à travailler sur cette thématique dans le cadre du projet CHARM 3. Dans le présent rapport, nous entendrons par diversification « *la pratique d'activités complémentaires à la production (représentant moins de 50 % du chiffre d'affaires), en lien avec le produit, le métier ou la structure d'exploitation, que les pêcheurs peuvent pratiquer tout en conservant leur statut. Les activités de diversification peuvent apporter un revenu complémentaire, valoriser le produit, le terroir ou le métier* ».

1 Mesures agro-environnementales : Politiques agro-environnementales de l'Union Européenne consistant à indemniser les agriculteurs qui s'engagent volontairement à adopter certaines pratiques plus respectueuses de l'environnement. Elles sont apparues en 1985 et rendues obligatoires pour chaque Etat membre dès 1992.

2 Loi n°99-754 du 9 janvier 1999 d'orientation agricole, dite « LOA ».



La diversification des activités est de plus en plus encouragée par les politiques publiques, à différentes échelles (Europe, Etat, Région, etc.). Cette diversification peut se décliner sous de nombreuses formes. Avant de voir les moyens de promouvoir la diversification, il faut s'interroger sur les raisons qui pourraient inciter les entreprises de pêche à pratiquer des activités de diversification. Il est aussi important de savoir quelles relations ces activités entretiennent avec le territoire auquel le navire se rattache. Cette étude propose d'apporter des éléments de réponse aux questions suivantes :

- ✓ Quelles sont les caractéristiques de l'entreprise de pêche déterminantes pour la pratique d'activités de diversification ?
- ✓ Comment les pêcheurs perçoivent-ils cette diversification de leur activité de pêche ?
- ✓ Pour les entreprises qui n'acceptent pas de se diversifier, quelles sont les raisons avancées ?
- ✓ Quels sont les principaux obstacles à la mise en place d'activité de diversification ?

Avant de présenter la méthodologie retenue pour répondre à ces questions, le concept de diversification est présenté dans le contexte actuel. La suite du rapport synthétise les résultats et analyse les informations obtenues par les enquêtes. La troisième partie expose l'état des lieux de la pratique des activités de diversification ainsi que les motivations des pêcheurs à les mettre en place. Ce travail a également permis d'identifier les contraintes à la mise en place de ces activités et les opportunités de développement. La dernière partie permet de réaliser un focus sur quelques activités de diversification.



1. LA DIVERSIFICATION DES ACTIVITES DE PECHE : CONTEXTE

La diversification étant un concept relativement récent, il a fallu, dans un premier temps, répondre à deux questions préliminaires : comment la diversification est soutenue dans les politiques publiques ? Quelles sont les activités de diversification existantes sur le littoral de la Manche ? Le travail a consisté à étudier tout d'abord comment ce concept était intégré dans les politiques publiques à l'échelle européenne, nationale et régionale. La suite a consisté à analyser les diverses activités mises en place par les pêcheurs sur la façade de la Manche. Un inventaire, complété par des enquêtes de terrain, a permis d'obtenir un état des lieux de ces pratiques sur le territoire d'étude.

1.1. Un concept soutenu dans les politiques de développement du secteur halieutique

Au vu des nombreuses crises que connaît aujourd'hui le secteur halieutique, les politiques mises en œuvre essaient de trouver des perspectives de développement à la fois durables et acceptées par le secteur. Ainsi la diversification des activités de pêche apparaît dans plusieurs textes de référence comme un élément de réponse pour un développement durable de la pêche notamment dans les zones côtières, que ce soit au niveau européen, national ou local.

1.1.1. La diversification dans les politiques européennes

Au niveau européen, l'appui aux initiatives de diversification fait partie intégrante des actions du Fonds Européen pour la Pêche (FEP). Cet instrument financier de l'Union Européenne s'est substitué à l'Instrument Financier d'Orientation de la Pêche (IFOP) depuis le 1^{er} Janvier 2007 et son action sera en application jusqu'au 31 décembre 2013. Le FEP est le principal instrument financier de la Politique Commune pour la Pêche (PCP), destinée à favoriser une exploitation durable des ressources aquatiques vivantes et de l'aquaculture dans le cadre du développement durable, en tenant compte de manière équilibrée des aspects environnementaux, économiques et sociaux³.

L'action du FEP porte sur cinq domaines prioritaires (appelés « Axes »). La diversification est soutenue économiquement dans les axes 1 et 4 de cet instrument. Au sein de l'axe 1, l'Union Européenne soutient les projets de diversification individuels des pêcheurs. Au sein de l'axe 4, l'Union Européenne soutient la mise en œuvre de stratégies de développement local permettant le maintien de la prospérité économique et sociale des zones de pêche et d'aquaculture sur le littoral européen, en intégrant tous les acteurs du territoire. Ces stratégies de développement peuvent viser, dans le cadre d'une dynamique territoriale, la création de valeur ajoutée par la valorisation des productions locales, la protection et la valorisation de l'environnement, le développement de la pluriactivité et la diversification des activités économiques. Il constitue une nouvelle priorité du FEP par rapport à l'IFOP, directement inspiré des initiatives agricoles en matière de diversification. En effet, l'axe 4 s'appuie sur l'expérience des initiatives LEADER (Liaison Entre Actions de Développement de l'Economie Rurale - programme européen destiné aux zones rurales qui permet de soutenir des territoires porteurs d'une stratégie de développement organisée autour d'un thème fédérateur). Cet axe est mis en œuvre au niveau d'un territoire ou d'une zone, ce qui signifie que la gestion et l'affectation des fonds sont déléguées à des organisations locales appelées groupes d'action locale des zones de pêche.

³ Pour plus d'information, consulter le site du Ministère chargé de la pêche (<http://agriculture.gouv.fr/>) ou le site de l'Union européenne



Les groupes d'action locale et les autres acteurs engagés dans la mise en œuvre de l'axe 4 sont assistés depuis 2009 par l'unité d'appui de FARNET, qui facilite les contacts au niveau européen et développe une « plateforme d'apprentissage » mettant en commun les connaissances et l'expérience recueillies dans toute l'Europe. La diversification apparaît comme un des thèmes de travail de FARNET, les autres thèmes étant : valeur ajoutée des produits de la pêche ; environnement, culture et société ; gouvernance et management.

1.1.2. Une traduction des politiques européennes sur le territoire français

Pour mettre en œuvre les mesures du FEP, la France a mis en place en 2007 le Programme Opérationnel (PO) et le Plan Stratégique National (PSN). Le PSN présente la vision globale à moyen terme du développement de la pêche et de l'aquaculture poursuivie par la France ainsi que la façon dont elle compte remplir les objectifs de la PCP. Au sein de ce document, la diversification des activités du secteur halieutique apparaît comme une perspective d'avenir. Le PO est destiné à mettre en œuvre les politiques et les priorités appelées à être cofinancées par le FEP. Ces deux documents ont été validés par la Commission européenne en décembre 2007.

En France, à l'heure actuelle, il n'existe pas de projets financés au titre de l'axe 1 du FEP (DPMA, com. pers.). En effet, malgré le fort potentiel existant, la diversification apparaît davantage dans les programmes d'action des groupes d'action locale des zones de pêche français retenus pour l'axe 4. En Manche, deux groupes d'action locale sont en place : le groupe Mer et Terroir du Cotentin et du Bessin et le groupe Trois estuaires de la Canche, de l'Authie et de la Somme⁴.

1.1.3. La diversification également présente dans d'autres textes

Lancé en 2009, le Grenelle de la Mer a contribué à la définition de la stratégie nationale pour la mer et le littoral, en identifiant des objectifs et des actions de gestion de la pêche à court, moyen et long termes. Cette politique maritime qui concerne tous les champs de l'action gouvernementale, formalise l'ambition de la France pour la mer et les activités maritimes. Les engagements pris par l'Etat français lors de ce Grenelle (137 au total) sont recensés dans le « Livre Bleu ». Ces engagements en faveur de la mer et du littoral intègrent la notion de diversification des activités. Cette notion est principalement abordée sous l'angle des activités touristiques notamment au travers des activités de pescatourisme. Ainsi on retrouve dans le Livre bleu l'engagement suivant : *« Mieux intégrer les activités de pêche à l'économie littorale, en tenant compte des spécificités locales notamment outre mer. [...] Permettre, au moyen d'un cadre réglementaire simple et garantissant des conditions de sécurité appropriées, l'embarquement de passagers, qui constitue une réelle piste de diversification de la petite pêche côtière et de l'aquaculture marine vers l'éco-tourisme (pescatourisme) »* (Ministère de l'Ecologie, 2009). Ces propositions ont été à nouveau analysées dans le cadre des Assises de la Pêche en fin d'année 2009.

D'autre part, à un niveau plus local, la diversification est abordée comme une piste pour le maintien de certaines entreprises de pêche sur le littoral. En Bretagne par exemple, la Région a formulé un ensemble de propositions dans une perspective de développement durable de la pêche et de l'aquaculture, notamment sur les aspects sociaux et la dimension humaine de ces activités. La volonté de développement de la diversification apparaît dans ces propositions notamment pour faciliter l'installation des jeunes pêcheurs, encourager une prise en compte plus importante de l'environnement dans les problématiques halieutiques et enfin inclure la pêche dans une logique globale de vision intégrée des problématiques côtières et marines (Région Bretagne, 2010).

⁴ Pour plus d'information, consulter le site internet du réseau d'appui FARNET (<https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/cms/farnet/content/france-flags-factsheets>)



1.2. Les différentes formes de diversification des activités dans le secteur halieutique

En prenant appui sur les activités de diversification proposées dans le secteur agricole, une liste d'activités de diversification propres au secteur halieutique a pu être établie (Merrien *et al.*, 2009). Le tableau suivant (Tableau 1) liste l'ensemble des activités de diversification réalisables par un pêcheur. Ces activités, très variées, sont regroupées sous différentes thématiques.

Tableau 1 : Liste des activités de diversification réalisables par un pêcheur	
Activités liées au tourisme	Activités liées aux mesures halio-environnementales
Embarquement de touristes en mer	Collecte de déchets en mer
Visite du navire	Participation à la surveillance du milieu
Restauration	Embarquement d'experts, de scientifiques
Hébergement	
Activités de valorisation du produit	Activités liées à la mise à disposition du navire pour services
Vente directe au consommateur	Contrats passés avec des compagnies privées
Transformation de produits	(entreprises de télécommunication, d'énergie,
Adhésion à un label ou à une marque	autorités portuaires, etc.)
Participation à des salons professionnels	
Valorisation des co-produits	
Les activités liées à la formation	Les activités liées à la culture maritime
Accueil de stagiaires	Participation à un atelier artisanal ou culinaire
Interventions dans les formations maritimes	Participation à des fêtes maritimes
	Contribution à des documentaires

Source : enquête 2010

Les activités de diversification présentées ci-dessus ne s'inscrivent pas toutes au même niveau : l'implication des pêcheurs peut être variable d'une activité à l'autre, toutes ne procurent pas de revenus, les logiques peuvent être individuelles ou collectives, etc. L'inventaire des activités de diversification existantes sur le littoral de la Manche va permettre par la suite de se focaliser sur certaines de ces activités.

1.2.1. Les activités liées au tourisme

De manière générale, quel que soit le secteur d'activité, les entreprises ouvrent de plus en plus leur porte aux particuliers pour faire découvrir leur fonctionnement. Les visites d'entreprises, regroupées sous l'appellation de tourisme industriel, répondent aux attentes des personnes désirant connaître le patrimoine socio-économique de leur territoire et sont en développement important depuis une dizaine d'années (Pierre, 2005). Parmi les entreprises proposant ce type de visites, ce sont les entreprises agro-alimentaires qui attirent le plus grand nombre de visiteurs. Ceux-ci sont animés par l'envie de connaître la provenance de ce qu'il y a dans leur assiette. Après les nombreuses crises alimentaires des années 90, ils réclament de la transparence sur le mode de production de leur alimentation.

Le monde de la mer et en particulier l'activité de pêche professionnelle sont assez méconnus du grand public. C'est la raison pour laquelle les propositions d'embarquement sur un bateau de pêche afin de vivre le quotidien des pêcheurs, de pouvoir pratiquer une activité de pêche de loisir au large, ont été largement plébiscitées par les consommateurs. De plus, il s'agit d'un outil de communication permettant de travailler sur l'attractivité du secteur et sur la valorisation du patrimoine marin. Les projets dans ce secteur ont souvent été étudiés que ce soit au niveau français (Chaudouard, 2007) ou dans d'autres pays de l'Union Européenne (Sagital, 2006).

En France, cependant, cette activité, appelée aussi pescatourisme peine à se développer, notamment à cause de restrictions imposées par la réglementation existante (notamment concernant les mesures de sécurité nécessaires à sa mise en place). Les navires armés à la pêche ne



peuvent effectuer des opérations de transports rémunérées qu'occasionnellement et sur autorisation du Centre de Sécurité des Navires (CSN). Des mesures strictes ont été prises afin d'éviter tout travail illégal et de préserver la sécurité des passagers embarqués, mesures renforcées notamment depuis le décès d'Edouard Michelin au large de l'île de Sein en 2006⁵.

Mais les activités liées au tourisme peuvent également se présenter sous la simple forme de visites de navires de pêche à quai, activité proposée par certains musées de la pêche (ex : musée de la pêche de Concarneau) et par certains pêcheurs ponctuellement. Cela présente l'avantage de pouvoir proposer un échange avec les pêcheurs sur leur outil de travail tout aussi intéressant mais ne souffrant d'aucun risque au niveau de la sécurité des touristes.

1.2.2. Les activités liées à la valorisation du produit

Pour certains pêcheurs, faire face à la crise économique passe par une augmentation de la valeur ajoutée liée à la vente de leurs produits. Plutôt que de choisir de vendre l'intégralité de sa production sous halle à marée, le pêcheur peut choisir de vendre directement ses produits aux consommateurs. Ce type de vente s'apparente à une vente en circuit court, caractérisant tout type de vente entre un producteur et un consommateur, avec moins de deux intermédiaires, indépendamment de la distance entre le vendeur et l'acheteur (Chiffolleau, 2008). La vente directe permet au pêcheur d'augmenter sa marge de bénéfice, en éliminant plusieurs intermédiaires « habituels » du circuit de vente mais implique un temps de travail supplémentaire associé. Ces initiatives permettent une plus grande implication du pêcheur au niveau local et de tisser des liens avec les consommateurs afin de renforcer et de valoriser l'image de la pêche.

Cette augmentation de la valeur ajoutée du produit peut également résulter de l'adhésion à un label ou une marque, garantissant l'origine du produit (exemple : Normandie Fraîcheur Mer), sa qualité (exemple : Filière Opale) ou la durabilité de la pêcherie (ex : label Marine Stewardship Council -MSC-). Les marques permettant de valoriser la production sur le littoral de la Manche sont regroupées dans le tableau suivant (Tableau 2).

Tableau 2 : Liste des marques ou labels présentes sur le littoral de la Manche	
Filière Opale	
Normandie Fraîcheur Mer	Bulot de la Baie de Granville
	Homard du Cotentin
	Poisson sauvage de Normandie
	Bar de ligne de Normandie
	Moules de Barfleur
	Label rouge Coquille Saint Jacques de Normandie
Bienvenue en Gourmandie	
Bretagne Qualité mer	
Association des ligneurs de la pointe Bretagne	
Marine Stewardship Council	

D'autres activités telles que la transformation de produits ou la valorisation de co-produits contribuent également à la valorisation de la production. Cependant, le temps requis pour leur mise en place, les compétences nécessaires ainsi que l'organisation d'une filière de diffusion et de vente de ces produits représentent souvent des freins à leur développement.

⁵ En mai 2006, embarqué à bord d'un fileyeur-ligneur baptisé le Liberté, Edouard Michelin, vice président de la société de pneumatiques éponyme, a pris la mer, accompagné de Guillaume Normant, Président du comité des pêches d'Audierne, pour une partie de pêche au bar. Quelques heures plus tard le Liberté coulait dans des circonstances encore inexplicables et les deux passagers sont décédés dans l'accident.



1.2.3. Les activités liées aux mesures halio-environnementales

Le terme de « Mesures Halio-Environnementales » (MHE) n'est pas officiel, mais le concept provient d'une transposition de l'appellation des Mesures Agro-Environnementales (MAE) au secteur halieutique. L'objectif de telles mesures est de diminuer les impacts des activités de pêche sur l'environnementaux et sur la ressource, à l'aide d'indemnisations allouées sur la base d'engagements volontaires (mécanismes d'éco-conditionnalité).

A l'image des MAE, la mise en œuvre des MHE pourraient se faire, entre autres, à travers la mise en place de certaines activités de diversification. Dans le cadre de cette étude, on s'intéresse plus particulièrement aux « éco-activités ». Ce type d'activité est en cours de développement et vise à accompagner le pêcheur vers un objectif de pêche durable (atteinte de la durabilité économique, sociale et environnementale de l'activité de pêche). Les activités liées à ces mesures se présentent généralement sous la forme de contrats passés entre les pêcheurs et des structures du monde halieutique (publiques ou non). Elles regroupent des activités de préservation de la qualité du milieu (exemple : collecte de déchets en mer) ou d'appui aux analyses scientifiques (exemple : embarquement d'experts ou de scientifiques, récolte de données ou d'échantillon).

Les « contrats bleus » mis en place en 2008 sont un exemple de dispositif de MHE. Nés de l'initiative de professionnels pour répondre à la hausse conséquente du prix du gazole, ces contrats constituent un ensemble d'engagements contractualisés entre des entreprises de pêche, des structures porteuses et l'Etat visant à encourager des pratiques vertueuses allant au-delà des réglementations et des pratiques antérieures. En contrepartie de leur engagement, les pêcheurs reçoivent une indemnisation couvrant les pertes de chiffre d'affaires et les coûts de fonctionnement engendrés. Au sein de ce dispositif, les adhérents contractent individuellement quelques actions dans le cadre de projets portés collectivement sur des périodes allant de six mois à un an. La mesure de collecte des déchets en mer est rapidement apparue comme la vitrine de ces contrats. Elle a pour objectif de ramasser les déchets, mais aussi les engins fantômes, les engins de pêche abandonnés qui continuent d'avoir un impact sur les ressources halieutiques mais qui peuvent également jouer sur les avaries rencontrées en mer (ces déchets pouvant causer des dégâts importants sur les hélices ou les coques des navires). Quand ces contrats ont été élaborés, les pêcheurs devaient être indemnisés à la tonne de déchets récupérée. Cependant, la difficulté à mettre en place cette indemnisation a conduit quelques structures porteuses de ce projet à rémunérer les contractants sous la forme d'un forfait annuel dépendant de la taille du navire (cas d'Ar Mor Glaz – une des structures porteuses des contrats bleus). Cette collecte de déchets peut également se dérouler sans la moindre contractualisation, les pêcheurs ramenant parfois à quai les déchets collectés en mer sans contrepartie. Les activités en lien avec le monde scientifique peuvent également être pratiquées dans le cadre de ces contrats bleus ou de programmes de recherche. Mais à l'image de la collecte des déchets, ces activités peuvent également être initiées individuellement.

1.2.4. Les activités liées à la mise à disposition des navires

Passant la majeure partie de leur temps en mer, les pêcheurs peuvent apparaître comme les acteurs les plus appropriés pour réaliser des interventions ponctuelles dans ce milieu. Les armateurs peuvent être appelés à passer des contrats avec des entreprises en dehors des éco-activités déjà mentionnées ci-dessus. L'armateur s'engage à mettre son navire à la disposition des organismes avec lesquels il contracte. Il s'agit d'une activité de diversification dans le sens où l'outil de production de l'entreprise est utilisé. Les activités développée dans le cadre de ce type de contrats peuvent être par exemple, la pose ou la surveillance de câbles, la maintenance d'équipements en mer, le remorquage ou encore le lamanage⁶.

⁶ **Lamanage** : les opérations d'amarrage, de désamarrage des navires à tous postes, dès leur arrivée ou leur départ.



1.2.5. D'autres activités

D'autres activités sont identifiées comme appartenant à des logiques de diversification. Il s'agit d'activités liées à la formation de jeunes professionnels, où le pêcheur va pouvoir transmettre directement sa connaissance du milieu aux générations qui vont l'exploiter par la suite, ou d'activités liées à la culture maritime (exemple : participation à des ateliers artisanaux, des documentaires, etc.). Il existe néanmoins très peu d'exemples de pratique de ces activités dans le secteur halieutique au vu des recherches effectuées durant cette étude.

La diversification des activités apparaît être une stratégie de développement intéressante pour le secteur halieutique. Le fait qu'elle se présente sous différentes formes permet aux pêcheurs d'exercer des activités en fonction de leurs compétences, de leurs envies et de la demande associée à chacune de ces activités. Cependant, le seul recensement des différentes activités ne permet pas de connaître le nombre de pêcheurs les pratiquant ainsi que les facteurs de développement de celles-ci.

La diversification des activités est un concept récent dans le monde halieutique mais de nombreuses politiques publiques y font référence, et ce à différentes échelles, ce qui permet de penser que cette notion est amenée à être reconnue dans un futur proche. Les activités de diversification étant trop nombreuses pour être étudiées dans leur intégralité, nous avons fait le choix d'analyser quatre thèmes de diversification des activités de pêche. La suite de ce rapport présente la méthodologie adoptée pour répondre aux objectifs de l'étude.



2. PRESENTATION DE L'ETUDE ET DE SA METHODOLOGIE

Il s'agit de répondre à trois questions : quelles sont les activités de diversification mises en place en Manche ? Quelle est la proportion de marins pêcheurs engagés dans cette logique ? Quels sont les facteurs sociaux, économiques et administratifs pouvant affecter le développement des stratégies de diversification ? Pour répondre à ces objectifs, la collecte d'informations s'est basée sur une enquête auprès des principaux intéressés, les pêcheurs mais également auprès d'autres acteurs du secteur. Mais pour commencer, un travail préliminaire de recherche et d'inventaire de toutes les entreprises de diversification engagées sur la façade de la Manche a été réalisé. Ce travail a servi de base à l'enquête, il a permis de faire un premier état des lieux puis de sélectionner les zones les plus pertinentes à enquêter. Il a également été utilisé pour l'élaboration des questionnaires. Ensuite, l'enquête a été construite en se basant sur une stratégie d'échantillonnage précise. En parallèle, l'élaboration d'une fiche descriptive de chaque port enquêté a permis d'identifier les liens entre les activités de diversification pratiquées et le territoire auquel elles étaient liées.

2.1. Une phase préliminaire aux enquêtes : la recherche bibliographique

Avant de mettre en place l'enquête, un premier état des lieux sur la situation de la diversification des activités en Manche a été réalisé. L'objectif est de lister les activités de diversification déjà présentes sur le littoral ou susceptibles d'intéresser les pêcheurs. Ce travail préliminaire a été réalisé, à partir de 32 entretiens semi-directifs auprès d'acteurs représentatifs de la filière halieutique. Cette première phase a permis également de présenter le projet aux organisations professionnelles, relais par la suite de cette enquête auprès des pêcheurs. Les informations collectées ont été notamment utilisées pour faire un inventaire des activités comprenant toutes les structures ou toutes les activités présentant un lien avec la mer ou la pêche sur la façade étudiée. Cet inventaire a été complété par la suite à partir de recherches sur internet, mais aussi grâce aux informations récoltées durant les enquêtes.

L'intérêt de cet inventaire est double : il permet, d'une part, de dresser un état des lieux général des activités de diversification sur la façade de la Manche, et d'autre part, de faire un lien avec l'action 6.2 du programme CHARM (Pêcheries en Manche: culture, perception des lieux et marchés éthiques). Les résultats de cet inventaire sont présentés sur la carte suivante (Figure 1 - les signes ne sont pas proportionnels au nombre d'activité inventoriées).

Un très grand nombre d'activités liées à la valorisation des produits peut être identifié le long du littoral de la Manche. Celles-ci sont particulièrement développées en régions Nord-Pas de Calais et Haute-Normandie. Cela s'explique par un grand nombre de pêcheurs pratiquant une activité de vente directe. Dans ces régions, des structures permanentes (étals en dur) sont à la disposition des pêcheurs dans certains ports (Boulogne-sur-Mer, Saint Valéry en Caux, etc.). Les activités liées au tourisme ou au patrimoine maritime se répartissent de manière égale sur tout le long de la façade de la Manche française. Une explication tient vraisemblablement dans l'existence de fêtes communes à l'ensemble du littoral français, telles que les fêtes de la mer où les marins participent souvent à des opérations de bénédiction de leurs navires. Les activités liées aux mesures environnementales référencées sont toutes liées à l'engagement dans le processus des contrats bleus. Enfin, aucun processus de contractualisation non lié à l'environnement n'a pu être recensé dans cet inventaire.

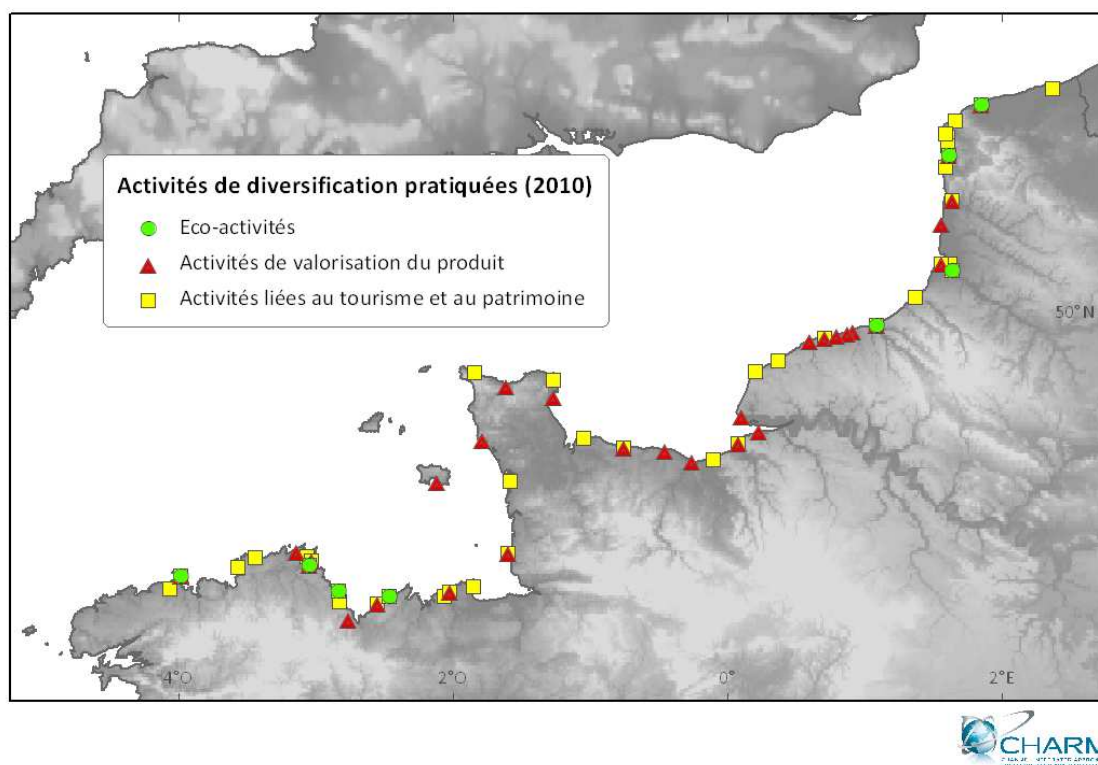


Figure 1 : Activités de diversification pratiquées sur la façade de la Manche (novembre 2010)

Source : inventaire, 2010

Si l'étude préliminaire apporte une première vision de la diversification au niveau français, elle doit être confrontée à la réalité des pêcheurs. Cela n'a pu être appréhendé qu'en réalisant un travail d'étude sur le terrain. L'inventaire réalisé a apporté des éléments pertinents quant au choix de la zone d'étude (voir 2.2) et au choix des focus sur les activités de diversification (voir 2.3.2.). La façade de la Manche ne pouvant être enquêtée dans son intégralité, seules certaines zones ont été analysées.

2.2. Le choix des zones d'études

Compte tenu du temps et des moyens disponibles (deux enquêteurs passant deux mois sur le terrain pour la réalisation des enquêtes), seules certaines zones ont été sélectionnées pour la réalisation de l'étude sur le terrain, mais suffisamment pertinentes pour permettre d'avoir une vision représentative de l'ensemble des pêcheurs de la façade de la Manche.

L'étude préliminaire a permis de révéler l'importance du territoire dans le développement des activités de diversification qui peuvent être très diverses en fonction du type de pêche effectué, des habitudes locales et des traditions variables avec le territoire. De plus, les politiques territoriales peuvent être très différentes d'une zone à l'autre. Au moins un quartier maritime par région administrative a donc été enquêté. Ensuite, le choix des zones s'est fait en fonction des caractéristiques de la pêche de chaque quartier maritime. L'objectif final était d'avoir des quartiers maritimes représentatifs de l'activité de pêche le long de la Manche. L'analyse de quartiers maritimes est issue d'un traitement des données du Système d'Informations Halieutiques (SIH) d'Iframer réalisé dans le cadre du projet CHARM 3 (Phélippe *et al.*, 2010).



Ces analyses préliminaires ont permis de sélectionner sept quartiers maritimes, Boulogne sur Mer, Dieppe, Fécamp, Le Havre, Cherbourg, Paimpol et Morlaix⁷. Ces quartiers et leurs caractéristiques sont résumés dans la figure ci-dessous (Figure 2).

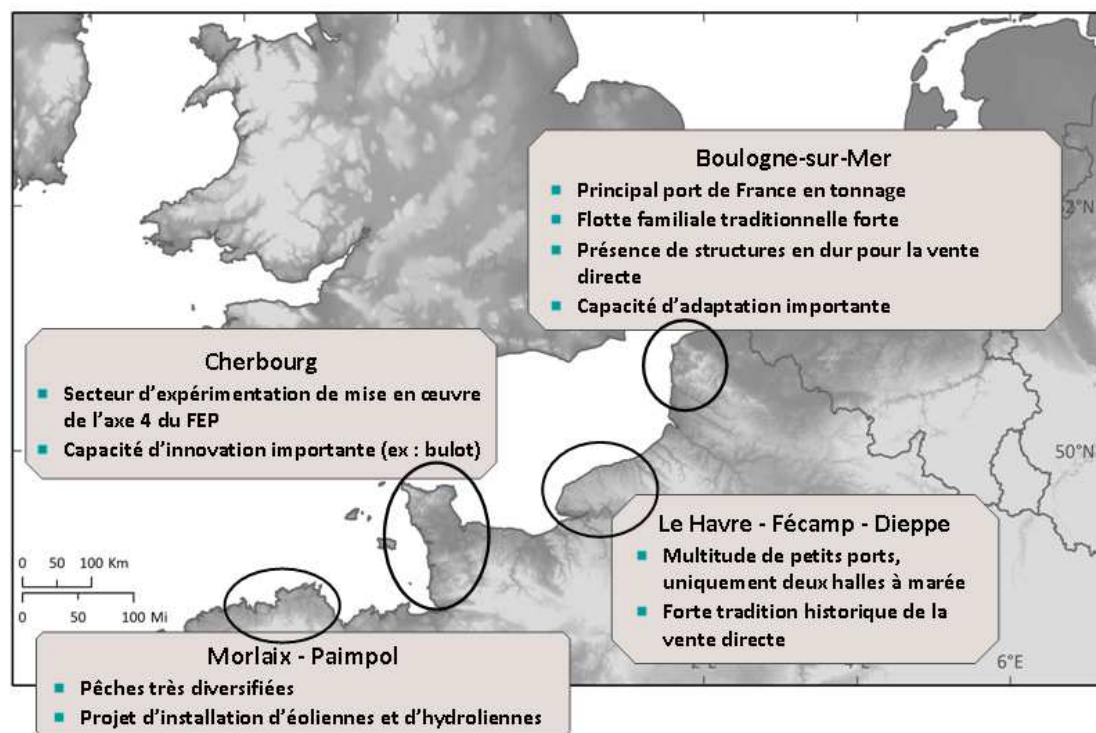


Figure 2 : Identification des quartiers maritimes enquêtés

Réalisation : enquête, 2010 et Ifremer, 2010

Dans le Nord-Pas-de-Calais, le choix s'est porté sur le quartier maritime de Boulogne-sur-Mer, le port de Boulogne-sur Mer étant le principal port de France en termes de volumes débarqués. La filière halieutique est particulièrement présente dans cette ville, notamment avec la présence de très nombreuses industries de transformation faisant de ce quartier maritime le premier centre européen de transformation du poisson. Cette domination peut s'expliquer par une volonté d'initiatives forte de la part des pêcheurs, à l'origine de concepts innovants (exemple : la notion de filière intégrée) ainsi que d'éléments structurants du secteur halieutique (exemple : initiatives qui ont conduit à la création de l'OFIMER). Dans cette région, l'activité de pêche est une activité traditionnelle, pratiquée par de nombreux pêcheurs issus d'un nombre restreint de familles. Enfin, la présence de structures fixes (aubettes) pour l'exercice de la vente directe constitue un réel atout pour les pêcheurs désirant commercialiser leurs produits par l'intermédiaire de circuits courts.

En Haute-Normandie, tous les quartiers maritimes ont été enquêtés. La présence de nombreux étals de vente directe sur l'ensemble de cette zone constitue un élément de choix pour l'étude de cette activité.

En Basse-Normandie, l'enquête s'est faite sur le quartier maritime de Cherbourg. Le nombre de navires rattachés à ce quartier est important. Il se distingue par une capacité d'innovation importante de la part des pêcheurs, dont l'exemple le plus notable est l'activité de la pêche au bulot. Jusqu'au début des années 90, le bulot était un produit totalement dévalorisé et très peu exploité. Les pêcheurs de cette région ont décidé d'en faire un produit de premier choix dans les plateaux de fruits de mer en organisant une pêcherie spécifique autour de cette espèce. Ainsi, en 2006, il représentait la première espèce négociée à la criée de Granville et son prix avait doublé entre 2001

⁷ Le quartier maritime de Saint-Brieuc ayant fait l'objet de l'enquête de 2008 (Merrien et al., 2009), il paraissait judicieux de ne pas inclure à nouveau ce quartier maritime dans l'enquête.



et 2006. De plus, la partie à l'est de ce quartier maritime a été choisie comme zone d'expérimentation de la mise en œuvre du programme axe 4 du FEP (groupe d'action Mer et Terroir du Cotentin et du Bessin), particulièrement adaptée aux initiatives collectives de diversification.

Les quartiers maritimes de Paimpol et Morlaix ont été retenus en Bretagne. Ces deux quartiers ont été choisis pour l'implantation de projet d'énergies marines. De plus, la variété des types de pêche pratiqués permet à l'étude d'analyser l'avis de l'ensemble des pêcheurs. La Bretagne est en effet reconnue pour sa pêche très diversifiées.

2.3. L'élaboration des questionnaires

Une fois les zones sélectionnées, les questionnaires ont été réalisés en concertation avec les différents partenaires de l'étude (anglais et français). L'enquête a permis de recueillir les propos des pêcheurs, en tant que principaux acteurs intéressés par la diversification. Cependant, il nous a semblé pertinent de rencontrer également d'autres acteurs intervenant sur le littoral et avec lesquels les pêcheurs entretiennent des relations plus ou moins directes (les organisations professionnelles, les représentants des collectivités, les gestionnaires de port, etc.) Tout au long de ce rapport, ces acteurs seront regroupés sous le nom d'« autres acteurs du littoral ». Ce sont eux qui ont relayé l'enquête auprès des pêcheurs et ainsi permis une plus grande acceptation de celle-ci.

Les acteurs enquêtés n'étant pas les mêmes, deux questionnaires distincts ont été mis en place. Ceux-ci ont été élaborés avec l'ensemble des partenaires de l'action 9.2 afin de retenir de nombreuses parties communes pour le travail à effectuer aussi bien en France qu'en Angleterre. Le questionnaire destiné aux pêcheurs portait principalement sur la pratique des activités de diversification et sur ses conséquences tandis que celui destiné aux autres acteurs du littoral s'intéressait surtout aux perspectives d'avenir de ces activités.

2.3.1. La structure des questionnaires

Cependant, même si les questionnaires sont distincts, certaines parties sont communes, ce qui a permis d'avoir la perception des différents types d'acteurs sur un même point (cf. Figure 3).

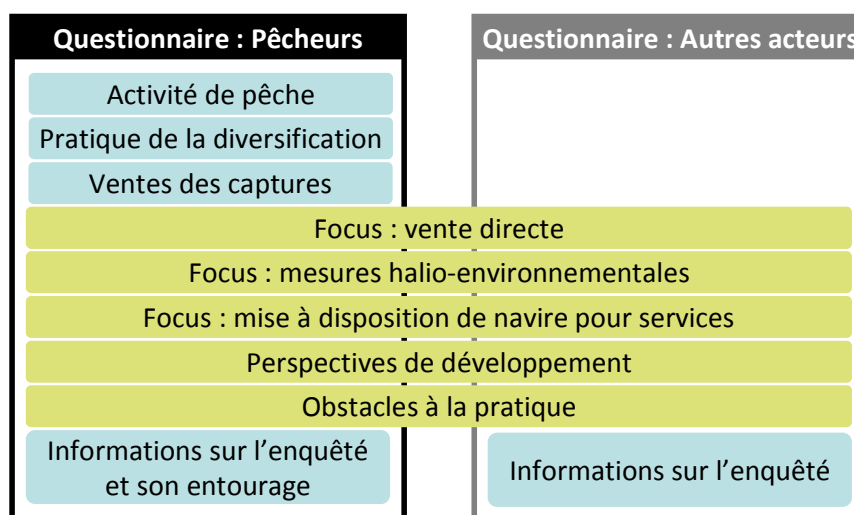


Figure 3 : Organisation des questionnaires « pêcheurs » et « autres acteurs » utilisés lors de l'enquête

Source : enquête 2010

Le questionnaire à destination des pêcheurs se compose majoritairement de questions fermées, afin d'obtenir des réponses à la fois concises et précises. Il s'agit de connaître l'avis personnel des pêcheurs quant à la diversification ainsi que les conditions dans lesquelles ils pratiquent déjà ces activités. Le questionnaire à destination des autres acteurs du littoral s'intéresse à l'analyse des opportunités associées à chacune des activités ainsi que des conséquences économiques et sociales de leur développement. Les questions sont principalement ouvertes.



Concernant la partie sur les contraintes rencontrées par les pêcheurs désirant engager un processus de diversification, les questions sont basées sur une méthode d'analyse proposée par les partenaires anglais du projet, l'*Analytical Hierarchy Process* (AHP). Elle a pour objectif de déterminer un classement entre les contraintes en effectuant des comparaisons par paire (pour plus de précisions, voir l'annexe 1).

2.3.2. Le choix de focus propres aux questionnaires français

Les questionnaires français se distinguent par la présence de parties où certains thèmes sont plus approfondis que dans l'enquête commune. Ces thèmes ont été choisis en fonction du contexte français. Leur étude s'inscrit dans la logique d'analyse du lien entre les activités de diversification et le territoire d'enquête. Les raisons spécifiques au choix de chacun d'entre eux sont évoquées dans la figure suivante (Figure 4).

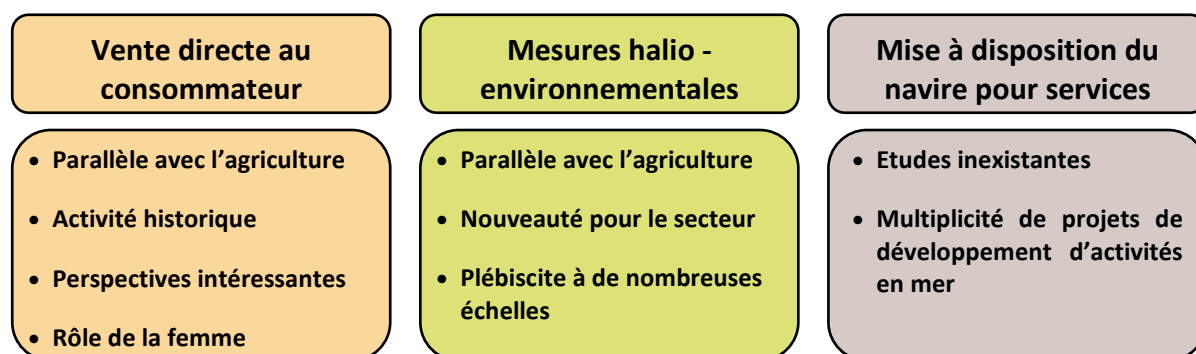


Figure 4 : Raisons du choix des focus des questionnaires français

Source : enquête 2010

La diversification des activités est un concept directement issu du monde agricole. L'activité phare en agriculture est la vente directe au consommateur, elle est pratiquée par le plus grand nombre d'exploitants. L'étude de la vente directe au consommateur dans le secteur halieutique s'imposait donc au regard des nombreux parallèles pouvant être effectués entre ces deux secteurs d'activités. De plus, l'étude préliminaire a permis de constater à la fois une grande ancestralité de la pratique de cette activité de vente directe dans certaines régions (notamment en Haute-Normandie, cf. 2.2) et de nombreuses perspectives de développement de celle-ci. L'analyse de la vente directe au sein d'un focus permet alors de quantifier la pratique des différents types de vente (sur les quais, sur les marchés, sur internet, par panier, par livraison). La question de la place de la femme dans la pratique de cette activité, mise en avant dans de nombreuses publications, représente une autre raison du choix de ce focus.

Comme l'indique la partie 1.2.3., le concept de mesures halio-environnementales est né d'une transposition des mesures agro-environnementales au secteur halieutique. La pratique d'activités liées à ces mesures a commencé à être médiatisée à partir de 2008 avec le lancement des premiers contrats bleus. C'est la raison pour laquelle l'information relative à ce thème est encore assez peu fournie. Une analyse plus approfondie de ce type de mesure sur la façade de la Manche devrait permettre d'identifier les obstacles et les leviers de son développement.

Les activités relatives à la mise à disposition du navire ont été jusqu'à présent peu étudiées. Or, la multitude d'annonces de projets de développement d'activités en mer (éoliennes, hydroliennes, etc.) laisse entrevoir des opportunités. Les pêcheurs pourraient mettre à disposition des entreprises chargées de ces activités leurs compétences et leur navire. Ce focus s'intéresse aux formes de contrats engagés par les pêcheurs ainsi qu'à leur rémunération pour tenter de déterminer les opportunités de développement de ces activités.



2.4. La stratégie d'échantillonnage

Afin de déterminer un nombre d'enquêtes à la fois pertinent d'un point de vue statistique, représentatif de la façade de la Manche et réalisable sur le terrain dans le temps imparti, un plan d'échantillonnage a été mis en place.

2.4.1. L'échantillonnage pour les pêcheurs

Les entreprises de pêche peuvent être très différentes selon la nature de leur activité. Pour parvenir à des conclusions au niveau de la flotte des pêcheurs de la façade sans qu'une catégorie ne soit sur ou sous-représentée, il a été affecté à chaque catégorie un nombre de questionnaires à réaliser proportionnel à l'effectif total de navires 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 catégorie ou strate). A la lumière des informations collectées dans les phases de recherche préliminaires, les strates choisies pour réaliser une classification de la flotte de la façade ont été le quartier maritime, la classe de taille (plus ou moins de 12 mètres) et le type de flottille (combinaison de métiers pratiqués dans l'année). Au sein de chaque strate, pour que le nombre d'enquêtés soit suffisant pour être pertinent sur le plan statistique, le taux d'échantillonnage a été fixé à 15 %, les navires étant tirés de manière aléatoire. Le plan d'échantillonnage détaillé est présenté en annexe (Annexe 2).

Une liste de navires à enquêter respectant le plan d'échantillonnage a alors été établie grâce à la consultation du fichier de la flotte européenne⁸ et de travaux précédemment réalisés par Ifremer dans le cadre du programme CHARM 3. Cette liste a été respectée autant que les contraintes du terrain le permettaient. En effet, les pêcheurs ayant été rencontrés directement les quais, certains d'entre eux ont refusé de répondre à l'enquête par manque de temps. La répartition des questionnaires a alors dû être réajustée en fonction des disponibilités des pêcheurs et des particularités de chaque port étudié. Le résultat de cet échantillonnage est présenté dans les deux tableaux ci-après - pour plus de lisibilité les flottilles ont été regroupées par type d'art (Tableau 3 ; Tableau 4).

Tableau 3 : Plan d'échantillonnage par type d'art et par classe de taille

Type d'art	Classe de taille	Population mère (nombre de navires)	Population enquêtée (nombre de navires)	Pourcentage de la population mère enquêtée	Refus (nombre)
Art dormant	Moins de 12 m	402	64	16 %	4
	Plus de 12 m	39	4	10 %	0
Art trainant	Moins de 12 m	181	29	16 %	7
	Plus de 12 m	184	32	17 %	1
Total		806	129	16 %	12

Source : enquête 2010

Tableau 4 : Plan d'échantillonnage par quartier maritime

Quartier maritime	Population mère (nombre de navires)	Population enquêtée (nombre de navires)	Pourcentage de la population mère enquêtée	Refus (nombre)
Boulogne sur Mer	167	26	16 %	2
Dieppe	70	10	14 %	2
Fécamp	38	6	16 %	0
Le Havre	23	3	13 %	2
Cherbourg	304	52	17 %	0
Paimpol	99	17	17 %	4
Morlaix	105	15	14 %	2
Total	806	129	16 %	12

Source : enquête 2010

⁸ Fichier consultable en libre accès à l'adresse suivante <http://ec.europa.eu/fisheries/fleet/index.cfm>



La durée d'enquête est de 15 et 30 minutes par pêcheur, selon les activités de diversification pratiquées et en fonction de leur envie de discuter de ce sujet. Les entretiens se sont bien déroulés, les pêcheurs appréciant le fait de pouvoir échanger sur des thèmes propres à leur métier. Cette appréciation du questionnaire et du déroulement des entretiens est à la base de l'obtention de ces 129 enquêtes et de la réalisation de cet effort d'échantillonnage important sur une période de temps limitée. Seuls 12 refus ont pu être observés, ce qui démontre l'importance du relais qu'ont eu les acteurs rencontrés lors de l'étude préliminaire pour faire accepter les enquêtes par les pêcheurs, relais qui a été par la suite assuré par les comités des pêches (les CLPMEM et les CRPMEM) après la passation du questionnaire « autres acteurs » auprès de leurs représentants.

Parmi les difficultés rencontrées sur le terrain, il faut noter le temps passé sur le quartier maritime de Fécamp pour ces enquêtes, la halle à marée étant fermée durant la période des entretiens, les navires de ce quartier maritime ont migré vers les quartiers maritimes voisins pour débarquer leur production. Une limite à cette étude réside également dans le choix de réaliser des entretiens directifs pour recueillir les impressions des pêcheurs. De nombreux enquêtés ont en effet insisté sur la difficulté, pour une question donnée, de n'avoir qu'une seule modalité de réponse possible.

2.4.2. Le choix des autres acteurs à enquêter

Les autres acteurs du littoral ont été regroupés par catégorie. Le but pour les enquêteurs était de rencontrer un même nombre d'acteurs appartenant à ces catégories par région. Les catégories d'acteurs sont les suivantes.

Organisations professionnelles : les Comités Locaux et Régionaux des Pêches Maritimes et des Elevages Marins (CLPMEM et CLPMEM) ainsi que les Organisations de Producteurs (OP) de la façade étudiée ont été interrogés afin de représenter l'avis des pêcheurs locaux mais également afin d'assurer la promotion de cette enquête auprès des pêcheurs.

Administration : les services de la Direction Interrégionale de la Mer (DIRMer) ainsi que ceux de la Direction Départementale des Territoires et de la Mer (DDTM) ont été rencontrés afin d'avoir un avis sur l'aspect réglementaire et administratif de ces activités.

Collectivités : l'avis de chaque niveau de collectivité sur cette enquête a été collecté afin d'évaluer les possibilités de lancement de ces initiatives conjointement avec les pouvoirs publics. Le Conseil Régional, le Conseil Général et suivant leurs compétences, des acteurs de la Mairie ou de la Communauté d'Agglomération de la ville phare du quartier maritime enquêté ont été rencontrés.

Tourisme : certaines activités présentent un lien très fort avec ce secteur d'activité comme la vente directe au consommateur ou l'embarquement de touristes à bord du navire. Les directeurs de certaines Offices de Tourisme (OT) ainsi que les représentants des Comités Départementaux du Tourisme (CDT) ont alors été rencontrés pour analyser ce lien.

Encadrement : dans cette catégorie, divers types d'acteurs ont été interrogés tels que les Banques, les Chambres de Commerce et d'Industrie (CCI), ainsi que les différents contacts qui nous ont été suggérés par les acteurs rencontrés.

Au total, 83 acteurs ont été enquêtés dans le cadre de cette étude, répartis entre les différentes régions, représentant une quinzaine d'acteurs par quartier maritime. La liste des personnes enquêtées dans le cadre de cette enquête est fournie en Annexe 3.

Tableau 5 : Nombre d'acteurs rencontrés par région administrative

Région	Administration	Collectivités	Encadrement	Organisations professionnelles	Tourisme	Total
Basse-Normandie	1	3 (2)	1	7 (1)	3 (1)	15 (4)
Bretagne	3	6 (3)	5	10	4 (2)	28 (5)
Haute-Normandie	2	5 (4)	4	6 (4)	4 (1)	21 (9)
Nord-Pas de Calais	1	4 (2)	5	4	5 (1)	19 (3)
Total	7	18 (11)	15	27 (5)	16 (5)	83 (21)

NB : entre parenthèses sont indiqués les refus - Source : enquête 2010



Le nombre important d'acteurs des organisations professionnelles rencontrés en Bretagne peut s'expliquer par le nombre plus important d'organisations de producteurs (4) par rapport aux autres régions.

Les entretiens se sont majoritairement déroulés de façon directe, et leur durée était plus importante que celle des entretiens auprès des pêcheurs. Il était souvent impossible de se limiter au questionnaire et les enquêtes ont surtout servi de base pour une discussion autour de la diversification. Cette durée relativement importante des entretiens (une heure en moyenne) peut être la raison pour laquelle 21 personnes ont refusé de répondre à cette enquête principalement en raison d'un manque de temps. 11 acteurs des collectivités ont refusé de répondre (aucun des sept députés contactés n'a souhaité répondre et certains représentants de mairies contactés n'estimaient pas être suffisamment compétents pour répondre à un questionnaire aussi précis). Les raisons du refus diffèrent selon la région enquêtée avec de nombreux refus notamment en Haute-Normandie (9 refus). Dans cette région, certaines personnes occupent plusieurs fonctions, il était donc inutile de les rencontrer plusieurs fois.

Ces enquêtes ont suscité un grand intérêt de la part des pêcheurs et des autres acteurs du littoral. Le nombre important d'entretiens réalisés et de demandes de suivi des conclusions de l'étude est une preuve de l'intérêt du sujet pour les enquêtés. Pour compléter les informations récoltées dans les questionnaires et notamment pour définir le lien entre la zone d'étude et la typologie de pratique des activités sur ces zones, une description des ports a été réalisée en parallèle des enquêtes.

2.5. L'élaboration des fiches descriptives de chaque port

L'étude préliminaire a montré l'importance du lien entre les initiatives de diversification et le territoire dans lequel elles sont ancrées. Ainsi, les enquêteurs ont élaboré un outil de description des ports enquêtés afin de mettre en évidence le lien entre certaines de leurs caractéristiques et le développement d'activités en lien avec la pêche sur les villes côtières de la façade de la Manche. La plupart de ces informations ont été récoltées sur Internet et complétées sur le terrain auprès des acteurs questionnés ou des personnes directement concernées. Ces fiches comportent deux types d'information.

Les informations relatives à la filière halieutique de chaque port : description de l'activité de pêche par quartier maritime, liste des infrastructures du port propres à la pêche ainsi que toutes les informations concernant la commercialisation des produits (présence de halle à marée, de structures propres à la vente directe, nombre de poissonniers, etc.)

Les informations relatives à l'attrait touristique du port : l'étude préliminaire ayant permis de démontrer que la demande touristique joue un rôle important sur la nature des offres d'activité de diversification, toutes les particularités susceptibles d'attirer des visiteurs sur le port ont été recensées (musées de la mer, possibilité de visite de navire, présence d'un port de plaisance, etc.).

Cette collecte d'informations sert également à l'action 6.2 du projet CHARM (Pêcheries en Manche : culture, perception des lieux et marchés éthiques), dont l'objectif est de mesurer l'héritage culturel basé sur l'industrie de la pêche dans chaque ville côtière.

Les outils utilisés pour effectuer cette enquête ont permis d'avoir une vision générale des activités de diversification sur la façade de la Manche : pratiques, logiques de diversification, freins, etc. Les enquêtes réalisées auprès des pêcheurs ont eu pour intérêt d'avoir le ressenti des principaux intéressés. Cet aspect a été complété par les entretiens réalisés auprès des autres acteurs du littoral, qui ont également apporté leur vision extérieure, ayant plus de recul que les pêcheurs. Les résultats de ces enquêtes sont présentés dans les parties suivantes.



3. QUELLES SONT LES ACTIVITES DE DIVERSIFICATION A L'ECHELLE DE LA MANCHE ?

L'analyse des résultats doit permettre de répondre aux attentes du projet CHARM 3, et notamment aux questions posées en introduction. Pour ce faire, à partir de la méthodologie présentée, un premier état des lieux des activités pratiquées en Manche a pu être réalisé. Puis, une analyse des raisons ayant amené les pêcheurs à se lancer dans une logique de diversification a été réalisée. Les envies et les attentes des pêcheurs en matière de diversification ont ainsi été déterminées. Ensuite, une étude de l'apport financier que peut engendrer la mise en place d'une activité de diversification a permis d'identifier les activités de diversification rémunératrices, mais également de définir si elles peuvent représenter une source de revenus régulière pour le pêcheur. L'analyse des résultats se poursuit par une hiérarchisation des contraintes identifiées par les pêcheurs mais aussi par les autres acteurs du littoral. Cette analyse permet de déterminer les axes sur lesquels travailler pour développer les activités de diversification sur la façade de la Manche. La suite de l'analyse porte sur les focus mis en avant dans les questionnaires. Enfin, l'étude des opportunités dresse les perspectives de développement de ces activités sur la façade de la Manche.

3.1. Quelles sont les activités pratiquées en Manche ?

Les enquêtes réalisées sur le terrain, mais aussi l'inventaire et la fiche descriptive des ports sont les sources utilisées pour répondre à la question concernant la pratique des activités de diversification en Manche.

3.1.1. Une pratique dictée par le territoire

Parmi la liste d'activités de diversification proposée aux pêcheurs dans l'enquête, les résultats de l'analyse mettent en évidence quatre activités les plus pratiquées par les pêcheurs enquêtés. La **vente directe au consommateur** est l'activité de diversification la plus pratiquée, plus de six pêcheurs enquêtés sur dix affirment la pratiquer. Elle se fait sous diverses formes, la plus courante étant la vente directe sur les quais (mais aussi la vente sur les marchés, ou encore la livraison chez le consommateur).

Même si il ressort de toute l'étude que la vente directe est l'activité de diversification la plus répandue, le taux de pratique de cette activité est à relativiser. En effet, les pêcheurs réalisant ce type d'activités étant plus présents et visibles à terre, ils étaient plus facilement « enquêtés ».

Les trois autres activités fortement pratiquées sur la façade de la Manche sont la **collecte des déchets en mer** (le taux de pratique est d'environ 50 %), l'**embarquement d'experts** (pratiqué par le tiers des enquêtés) et la **participation à des festivals maritimes** (le tiers des enquêtés).

« **B**ien sûr que je participe aux festivals marins, ça fait partie du folklore, c'est à nous de maintenir ce que faisaient nos parents avant. Et c'est bien pour la vie locale. »

Pêcheur de Paimpol

a) L'exercice d'une activité dépend principalement de la région

Lorsque ces informations sont croisées avec d'autres données (âge des patrons pêcheurs, région, type de flottille, etc.), il en ressort que la région est le facteur influençant le plus la pratique d'activités de diversification. En effet, comme nous le montre la figure suivante (Figure 5), le Nord-Pas-de-Calais et la Haute-Normandie sont les deux régions où la logique de diversification est la plus développée (un seul pêcheur enquêté ne pratique aucune activité de diversification sur ces deux régions). Pourtant la nature des activités pratiquées y est différente, la diversification dépend donc aussi de l'environnement socio-économique des pêcheurs.

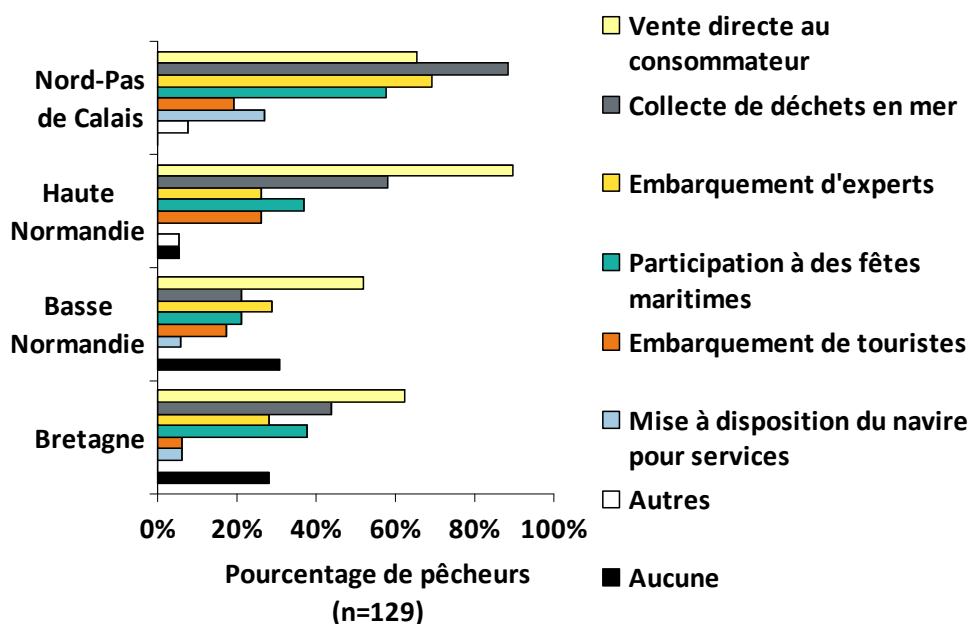


Figure 5 : Taux de pratique des différentes activités de diversification par région (en pourcentage de pêcheurs, échantillon total de 129 enquêtés)
 $\chi^2 = 44,06$, ddl = 21, 1-p = 99,77 %

Source : enquête 2010

Dans le Nord-Pas-de-Calais, l'activité de **collecte de déchets en mer** arrive en première position des activités pratiquées (88 % des enquêtés affirmant la réaliser). Outre un intérêt des pêcheurs de cette région pour la préservation de l'environnement, ce sont les caractéristiques de la flotte qui sont à l'origine de cette pratique (forte composition en navires de plus de 12 mètres pratiquant un art traînant, facteurs propices à la pratique de cette activité, cf. 3.1.2.). Dans cette région, 11 pêcheurs ont adhéré aux contrats bleus, 10 d'entre eux ayant choisi la mesure « nettoyage de la mer » dans laquelle cette collecte de déchets en mer est indemnisée. Cette adhésion est à mettre en relation avec la présence du siège social d'une des structures porteuses de ces contrats sur le port de Boulogne-sur-Mer (FROM NORD).

En Haute-Normandie, l'activité de **vente directe au consommateur** est très fortement pratiquée par les enquêtés. Les fiches descriptives des ports ont permis de montrer qu'un nombre important de ports étaient équipés de structures dédiées à ce type d'activités (aubettes, étals en dur). Cette activité est visible grâce à divers écriteaux laissés sur le port par les pêcheurs pratiquant cette activité. Les entretiens avec les autres acteurs ont également révélé le caractère traditionnel de cette activité. La phase de recherche préliminaire avait permis de constater un faible nombre de halles à marée dans cette région (deux halles à marée à Dieppe et à Fécamp, pour trois quartiers maritimes). Les entretiens n'ont cependant pas permis de confirmer ce facteur comme responsable de la pratique de la vente directe dans la région.

A l'opposé, en Bretagne et en Basse-Normandie, les activités de diversification sont moins pratiquées par les professionnels ; 31 % des enquêtés bas-normands et 28 % des enquêtés bretons ne pratiquent aucune des activités de diversification proposées.

En Basse-Normandie, selon les pêcheurs, ces activités ne font pas partie de leur métier (pour 38 % des enquêtés bas normands ne pratiquant aucune de ces activités). La diversification des activités semble perçue dans cette région comme totalement déconnectée du monde de la pêche, c'est la raison avancée par les pêcheurs pour justifier leur refus de s'engager dans ces nouvelles pratiques.



En Bretagne, le manque de temps est l'obstacle principal évoqué par les pêcheurs (cité par deux tiers des pêcheurs enquêtés). Lors des entretiens, ces pêcheurs ont insisté sur le fait que la pêche est un métier monopolisant un nombre d'heures en mer très important. Il leur semble impossible de pouvoir réaliser une activité supplémentaire sans augmenter leur nombre d'heures de travail. Ces pêcheurs voient donc la diversification comme une charge de travail supplémentaire.

Les nombreuses activités pratiquées sur la façade de l'étude sont différentes selon les régions. Mais le port avec ses infrastructures, ses traditions propres, a-t-il un impact sur ces pratiques ? Les fiches descriptives des ports, renseignées lors de la réalisation des enquêtes, permettent d'apporter des éléments de réponses.

b) Les caractéristiques du port expliquent la pratique de certaines activités

Les « fiches port » se composent principalement d'informations qualitatives (cf. 2.5.). La création d'indicateurs a permis d'effectuer un classement de ces ports en fonction de l'importance de la pêche dans chacun de ceux-ci. 7 thèmes ont été retenus, à chacun correspond un indicateur particulier : la place de la pêche dans la ville (importance de la pêche au cœur du port et de la ville), la présence d'une filière halieutique à terre (importance des industries à l'amont et à l'aval de la filière), l'activité de vente directe (nombre et caractérisation des étals), l'aspect touristique de la pêche (aménités pour les touristes en lien avec la pêche), activités de diversification liées à la mer (aménités pour les touristes en lien avec la mer), prédominance de la pêche côtière (caractérisation de la flotte du port). A chacun de ces indicateurs a été attribuée une note sur laquelle s'est basée l'analyse pour le classement de ces ports.

Dans les ports où la pêche occupe une place importante dans l'attrait touristique de la ville (statues de pêcheurs, peintures, photographies, etc.), **la vente directe** est plus fortement développée. Ces deux activités semblent exercer l'une sur l'autre des impacts positifs. En effet, le touriste, en voyant des éléments reliés à la pêche dans la ville (musée, statues, etc.), est incité à se déplacer sur les quais du port pour contempler les navires, quais où l'activité de vente directe est majoritairement pratiquée. Inversement, le consommateur va apprécier que divers éléments dans la ville lui rappellent son achat au pêcheur ; il est plus incité à s'intéresser aux autres aspects touristiques de la ville.

L'opposition pêche/plaisance est fortement marquée sur la façade de la Manche. Dans les ports où la plaisance est mise en avant comme atout du port, la pêche est moins visible. Cette opposition est encore plus flagrante dans les ports où les navires de pêche au large prédominent. Etant donné que ces navires partent à la semaine (voir plus longtemps encore), ils sont moins visibles par les touristes que les navires rentrant tous les jours et pour lesquels le débarquement constitue un moment marquant de la journée. Ainsi, les navires de pêche au large sont généralement amarrés dans les bassins les plus éloignés du cœur de la ville.

Les pêcheurs pratiquant l'**embarquement de touristes** se situent dans des ports où la place de la pêche est forte dans la ville. Cette inscription de la pêche dans le patrimoine culturel des villes suscite l'intérêt de ses habitants à embarquer pour connaître les conditions de vie à bord d'un navire. Généralement, ces touristes profitent des fêtes liées au patrimoine maritime, comme les fêtes de la mer, pour découvrir la pêche. C'est la raison pour laquelle cette activité d'embarquement est plus fortement pratiquée dans les ports où ont lieu de nombreux festivals de ce genre (Boulogne sur Mer, Paimpol, Barfleur, etc.). L'**embarquement d'experts** est une activité pratiquée dans les ports où des centres de recherche sont présents dans la ville. Il s'agit surtout de ports de pêche importants de la façade.



3.1.2. A chaque activité pratiquée, des caractéristiques propres au navire

La pratique d'activités de diversification semble déterminée principalement par le territoire, cependant tous les navires d'une même zone ne choisissent pas de pratiquer la même activité. Quels sont les autres facteurs expliquant la pratique d'activités spécifiques ?

La **vente directe au consommateur** est principalement pratiquée par des navires de moins de 12 mètres. Ces navires, rentrant plus fréquemment à terre, peuvent approvisionner plus facilement leurs étals et ainsi apporter des produits frais aux consommateurs, une des principales attentes du consommateur en matière de produits halieutiques. De plus, leurs débarquements étant relativement faibles en volume, il est plus aisé de valoriser leur production par ce type de vente que pour les navires de plus de 12 mètres.

La **collecte de déchets en mer** est une activité ne pouvant être pratiquée par tous les navires de la Manche. En effet, sa pratique dépend à la fois de la taille des navires et du type d'art pratiqué. Ainsi, d'après l'enquête, on constate que les pêcheurs réalisant cette activité naviguent sur des navires de plus de 12 mètres et pratiquent les arts traînants. Contrairement aux navires plus petits, ces navires peuvent remonter plus facilement les déchets à bord sans risquer d'abîmer leur matériel et disposent de plus de place à bord pour le stockage. Les risques de contamination de leurs produits sont ainsi diminués, permettant aussi de garantir une sécurité pour les hommes d'équipage, les déchets ne monopolisant pas des postes clés. De plus, étant donné que les chaluts et les dragues vont être traînés sur de longues distances, les navires équipés de ces engins vont couvrir un périmètre plus important que celui couvert par des navires pratiquant les arts dormants, la probabilité de remonter des macro-déchets sera alors plus importante.

Les navires qui peuvent **embarquer des touristes à bord du navire** sont peu nombreux sur la façade de la Manche. Ce sont essentiellement des navires de plus de 12 mètres. La place disponible à bord est plus importante et les équipements de sécurité sont souvent renforcés sur ces navires pour pouvoir pêcher en haute mer. Ces équipements ou aménagements sont des avantages pour obtenir des autorisations réglementaires pour l'embarquement délivrées par l'administration. De plus, l'embarquement de passagers est interdit aux navires de moins de 7 mètres, à ceux de moins de 12 mètres pratiquant un art traînant et à ceux de moins de 15 mètres pratiquant la drague à Coquille Saint Jacques.

Dans l'étude, ce sont surtout des navires de moins de 12 mètres qui **participaient aux festivals en lien avec la culture maritime**. En effet, ces festivals s'appuient généralement sur la pêche côtière traditionnelle pour valoriser le port et le métier de pêcheur artisan. De plus, le lien avec le territoire est plus fort pour ce type de pêche.

3.1.3. La présence de la famille : un facteur facilitant la diversification

La famille joue un rôle important dans les entreprises de pêche, et ce à différents niveaux. Elle peut participer à l'activité de l'entreprise en mer (participation à la pêche) mais également (et surtout) à terre (préparation du matériel, transport, accastillage, activités administratives, gestion, etc.). Les pêcheurs enquêtés ont insisté sur le caractère essentiel de ce travail qui n'est pas toujours « comptabilisé » et « reconnu ». La présence de la famille permet également de constituer un « relais avec la terre ».

Concernant les activités de diversification, l'enquête révèle que la participation de la famille facilite la mise en place de nouvelles activités. La moitié des pêcheurs enquêtés est aidée par un membre de la famille dans le cadre de leur entreprise de pêche. Cependant, ce taux passe à plus de 60 % pour les entreprises qui se sont diversifiées alors qu'il est de 11 % dans les autres entreprises. Ce membre de la famille est généralement le conjoint du patron du navire (pour 78 % des entreprises où un membre de la famille est présent dans l'activité). Dans le cadre des activités de diversification, la participation de la famille, et notamment du conjoint, intervient au niveau de la commercialisation des produits : il s'occupe de la préparation de la vente, de la gestion, etc.



Comme les résultats de ces enquêtes l'ont démontré, la pratique d'activités de diversification dépend du territoire, des caractéristiques du navire et de la présence de la famille. Cependant, la pratique de ces activités est-elle motivée par la volonté de perpétuer les traditions d'un territoire ou dépend-elle d'autres facteurs ? Existe-t-il différentes stratégies, en lien avec l'activité, le métier ou la région géographique ?

3.2. Quelles sont les stratégies de mise en place d'activité de diversification ?

Avant d'étudier les logiques amenant à la pratique d'une activité de diversification, il est nécessaire de déterminer comment les pêcheurs perçoivent la diversification et notamment savoir quelle est leur définition de la diversification. Les résultats de l'enquête montrent en effet qu'une partie des pêcheurs enquêtés (19) estiment ne pas être diversifiés alors même qu'ils pratiquent au moins une des activités de diversification considérées dans l'étude. Parmi ces pêcheurs qui ne s'estiment pas diversifiés, deux groupes peuvent être distingués.

Les pêcheurs pratiquant une activité de diversification rémunératrice : ils touchent un revenu de la pratique soit de la **vente directe** (4 des enquêtés), soit de l'**embarquement d'experts** (1 enquêté). Cependant, pour tous ces enquêtés, cette rémunération ne représente qu'un faible pourcentage dans le chiffre d'affaires de l'année 2009 pour l'entreprise de pêche (pas plus de 3 % pour la vente directe, 1 % pour l'embarquement d'experts). Elle est donc considérée comme marginale par les pêcheurs et ne constitue pas, selon eux, une forme de diversification.

Les pêcheurs pratiquant aucune activité de diversification rémunératrice : ces enquêtés ne gagnent pas d'argent par leur pratique. Parmi les activités pratiquées, deux se démarquent, la **collecte de déchets en mer** (pratiquée par dix enquêtés) et l'**embarquement d'experts** (pratiquée par six enquêtés). Le fait qu'elles soient encadrées (embarquement d'experts) ou non (collecte de déchets, non pratiquée ici par les enquêtés dans le contexte des contrats bleus) n'influe pas sur le sentiment que ces activités puissent être apparentées à de la diversification. Ils les réalisent pour montrer qu'ils sont conscients de l'importance de la sauvegarde du milieu avec lequel ils sont en interaction. Ce groupe considère ces activités comme faisant partie intégrante de leur profession.

Dans la suite de l'étude, l'analyse des stratégies ne prend en compte que les pêcheurs considérant réellement pratiquer la diversification, soit 85 personnes enquêtées.

3.2.1. Des logiques économiques et individualistes pour les pêcheurs

La recherche d'une plus-value, le plus souvent financière, est la principale raison pour les pêcheurs expliquant la pratique d'une activité de diversification (Figure 6). Ainsi pour 64 % des enquêtés considérant pratiquer une activité de diversification, la raison de s'engager dans un tel processus est d'augmenter les revenus de l'entreprise de pêche. La diversification s'inscrit donc pour les pêcheurs dans une **logique financière**, elle se doit donc d'être rentable, la pratique de celle-ci devant générer un revenu additionnel à celui généré par la pratique de l'activité principale. Ce constat est partagé par les autres acteurs du littoral (59 % des enquêtés pensent que les pêcheurs se diversifient pour augmenter leurs revenus).

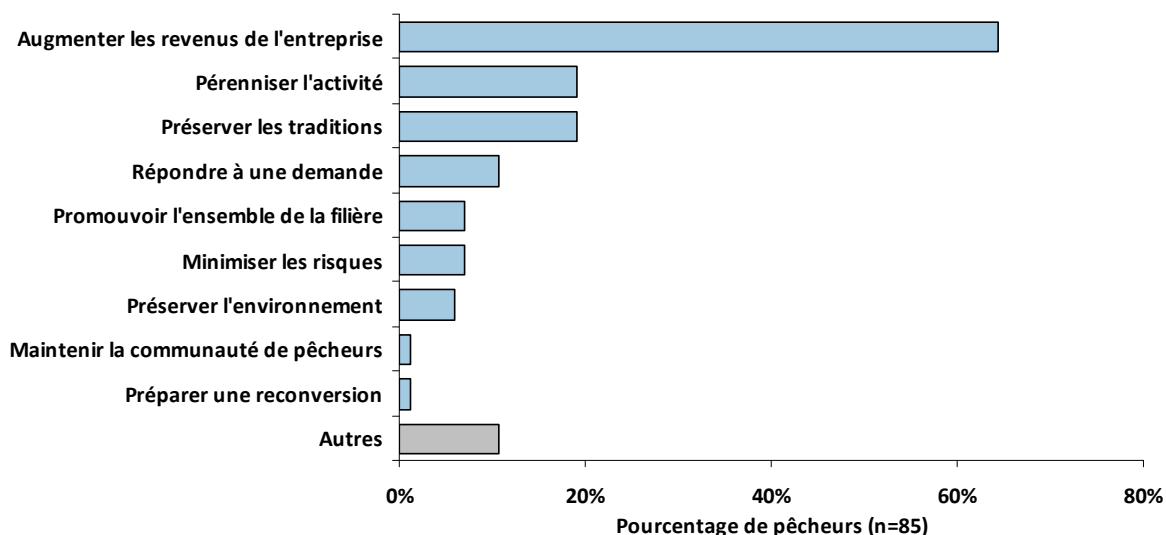


Figure 6 : Raisons de la mise en place de l'activité de diversification
(pourcentage de pêcheurs, échantillon de 85 enquêtés)

Source : enquête 2010

La question suivante cherche à déterminer si cette logique de diversification vaut pour toutes les activités ou seulement pour quelques unes d'entre elles. Le profil type des enquêtés ayant choisi cette modalité est clair : sur les 54 pêcheurs ayant choisi cette réponse, 53 pratiquent la **vente directe au consommateur**. Finalement, plus que de répondre aux raisons qui les ont poussés à diversifier leur activité, les pêcheurs ont majoritairement expliqué les raisons qui les ont poussés à mettre en place une activité de vente directe. Ce choix peut être dû au biais de l'enquête, évoqué dans la partie 3.1 d'avoir interrogé un large nombre de pêcheurs pratiquant ce type de vente par rapport aux autres pêcheurs. En effet, dans les discussions avec les pêcheurs, la diversification était souvent réduite à la vente directe au consommateur. La majorité d'entre eux considèrent que les autres activités proposées s'inscrivent plus dans le travail quotidien du métier de pêcheur et ne méritent donc pas d'être considérées comme des activités de « diversification ». Il est donc possible de conclure que **la mise en place de la vente directe est principalement motivée par l'augmentation de revenus qu'elle entraîne**.

Concernant, les logiques de diversification, le second point notable est l'importance de toutes les modalités ayant un rapport avec la rentabilité ; qu'il s'agisse de se diversifier pour « augmenter ses revenus » (discuté ci-avant), pour « pérenniser l'activité » (19 % des enquêtés) ou de minimiser les risques (7 % des enquêtés). La diversification est une des réponses possibles à la crise économique que traverse le secteur halieutique.

Il ressort également de cette étude, que la mise en place d'une activité de diversification est avant tout une stratégie d'entreprise et donc une initiative individuelle. Peu de pêcheurs justifient la mise en place d'une activité par des motivations collectives (promouvoir la filière ou préserver l'environnement). D'autre part, certains enquêtés ont particulièrement insisté sur l'absence de choix personnel réel concernant la mise en place d'une activité de diversification. Ils avouent que la diversification s'impose à eux car l'activité de pêche n'est pas suffisamment rémunératrice pour assurer la survie de leur entreprise de pêche (baisse de rentabilité de l'entreprise).

« **O**n ne se lance pas dans une activité de diversification par plaisir. On le fait parce qu'on est obligé de le faire. »
Pêcheur du Tréport

Pourtant, de nombreux autres acteurs du littoral ont souligné l'importance de la motivation dans la réussite d'une entreprise de diversification. Prenant l'exemple de la vente directe au consommateur, les pêcheurs ayant une « veine » commerciale attirent plus de clients (et de ce fait génèrent des revenus plus importants) que ceux n'ayant pas les mêmes aptitudes.



3.2.2. Des logiques qui diffèrent selon les régions

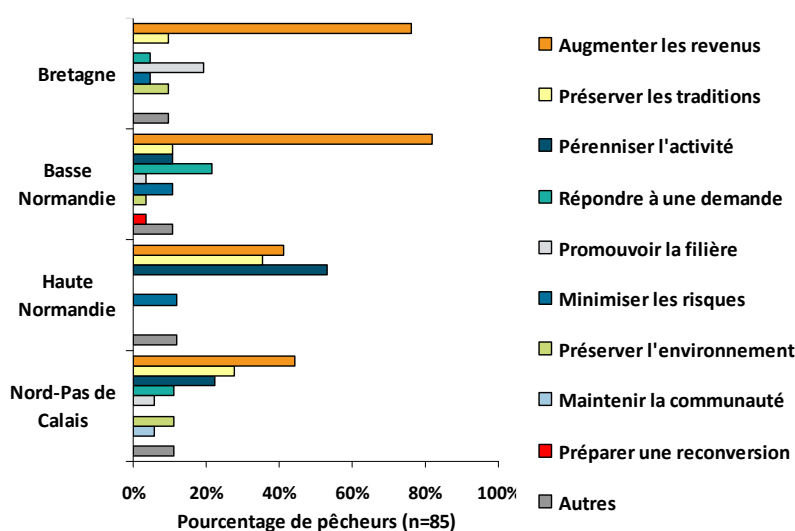


Figure 7 : Raisons de la mise en place de l'activité de diversification par région d'étude (en pourcentage de pêcheurs, échantillon de 85 enquêtés)

$\chi^2 = 46,48$, ddl = 27, 1-p = 98,87 %.

Source : enquête 2010

Si en fonction des régions, des différences de pratique des activités de diversification sont observées, il en est de même pour les motivations de l'engagement des pêcheurs. Même si la motivation première des pêcheurs dans toutes les régions est l'augmentation des revenus, des différences significatives ont pu être observées dans les logiques de diversification (Figure 7).

Dans le Nord-Pas-de-Calais, le maintien de la communauté de pêcheurs apparaît comme une préoccupation des enquêtés alors que cette réponse est absente dans les autres régions. Ce soutien mutuel entre les pêcheurs est historique, il a permis notamment la naissance de la Coopérative Maritime Etaploise (CME), proposant des innovations pour le secteur halieutique. La diversification n'échappe pas à cette envie de voir les bénéfices retirés par l'ensemble de la profession.

En Haute-Normandie, les enquêtés se diversifient essentiellement pour pérenniser leur activité et pour préserver les traditions. L'inventaire avait déjà permis de montrer la pratique ancestrale de la diversification dans cette région (notamment **vente directe au consommateur**). Il est donc tout à fait normal de retrouver un lien entre les traditions et les motivations de la pratique de la diversification. Ces pêcheurs haut-normands pratiquent ces activités pour assurer la survie de leur entreprise. Par conséquent, cette pratique ne permet pas simplement de maintenir (modalité choisie par seulement 41 % des enquêtés) mais plutôt de « conserver » ses revenus.

En Basse Normandie plus qu'ailleurs, les pêcheurs ont mis en place une activité de diversification, notamment la vente directe pour répondre à une demande du consommateur.

En Bretagne, les pêcheurs mettent en avant le fait que le développement des activités de diversification a un impact positif sur l'ensemble de la filière halieutique. Ils ont pris notamment l'exemple des activités liées au tourisme (vente directe, embarquement de passagers, participation à des festivals, etc.) qui valorisent l'activité de pêche auprès des consommateurs. Ils pensent que par la suite cela aura un impact sur les ventes de produits de la mer en général, ce qui profitera à l'ensemble de la filière.



3.2.3. Des logiques qui diffèrent selon les caractéristiques du navire

En fonction des caractéristiques du navire, les motivations d'un processus de diversification vont également varier. Ce n'est pas le type d'art pratiqué mais plutôt la taille du navire qui présente des corrélations avec les stratégies de diversification. Ce croisement est présenté dans la figure suivante (Figure 8).

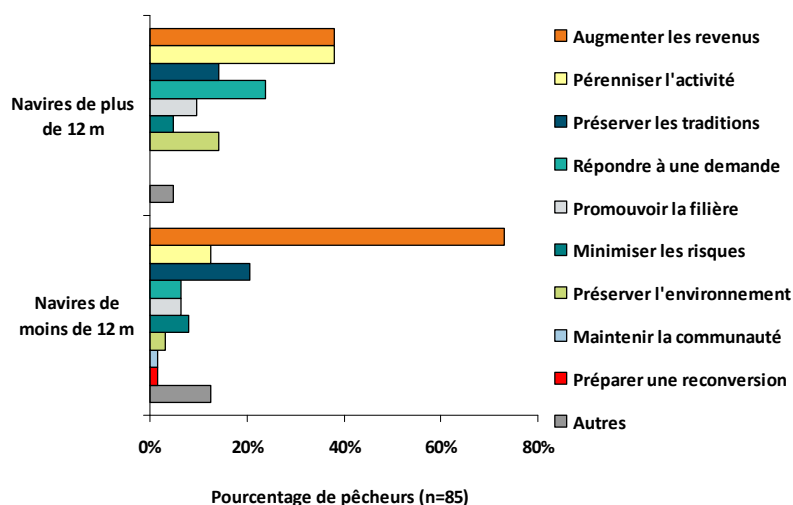


Figure 8 : Raisons de la mise en place de l'activité de diversification par classe de taille des navires (pourcentage des pêcheurs, échantillon de 85 enquêtés)
 $\chi^2 = 18,34$, ddl = 9, 1-p = 96,86 %.

Même si la modalité « Pérenniser l'activité » apparaît plus importante pour les patrons de navire de plus de 12 m, statistiquement la

préservation de l'environnement et la réponse à une demande sont significativement plus importantes que pour ceux de moins de 12 mètres. Plusieurs explications sont avancées. Généralement, ces navires de grande taille sont pointés du doigt pour des questions d'impacts néfastes sur l'environnement. En pratiquant certaines activités de diversification, ils pensent donc pouvoir agir sur cette image. D'autre part, ces pêcheurs mettent en place des activités de diversification (notamment la vente directe) pour répondre à des sollicitations extérieures plus que dans l'optique d'une véritable démarche d'entreprise.

L'augmentation des revenus reste la motivation première de la mise en place d'une nouvelle activité pour les deux catégories de navire. Cependant, elle est moins importante pour les patrons de navires de plus de 12 m. On peut expliquer cette différence en prenant en compte le chiffre d'affaires. Plus le chiffre d'affaires est important (ce qui est généralement corrélé à la taille du navire), plus la part des revenus tirés d'activités de diversification va être faible. Ainsi, l'impact financier de la mise en place d'une activité de diversification sera plus intéressant pour les navires de petite taille.

Les logiques et les motivations de la mise en place d'activité de diversification peuvent être différentes d'une entreprise à l'autre. Cependant, les raisons les motivant sont essentiellement liées au contexte économique et sont donc principalement mises en place avec l'objectif de pérenniser l'activité de pêche en recherchant un revenu complémentaire. Il est donc intéressant de vérifier si toutes ces activités permettent réellement de dégager un revenu.



3.3. Les activités de diversification représentent-elles un revenu complémentaire ?

Afin d'estimer l'apport financier lié à la pratique de ces activités, les enquêteurs ont demandé aux pêcheurs d'estimer le pourcentage de chaque activité de diversification pratiquée dans le chiffre d'affaires de l'entreprise de pêche de 2009 mais également les investissements nécessaires à la mise en place de l'activité. Ces pourcentages représentent plus des tendances que des estimations précises, les pêcheurs n'ayant pas pu vérifier leurs comptes avant de répondre à cette question.

3.3.1. Quelles sont les activités rémunératrices ?

Au moment de l'enquête, la **vente directe** apparaît comme la seule activité de diversification ayant apporté un revenu « fixe » au pêcheur l'ayant pratiqué l'année précédente. Pour les 80 pêcheurs pratiquant cette activité, ce type de vente représente en moyenne 20 % du chiffre d'affaires sur l'année 2009. Cette moyenne regroupe des situations très différentes, les moyennes s'étalant entre 1 % et 81 % du chiffre d'affaires (cf. 3.5.1). L'analyse des résultats montre qu'il existe une relation entre cet apport financier et la région d'appartenance des patrons. (Figure 9).

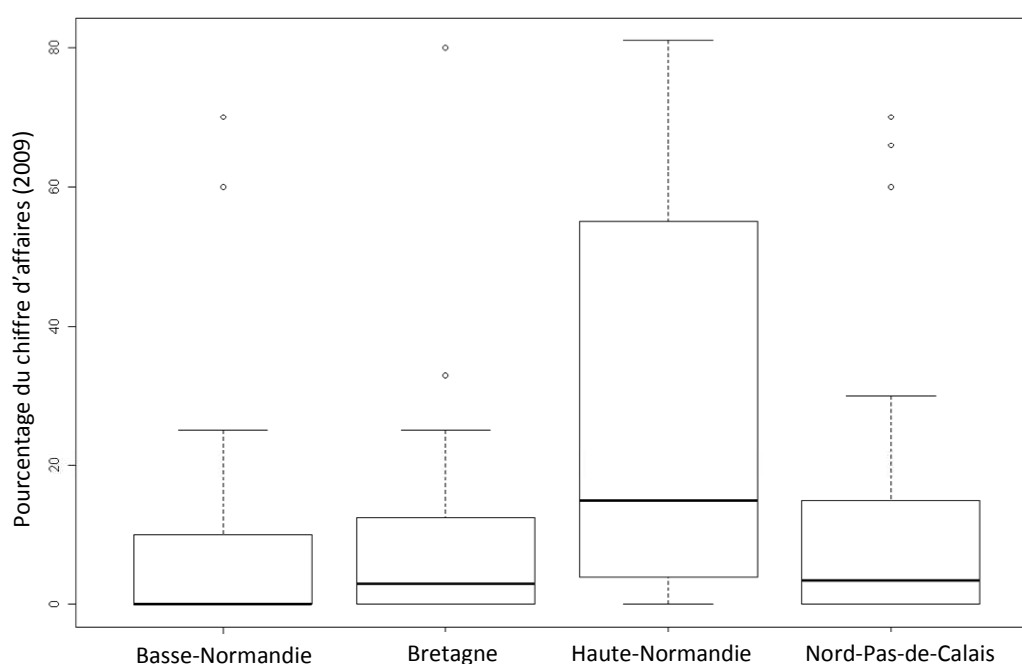


Figure 9 : Dispersion du pourcentage du chiffre d'affaires généré par la vente directe des pêcheurs en 2009 par région (échantillon total de 129 enquêtés)

Source : enquête 2010

La Haute-Normandie, région dans laquelle cette activité est la plus pratiquée, est également celle où cette activité représente la part la plus importante dans le chiffre d'affaires des pêcheurs la pratiquant. Cette part dans le revenu (30 % en moyenne du chiffre d'affaires pour la Haute-Normandie) s'explique par le fait que dans cette région, la vente directe est inscrite comme une tradition pour les pêcheurs et que ceux-ci n'hésitent pas à vendre une grande partie de leur production par ce type de circuit.

La pratique d'activités de diversification et les motivations à s'engager dans celles-ci ne dépendent pas de l'âge des enquêtés. C'est cependant différent pour le chiffre d'affaires. Les patrons les plus jeunes (les classes d'âge 16-24 ans et 25-34 ans) sont ceux pour lesquels la diversification représente la part la plus importante du chiffre d'affaires. Pour eux, la diversification se présente bel et bien comme une stratégie d'entreprise innovante sur laquelle se fonde leur projet d'entreprise. Pour ces jeunes patron-pêcheurs, la vente directe est alors un modèle de développement bien plus qu'un simple complément.



Hormis la vente directe au consommateur, aucune activité de diversification pratiquée ne représentait en 2009 un pourcentage significatif dans le chiffre d'affaires de l'entreprise. La question qui se pose est donc de savoir si de manière générale seule la vente directe au consommateur permet de rapporter un revenu ?

La réponse n'est pas aussi simple. En effet, lors de la réalisation des enquêtes (printemps 2010), l'ensemble des pêcheurs ayant souscrit des contrats bleus n'avait pas encore été indemnisés. La **collecte des déchets en mer**, action phare des contrats bleus, devrait représenter un pourcentage non-négligeable dans le chiffre d'affaires des pêcheurs pour 2010. Les pêcheurs ayant contracté et ayant approuvé la mesure « Nettoyage de la mer », indispensable pour l'indemnisation de la collecte de déchets en mer, devraient recevoir une indemnisation couvrant les pertes de chiffre d'affaires dues à la pratique de cette activité. Il en est de même pour l'indemnisation de l'**embarquement d'experts** dans le cadre de ces contrats. Le nombre de ces contrats bleus signés par les pêcheurs est significatif : pour le premier semestre 2010 (date de la réalisation des enquêtes), plus de cinquante contrats bleus (sans compter les contrats engagés avec l'organisation de producteurs FROM NORD) ont été contractés par les pêcheurs avec l'une des quatre structures porteuses.

D'autre part, la **mise à disposition du navire** a été identifiée comme une activité fortement rémunératrice. Quelques pêcheurs enquêtés ont mis à disposition leur navire pour des contrats de trois semaines dépassant 20 000€. Cependant, en 2009, aucun pêcheur enquêté n'a signé ce type de contrat, ces actions étant souvent très ponctuelles.

3.3.2. Quels sont les investissements ?

D'après les pêcheurs rencontrés, les investissements nécessaires pour mettre en place une activité de diversification sont peu nombreux et concernent principalement la mise aux normes du navire ou des équipements à terre pour répondre aux exigences propres à chacune de ces activités, notamment en termes de sécurité et d'hygiène. Les deux activités où ce type d'investissements est réalisé pour répondre à ces attentes sont l'**embarquement de touristes** et la **collecte de déchets en mer**. D'autres types d'investissements portant sur du matériel peuvent être réalisés, notamment dans le cadre de la vente directe (étal, balance, camion frigorifique, etc.), mais les acteurs rencontrés n'ont pas insisté sur ce point, considérant ces dépenses comme tout à fait négligeables.

Si la principale raison de pratiquer une activité de diversification concerne la rémunération qui lui sera associée, comment expliquer la pratique des autres activités de diversification ne constituant aucune source de revenus ? Plusieurs éléments de réponse peuvent être avancés. Tout d'abord, au moment de l'enquête les pêcheurs ne pensent pas forcément aux activités ponctuelles qu'ils ont pu pratiquer et qui leur ont apporté un complément de revenu ou bien ils estiment leur apport négligeable. De plus, certaines activités peuvent apporter des revenus mais le pêcheur ne va pas pouvoir estimer la part de cette activité dans le chiffre d'affaires global. Une autre réponse peut être apportée par la définition que les pêcheurs ont de la diversification. Comme il l'a déjà été signalé, certaines activités ne sont pas considérées par les pêcheurs comme des activités de diversification mais comme un prolongement de leur activité ne nécessitant pas de rémunération.

« **J** e ne me diversifie pas, je récupère les déchets. C'est normal. »
Pêcheur de Boulogne-sur-Mer



3.4. Quelles sont les contraintes à la mise en place d'activités de diversification ?

Après avoir identifié les pratiques et les motivations des activités de diversification, il est intéressant d'étudier les contraintes qui peuvent freiner, voire empêcher les pêcheurs de se lancer dans une logique de diversification. Cette partie permet d'analyser les facteurs limitant, et sert d'appui pour les pistes de réflexion.

3.4.1. Une classification des types de contraintes

La méthode utilisée pour effectuer une hiérarchisation des contraintes (cf.2.3.1.) nécessite de classer l'ensemble des obstacles à la diversification en plusieurs groupes. Les entretiens réalisés dans le cadre de l'étude préliminaire ont permis de définir 5 groupes d'obstacles :

- ✓ **Les facteurs économiques** : les pêcheurs peuvent être amenés à abandonner un projet de diversification pour des raisons de rentabilité. La partie 3.3 a mis en évidence le fait que la pratique d'une activité de diversification ne générerait que rarement des revenus conséquents, ce qui est problématique à l'heure où les revenus générés par l'activité principale sont en baisse. Il s'agit notamment de rentabiliser les heures de pratique de ces activités.
- ✓ **Les facteurs sociaux** : entrant dans la profession parfois dès 16 ans, les pêcheurs avouent qu'ils ne connaissent que le monde du secteur halieutique. Ils peuvent alors considérer que les activités de diversification sont totalement déconnectées de leur activité principale. De plus, les activités de diversification peuvent exiger des compétences complémentaires que les pêcheurs n'ont pas forcément acquises lors de leur formation.
- ✓ **L'information** : des pêcheurs peuvent s'interroger sur les possibilités de mise en place de telle ou telle activité, sur les procédures administratives, sur ce qu'ils ont droit de faire ou non, etc. Ils peuvent donc estimer que le manque d'information est une contrainte pour eux.
- ✓ **Les opportunités** : Les pêcheurs peuvent également estimer que les opportunités sont limitées pour certaines activités et qu'il n'existe pas réellement de marché pour que l'activité soit rentable. Dans ce cas, ils pensent que la demande du public pour ces activités de diversification est trop faible pour s'engager dans un tel processus.
- ✓ **Le cadre administratif et légal** : cette catégorie peut regrouper deux types de contraintes. Soit les pêcheurs estiment que le cadre administratif et légal empêche de réaliser une activité (cas de l'embarquement de passagers pour certains types de navires). Soit la réglementation permet l'activité mais face à la lourdeur de certaines procédures administratives, les pêcheurs renoncent à mettre en place une autre activité.

« **C**e qui m'empêche de me diversifier ? Ben, c'est toutes les raisons que vous venez de citer ! Aucune ne manque ! »

Pêcheur de Boulogne-sur-Mer



3.4.2. Une hiérarchisation des contraintes bien établie

Grâce à la méthode de hiérarchisation des contraintes utilisée dans le questionnaire, le classement ainsi que l'importance des obstacles à la diversification ont pu être analysés. Cette hiérarchisation est représentée ci-dessous (Figure 10).

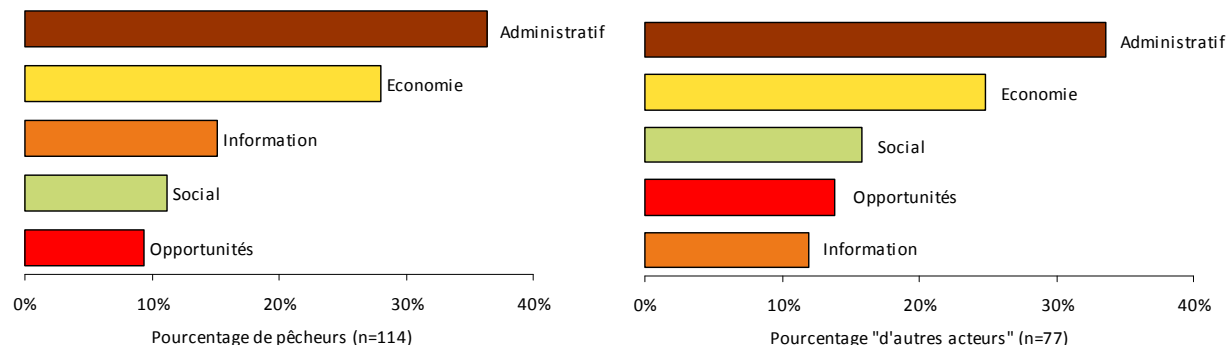


Figure 10 : Importance des contraintes identifiées par les pêcheurs (à gauche) et par les autres acteurs du littoral (à droite) (échantillon total de 114 pêcheurs et 77 autres acteurs)

Source : enquête 2010

Les contraintes administratives apparaissent aux pêcheurs autant qu'aux autres acteurs du littoral comme les principaux obstacles à la diversification, représentant 36 % des contraintes à la diversification selon les pêcheurs. Lors des entretiens, ce sont surtout les contraintes administratives rencontrées par l'embarquement de touristes qui ont été évoquées. En effet, les nombreux projets initiés en Europe dans ce domaine tels que SAGITAL (en Espagne) ou PINTA (en Italie), ayant mis en avant les bénéfices de cette activité, notamment en termes de rentabilité, ont incité un grand nombre de pêcheurs à s'intéresser à la pratique de cette activité. Pour des raisons de sécurité évoquées précédemment (cf. 1.2.1.), le nombre de pêcheurs autorisés à embarquer des touristes à bord de leur navire est très restreint. Les patrons-pêcheurs se voient refuser la pratique d'une activité dont ils pensent que la rentabilité les aiderait à surmonter certaines difficultés économiques. En 2008, ces contraintes apparaissaient déjà comme les obstacles les plus importants pour la diversification des activités de pêche (Merrien, 2009).

Les contraintes économiques représentent, aussi bien pour les pêcheurs que pour les autres acteurs, le deuxième facteur de blocage de la diversification. Il existe un paradoxe : selon les pêcheurs, les opportunités ne manquent pas, tous les investissements réalisés sont négligeables et pourtant, l'économie apparaît comme une contrainte très importante pour les pêcheurs. Pendant la réalisation des questionnaires, les pêcheurs ont insisté sur le fait qu'il leur fallait à tout prix rembourser l'emprunt qu'ils avaient contracté auprès des banques lors de l'achat des navires. La pratique d'une activité de diversification, si elle génère une source de revenus, s'accompagne d'une prise de risques. Le succès de ces activités n'est jamais assuré puisqu'il dépend des caractéristiques du marché ce qui n'est pas le cas de la capture suivie de la vente sous halle à marée où le pêcheur est garanti de toucher au minimum le prix de retrait de son poisson. Les pêcheurs ne sont donc pas opposés à ces activités (la contrainte sociale ne représente que 11 % de l'ensemble des contraintes) mais ils ne disposent pas d'assez de temps pour les pratiquer et réaliser leur activité principale, indispensable pour assurer la pérennité de leur entreprise de pêche.

La véritable différence de perception entre les pêcheurs et les autres acteurs du littoral s'observe pour l'obstacle associé au manque d'informations. Si celui-ci est cité par les pêcheurs comme le troisième obstacle au développement de la diversification, il occupe pour les autres acteurs, le dernier rang dans le classement des obstacles. Les autres acteurs considèrent que les pêcheurs n'accepteront pas de se lancer dans de telles activités (contrainte sociale en troisième position selon eux) mais également que la demande pour ce type d'activités est encore assez faible (contrainte manque d'opportunités en quatrième position).



3.4.3. Une hiérarchisation des contraintes pouvant varier

La hiérarchisation présentée dans la partie précédente représente la perception des contraintes pour l'ensemble des enquêtés. Cependant, suivant les personnes, les lieux, etc., la question est de savoir si les enquêtés ne rencontrent pas des obstacles spécifiques au développement de stratégies de diversification. Pour cela, des traitements statistiques plus précis ont été réalisées. Pour le questionnaire à destination des pêcheurs, ces analyses ont été menées en fonction de sept facteurs : la classe de taille du navire, le type d'art pratiqué, l'âge du patron du navire, la région, la perception de la diversification (le pêcheur pense-t-il qu'il se diversifie ?), la rémunération liée à la diversification (le pêcheur touche-t-il un revenu grâce à la pratique d'une activité de diversification ?) et la pratique d'une activité de diversification (au sens de notre définition). Pour le questionnaire proposé aux autres acteurs du littoral, ces analyses ont été menées selon trois facteurs : l'âge de l'enquêté, la région et la catégorie d'acteur.

Concernant les pêcheurs, les contraintes varient selon la région : l'économie, l'aspect social et le manque d'informations.

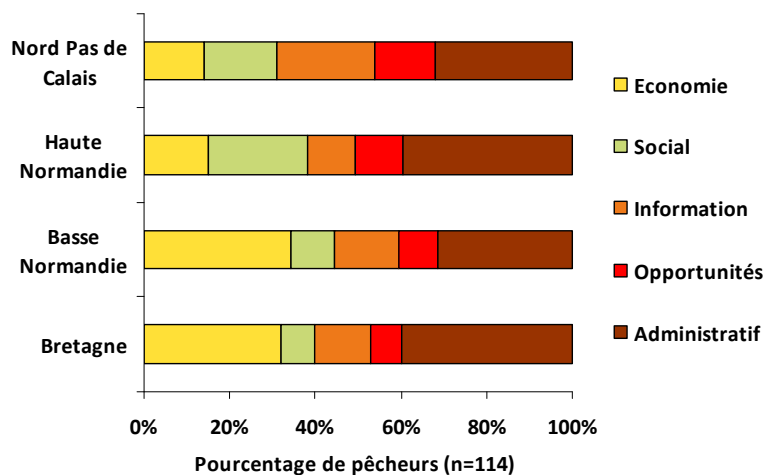


Figure 11 : Importance des contraintes perçues par les pêcheurs en fonction de la région d'origine (échantillon total de 114 pêcheurs)

Source : enquête 2010

Les pêcheurs bretons et bas normands considèrent que la contrainte économique se dresse plus comme obstacle à la diversification par rapport aux pêcheurs des autres régions enquêtées (Figure 11). Ils pensent que la prise de risques due à la mise en place d'une activité de diversification est trop importante pour qu'ils songent à consacrer moins de temps à la pratique de l'activité principale. Ils redoutent que les opportunités de diversification soient trop faibles pour s'y engager.

Les pêcheurs nordistes et haut-normands donnent une importance beaucoup plus significative à la contrainte sociale que dans les autres régions. Cette réponse ne doit pas être interprétée comme un refus des pêcheurs à se diversifier mais plutôt par le désir de ne pas se diversifier davantage. En effet, la diversification est déjà engagée par de nombreux pêcheurs sous diverses formes (cf. 3.1). De nouvelles entreprises de diversification apparaissent alors beaucoup moins pertinentes pour les pêcheurs. Selon eux, les nouvelles activités proposées auront de faibles chances de conserver un lien avec la profession de marin pêcheur.

Les pêcheurs du Nord-Pas de Calais considèrent que le manque d'information est un obstacle à la diversification assez conséquent (représentant 23 % des contraintes dans cette région). Dans les discussions, ceux-ci avouent manquer d'information notamment au sujet des contrats de mise à disposition du navire potentiels. Dans cette région, un grand nombre de pêcheurs enquêtés ont pratiqué cette activité dans le cadre d'un contrat de surveillance de câbles en mer au large du port de Boulogne-sur-mer qui devait être réalisée au départ par un navire anglais et ce pendant deux mois. Les pêcheurs ayant eu connaissance de ce projet ont exprimé leur mécontentement de ne pas avoir été impliqués. La compagnie de télécommunications a donc accepté de recourir à leurs services. Suite à cette expérience, les pêcheurs de cette région redoutent que des contrats similaires voient le jour sans qu'ils en soient informés.



Concernant les « autres acteurs », la place de deux contraintes varie dans la hiérarchisation en fonction de la catégorie d'acteur (Figure 12) : le manque d'opportunités et les contraintes administratives. Le manque d'opportunités est dénoncé par les acteurs de l'administration comme un obstacle à la diversification (31 % des contraintes). Une hypothèse pour expliquer cette différence avec les pêcheurs peut être la différence de perception de la contrainte administrative. Les acteurs administratifs considèrent en effet que cette contrainte est assez faible (seulement 24 % des contraintes leur semble liées à ce type de problème).

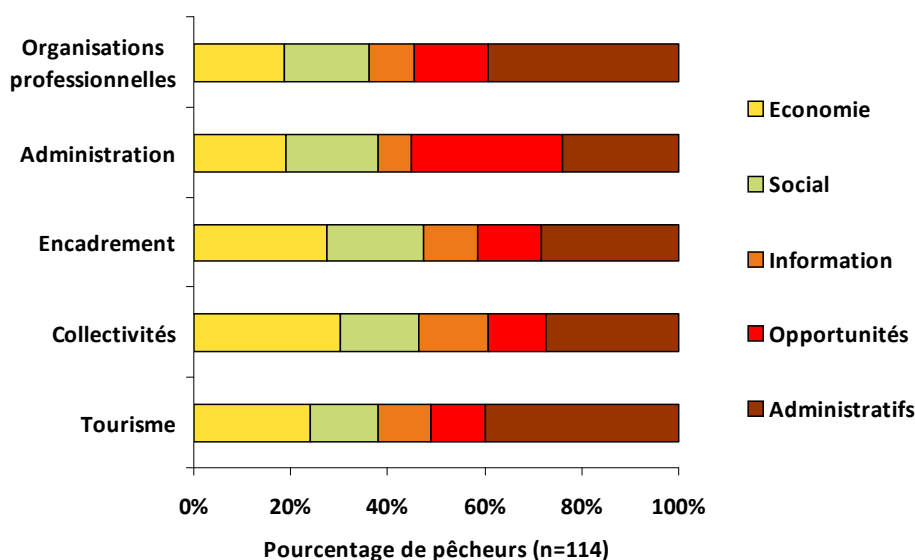


Figure 12 : Importance des contraintes perçues par les autres acteurs en fonction de leur catégorie (échantillon total de 77 enquêtés)

Source : enquête 2010

Enfin, au niveau des contraintes administratives, les organisations professionnelles et les acteurs du tourisme sont les deux catégories qui considèrent que ces contraintes représentent des facteurs de blocage importants pour la diversification. Les obstacles administratifs présentent un degré de contrainte plus important lors de la pratique d'activités liées au tourisme. Les contraintes liées à l'embarquement de touristes ont déjà été évoquées précédemment, ces contraintes touchent aussi la participation à des festivals. En effet, les acteurs du tourisme ont confié que les pêcheurs aimait s'engager dans ces fêtes afin de pouvoir embarquer leurs familles ou d'autres personnes à bord des navires. Maintenant que les règles sont devenues plus contraignantes pour l'embarquement, l'intérêt des pêcheurs à s'engager dans ces fêtes a fortement diminué.

Les principaux obstacles au développement de la diversification sont: administratifs et principalement dus à une réglementation trop contraignante ; économiques et liés à une prise de risques trop importante lors de la mise en place de ces activités. Au-delà de ces contraintes, les pêcheurs souhaitent-ils réellement se diversifier ?



3.5. Les pêcheurs souhaitent-ils se diversifier ?

Avant d'imaginer les pistes d'action pour développer les activités de diversification, il est important de savoir si les pêcheurs seront prêts à se lancer dans de nouvelles activités. La diversification est présentée dans certains textes comme une solution pour assurer la pérennisation des entreprises de pêche sur le littoral. Elle y apparaît parfois comme une solution pour répondre ou prévenir une baisse de rentabilité des entreprises de pêche. Les réponses apportées par les pêcheurs sur les pistes de réflexion pour faire face à des problèmes de rentabilité sont diverses (Figure 13).

La première réponse est qu'avant tout, en cas de diminution de rentabilité de l'entreprise, les pêcheurs vont chercher à continuer à pêcher (68 % des enquêtés). En effet, la majorité des enquêtés n'a connu que le monde de la pêche. Ils sont donc attachés à leur activité et ne souhaitent pas la quitter. Ils choisiront plutôt de diversifier leurs captures ou de changer de mode de pêche. Si beaucoup disent qu'ils vont arrêter de pêcher et se reconvertir dans un autre secteur d'activité (25 % des enquêtés), il s'agit surtout de pêcheurs appartenant aux classes d'âge les plus avancées, motivés par la perspective de prendre leur retraite de manière anticipée.

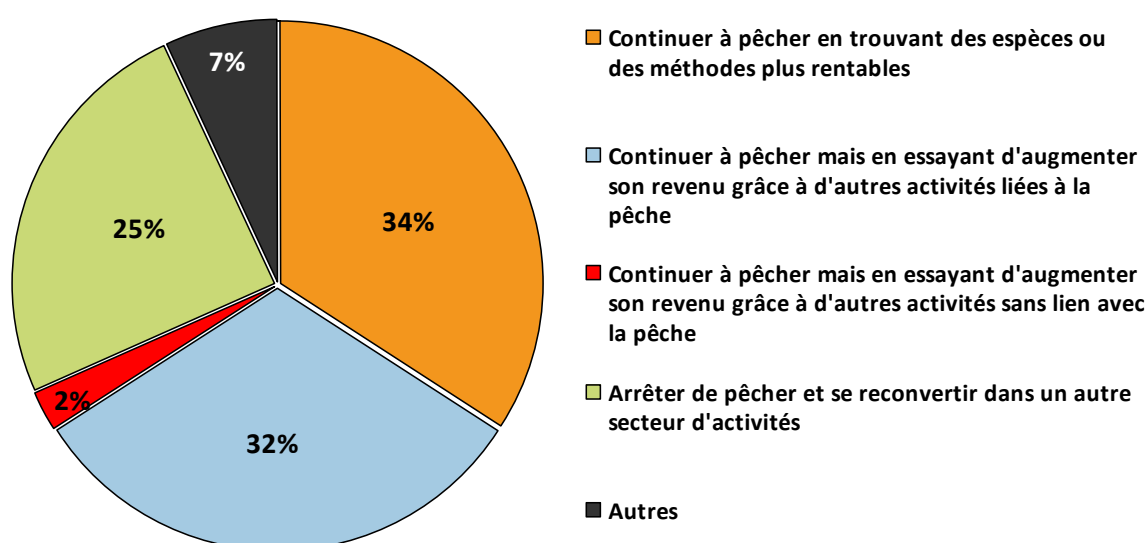


Figure 13 : Scénario futur envisagé par les pêcheurs en cas de baisse de rentabilité de leur entreprise de pêche (en pourcentage de la population enquêtée, échantillon de 129 pêcheurs)

Source : enquête 2010

Un tiers des pêcheurs enquêtés considère qu'il va chercher à diversifier ses activités pour remédier à une situation financière difficile. Pour un grand nombre, le futur de la pêche ne sera pas dans la conservation du système actuel. Ce choix de diversification n'est ni lié à l'âge du pêcheur, ni à la région, ni aux caractéristiques de son navire. L'adoption d'une logique de diversification résulte d'un choix personnel comme la partie 3.2.1 avait pu le démontrer. Ce qui ressort également, c'est que ces pêcheurs souhaitent que les activités pratiquées conservent un lien avec l'activité de pêche, point d'ailleurs essentiel dans la définition de la diversification. Les pêcheurs ont d'ailleurs rejeté massivement la possibilité de s'engager dans une logique de pluriactivité où les pêcheurs vont pratiquer des activités sans lien avec la pêche en complément de leur activité principale (seulement 2 % des enquêtés adopterait cette solution). En général, la pratique de la pluriactivité est souvent liée à une activité de pêche ponctuelle ou irrégulière dans l'année, or les pêcheurs enquêtés souhaitent maintenir leur activité de pêche comme l'activité principale. La pluriactivité représente une opportunité par exemple en Méditerranée où la pêche se pratique souvent de manière saisonnière ou n'occupe qu'une partie de la journée de travail (Breuil, 1997).

« Nous sommes à l'aube d'une période très excitante. Le secteur halieutique va connaître de profondes mutations. »

Acteur du quartier maritime de Boulogne-sur-Mer



Les autres acteurs du littoral pensent globalement que les pêcheurs vont chercher à diversifier leurs activités dans le futur. Ils considèrent que la diversification va être pratiquée par les pêcheurs pour diversifier leurs revenus ou pour assurer un maintien de la profession. Cependant, ils ont précisé que la probabilité d'engagement des pêcheurs dépendra des activités possibles. Certaines d'entre elles sont, d'après eux, plus attractives ou plus faciles à mettre en place que d'autres en fonction des caractéristiques de l'entreprise de pêche.

La diversification, présentée aujourd'hui comme une opportunité pour le secteur, n'est cependant pas un concept nouveau pour de nombreux pêcheurs. Sur le littoral de la Manche, seul 20 % d'entre eux ne pratique aucune des activités de diversification. Les activités majoritairement pratiquées sur la façade de la Manche sont la vente directe, première activité pratiquée ; la collecte de déchets en mer pratiquée ou non dans le cadre des contrats bleus ; l'embarquement d'experts pratiqué dans le cadre de partenariats scientifiques le plus souvent et la participation à des fêtes maritimes.

C'est l'appartenance à une région qui va principalement conditionner la pratique de ces activités. De plus, les résultats montrent que la pratique des activités de diversification ne concerne pas l'ensemble de la flotte et certaines caractéristiques du navire (principalement la taille) et de l'activité (métier, etc.) peuvent faciliter leur pratique.

La recherche d'une plus-value, le plus souvent financière, est la principale raison pour les pêcheurs expliquant la pratique d'une activité de diversification. Or, les résultats montrent que parmi toutes les activités de diversification pratiquées par les pêcheurs, la vente directe est la seule à générer un revenu.

Enfin, l'étude a permis de réaliser une hiérarchisation des obstacles limitant le développement d'activités de diversification. Ainsi, les obstacles sont principalement dûs à des contraintes administratives et légales ainsi qu'à des contraintes économiques.

Les focus développés dans les questionnaires permettent d'approfondir ces résultats dans le cas de la vente directe, des activités liées aux mesures halio-environnementales et de la prestation de service. Les résultats de ces focus sont présentés dans la partie suivante.



4. FOCUS SUR QUELQUES ACTIVITES

Dans l'enquête française, la collecte d'information s'est focalisée sur certaines activités de diversification. Plusieurs questions supplémentaires ont été posées aux enquêtés sur la vente directe, les activités liées aux mesure halio-environnementale et aux contrats de mise à disposition du navire. Ces questions ont permis de déterminer les conditions des pratiques ainsi que les facteurs influençant l'exercice de ces activités. A la fin de chacun de ces focus, les informations issues des entretiens ont été synthétisées en faisant ressortir les Atouts, les Faiblesses, les Opportunités et les Menaces (analyse AFOM) au développement de cette activité. Si la demande pour les activités de diversification ne peut être réellement quantifiée dans cette enquête, les questions sur les opportunités de développement permettent une première approche.

4.1. La vente directe au consommateur

Les pratiques de vente peuvent être très différentes suivant les lieux de vente, le type de vente ou encore la fréquence de vente. Pour permettre de mieux appréhender ces formes de pratique, deux classifications ont été réalisées : selon la fréquence de vente et en fonction de l'identité de la personne vendant en direct au consommateur.

4.1.1. Une activité ponctuelle ou régulière

Si la majorité des pêcheurs vendant en direct pratique cette activité de façon régulière sur l'année (87 % des enquêtés), certains pêcheurs décident de vendre leur production au consommateur seulement quelques fois par an ou à des périodes précises. D'après l'enquête, trois stratégies de vente peuvent être distinguées.

a) Une activité de vente directe régulière

La plupart des pêcheurs (plus de trois quart) vendent régulièrement leur production au consommateur, cette activité s'apparente à une activité de commerce traditionnelle et permanente. Dans ce cas, les pêcheurs vont réaliser davantage d'investissements pour cette pratique. Parmi ces investissements, les plus indispensables sont la balance pour peser les produits, un local ou un étal pour effectuer la vente et un camion pour transporter la marchandise. Dans les discussions avec les pêcheurs, le montant de ces investissements est apparu comme étant négligeable au regard des bénéfices de l'activité. En effet, il peut soit se contenter d'un simple étal comme local de vente (ne coûtant pas plus de 500 euros) soit louer aux collectivités un local dédié à ce type de vente (dont le prix à l'année varie entre 1 000 et 5 000 euros en fonction des équipements) et il dispose souvent déjà d'un camion pour la pratique de son activité principale. Pour eux, le véritable investissement de cette activité est un investissement en temps. La vente directe génère un supplément de travail par rapport à la vente en halle à marée notamment pour la préparation, la vente, la gestion des invendus. De plus, cette vente vient généralement en complément de la vente traditionnelle sous halle à marée. Dans ce cas, la vente directe représente une part non négligeable du chiffre d'affaires (au moins 20 %).

Les pêcheurs valorisent mieux leur produit par rapport à la vente sous halle à marée (le prix de vente est en moyenne supérieur). Dans la majorité des cas, l'enquête révèle que cette valorisation ne s'accompagne pas d'une diminution du temps de pêche, l'objectif étant plus de maintenir ou d'augmenter les revenus. La mise en place de cette activité génère donc un temps de travail supplémentaire au niveau de l'entreprise. Cette augmentation se traduit en heures de travail supplémentaire pour les marins et/ou par l'emploi d'une personne supplémentaire (notamment le conjoint ou un membre de la famille).



b) Une activité de vente centrée sur la période des fêtes

Certains pêcheurs décident de mettre en place une activité de vente directe pendant les fêtes ou à des périodes précises. Ils profitent notamment d'une augmentation de la demande pour certains produits (notamment l'été ou à Noël) pour mieux valoriser leur production. Le pêcheur va mettre en place cette activité et vendre la majorité de sa production directement au consommateur. Le profil de ce type de pêcheur ressemble beaucoup à celui du pêcheur vendant régulièrement en direct. Pour pratiquer cette activité, il réalise les mêmes investissements que le pêcheur vendant régulièrement en direct (exception faite qu'il ne loue pas de local mais se contente d'un étal pour la vente) et la pratique de cette activité va générer un coût en temps supplémentaire à son activité principale. Ce pêcheur navigue généralement sur le même type de navire, il rentre tous les jours ou plus de deux fois par semaine. Cette vente représente à l'année environ 15 % de son chiffre d'affaires.

c) Une activité de vente sous-contrainte

La troisième catégorie de pêcheur va vendre en direct de façon plus ponctuelle notamment quand il y a des problèmes de commercialisation, quand il dispose de surplus ou quand il a l'occasion de vendre des espèces précises. Cette stratégie a été particulièrement marquée en Haute-Normandie l'année dernière (2009) avec la chute des prix de vente sous les halles à marée de la Coquille Saint Jacques. De nombreux pêcheurs ont été incités à vendre eux-mêmes leur production pour assurer un revenu. Contrairement aux deux autres profils de pêcheurs évoqués ci-dessus, ce type de vente ne prend pas beaucoup plus de temps que la vente sous halle à marée. En fait, ne pratiquant cette activité que quelques fois par an, ce pêcheur considère que le coût en temps généré par la pratique de cette activité est négligeable. N'ayant pas besoin d'approvisionner un étal en fonction d'une quelconque contrainte périodique, ce pêcheur rentre à terre généralement plus de deux fois par semaine et ne réalise pas d'investissements particuliers pour pratiquer cette vente. Dans ce cas, la vente directe ne représente qu'un faible complément à son activité ou est réalisée pour éviter une diminution des revenus.

4.1.2. La prise en charge de l'activité de vente

Les stratégies de vente directe au consommateur peuvent être abordées également sous l'angle du vendeur. Dans le cadre de cette enquête, plusieurs situations ont été identifiées : la vente est réalisée par le patron, les marins ou un membre de la famille.

a) Le pêcheur vend lui-même sa production

Dans certains cas, le pêcheur vend lui-même sa production. Cette situation peut être observée principalement en Bretagne. Cette région étant traditionnellement associée à l'image d'une région de pêche, les consommateurs recherchent un dialogue avec le producteur de leur poisson. La vente directe est alors perçue comme un échange qui permet aux consommateurs de discuter sur le métier de pêcheur et au pêcheur de mieux cibler les attentes du consommateur. De nombreux pêcheurs tiennent les étals de vente directe (50 % des enquêtés pratiquant la vente directe) et ne vendent qu'une partie de la production par ce type de circuit.

b) Le conjoint du pêcheur vend la production

L'image du vendeur est très souvent associée à celle du conjoint du pêcheur (c'est ce que pensent 72 % des autres acteurs du littoral enquêtés). Dans cette enquête, cette situation a été rencontrée dans 50 % des entreprises de vente directe. Ce travail de vente s'associe souvent à un travail de comptabilité de l'entreprise. Sur 37 conjoints en charge de l'activité de vente, 22 ont le statut de conjoint-collaborateur et 5 sont salariés de l'entreprise de pêche. Les pêcheurs rencontrés ont mis en avant l'importance de la présence de leur conjoint dans l'entreprise de pêche et notamment leur rôle moteur et indispensable pour la mise en place de ce type d'activité. La part de cette activité dans le chiffre d'affaires est dans ces cas assez important (> 20 %).



c) Un membre de la famille proche vend la production

Quand la vente est réalisée par un membre de la famille (10 % des cas de vente directe identifiés) cette vente va générer une part plus importante du chiffre d'affaires de l'entreprise de pêche. Cette situation se présente généralement lorsque le conjoint ne peut ou ne veut pas pratiquer cette activité. Les patrons s'adressent alors à un autre membre de leur famille pour tenir l'étal. Cette situation s'observe surtout en Haute-Normandie où, la vente directe étant inscrite dans les traditions, les membres de la famille (généralement les parents du patron) participent à ce type de vente.

d) Un marin vend la production

Enfin, un marin peut s'occuper de la vente (5 % des cas de vente directe). Dans ce cas, la vente directe apparaît comme une base de l'activité des entreprises de pêche puisqu'elle représente environ 50 % du chiffre d'affaires annuel de ces entreprises. Le patron considère alors que cette activité fait partie intégrante de son entreprise de pêche. Il demande alors à un de ses hommes d'équipage de s'occuper de cette activité comme il peut lui demander d'effectuer n'importe quelle tâche à bord du navire. C'est principalement dans le Nord-Pas-de-Calais que les consommateurs vont acheter leur poisson à ces « marins vendeurs ». Ces pêcheurs vendent dans des aubettes particulièrement attractives, les patrons considèrent ces structures comme des « extensions » de leur navire et considèrent cette activité comme un prolongement du travail en mer.

4.1.3. Des opportunités fortes de développement

D'après les acteurs interrogés, la vente directe au consommateur est une activité avec un fort potentiel de développement. Les circuits courts en pêche, comme dans les autres secteurs alimentaires, trouvent à l'heure actuelle un grand intérêt de la part des consommateurs en recherche de fraîcheur, de traçabilité, de produits locaux et de contact avec les producteurs. Ils sont conscients que ces opportunités seront plus importantes pour les petits navires côtiers rentrant au port régulièrement.

Des différences sont toutefois constatées en termes d'opportunités suivant le type de vente. Sans grande surprise, la vente sur les quais apparaît comme la plus propice à un développement important. Les acteurs pensent que les opportunités sont plus limitées pour les autres types de ventes (marchés, livraison). Même si les enquêtés ont insisté sur le fait que de nombreux marchés ne disposaient pas d'un approvisionnement en poisson, ils ne sont pas sûrs que ce manque pourra être comblé par des étals de ventes directes (37 % des enquêtés estimant qu'il n'y a pas ou peu d'opportunités pour ce type de vente). En réalité, pour eux, ce n'est pas le manque d'opportunité qui risque de freiner ce développement mais le fait que la vente sur les marchés nécessite de mettre en place une logistique spécifique à ce type de vente, ces marchés étant souvent éloignés du lieu de débarque des pêcheurs. Ils citent également les problèmes de concurrence avec les poissonniers, notamment sur les marchés. Enfin, pour la livraison de produits ou pour la vente par Internet, les opportunités de développement apparaissent comme très minces. D'après les autres acteurs du littoral, ces activités génèrent en effet des coûts beaucoup plus importants en termes d'organisation que les pêcheurs peuvent difficilement supporter s'ils ne se regroupent pas pour pouvoir la réaliser.



4.1.4. Synthèse sur la vente directe

La vente directe au consommateur est l'activité de diversification « phare » sur la façade de la Manche (pratiquée par une majorité des pêcheurs enquêtés). Cette activité est majoritairement pratiquée par des navires de moins de 12 mètres qui rentrent plus souvent à terre et peuvent ainsi approvisionner plus souvent l'étal de vente. Elle est très fortement exercée en Haute-Normandie où elle s'inscrit dans les traditions. Les principaux points évoqués lors des entretiens avec les pêcheurs et les autres acteurs sont synthétisés dans la figure ci-après (Figure 14).

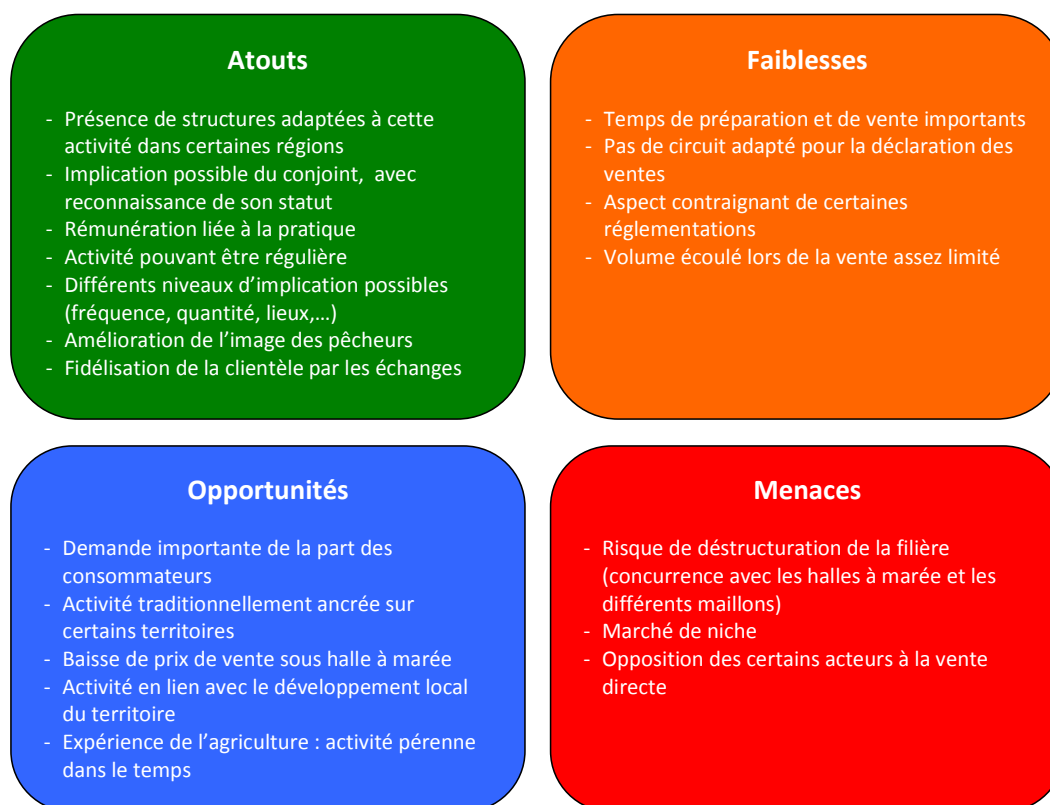


Figure 14 : Synthèse de l'analyse de la vente directe au consommateur

Source : enquête 2010

Ce type de commercialisation peut être pratiqué sous différentes formes : directement sur les quais (la plus courante), sur les marchés, ou encore en livraison. La présence de structures adaptées à cette vente a été notée notamment dans les régions de forte pratique (Nord-Pas-de-Calais et Haute-Normandie). La vente par internet n'est, à ce jour, pas ou peu développée sur cette façade maritime. Même si diverses stratégies de vente ont été identifiées, la vente directe est une activité pouvant être pratiquée sous des formes très variées et peut ainsi correspondre à tout type de pêcheur (même si l'activité est plus difficile à mettre en place pour les pêcheurs partant en mer pour de longues périodes). Cette activité naît le plus souvent d'initiatives individuelles. Très peu d'initiatives collectives ont été identifiées.

La vente directe peut donc représenter un moyen d'apporter des revenus complémentaires. Quand elle est pratiquée fréquemment, elle permet donc un apport régulier sur l'année. L'enquête montre également que cette activité est mise en place soit pour augmenter les revenus en valorisant mieux les produits soit pour maintenir les revenus. Même si ce n'est pas toujours le cas, les produits sont le plus souvent vendus plus chers qu'en halle à marée. Dans certaines régions (exemple de la Haute-Normandie), cette vente est parfois réalisée pour « écouler les stocks », notamment dans des cas de saturation de l'offre par rapport à la demande.



L'étude a montré que l'activité de vente directe au consommateur s'inscrivait dans les traditions de certaines régions telles que la Haute-Normandie ou, à un degré moindre, le Nord-Pas-de-Calais. Développer cette activité permet donc de maintenir ces traditions.

De plus, le pêcheur vendant en direct sa production rentre généralement plus fréquemment au port notamment pour approvisionner son étal de vente et parfois pour assurer lui-même la vente. Ainsi, il est beaucoup plus présent aux yeux du grand public que le pêcheur vendant uniquement en halle à marée et rentrant à des heures avancées de la nuit. De même, la vente directe permet au pêcheur de communiquer sur son métier auprès des consommateurs et ainsi de valoriser son métier. De plus, il répond également aux attentes du consommateur notamment en matière de fraîcheur, de traçabilité, etc.

Cette activité contribue donc à accentuer l'ancrage de la pêche sur le territoire. Cela peut s'appliquer pour toutes les initiatives de développement de circuits courts et plus généralement dans une logique de relocalisation des activités (phénomène inverse de la délocalisation). Après avoir misé sur des stratégies de délocalisation des productions, le « climat » actuel semble favorable au développement d'entreprises locales et devrait permettre de développer ces projets ce qui participe à un meilleur ancrage de l'activité de pêche dans les territoires.

L'une des plus grandes faiblesses du système de vente directe au consommateur est qu'elle reste **associée à des idées négatives de détournement des systèmes de contrôle**. Les principales accusations concernent les quantités vendues en direct, « extrêmement importantes » et « non déclarées » selon certains acteurs. Cette méfiance est en partie due au fait que le système de déclaration des ventes n'est pas adapté à ce type de commercialisation. D'autres accusations pointent **le non-respect des règles sanitaires** dans le cadre de la pratique de cette vente. L'enquête a permis de révéler que cette réglementation n'était pas connue dans son intégralité par la totalité des pêcheurs, ou alors l'était de façon partielle. Cependant, il faut noter que, cette image négative n'a pas été évoquée par tous les enquêtés, notamment dans les zones où la vente est traditionnelle.

Plusieurs enquêtés ont fait remarquer que le développement de cette activité a ses limites. Certains estiment, en effet, qu'un développement massif pourrait entraîner une saturation de l'offre par rapport à la demande. Ce qui pourrait avoir comme conséquence une baisse des prix, et donc une rentabilité moins importante pour les pêcheurs. D'autres enquêtés pensent qu'un développement massif de ce type de vente pourrait avoir un impact négatif sur l'ensemble de la filière, notamment sur le fonctionnement des halles à marée et sur l'activité des mareyeurs. Cependant, aujourd'hui, les volumes vendus par ce circuit semblent relativement limités et, comme ont pu le préciser les acteurs du littoral, la vente directe est vraiment perçue comme une vente complémentaire et non concurrente à la vente sous halle à marée. La répartition du chiffres d'affaires des ventes des pêcheurs interrogés montrent bien que la vente en halle à marée ou de gré à gré restent les principaux circuits de vente.



4.2. Les activités liées aux mesures halio-environnementales

Les activités liées aux mesures halio-environnementales étudiées ici sont la collecte de déchets en mer et la participation à des activités scientifiques (embarquement d'experts et participation à des programmes d'observation de la mer). Ces deux activités font partie des mesures des contrats bleus actuels.

4.2.1. La collecte de déchet en mer

Cette collecte a pour objectif de ramasser les déchets, mais aussi les engins fantômes, les engins de pêche abandonnés qui continuent d'avoir un impact sur les ressources halieutiques et qui peuvent également entraîner des dommages sur les navires de pêche (ils peuvent causer des dégâts importants sur les hélices ou les coques des navires).

Quand ils pratiquent cette activité, de nombreux pêcheurs interrogés la considèrent comme faisant partie intégrante de leur métier et la juge « essentielle ». Ceux qui ne la pratiquent pas, pensent qu'elle est « utile » mais dans la plupart des cas. Les raisons de ne pas la pratiquer sont inhérentes à leur entreprise de pêche (manque de place, pratique de pêche qui ne permet pas de ramasser des déchets) ou liées à des problèmes de traitement des déchets une fois débarqués à terre.

L'une des idées communément reçues est que les questions environnementales préoccupent majoritairement les jeunes générations. Or, cette conscience environnementale accrue des jeunes générations n'est pas ressortie de l'étude, l'âge n'apparaissant pas comme un facteur explicatif significatif de la pratique de cette activité. Le plus important facteur de différence dans les résultats est la région de provenance des enquêtés. Si la collecte de déchets en mer apparaît essentielle aux pêcheurs du Nord-Pas-de-Calais et de Haute-Normandie, elle est seulement utile pour les pêcheurs de Basse-Normandie et de Bretagne.

a) Les pratiques

Cette activité est pratiquée par la moitié des pêcheurs interrogés et de manière régulière sur l'année. Cette pratique est fortement corrélée à la fois à la taille de navires et aux types de métiers pratiqués (cf. 3.1.2). En effet, elle est surtout exercée par des navires de plus de 12 m (pour des questions de place) pratiquant des arts traînants (pour des raisons de faciliter de la collecte).

La pratique de la collecte des déchets est une activité connue des acteurs proches du secteur. Même si cette activité n'est visible à terre qu'au moment du débarquement, les acteurs savent que cette activité est pratiquée par les pêcheurs et pensent qu'elle va même se développer dans les années à venir. Pour eux, les pêcheurs sont des acteurs privilégiés pour « nettoyer les mers » et ils peuvent donc avoir un rôle important dans la préservation du milieu marin. La prise en compte de l'environnement dans le contexte actuel, amène les acteurs à dire que les opportunités de développement de cette activité sont plus que probables (opinions de 70 % des enquêtés).

Comme il l'a été évoqué précédemment, cette activité est la mesure phare des contrats bleus. Cependant, cette pratique est dans la plupart des cas antérieure à la mise en place des contrats bleus. Quand les contrats bleus ont été élaborés, les pêcheurs devaient être indemnisés à la tonne de déchets récupérée. Cependant, la difficulté à mettre en place cette indemnisation a conduit quelques structures porteuses de ce projet à rémunérer les contractants sous la forme d'un forfait annuel dépendant de la taille du navire (cas d'Ar Mor Glaz – structure porteuse des contrats bleus). Cette collecte de déchets peut également se dérouler sans la moindre contractualisation, les pêcheurs ramenant parfois à quai les déchets collectés en mer sans contrepartie monétaire. Au moment de l'enquête, aucun pêcheur n'avait encore reçu d'indemnité pour ces contrats et en dehors de ces contrats aucune indemnisation n'est prévue. C'est pourquoi, actuellement aucun revenu lié à cette activité n'a pu être identifié.



b) Les freins

La mise en place de la collecte de déchets rencontre de nombreux freins. Le plus important est le traitement à terre des déchets (perçu comme le principal frein pour 44 % des pêcheurs enquêtés). En effet, si la récupération des déchets en mer peut être réalisée facilement par certains navires, il n'en est pas de même de leur récupération à terre. Cette perception, partagée par les autres acteurs du littoral (pour 43 % d'entre eux), a des origines diverses. Tout d'abord, bien souvent aucune compagnie ne s'occupe de la récupération des déchets collectés en mer sur le port, ils sont récupérés en commun avec les déchets quotidiens. Dans certains cas, des pêcheurs ayant fait part de leur volonté de participer à cette collecte ont été obligés de se déplacer jusqu'à la décharge publique afin d'y déposer les déchets collectés. Il n'y a généralement pas eu de mesures prises pour la mise en place de la chaîne de traitement une fois à terre, ces déchets étant à la charge des collectivités. D'après l'ensemble des enquêtés, tant que les collectivités ne toucheront pas d'indemnisations pour couvrir cette charge de travail supplémentaire, il existe un risque pour que ce problème de traitement à terre ne trouve pas de solutions. Ces questions sont encore plus souvent évoquées dans les régions où la pratique de cette activité est plus importante. Les pêcheurs du Nord-Pas-de-Calais et de Haute-Normandie insistent sur le manque d'infrastructures pour déposer les déchets. Comme un grand nombre de ces pêcheurs pratique déjà la collecte de déchets (88 % en Nord-Pas-de-Calais et 58 % en Haute-Normandie), ils sont souvent frustrés de voir que cette action n'est réalisée qu'à moitié.

« M' occuper des déchets, je suis d'accord. Mais, il faudrait qu'on mette au moins une poubelle sur le port pour qu'on puisse les mettre dedans ! Sinon, ce n'est pas de la récupération mais juste du déplacement de déchets ! »
Pêcheur d'Etaples

Les autres freins identifiés dans l'enquête sont l'indemnisation des pêcheurs et les questions techniques liées au navire ou à la pratique d'activité. La collecte des déchets est une activité qui demande du temps aux pêcheurs notamment pour le tri, le débarquement. Certains pêcheurs et acteurs pensent que ce temps de travail n'est pas assez valorisé et particulièrement financièrement. Les acteurs du littoral pensent même que les pêcheurs ne sont pas prêts à réaliser cette collecte sans retour financier. Cependant, il faut relativiser même si un quart des acteurs interrogés pensent que le manque d'indemnisation est un frein au développement de cette activité, moins de 10 % des pêcheurs ont la même opinion. Pour eux, le manque de place sur le navire et le type de métier pratiqué sont des freins plus importants à la mise en place de cette activité. Selon un tiers d'entre eux, si cette collecte est utile, elle ne doit pas être réalisée par des pêcheurs car soit il ne s'agit pas de leur métier (pour les pêcheurs pratiquant les arts traînants) soit ils n'ont pas les engins nécessaires pour réaliser cette collecte (pour les pêcheurs pratiquant les arts dormants).

c) Les leviers

Lors des enquêtes, des leviers de développement ont été identifiés. Pêcheurs et acteurs sont unanimes pour considérer que cette action de collecte de déchets en mer ne se développera que si la collecte des déchets à terre est organisée (plus de 50 % des réponses). Concernant les autres leviers possibles, des aides au secteur ont été mentionnées. Les acteurs pensent qu'une indemnisation fixe inciterait les pêcheurs à réaliser cette activité (un tiers des enquêtés), ils mentionnent aussi des aides pour l'équipement ou l'aménagement des navires. Cependant, les pêcheurs sont peu nombreux (moins de 20 %) à dire que ce type d'aides pourrait être un levier.



4.2.2. La participation à des travaux scientifiques

Les pêcheurs peuvent participer à des travaux scientifiques de différentes manières. La forme la plus courante est l'embarquement d'expert pour des programmes d'observation en mer. Ils peuvent également participer à des campagnes scientifiques, réaliser des collectes de données eux-mêmes, etc. Un tiers des enquêtés pratique ces activités de manière ponctuelle (quelques fois par an). Ces activités apparaissent indépendantes des caractéristiques du navire ou de la zone d'étude. La présence d'organismes scientifiques dans les grands ports favorise le développement de ces activités. Les pêcheurs s'engagent essentiellement dans ces activités dans l'objectif de partager leur métier et les connaissances notamment avec les scientifiques.

Concernant l'embarquement d'expert, les avis diffèrent énormément sur cette activité, jugée utile voire essentielle pour certains ou considérée comme une véritable gêne pour d'autres. Plus d'un tiers des pêcheurs perçoivent mal l'embarquement des scientifiques sur leur navire, qu'ils pratiquent ou non cette activité. Mais, la majorité d'entre eux ne retient essentiellement que les aspects positifs. Ainsi, un quart des pêcheurs estiment que l'embarquement de scientifiques permet de montrer leur volonté de participer activement au suivi du milieu (expertise partagée). 14 % estiment que c'est un gage de l'implication des pêcheurs dans le développement durable ou encore pour plus d'un dixième d'entre eux, que c'est une opportunité de valoriser l'image du métier ou de légitimer les connaissances des pêcheurs. On remarque cependant une différence de perception suivant les régions. Pour les pêcheurs du Nord de la Manche, cette activité constitue surtout pour eux une opportunité de légitimer leurs connaissances tandis que pour les pêcheurs de l'Ouest de la Manche, cette activité est surtout perçue comme une gêne. Pour les autres acteurs, ce genre d'activités apparaît véritablement comme un atout pour les pêcheurs. Seulement 12 % de ces acteurs rencontrés considèrent que l'activité d'embarquement d'experts constitue une gêne ou une surveillance pour les pêcheurs.

Comme pour la collecte de déchets, les pêcheurs et les acteurs rencontrés pensent que ce type d'activité va se développer. Les freins identifiés sont plus liés à des changements de pratiques et de façon de travailler ensemble. Plusieurs programmes nationaux sont déjà en cours et favorisent le rapprochement et le partage de connaissances entre pêcheurs et scientifiques. Les acteurs pensent tous que la co-expertise et l'échange d'expériences sont les meilleures solutions pour faire avancer le secteur halieutique dans le sens d'un développement raisonné.

4.2.3. Synthèse sur les activités liées aux mesures halio-environnementales

Le terme « Mesures Halio-Environnementales » (MHE) provient d'une transposition de l'appellation des Mesures Agro-Environnementales (MAE) au secteur halieutique. Même si ces mesures ne sont pas officialisées au niveau européen, en France, les « contrats bleus » mis en place en 2008 sont un exemple de dispositif de MHE avec une contractualisation entre des entreprises de pêche, des structures porteuses et l'Etat visant à encourager des pratiques vertueuses allant au-delà des réglementations et des pratiques antérieures. Parmi, les engagements pris dans le cadre des contrats bleus, plusieurs correspondent à des activités de diversification. Elles regroupent tout aussi bien des activités de préservation de la qualité du milieu (exemple : collecte de déchets en mer) ou d'appui aux analyses scientifiques (exemple : embarquement d'experts ou de scientifiques, récolte de données ou d'échantillon). Ces activités peuvent également être pratiquées en dehors des contrats bleus. La figure ci-dessous (Figure 15) synthétise les informations récoltées lors des entretiens sur les activités liées aux mesures halio-environnementales.

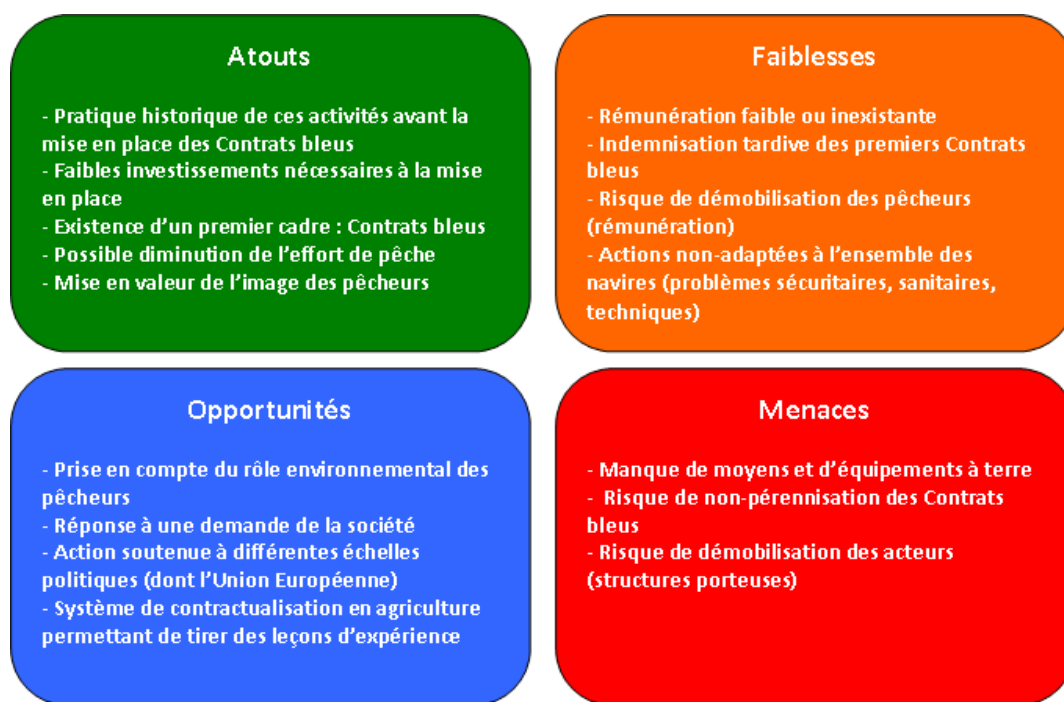


Figure 15 : Synthèse analyse des activités liées aux Mesures Halio-Environnementales

Source : enquête 2010

Même si ces pratiques ne sont pas encore généralisées, elles sont déjà intégrées dans certaines entreprises de pêche et parfois depuis longtemps. La mise en place de ces activités répond de plus en plus au contexte actuel : c'est un moyen notamment de valoriser l'image du marin en leur donnant un rôle de « gardien, sentinelle » de la mer et de répondre aux demandes sociétales actuelles sur la préservation de l'environnement.

La mise en place des contrats bleus est perçue comme la mise en place d'un premier cadre permettant non seulement d'indemniser et donc de « récompenser » les pêcheurs pour leur implication dans la surveillance du milieu mais également de mettre en lumière ces actions et l'implication des pêcheurs. Cependant, le retard dans l'indemnisation et la non-pérennité du système risque de démobiler les pêcheurs qui ont commencé ces activités avec les contrats bleus. La courte durée de ces premiers contrats peut être considérée comme un « test » afin de juger de leur pertinence. Un rallongement de la durée de ces contrats rendrait ce dispositif plus lisible sur le long terme. De plus, cette nouvelle échelle de temps correspondrait mieux à l'échelle de temps des problématiques environnementales. L'impact de ces mesures serait donc accru et représenterait une source d'incitation pour la contractualisation d'un nombre plus conséquent de pêcheurs.

4.3. La mise à disposition de navires

Seulement 12 pêcheurs (sur les 129 enquêtés) ont pratiqué une activité de diversification liée à la mise à disposition pour services, la quantité d'informations collectées sur cette activité est donc assez faible. Cependant, l'objectif de ce focus était simplement de faire un point sur cette activité peu connue. Lors des entretiens de l'étude préliminaire, certains enquêtés avaient évoqué cette activité comme une des pistes à creuser.

Il s'avère que la pratique de cette activité est vraiment très ponctuelle et que finalement peu de navires ont déjà réalisé ce type de sous-traitance. D'après les enquêtés, les demandes de ce type de prestation ne sont pas courantes et les pêcheurs ne sont pas forcément ceux à qui l'on pense en premier pour ce type de travaux à réaliser en mer. Les principaux points évoqués lors des entretiens avec les pêcheurs et les acteurs du littoral sont synthétisés dans la figure suivante (Figure 16).

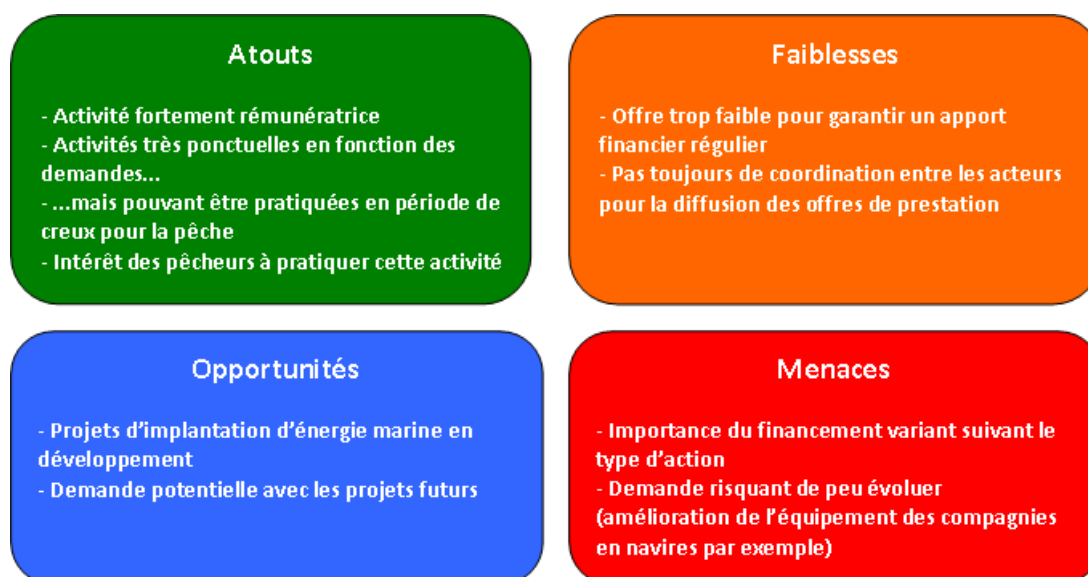


Figure 16 : Synthèse de l'analyse de la mise à disposition du navire

Source : enquête 2010

Si les offres de contractualisation sont assez rares sur la façade de la Manche, elles offrent de réelles opportunités, notamment en termes de rémunération. Plusieurs enquêtés ayant pratiqué cette activité ont reçu plus de 20 000 euros pour la mise à disposition de leur navire. Même si cette activité ne peut apporter une source de revenus régulière, cette rémunération intéresse les pêcheurs, souvent enthousiastes à l'idée de pratiquer des activités changeant leur quotidien mais restant en lien avec la mer (84 % des enquêtés se déclarent prêts à engager ce type de contrat). Cependant, même si ils sont plutôt intéressés par ce type de prestation, ils ne sont pas prêts à travailler avec tous les types d'entreprises. Environ 50 % des pêcheurs haut normands ont insisté sur le fait qu'ils n'acceptaient pas de travailler pour les compagnies d'énergie. Dans cette région, les projets d'implantation d'éoliennes sont nombreux et très conflictuels. Les professionnels sont opposés à cette implantation et ne veulent pas faciliter leur développement.

Au-delà de la rémunération, ces activités présentent l'avantage d'être le plus souvent pratiquées de façon ponctuelle, la majorité des contrats ne couvrant que des périodes très courtes (pour les enquêtés, ces contrats les avaient occupé pendant une semaine). En effet, si les pêcheurs sont d'accord pour pratiquer d'autres activités que la pêche, ils n'envisagent pas de les pratiquer tout le long de l'année.

« Engager un contrat pendant la période de la coquille ? Mais vous voulez que je dépose tout de suite mon bilan ? C'est la période où je gagne le plus ! »

Pêcheur de Paimpol, intéressé par la mise à disposition du navire

Comme indiqué dans la partie 3.4.3., les pêcheurs regrettent de ne pas avoir facilement accès aux demandes de ce type de prestation. Ils regrettent qu'il n'y ait pas de centralisation ni de relais à ces demandes notamment via les organisations professionnelles. D'après leur expérience, quand les compagnies ont besoin de ce type de services, elles contactent directement quelques pêcheurs et s'ils refusent, passent un appel auprès de prestataires privés spécialisés.

Avec le développement de certaines activités en mer, certains enquêtés pensent qu'il y aura cependant des opportunités de développer ce type de contrats avec les entreprises de télécommunication (ex : pour la pose de câbles), d'énergie (ex : pour les études d'impacts, l'installation et le maintien des équipements en mer), avec les autorités portuaires (ex : remorquage, lamanage). Ces opportunités varient selon les régions. On remarque par exemple que dans les régions où on constate un fort rejet des projets éoliens, les opportunités apparaissent beaucoup plus faibles.



Cependant, ces propos ont souvent été nuancés, certains pêcheurs estiment que ces travaux seront de plus en plus réalisés soit par des entreprises spécialisées soit en interne. Ils ont notamment remarqué que les entreprises avaient tendance à acquérir les équipements nécessaires pour réaliser eux même ces travaux. C'est le cas dans certains ports par exemple pour les travaux de remorquage et de lamanage. D'autres enquêtés ont signalé que le financement de ce type de travaux pouvait être un frein au développement de contrats avec les pêcheurs.

D'autre part, les organismes désirant travailler en mer (compagnies d'énergie, associations environnementales) sont souvent en situation de conflit avec les pêcheurs. Même si développer une contractualisation entre ces deux types d'acteurs pourrait permettre d'apaiser les tensions existantes, les pêcheurs ne sont pas toujours prêts à travailler pour ces compagnies. Certains acteurs voient pourtant la pratique de ce type d'activité comme un moyen de communiquer et ainsi d'apaiser ces conflits.

L'analyse de ces trois activités permet de montrer que les activités de diversification sont très diverses (pratiques, forme, fréquence, rémunération, etc.). Les problématiques et donc les leviers de développement sont aussi complètement différents d'une activité à l'autre. Travailler sur une meilleure transparence de l'activité de vente directe, solutionner le problème de traitement à terre pour la collecte de déchets et améliorer la transmission de l'information pour la mise à disposition de navires sont les premières pistes d'actions qui ressortent des enquêtes pour favoriser le développement de ces activités.



5. CONCLUSION ET PISTES D'ACTION

La majorité des pêcheurs pratiquent des activités de diversification. Trois groupes d'activité peuvent être identifiés.

- ✓ Le premier groupe concerne les activités de valorisation des produits. Elles sont rémunératrices par essence. Elles sont souvent pratiquées sur la façade de la Manche, l'activité de vente directe étant l'activité phare. Traditionnelle dans certaines régions, la vente directe au consommateur apporte pour certaines entreprises un complément de revenu pouvant être important.
- ✓ Le second groupe comprend des activités réalisées par les pêcheurs, actuellement sans contrepartie financière mais qui pourraient être rémunérées ou indemnisées. Il s'agit notamment de la collecte de déchets, de l'embarquement d'experts ou de touristes. Les activités liées aux mesures halio-environnementales devraient être indemnisées dans le cadre de contrats bleus. L'embarquement de touristes a été identifié dans plusieurs régions françaises comme une activité qui pourrait être rémunératrice.
- ✓ Le troisième type d'activité regroupe des activités qui ne sont pas vraiment perçues comme des activités de diversification par les pêcheurs mais plutôt comme faisant déjà partie intégrante de leur métier. On y retrouve les activités de découverte du métier comme la participation à des festivals maritimes, les visites de navires, l'accueil de stagiaires, etc. Ces activités ne sont souvent pas une source de revenu mais sont pratiquées généralement de manière ponctuelle. Elles participent surtout à la valorisation du métier.

La pratique de ces activités est liée au territoire, à la région, au mode de pêche ou encore aux caractéristiques du navire. Au cours de cette étude, les pêcheurs ont pu démontrer leur intérêt pour les activités de diversification. Dans le cas où ils ne pratiquent pas déjà des activités de diversification, les pêcheurs ne sont pas opposés à les exercer dans le futur. En effet, s'ils constatent une baisse de la rentabilité de leur entreprise de pêche, un tiers des pêcheurs rencontrés affirme que pour y remédier, ils mettront en place une activité de diversification. D'autre part, les contextes économique, environnemental, politique et social peuvent faciliter ou encourager le développement de certaines activités de diversification. Les activités en lien avec les mesures halio-environnementales par exemple pourraient être généralisées en étant prises en compte dans les politiques européennes. De même, les évolutions de la demande des consommateurs pourront être un élément favorisant le développement des activités liées au tourisme et à la vente directe.

Pour chaque activité de diversification, il a été possible d'identifier les freins et les leviers spécifiques, les discussions lors des enquêtes ont permis de faire ressortir des pistes d'action qui permettraient de lever certains freins à la mise en place de la diversification.

Comment lever les contraintes administratives et informer des possibilités de diversification ?

Tout d'abord, avant de pouvoir songer à un développement de ces activités, les enquêtés pensent que le cadre administratif associé à la pratique de celles-ci doit être révisé. Quand celui-ci n'est pas considéré comme trop flou par les pêcheurs pour être appliquée de la même manière partout, il est vécu comme trop contraignant. Les règles mises en place pour l'embarquement de passagers sont l'exemple qui a été le plus repris dans les entretiens. Les pêcheurs estiment que la réglementation actuelle est trop contraignante et qu'elle n'est pas appliquée de la même manière dans tous les quartiers maritimes. D'autres points ont été évoqués. En termes de fiscalité, par exemple, les pêcheurs ne savent pas quelles sont les conditions de déclaration de certaines activités. Sont-elles exonérées de TVA comme c'est le cas pour la vente directe ou doivent-elles se soumettre aux règles de toute activité commerciale ? La vente directe au consommateur soulève également des questions



sur les droits et les devoirs des pêcheurs, notamment depuis la parution de nouvelles réglementations sur la vente de produits alimentaires⁹.

Au-delà de ces questions précises, les pêcheurs ont regretté un manque d'information concernant la diversification. Très souvent, ils ne connaissent pas la réglementation propre à la pratique de ces activités. Cela peut s'expliquer par le fait que les pêcheurs ne savent pas à qui s'adresser pour répondre à leurs questions, les administrations compétentes variant selon l'activité de diversification.

Ces questions et les contraintes administratives associées sont de plus en plus mises en avant et discutées. Concernant le pescatourisme (embarquement de passagers), ces attentes ont été prises en compte par le dernier Grenelle de la Mer qui a inscrit le développement de cette activité comme une des perspectives pour les pêcheurs. Un groupe de travail national s'est formé pour travailler avec l'administration sur l'encadrement de cette activité. De manière générale, l'axe 4 du FEP est l'opportunité de faire remonter les questions sur la diversification et de travailler avec l'ensemble des acteurs pour trouver des réponses. La première rencontre nationale de l'axe 4 du Fonds européen pour la pêche, le 29 octobre 2010 à Arcachon, a permis aux acteurs du secteur halieutique de réaffirmer leur intérêt pour ces activités et de soulever les problèmes rencontrés par les pêcheurs. Des groupes de travail regroupant les « groupes Axe 4 » sur la thématique de la diversification devraient voir le jour en 2011. D'autre part, plusieurs outils sont maintenant disponibles pour guider les pêcheurs souhaitant se diversifier : par exemple, le guide des activités de diversification de la région Bretagne (Lesueur, 2010) ou le guide écrit par la Cellule d'appui Farnet : « Valoriser les produits locaux de la pêche et de l'aquaculture »¹⁰. De plus, vue l'importance de la diversification au sein des stratégies des « groupes Axe 4 », ce thème fera l'objet d'un séminaire transnational et d'un guide technique en 2011, axé essentiellement sur le tourisme.

Quelle est la demande pour ce type d'activité ?

L'enquête a permis d'évaluer l'offre présente sur la façade en matière de diversification. D'après les enquêtes, il existe des possibilités et des opportunités pour développer certaines activités notamment pour répondre aux nouvelles demandes des consommateurs et de la société en général. L'objectif de l'étude étant de mieux connaître le point de vue des pêcheurs et des acteurs de la filière, les informations récoltées se sont surtout focalisées sur la volonté d'implication des acteurs et sur les perspectives qu'ils entrevoyaient. Cependant, pour certaines activités notamment celles liées au tourisme et à la valorisation des produits, une analyse de la demande est apparue importante pour plusieurs enquêtes. Ils estiment, en effet, que le développement massif de certaines activités pourrait entraîner une saturation de l'offre.

Certains travaux menés à l'heure actuelle dans différents projets, pourront apporter des éléments de réflexion notamment sur la demande par rapport aux activités liées au tourisme. Par exemple, l'action 6.2 du programme CHARM 3 étudie, entre autres, les relations entre la pêche et la perception des lieux et leur importance pour d'autres activités économiques, comme le tourisme par exemple; la signification culturelle de la pêche pour les acteurs de ce secteur ; les possibilités offertes par la croissance d'un marché éthique, ainsi que des produits locaux authentiques. Ce type de recherche ne donnera pas d'éléments quantifiés de la demande touristique sur l'ensemble du littoral de la Manche mais permettra de donner des pistes de réflexion. Il semble assez difficile de faire une étude de marché globale, les demandes pour ce type d'activité étant trop liées aux contextes locaux.

⁹ Arrêté du 18 décembre 2009 relatif aux règles sanitaires applicables aux produits d'origine animale et aux denrées alimentaires en contenant

¹⁰ Ce rapport sera en ligne courant 2011 à cette adresse :

<https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/cms/farnet/fr/category/content-categories/tools/implementing-axis-4>



En effet, différents facteurs influencent la demande correspondante aux activités de diversification : la zone géographique, les autres activités proposées sur le territoire, l'aménagement des villes portuaires, les traditions, etc. Il apparaît donc plus judicieux de mener cette réflexion à un niveau local. Le FEP offre plusieurs possibilités. Les pêcheurs peuvent par exemple faire des demandes pour subventionner des études de marché dans le cadre des mesures sur la diversification. A un niveau collectif, des actions peuvent également être engagées au travers des groupes d'action locale de l'axe 4. Certains groupes ont d'ores et déjà entamé des démarches expérimentales dans leur territoire pour tester de nouveaux produits. C'est par exemple le cas pour le pescatourisme dans le groupe FEP varois et Bassin d'Arcachon – Val de l'Eyre.

Quelle participation des autres acteurs ?

Lors des enquêtes, il est également ressorti qu'au-delà des pêcheurs, d'autres acteurs ont un rôle à jouer dans le développement des activités de diversification. L'état, les collectivités, les organismes professionnels, les gestionnaires de port, les offices de tourisme peuvent également intervenir pour soutenir les projets de diversification. L'accompagnement des projets mais également une participation au projet par la mise en place d'infrastructures ou de services sont aussi attendus.

L'enquête révèle des demandes de la part des professionnels pour encourager le développement de ces activités. L'Etat et les collectivités ont, d'après eux, un rôle d'incitation politique, d'impulsion dans l'évolution de la réglementation, de soutien financier, etc. Mais les attentes vont au-delà, notamment lors de la mise en place des activités. L'information, le conseil voire la formation sont ressortis comme des besoins de la profession. Certains enquêtés souhaitent par exemple que se développent des formations spécifiques pour la vente directe portant notamment sur les règles d'hygiène et de sécurité alimentaire.

Dans certains ports, les activités créées pourraient être mises en valeur ou développées par la réalisation d'aménagements spécifiques. Les enquêtés pensent par exemple à l'accès au port de pêche qui n'est pas toujours adapté à l'accueil de touristes. Certaines villes ont aménagé leur port de pêche soit pour mettre en valeur la « débarque » des produits (passerelle panoramique) ou encore la vente (structure fixe), soit pour rendre plus accessible les navires à partir des pontons. Les pêcheurs pensent que ce type d'aménagement rend plus visible leur activité et attire les consommateurs. L'étude des initiatives existantes de vente directe montre que la présence de structures fixes permettant au pêcheur de vendre et parfois de stocker les marchandises vendues par ce type de circuit facilite le développement de cette activité. Principalement construites afin de permettre aux pêcheurs de pratiquer cette activité tout en étant en accord avec les règles spécifiques à la vente et au stockage de produits alimentaires, ces structures constituent également un attrait touristique. Ces aménagements concernent aussi d'autres activités comme la collecte de déchets, la présence d'infrastructures dédiées à la récupération de ces déchets inciterait les pêcheurs à ramener les déchets à terre. Il s'agit d'une attente importante des professionnels du secteur.



La diversification est soutenue par les acteurs institutionnels en tant que stratégie de développement envisageable. Selon les conclusions de ce rapport, la diversification peut bien être un élément de réponse à la crise actuelle du secteur halieutique. Cependant, il ne peut s'agir que d'un « élément » de réponse, la diversification des activités ne pourra jamais, à elle seule, résoudre l'ensemble des problèmes économiques, écologiques et sociaux. Actuellement, même si les activités pratiquées ont pour objectif une augmentation des revenus des entreprises de pêche, elles représentent souvent une source de rémunération trop faible pour pallier les difficultés financières des entreprises de pêche. Si le développement de la diversification représente une aubaine pour les pêcheurs, d'autres pistes doivent être envisagées pour répondre de manière plus importante à leurs attentes.

Cependant, l'enquête a permis de faire ressortir qu'au-delà de l'apport financier, la diversification peut avoir d'autres rôles. La pratique de certaines activités participe à l'amélioration de l'image du pêcheur et de la pêche, favorise les liens avec le territoire ou encore ancre la pêche dans les dynamiques locales. Chaque territoire a sa spécificité, sa dynamique. Cette dynamique est fonction des activités présentes sur ce territoire, mais aussi de l'ancrage de ces dernières sur le territoire. Par son activité, le pêcheur est très peu en relation avec le territoire terrestre. La pratique d'activité de diversification liée au tourisme et à la valorisation des produits va permettre de créer des liens avec le territoire, de rendre plus visible son activité de pêche, etc. C'est notamment l'idée de l'axe 4 du FEP qui permet de rattacher ce type de dynamique dans un projet de territoire et de faire travailler différents secteurs ensemble.



LISTE DES ACRONYMES

AHP	Analytical Hierarchy Process
CCI	Chambre de Commerce et d'Industrie
CDT	Comité Départemental du Tourisme
CLPMEM	Comité Local des Pêches Maritimes et des Elevages Marins
CME	Coopérative Maritime Etaploise
CRPMEM	Comité Régional des Pêches Maritimes et des Elevages Marins
CHARM	CHannel integrated Approach for marine Resource Management
CSN	Centre de Sécurité des Navires
DDTM	Direction Départementale des Territoires et de la Mer
DIRMer	Direction Inter Régionale de la Mer
FAO	Food and Agriculture Organisation
FEP	Fonds Européen pour la Pêche
IFOP	Instrument Financier d'Orientation de la Pêche
LEADER	Liaison Entre Action de Développement de l'Economie Rurale
LOA	Loi d'Orientation Agricole
MAE	Mesures Agro Environnementales
MHE	Mesures Halio Environnementales
OFIMER	Office national interprofessionnel des produits de la mer et de l'aquaculture
OP	Organisation de Producteurs
OT	Offices de tourisme
PCP	Politique Commune des Pêches
PO	Plan Opérationnel
PSN	Plan Stratégique National
SIH	Système d'Informations Halieutiques
WWF	World Wildlife Fund



BIBLIOGRAPHIE

- BREUIL C., 1997. Les pêches en Méditerranée : Eléments d'information sur le contexte halieutique et les enjeux économiques de leur aménagement, FAO, Circulaire sur les pêches n° 927.
- CHAUDOUARD P., 2007. Le pescatourisme : cadre juridique actuel et perspectives pour le développement d'activités touristiques dans les secteurs pêche et cultures marines, AGLIA. 90 p.
- CHIFFOLEAU Y. (éd.). 2008, Les circuits courts alimentaires: Bien manger sur les territoires. Educagri, Dijon, 213 p.
- COUTURIER I., 2000. La diversification en agriculture : aspects juridiques. Collections Logiques Juridiques, L'Harmattan, Paris, 557 p.
- PHÉLIPPE D., DAURES F. Le GALLIC B., 2010. Panorama des caractéristiques d'exploitation des ressources halieutiques par la flotte de pêche française en Manche. Projet Interreg IVa - CHARM III. Action 9.1 « Dynamiques des communautés marines exploitées et viabilité des pêcheries ». Publications électroniques Amure. Série rapport. N° R-19-2011. 98 p.
- LESUEUR M., HENICHART L.M., BESSE T., BOUDE J.-P., FOLLIARD G., MERRIEN V., ROPARS C., 2010. Guide - Diversification des activités de pêche et de conchyliculture en Bretagne. Cellule Études et Transfert du Pôle halieutique, AGROCAMPUS OUEST, 128 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. Cellule Etude et Transfert du Pôle Halieutique, Agrocampus Rennes, 33 p.
- MARDLE S., PASCOE S., HERERO I., 2004. Management objective importance in Fisheries: an evaluation using the Analytic Hierarchy Process (AHP), Environmental Management, vol 33, pp 1-11.
- MERRIEN, V., LESUEUR M., BOUDE J.-P. 2009. Diversification des activités de pêche en Bretagne: acceptabilité et conditions de développement, Cellule Etude et Transfert du Pôle Halieutique, AGROCAMPUS Ouest, 73 p.
- NIHOUS F., 2008. La diversification et la valorisation des activités agricoles au travers des services participant au développement rural. Ministère de l'agriculture et de la pêche. Paris. 52 p.
- Ministère de l'Écologie, de l'Énergie, du Développement durable et de la Mer, 2009. Le Livre Bleu des engagements du Grenelle de la Mer, 71 p.
- PIERRE C., 2005. Du tourisme industriel à la visite d'entreprises. Lettre de l'OCIM, n°101.
- SAGITAL, 2006. Estudio para la Identificación de Inicativas Turístico-Pesqueras en Gozon-Asturias.
- TANGUY H., 2006. Les pêches maritimes françaises : entre le défi du marché et le défi de l'aménagement du territoire. Rapport à monsieur le Premier Ministre. Paris, 83 p.
- WHITMARSH D., PREMACHANDRA W., 2006. Public Attitudes Towards the Environmental Impact of Salmon Aquaculture in Scotland, European Environment, vol. 16, pp 108-121.



Textes réglementaires

Arrêté du 18 décembre 2009 relatif aux règles sanitaires applicables aux produits d'origine animale et aux denrées alimentaires en contenant

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°1198/2006 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).

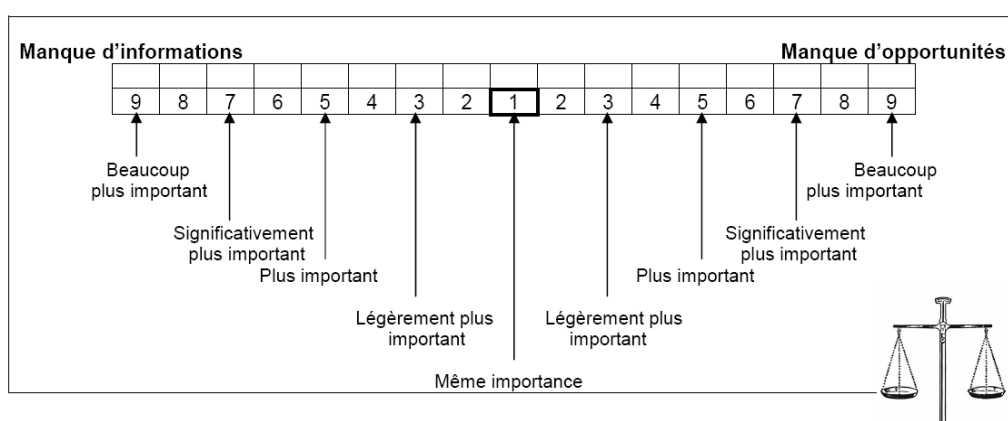


ANNEXES

Annexe 1 : Méthodologie de l'Analytical Hierarchy Process (AHP)

Une des questions soulevée dans l'enquête était de déterminer quels étaient les obstacles à la diversification des activités de pêche. Un travail de discussion a été mené avec les partenaires anglais afin de dresser une liste des contraintes (cf. 3.4). Il a alors été décidé de proposer aux pêcheurs d'effectuer un classement de ces contraintes pour déterminer quels étaient les facteurs prépondérants afin d'agir sur eux en priorité.

Pour réaliser ce classement, un processus de hiérarchie analytique mis au point par Thomas L. Saaty en 1971 a été utilisé. L'idée sous jacente de cette méthode est de décomposer le problème complexe des contraintes en un système de hiérarchies. Toutes les contraintes sont combinées de façon binaire et l'enquête détermine l'importance relative de la contrainte en termes de diversification. Il s'agit donc de demander aux enquêtés quelle contrainte les empêche le plus de se diversifier. Cette méthode a déjà été employée de nombreuses fois pour traiter des problèmes similaires, par exemple pour déterminer les facteurs d'acceptation de fermes salmonicoles par le grand public (Whitmarsh et Premachandra, 2006) ou décider du meilleur plan de gestion d'un stock de poissons (Mardle *et al.*, 2004).



Exemple de question de l'AHP
Source : T.Sérazin, F. Roussel, 2010

Sur cet exemple, la question est de déterminer laquelle des deux contraintes proposées bloque le plus un pêcheur qui va diversifier ses activités. L'image de la balance à deux plateaux illustre clairement cette question. Imaginons que nous posons la contrainte A dans le plateau gauche de la balance et la contrainte B dans le plateau droit. En fonction de la réponse de l'enquêté pour l'importance de la contrainte, la balance penchera du côté gauche ou du côté droit. Une fois ce choix effectué, il reste à déterminer si la balance penche légèrement ou beaucoup de ce côté. Pour cela, l'enquêté choisit un chiffre du côté de la contrainte choisie. Plus le chiffre est important, plus la contrainte est importante par rapport à l'autre contrainte.

Les résultats obtenus ont ensuite été recodés dans le but d'aboutir à des pourcentages. Ces derniers représentent, selon chaque enquêté, la contribution de chaque contrainte au frein général de développement des activités de diversification.



Annexe 2 : Plan d'échantillonnage de l'enquête « pêcheurs »

Nombre de navires actifs sur les zones d'étude par quartier maritime, classe de taille et type de flottille

Quartier maritime	Longueur	Chalutiers	Chalutiers dragueurs	Dragueurs	Fileyeurs	Fileyeurs caseyeurs	Caseyeurs	Bulotiers	Ligneurs palangriers	Goémoniers	Divers	TOTAL
Boulogne/mer	- 12 m	17	16	7	56	4	1		1		4	106
	+ 12 m	43	11	3	7		1					65
Dieppe	- 12 m	5	6	6	6	8		1				32
	+ 12 m	8	13	17								38
Fécamp	- 12 m				16	6			1			23
	+ 12 m	5	1	4	5							15
Le Havre	- 12 m	6	6		1	4						17
	+ 12 m		4	2								6
Cherbourg	- 12 m	1	14	12	12	44	56	67	33		4	243
	+ 12 m	13	40	6	2	1	1		2			65
Paimpol	- 12 m	4	10	47	3	13	9	1	2	3	5	97
	+ 12 m		2	5								7
Morlaix	- 12 m		4	20	19	12	13		6	4		78
	+ 12 m	3	2	2	12		8					27
TOTAL		105	129	131	139	92	89	69	45	7	13	819



Nombre de navires enquêtés sur les zones d'étude par quartier maritime, classe de taille et type de flottille

Quartier maritime	Longueur	Chalutiers	Chalutiers dragueurs	Dragueurs	Fileyeurs	Fileyeurs caseyeurs	Caseyeurs	Bulotiers	Ligneurs palangriers	Goémoniers	Divers	TOTAL
Boulogne/mer	- 12 m	3	2	1	9	1	0	0	0	0	0	16
	+ 12 m	7	2	0	1	0	0	0	0	0	0	10
Dieppe	- 12 m	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	5
	+ 12 m	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	5
Fécamp	- 12 m	0	0	0	2	1	0	0	0	0	0	3
	+ 12 m	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	3
Le Havre	- 12 m	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	3
	+ 12 m	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cherbourg	- 12 m	0	2	2	2	7	9	11	6	0	0	39
	+ 12 m	2	6	1	0	0	0	0	0	0	0	9
Paimpol	- 12 m	1	2	7	0	2	1	0	0	1	0	14
	+ 12 m	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
Morlaix	- 12 m	0	1	3	3	2	2	0	1	1	0	13
	+ 12 m	0	0	0	2	0	1	0	0	0	0	3
TOTAL		17	19	19	21	15	13	11	7	2	0	124



Annexe 3 : Liste des « autres acteurs du littoral » rencontrés

REGION	TYPE D'ACTEUR	ORGANISME	PRENOM	NOM	FONCTION
Basse-Normandie	Administration	DDTM de Cherbourg	Régine	TAVERNIER	Chef du secteur pêche et activités maritimes
Basse-Normandie	Collectivités	Conseil général de la Manche	Didier	BIRAIS	Chef du service ressources marines
Basse-Normandie	Collectivités	Conseil régional Basse-Normandie	Isabelle	DUPONT-MORAL	Chargée de la pêche et des ressources maritimes
Basse-Normandie	Collectivités	Communauté urbaine de Cherbourg	Jean Michel	HOULGATTE	Directeur du service économie
Basse-Normandie	Encadrement	CCI de Cherbourg	Marc	DELAHAYE	Directeur d'exploitation pour la pêche
Basse-Normandie	Organisations professionnelles	CRPMEM de Basse-Normandie	Daniel	LEFEVRE	Président
Basse-Normandie	Organisations professionnelles	CRPMEM de Basse-Normandie	Catherine	PAUL	Conseiller technique
Basse-Normandie	Organisations professionnelles	CLPMEM Ouest Cotentin	Ghislaine	HERVIEU	Secrétaire
Basse-Normandie	Organisations professionnelles	CLPMEM de Grandcamp	Jean-Louis	LECAPLAIN	Président
Basse-Normandie	Organisations professionnelles	CLPMEM de Grandcamp	Rose-Marie	THOMAS	Secrétaire
Basse-Normandie	Organisations professionnelles	NFM	André	MANNER	Directeur
Basse-Normandie	Organisations professionnelles	OPBN	Arnaud	BROUZES	Directeur
Basse-Normandie	Tourisme	CDT Manche	Stéphan	BARRAULT	Coordinateur développement des filières
Basse-Normandie	Tourisme	Office de tourisme de Granville	Isabelle	FROUIN	Directrice
Basse-Normandie	Tourisme	Office de tourisme de Saint Vaast	Dominique	JOUBERT	Directrice
Bretagne	Administration	Direction InterRégionale de la mer (DIRMer NAMO)	Jean-Philippe	QUITOT	Chef du service économique
Bretagne	Administration	DDTM du Finistère	Francis	KLETZEL	Chef du service économie et emplois maritimes
Bretagne	Administration	DDTM des Côtes d'Armor	Edouard	WEBER	Chef du service activités nautiques et littoral
Bretagne	Collectivités	Conseil régional de Bretagne	Aurore	DAVAINE	Chef de service pêche et activités maritimes
Bretagne	Collectivités	Conseil général des Côtes d'Armor	Janick	DENIAUD	Directrice service mer
Bretagne	Collectivités	Conseil général du Finistère	Marie-Catherine	BASTARD	Directrice service mer
Bretagne	Collectivités	Mairie de Paimpol	Jean-Yves	DE CHAISEMARTIN	Maire



REGION	TYPE D'ACTEUR	ORGANISME	PRENOM	NOM	FONCTION
Bretagne	Collectivités	Communauté de communes Paimpol-Goëlo	Julien	LE GUENNEC	Chargé de mission au Développement économique
Bretagne	Collectivités	Morlaix Communauté	Pierre	LEGENDRE	Chargé de mission littoral
Bretagne	Encadrement	CCI de Saint-Quay-Portrieux	Jean-Marc	LIZE	Responsable d'exploitation
Bretagne	Encadrement	CCI de Roscoff	Guirec	ANDRE	Directeur
Bretagne	Encadrement	EDF	Philippe	GUILLAUMEUX	Conseiller auprès du Délégué Régional
Bretagne	Encadrement	Crédit Maritime de Bretagne	Denis	SENECHAL	Responsable de clientèle professionnelle
Bretagne	Encadrement	Ifremer	Sonia	MEHAULT	Technologiste halieute
Bretagne	Organisations professionnelles	CRPMEM de Bretagne	Jacques	DOUDET	Conseiller juridique et technique
Bretagne	Organisations professionnelles	CRPMEM de Bretagne	Gérald	HUSSENOT	Permanent
Bretagne	Organisations professionnelles	CLPMEM de Paimpol	Yannick	HEMEURY	Président
Bretagne	Organisations professionnelles	CLPMEM de Paimpol	Laure	ROBIGO	Chargée de mission
Bretagne	Organisations professionnelles	CLPMEM du Nord Finistère	Emmanuel	KELBERINE	Président
Bretagne	Organisations professionnelles	CLPMEM Nord Finistère	Jean-Pierre	CARVAL	Secrétaire général
Bretagne	Organisations professionnelles	COBRENORD	Damien	VENZAT	Secrétaire général
Bretagne	Organisations professionnelles	NORMA PECHE	Isabelle	LETELLIER	Directrice
Bretagne	Organisations professionnelles	OPOB - Pêcheur Breton	Pascal	BOCCOU	Salarié
Bretagne	Organisations professionnelles	PROMA / PMA	Yves	FOUEZON	Directeur adjoint
Bretagne	Tourisme	CDT des Côtes d'Armor	Vincent	CORRE	Assistant développement (filiale pêche)
Bretagne	Tourisme	Office de tourisme de Morlaix			Directrice
Bretagne	Tourisme	Office de tourisme de Roscoff	Philippe	LEROY	Directeur
Bretagne	Tourisme	Office de tourisme de Paimpol-Goëlo	Dominique	CONAN	Président
Haute-Normandie	Administration	Direction départementale des territoires et de la mer	Pierre	FAGUET	Directeur du pôle
Haute-Normandie	Administration	Direction InterRégionale de la Mer Manche Est – Mer du Nord	Muriel	ROUYER	NR
Haute-Normandie	Collectivités	Conseil Général de la Seine Maritime	Dominique	CHACHUAT	Responsable pêche conseil général



REGION	TYPE D'ACTEUR	ORGANISME	PRENOM	NOM	FONCTION
Haute-Normandie	Collectivités	Conseil Régional de Haute-Normandie	Rejane	LE GUILLOU	Directrice du service économie des territoires
Haute-Normandie	Collectivités	Mairie du Havre	Agnès	FIRMIN LE BODO	Responsable littoral Mairie Le havre
Haute-Normandie	Collectivités	Mairie de Fécamp	Patrick	JEANNE	Maire et Vice-président du Conseil général de Seine-Maritime
Haute-Normandie	Collectivités	Mairie de Dieppe	Lucien	LECANU	5e Adjoint en charge du développement économique, secteur portuaire
Haute-Normandie	Encadrement	CCI de Fécamp	Richard	BRIAN	
Haute-Normandie	Encadrement	CCI du littoral Normand-Picard	Hervé	COINTREL-CAREL	
Haute-Normandie	Encadrement		Bruno	THENAIL	Responsable pêche et travail sur projet EMDI/CAMIS
Haute-Normandie	Encadrement	Syndicat Mixte du port de Dieppe	Pierrick	BODERE	Responsable pêche au syndicat mixte
Haute-Normandie	Organisations professionnelles	CLPMEM de Fécamp	Yannick	POURCHAUX	Président du CLPLMEM
Haute-Normandie	Organisations professionnelles	CLPMEM de Fécamp	Jean-Christophe	LAGARDE	Permanent du CLPMEM
Haute-Normandie	Organisations professionnelles	CLPMEM de Dieppe	Eric	MARET	Président CLPMEM
Haute-Normandie	Organisations professionnelles	CLPMEM de Dieppe	Laëtitia	BOURCIER	Permanent CLPMEM
Haute-Normandie	Organisations professionnelles	CRPMEM de Haute-Normandie	Alexis	MAHEUT	Président CRPMEM
Haute-Normandie	Organisations professionnelles	CRPMEM de Haute-Normandie	Sonia	SANTERRE	Permanent CRPMEM
Haute-Normandie	Tourisme	Office de Tourisme Dieppe	Anne	LE MASSON	Directrice de l'office de tourisme
Haute-Normandie	Tourisme	Office de tourisme de Fécamp	Christophe	CUSSEAU	Directeur de l'office de tourisme
Haute-Normandie	Tourisme	Office de tourisme de Saint Valéry en Caux	Sophie	OSOU	Directrice de l'office de tourisme
Haute-Normandie	Tourisme	Office de tourisme du Tréport	Magali	HUC	Directrice de l'office de tourisme
Nord-Pas-de-Calais	Administration	DDTM du Pas de Calais		MASSA	Administrateur des Affaires Maritimes
Nord-Pas-de-Calais	Collectivités	Conseil Régional Nord-Pas-de-Calais	Adeline	SCREVE	Chargée de mission
Nord-Pas-de-Calais	Collectivités	Conseil Général Pas de Calais	Sandrine	DRAJKOWSKI	Directrice de la Direction du Développement économique des Territoires
Nord-Pas-de-Calais	Collectivités	Conseil Général Pas de Calais	Elisabeth	SELOSSE	Chargée pêche dans Direction du Développement économique des Territoires



REGION	TYPE D'ACTEUR	ORGANISME	PRENOM	NOM	FONCTION
Nord-Pas-de-Calais	Collectivités	Communauté d'agglomérations du Boulonnais	Gaëlle	MATTHIEU	Chargé de mission Capécure 2020
Nord-Pas-de-Calais	Encadrement	Pole Aquimer	Mathilde	COQUELLE	Chargée de mission Pôle Aquimer
Nord-Pas-de-Calais	Encadrement	CCI de Boulogne sur mer	Gildas	DUBOIS	Directeur Criée de Boulogne sur Mer
Nord-Pas-de-Calais	Encadrement	CCI de Boulogne sur mer	Pascal	LABARRE	Chargé de mission « produits de la mer »
Nord-Pas-de-Calais	Encadrement	Le Marin	Benoit	LOBEZ	Responsable Communication/Journaliste à "le Marin" et "Produits de la mer"
Nord-Pas-de-Calais	Encadrement	Crédit Maritime	Henri	MACE	
Nord-Pas-de-Calais	Organisations professionnelles	CRPMEM du Nord-Pas-de-Calais	Delphine	RONCIN	Permanente CRPMEM
Nord-Pas-de-Calais	Organisations professionnelles	CLPMEM du Pas de Calais	Marc	PERRAULT	Président CLPMEM
Nord-Pas-de-Calais	Organisations professionnelles	CME	Vincent	TOULOU MON	Vice-directeur CME
Nord-Pas-de-Calais	Organisations professionnelles	FROM NORD	Laurent	NICOLLE	Vice-directeur FROM NORD
Nord-Pas-de-Calais	Tourisme	CDT du Pas de Calais	Jean Marc	JUTS	Directeur adjoint CDT
Nord-Pas-de-Calais	Tourisme	Office de tourisme de Boulogne	Isabelle	MARQUIS	Directrice de l'office de tourisme
Nord-Pas-de-Calais	Tourisme	Office de tourisme d'Equihen	Bertrand	MODICQ	Directrice de l'office de tourisme
Nord-Pas-de-Calais	Tourisme	Office de tourisme d'Etaples	M	THEETEN	Directrice de l'office de tourisme
Nord-Pas-de-Calais	Tourisme	Office de tourisme de Wimereux	Marc	SUMERA	Directrice de l'office de tourisme

Réalisation, mise en page : Pôle halieutique AGROCAMPUS OUEST

ISSN 2116-8709 (en ligne)

ISSN en cours (papier)

© 2011, Pôle halieutique Agrocampus Ouest. Tous droits de reproduction, même partielle, par quelque procédé que ce soit, sont réservés pour tous les pays

Crédit photos : AGROCAMPUS OUEST

Ce rapport présente les premiers résultats de l'étude menée par le Pôle halieutique dans le cadre de l'action 9.2 du programme CHARM3 (CHannel integrated Approach for marine Resource Management – phase 3). Les objectifs de cette action sont :

- de recenser et de décrire les pratiques de diversification mises en place par les pêcheurs sur le littoral de la Manche,
- d'analyser la propension des pêcheurs à s'engager dans cette voie,
- de déterminer les facteurs de blocage (limites sociales, économiques et juridiques) et de développement de cette stratégie.

Une enquête auprès des pêcheurs a permis de recueillir les avis de 129 pêcheurs de la façade de la Manche dans les quartiers maritimes de Boulogne-sur-Mer, Dieppe, Fécamp, Le Havre, Cherbourg, Paimpol et Morlaix. Une seconde enquête menée auprès de 83 acteurs du secteur

halieutique et du littoral (organisations professionnelles, collectivités, administration, tourisme, etc.) a permis d'apporter un point de vue extérieur, complémentaire à celui des pêcheurs.



Etude réalisée dans le cadre du programme européen de coopération transfrontalière CHARM3 – INTERREG IV A France (Manche) – Angleterre, cofinancé par le Fonds Européen de Développement Régional (FEDER).

AUTEURS

AGROCAMPUS OUEST

Laura-Mars HENICHART
Marie LESUEUR

Université de Portsmouth

Richard MORGAN

Avec la participation de :

Fabien ROUSSEL
Thomas SERAZIN
Carole ROPARS-COLLET
(AGROCAMPUS OUEST)



CONTACTS

- **FRANCE** (AGROCAMPUS OUEST)

Marie LESUEUR : marie.lesueur@agrocampus-ouest.fr

- **ANGLETERRE** (Université de Portsmouth)

Richard MORGAN : richard.morgan@port.ac.uk

Cellule Études et Transfert
Pôle halieutique
AGROCAMPUS OUEST

65 rue de Saint Briec
CS 84215 • 35 042 Rennes Cedex

<http://halieutique.agrocampus-ouest.fr/>

ISSN 2116-8709 (en ligne)
ISSN en cours (papier)