Pôle halieutique
Fisheries and Aquatic Sciences Center

DIVERSIFICATION DES ACTIVITÉS DE CULTURES MARINES EN BRETAGNE :

ACCEPTABILITÉ ET CONDITIONS DE DÉVELOPPEMENT

Juin 2008

Timothée BESSE, Marie LESUEUR, Jean-Pierre BOUDE, Gervais FOLLIARD

Avec le financement de la Région Bretagne

Avec la participation des Sections Régionales Conchylicoles de Bretagne Sud et de Bretagne Nord

TABLE DES MATIÈRES

Présentation de l'étude « diversification des activités de pêche et des cultures marines en Bretagne »……5

Principaux résultats……7

Introduction – deux histoires de coquillages……11

I. Contexte – Définir la diversification……13

I.1. Définition de la diversification à l'image de la diversification agricole……13

I.2. Spécificités des activités conchylicoles……14

I.2.1. Une activité maritime……14

I.2.2. Une activité sur le domaine public maritime……14

I.2.3. Une situation côtière – Loi « littoral », loi sur l'eau……15

I.2.4. Un produit alimentaire vivant……15

II. Méthodologie – Enquêtes auprès des professionnels……16

II.1. Construction de la méthodologie d'enquête……16

II.1.1. État des lieux ……16

II.1.2. Définition de l'enquête ……17

II.1.3. Définition des échelles d'observation……18

II.2. Enquête ciblée – Analyse de logiques de diversification……20

II.2.1. Questionnaire……20

II.2.2. Les entreprises ciblées……21

II.2.3. Déroulement des entretiens……21

II.3. Enquête non ciblée – Acceptabilité et attentes des conchyliculteurs……22

II.3.1. Questionnaire et indicateurs……22

II.3.2. Stratégie d'échantillonnage……23

II.4. Description de l'échantillon……25

II.4.1. Déroulement des entretiens……27

III. Quelles sont les activités déjà mises en place ?……28

III.1. Diversification vers le tourisme côtier……28

III.1.1. Accueil de touristes à l'exploitation……28

III.1.2. Visite des parcs conchylicoles……29

III.1.3. Dégustation des produits……31

III.1.4. Mise en place d'une prestation de restauration……33

III.1.5. Gîtes ruraux et chambres d'hôtes……33

III.2. Diversification des méthodes de vente……34

III.2.1. Vente directe……34

III.2.2. Adhésion à un label ou à une marque……36

III.2.3. Expédition et nouvelles formes de conditionnement des coquillages……38

III.2.4. Valorisation des co-produits……39

III.3. Autres formes de diversification……40

III.3.1. Prestation de services auprès d'autres producteurs……40

III.3.2. Participation aux travaux scientifiques....40
III.3.3. Participation à la surveillance de la qualité du milieu....41
III.3.4. Collecte des déchets en mer ou sur l'estran....42
III.4. Démarches de valorisation de la profession....43
III.4.1. Engagement dans les structures de représentation professionnelle....43
III.4.2. Participation à des salons professionnels....43
III.4.3. Participation à des fêtes maritimes....44
III.4.4. Participation à la formation maritime....44
III.5. Synthèse....45
III.5.1. Les activités les plus développées....45
III.5.2. Parallèle avec la perception des producteurs....46
IV. Quelles sont les logiques d'acteurs ?....47
IV.1. Analyse d'expériences....47
IV.1.1. Les activités mises en place....47
IV.1.2. Motivations à diversifier....47
IV.1.3. Des projets progressifs....48
IV.1.4. Bilan des activités mises en place....49
IV.2. Facteurs d'émergence ou de blocage de la diversification des activités....50
IV.2.1. Facteurs d'émergence de la diversification des activités....50
IV.2.2. Freins à la diversification des activités....52
IV.3. Différentes stratégies de diversification....54
IV.3.1. La diversification accessoire vers une autre méthode de vente....54
IV.3.2. Les stratégies de diversification forte....55
IV.3.3. Les stratégies alternatives....55
IV.3.4. Les stratégies de spécialisation et de regroupement....56
V. Quelles perspectives et quelles pistes d'action pour le développement de la diversification ? 58
V.1. Scénarios d'évolution du secteur conchylicole Breton....58
V.1.1. Scénario 1 : Structuration forte du secteur 58
V.1.2. Scénario 2 : Soutien de la diversité des entreprises conchylicoles sur le littoral breton....58
V.1.3. Deux scénarios : deux visions de la diversification....59
V.2. Pistes d'actions pour favoriser la diversification....59
V.2.1. Mettre en place des outils d'accompagnement....59
V.2.2. Adapter la réglementation de l'activité conchylicole à la pratique d'activités diversifiées....61
V.2.3. Renforcer le tissu des professionnels....61
V.2.4. Mettre en place une politique d'installation adaptée à la diversité des projets....61
V.2.5. Intégrer les activités conchylicoles dans un projet de territoire....62
Conclusion....63
Bibliographie....64
Sigles et abréviations....65

ANNEXES.....66
Annexe A : Liste des entretiens complémentaires.....66
Annexe B : Typologie des activités des conchyliculteurs.....67
Annexe C : Brochure de présentation de l'enquête.....69

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

Le sujet de l'étude « *Diversification des activités de pêche et de cultures marines en Bretagne : acceptabilité et conditions de développement* » est issu d'une réflexion sur la multifonctionnalité des pêches et des cultures marines menée par le Pôle halieutique d'AGROCAMPUS OUEST, en préparation des Assises de la Pêche et de l'Aquaculture menées par la Région Bretagne en 2005-2006 (Lesueur, Boude, Le Goffe, 2007).

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

Le rôle structurant des activités de pêche et de cultures marines est reconnu au niveau européen au travers par exemple des documents d'orientation des secteurs maritimes des pays membres, notamment dans le cadre du Fonds Européen pour la Pêche (FEP)[1]. Le dernier axe du règlement est consacré au développement durable des zones côtières tributaires de la pêche et de l'aquaculture : il stipule l'appui de mesures pour « la diversification des activités par la promotion d'emplois multiples pour les pêcheurs, en créant des emplois complémentaires en dehors du secteur de la pêche ». Au niveau national, les objectifs du FEP sont déclinés au travers du Plan d'Avenir pour la pêche, du Plan Stratégique National (PSN)[2] et enfin du Programme Opérationnel (PO)[3].

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

1 | **Identifier les conditions de développement et les facteurs de blocage** des activités de diversification existantes

2 | **Identifier la faisabilité** des nouvelles voies de diversification

3 | **Analyser la compatibilité des actions** avec les politiques nationales et européennes.

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

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

La méthodologie retenue pour obtenir ces résultats est la suivante :

1 | Une **analyse bibliographique** et une réflexion préalable sur la déclinaison de la théorie de la diversification pour les secteurs de la pêche et des cultures marines

2 | L'**analyse des expériences de diversification existantes** avec le concours des structures professionnelles

3 | La **mise en œuvre d'une enquête auprès des pêcheurs et des conchyliculteurs**

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

---

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

[2]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.

[3]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).

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

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

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

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

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

REMERCIEMENTS

Nous tenons à remercier vivement toutes les personnes rencontrées lors de l'étude ainsi que les deux Sections Régionales Conchylicoles bretonnes pour leur participation active au projet.

PRINCIPAUX RÉSULTATS

QU'EST CE QUE LA DIVERSIFICATION ?

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

Elle doit être distinguée :

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

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

QUELLES SONT LES ACTIVITÉS DIVERSIFIÉES PRÉSENTES SUR LE LITTORAL BRETON ?

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

La diversification des activités n'est pas une idée nouvelle en conchyliculture, car elle correspond aussi à une adaptation aux aléas de la production et des marchés. Certaines activités anciennes, telles que la vente directe au chantier, sur les marchés ou la livraison aux restaurateurs, sont bien ancrées dans le métier et sont assez répandues. Elles ont souvent été mises en place il y a longtemps ou conservées lors de la reprise de l'établissement. Elles ne sont d'ailleurs pas forcément identifiées comme activités de diversification par les entreprise elles mêmes. Il en est de même de certaines activités qui ont pour support le produit ou qui sont dans le prolongement de la production comme par exemple l'expédition de produits, l'adhésion à un label ou la mise en place d'une marque de vente. Ces démarches sont aussi fréquentes mais ne sont pas forcément considérées comme des activités de diversification.

D'autres formes de diversification sont plus récentes ou correspondent à une volonté nouvelle de valoriser et de faire reconnaître ces activités ou encore de répondre à la demande. On peut citer par exemple les activités liées au tourisme, la participation au suivi du milieu, la collecte des déchets... Le positionnement des professionnels vis-à-vis des activités de diversification recensées lors de l'enquête, révèle un réel potentiel de développement pour certaines activités jugées intéressantes par les conchyliculteurs mais encore peu répandues dans le secteur, notamment la valorisation des co-produits et la participation à la surveillance de la qualité du milieu.

QUELLE EST LA PLACE DE LA DIVERSIFICATION DANS LE SECTEUR CONCHYLICOLE BRETON ?

Le nombre d'activités différentes que l'on peut rencontrer au sein des entreprises est largement sous-estimé. Lorsque l'on considère l'ensemble des activités prises en compte dans l'enquête, presque toutes les entreprises rencontrées ont diversifié leur activité, mais elles ne sont pas perçues comme telles. Il existe un réel décalage entre l'état des lieux réalisé et la perception des producteurs.

La plupart de ces activités est exercée de façon peu perceptible pour l'environnement extérieur et les entreprises perçues comme ayant diversifié leur activité sont rares. La diversification est en effet considérée par les personnes rencontrées comme une stratégie originale de recherche d'une niche de marché. Les producteurs perçoivent la diversification plutôt comme de l'innovation. Il est alors difficile d'avoir une idée de l'évolution qu'a pu avoir la diversification ces dernières années. Cependant, une grande partie des producteurs rencontrés pensent que la diversification va se développer dans les années à venir. Les points de vue peuvent ensuite diverger sur les activités à développer et sur la façon de le faire.

QUELLES SONT DÉMARCHES DE DIVERSIFICATION ?

Les entreprises qui sont diversifiées aujourd'hui, l'ont fait de manière autonome dans la grande majorité des cas, mais surtout sur des périodes très longues. La mise en place d'une activité complémentaire au sein de l'entreprise est souvent le résultat d'une longue maturation, d'une adaptation au contexte changeant. Le choix de l'activité dépend de l'environnement de l'entreprise et de son parcours. La diversification relève le plus souvent d'une stratégie individuelle. L'environnement socioéconomique et géographique est déterminant pour expliquer l'émergence des projets de diversification.

Les motivations qui conduisent les entreprises à pratiquer des activités de diversification peuvent être diverses. Certaines activités permettent d'apporter une source de revenu complémentaire, d'autres ont pour objectif de valoriser la production et de fidéliser la clientèle... Les entretiens ont montré que si ces activités étaient le plus souvent mises en place pour des raisons économiques (un tiers des cas observés), nombre d'entre elles ne créent pas de revenu direct significatif. La plupart du temps, ces activités sont exercées de manière occasionnelle, avant tout pour répondre à la demande des consommateurs et pour mieux communiquer sur les produits. Les activités de diversification exercées régulièrement par l'entreprise ont un poids très variable dans les revenus de l'entreprise : elles peuvent n'apporter aucun revenus ou à l'opposé représenter la source principale de revenus. C'est notamment le cas d'entreprises qui se sont spécialisées dans la vente directe ou la livraison aux restaurateurs.

La plupart des conchyliculteurs accueillant des touristes, de manière régulière ou non, ne perçoivent pas de bénéfices significatifs directs de ces activités, mais peuvent bénéficier de retombées indirectes (ventes, publicité...). Les conchyliculteurs vantent très souvent les avantages du contact direct avec le public (alors que les conchyliculteurs sont parfois présentés comme peu amènes avec ce même public). Cette relation privilégiée est souvent exprimée par les producteurs vendant sur les marchés, car ce sont eux qui vont à la rencontre de la clientèle et leur démarche est la garantie d'une fidélisation de la clientèle. Certaines activités se développent en liaison avec l'engagement du producteur dans des démarches en accord avec son système de valeurs : le respect de l'environnement, le maintien des traditions, *etc.* Beaucoup de cas d'activités de vente directe correspondent encore à la poursuite d'une activité existante lors de la reprise du chantier, notamment dans le cas de la vente (sur les marchés ou en livraisons aux restaurants, ce qui leur permet de profiter d'une clientèle existante).

QUELLES SONT LES LOGIQUES DE DIVERSIFICATION EXISTANTES ?

La démarche de diversification peut rester élémentaire, lorsque le producteur ajoute seulement une activité de production à celle qu'il développe principalement, souvent pour assurer un revenu accessoire en cas de problème sur sa production principale. La diversification peut devenir forte et intégrée lorsque l'exploitant combine plusieurs formes de diversification jusqu'à constituer une exploitation originale et équilibrée par la combinaison des activités et des services proposés. Ces deux modèles "extrêmes" se déclinent en une variété de situations et de projets d'entreprises. D'après les résultats de l'enquête, quatre stratégies ont été identifiées :

- **la diversification accessoire**

Cette forme de diversification regroupe essentiellement des entreprises dont la source de revenus principale est la vente de leur production en gros *via* les circuits classiques de distribution et qui ont une activité complémentaire (surtout vente directe au détail, ou en « demi-gros »). Cette forme de diversification est la stratégie la plus courante rencontrée et correspond souvent à la recherche d'une indépendance vis-à-vis du marché des produits conchylicoles. La diversification des méthodes permet aussi d'avoir des revenus plus réguliers, un meilleur prix de vente et l'entretien des contacts avec les consommateurs.

- **la diversification forte**

Certaines entreprises ont développé la diversification de manière très poussée et cela devient une réelle politique d'entreprise. Elles ont une stratégie commerciale de positionnement sur une large variété de marchés et sont conscientes de l'importance de la communication. Ces entreprises vont aussi loin que possible dans la diversification. Cette stratégie correspond à la volonté de se démarquer des autres entreprises conchylicoles. Souvent ce sont des entreprises de taille plus importante pouvant investir largement dans les moyens de communication et de promotion. Cette stratégie est identifiée comme une diversification « offensive ».

- **les stratégies « alternatives »**

Ce cas regroupe des entreprises aux profils très différents, mais marquées par le fait que la grande majorité ou la totalité des revenus provient de l'exercice d'une seule activité de diversification. C'est notamment le cas des entreprises ayant fait le choix d'écouler la majorité de leur production *via* la proposition d'une dégustation. Les volumes produits sont alors bien plus faibles que pour les autres entreprises, mais la marge réalisée sur la vente permet de compenser le temps de présence obligatoire pour l'accueil des visiteurs. Ces entreprises prennent alors une direction radicalement opposée à la voie classique de développement de l'activité d'une exploitation conchylicole et souvent ce choix exprime clairement la volonté de s'engager dans un autre « modèle » économique, ou même idéologique.

- **les stratégies non « diversifiantes » (stratégies de spécialisation)**

Cette dernière catégorie représente les entreprises n'ayant pas choisi de diversifier leurs activités, si ce n'est de manière accessoire en participant aux fêtes maritimes, en adhérent à une marque ou un label... (activités n'étant pas considérées réellement comme des activité de diversification par les conchyliculteurs). Le plus souvent, ces entreprises se développent en augmentant les volumes produits et se spécialisent vers la commercialisation des produits.

QUELQUES PISTES D'ACTION

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

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

Lorsqu'ils ont été interrogés sur les formes d'appui aux projets de diversification, les producteurs ont privilégié les outils qui permettaient de garder leur autonomie vis-à-vis des structures externes. Parmi leurs choix, près de la moitié des individus de l'échantillon ont cité les outils d'information par internet, ou la mise en place d'un centre de ressources documentaires, 35% d'entre eux préfèrent le recours aux subventions publiques et 26% ciblent la création d'une structure d'appui technique. La création de groupes de partage d'expériences entre producteurs a été soutenue par quelques uns d'entre eux et semble un bon moyen de mettre en avant les solutions de diversification qui fonctionnent effectivement, puisqu'elles auront été testées concrètement. Ces innovations sont d'autant mieux diffusées parmi les professionnels que l'incitation provient d'un dialogue entre producteurs et non d'une institution « d'en haut ». Cette collaboration est également un moyen de vaincre un certain individualisme, pour faire émerger des dynamiques collectives.

- **Adapter la réglementation de l'activité conchylicole à la pratique d'activités diversifiées.**

Un point de blocage a été identifié de façon quasi-unanime par les producteurs concernant la mise en place d'activités complémentaires : les difficultés liées aux blocages administratifs et à la réglementation des activités conchylicoles sur le domaine public maritime. Une piste évoquée est donc la reconnaissance par l'administration des activités conchylicoles dans leur ensemble, au sens du code rural. Néanmoins, cette reconnaissance doit se faire de manière rigoureuse afin de ne pas entrer en contradiction avec la loi « littoral ».

- **Renforcer le tissu des professionnels**

Les individus enquêtés ont tous regretté le manque de cohésion entre les professionnels. Les situations difficiles créent l'entraide mais pour beaucoup l'individualisme des conchyliculteurs est une histoire de culture : « *si la situation devenait critique alors on verrait les producteurs se serrer les coudes »,* peut-on entendre. Cette observation est encore plus prononcée pour les ostréiculteurs. Au-delà de cette vision caricaturale, d'autres explications apparaissent : manque de communication, manque de concertation, dispersion et concurrence des syndicats.

- **Mettre en place une politique d'installation adaptée à la diversité des projets**

Si la pratique d'activités complémentaires est problématique pour un certain nombre de professionnels, les difficultés sont amplifiées lorsqu'il s'agit pour un jeune conchyliculteur de s'installer.

La précarité des activités diversifiées est également problématique lors de la reprise des exploitations. La valeur de ces activités n'est souvent pas monnayable dans le cadre réglementaire de la reprise et peut difficilement être détachée de l'exploitation. Cette impossibilité de valoriser les activités complémentaires décourage les exploitants à investir dans la diversification.

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

Les territoires que nous avons abordé lors de ce travail sont des territoires soumis à une forte pression démographique, saisonnière ou résidentielle. La profession conchylicole doit maintenant s'organiser pour le maintien des chantiers conchylicoles, à l'exemple de ce qui se fait pour l'agriculture. Une solution proposée serait d'établir la destination des zones conchylicoles dans les Schémas de Cohérence Territoriale (SCOT), ce qui permettrait de diminuer la pression sur les élus, car les Plans Locaux d'Urbanisme (PLU) - au niveau des communes - doivent être cohérents avec le SCOT.

La diversification des activités des exploitations conchylicoles crée une nouvelle destination d'usage de la bande côtière. La multifonctionnalité de la conchyliculture implique donc la multifonctionnalité des territoires côtiers. Compte-tenu de l'importance que revêt la bande côtière dans la dynamique des communes littorales, notamment pour l'accueil de touristes, l'intégration de nouvelles « fonctions » à ces espaces doit se faire par la concertation de l'ensemble des acteurs concernés et par la définition d'un « projet de territoire » reconnu par tous.

INTRODUCTION – DEUX HISTOIRES DE COQUILLAGES

À l'origine basée sur l'exploitation des gisements naturels, l'industrie huîtrière est devenue élevage (ostréiculture) en Bretagne à partir de la deuxième moitié du XIXème siècle comme sur l'ensemble de la façade atlantique française. Alors que les bassins ostréicoles situés plus au sud voyaient progressivement l'élevage de l'huître creuse, dite portugaise (*Crasssotrea angulata*), concurrencer puis supplanter celui de l'espèce indigène, la plate (*Ostrea edulis*), la Bretagne se spécialisait dans la production de cette dernière espèce, interdisant l'introduction de l'huître creuse au nord de l'estuaire de la Vilaine. Cette période a constitué l'âge d'or de l'ostréiculture bretonne. L'huître creuse fut progressivement introduite à partir du début des années 50 et depuis les épisodes d'épidémies massives affectant les élevages d'huîtres plates dans les années 70, son élevage est devenu largement majoritaire. En perdant sa spécialisation sur un produit à haute valeur marchande, la Bretagne a alors perdu sa position privilégiée sur le marché.

La production d'huîtres creuses concerne tous les zones conchylicoles bretons et représente presque un tiers de la production française d'huître, la région française réalisant le plus de ventes à la consommation restant le Poitou-Charentes (Vigo, 2001). La Charente a une histoire conchylicole bien plus ancienne, et s'est spécialisée dans l'affinage et la vente au consommateur final. Les bassins bretons, quant à eux, sont compétitifs du point de vue des performances d'élevage ostréicole. L'absence de recrutement dans les eaux froides des côtes bretonnes évite les nuisances dues au captage : le naissain se fixant aux coquilles des huîtres et aux tables ostréicoles demandent un travail beaucoup plus important de détroquage et d'entretien des parcs ostréicoles. Mais, cela créer aussi une dépendance par rapport aux autres bassins pour le captage.

En baie de Cancale, la culture des moules (mytiliculture) sur bouchots est apparue en 1954 sous l'impulsion des élus de la commune du Vivier sur Mer. En 1958, des mytiliculteurs charentais s'installent avec leurs familles au Vivier pour développer la nouvelle activité. Le port mytilicole "Le Vivier / Cherrueix" est aujourd'hui le plus important de France. La Bretagne Nord est en tête des régions productrices de moules (principalement des moules *Mytilus edulis*) avec près du tiers de la production nationale, la France étant le troisième producteur européen de ce mollusque (Vigo, 2001). La production de moules en Bretagne se concentre au Vivier-sur-Mer (Ille-et-Vilaine) et dans la région de Pénestin (Morbihan). Les autres départements bretons sont également producteurs, avec près de 6000 tonnes en Côtes d'Armor et 500 tonnes en Finistère. L'élevage exclusif des moules est spécifique à la Bretagne où il concerne 30% des entreprises.

L'histoire de l'implantation de la conchyliculture en Bretagne et les spécificités des élevages ostréicoles et mytilicoles dessine le paysage actuel des entreprises de cultures marines. La principale différence entre la production de moules et d'huîtres est la situation du marché vis-à-vis de ces produits. La consommation d'huîtres est concentrée en hiver sur la courte période des fêtes de fin d'année, alors que celle des moules est plus régulière, avec un maximum estival. D'autre part, la situation économique des entreprises est déterminée par le marché des produits de la mer au niveau national : la production d'huîtres française couvre l'ensemble de la consommation nationale et l'excédent des échanges extérieurs d'huîtres atteint 15 millions d'euros en 2003, alors que les échanges de moules sont déficitaires de 72 millions d'euros (Girard et al., 2005). Les entreprises mytilicoles ont donc beaucoup plus de facilité à écouler leur production et cette différence a un impact fort sur la stabilité économique des entreprises et par extension sur l'enjeu de la pérennisation des activités conchylicoles.

Le secteur de l'aquaculture produit 1,3 millions de tonnes de produits halieutiques par an pour un montant d'environ 3 milliards d'euros, soit un tiers de la valeur totale de la production du secteur des produits de la mer de l'Union Européenne. L'aquaculture doit répondre à un enjeu de durabilité et faire face aux attentes des consommateurs en termes de sécurité alimentaire et de qualité des produits. De fait, la conchyliculture est tributaire de la qualité sanitaire des eaux littorales, mais elle est aussi confrontée à la limitation des sites d'élevage en raison des conflits d'usage sur les zones côtières et de la pression sur le foncier. Ces contraintes freinent aujourd'hui le développement des activités conchylicoles. De plus, l'augmentation de la fréquence des fermetures de bassins due aux efflorescences phytoplanctoniques et à la sensibilité des élevages aux épisodes de contamination microbiologiques ainsi qu'aux conditions environnementales aléatoires du milieu marin peuvent entraîner des mortalités fragilisant un grand nombre d'entreprises. Ces contraintes fortes créent un problème de renouvellement de la profession et beaucoup de chantiers disparaissent du littoral.

Le Plan d'Action pour la Pêche fixe des objectifs opérationnels au développement de la conchyliculture :

1 | Mettre en place une véritable stratégie interministérielle pour l'avenir du secteur

2 | Faire bénéficier les conchyliculteurs d'un régime attractif d'aide à l'installation

3 | Rénover le système de suivi sanitaire des produits de la conchyliculture

4 | Établir un inventaire des zones à potentialité aquacole et le prendre en compte dans l'élaboration des réglementations.

5 | Effectuer un travail sur la recherche de **solutions économiquement durables pour intégrer l'activité économique dans son milieu environnemental et socio-économique local.**

C'est à ce dernier enjeu que peut répondre le développement de la diversification des activités des entreprises conchylicoles. Ce rapport permet d'explorer quelles sont les voies de diversification existantes à ce jour et comment cette solution est perçue par les producteurs bretons.

La démarche utilisée est exploratoire. Elle s'inspire de l'analyse des modèles de diversification agricole transposée au secteur conchylicole. La première partie examine comment la diversification se définit à partir de la nature agricole de l'activité conchylicole et comment elle peut s'appliquer dans le contexte réglementaire des entreprises de cultures marines. Pour répondre aux questions posées sur la diversification des entreprises conchylicoles, une enquête auprès des conchyliculteurs a été réalisée. La seconde partie du rapport détaille la méthode d'enquête retenue et comment celle-ci a été appliquée sur le terrain. Les résultats de l'enquête proposent ensuite un premier état des lieux des différentes voies de diversification et expliquent comment ces activités expriment la stratégie de chaque entreprise rencontrée. Enfin, l'opportunité de la diversification vis-à-vis des contraintes vécues par les exploitants est discutée et les conditions nécessaires au développement de la diversification conchylicole en Bretagne sont identifiées.

I. CONTEXTE – DÉFINIR LA DIVERSIFICATION

D'après Isabelle Couturier (Couturier, 2000), la diversification agricole correspond à l'exercice de plusieurs activités qui relèvent toutes de la sphère de définition juridique de l'activité agricole. En droit civil, *« sont réputées agricoles toutes les activités correspondant à la maîtrise et à l'exploitation d'un cycle biologique de caractère végétal ou animal et constituant une ou plusieurs étapes nécessaires au déroulement de ce cycle ainsi que les activités exercées par un exploitant agricole qui sont dans le prolongement de l'acte de production ou qui ont pour support l'exploitation »*[4]. Cette définition de l'activité agricole est le fondement qui permet de cadrer les activités de diversification.

La définition de la diversification agricole est transposable aux exploitations conchylicoles car elles ont la même nature juridique. En effet, l'activité conchylicole a le statut d'activité agricole : l'article 40 de la loi d'orientation sur la pêche[5] modifie le Code Rural[6] en indiquant : « l*es activités de cultures marines sont réputées agricoles, nonobstant le statut social dont relèvent ceux qui les pratiquent* ».

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

Il faut distinguer trois catégories de pratiques que l'on peut inclure dans la définition de la diversification agricole (figure 1):

- **La diversification de la production**, lorsque l'exploitant décide de cultiver ou d'élever un nouveau produit, ou lorsqu'il décide d'adopter une nouvelle technique de production. Dans les deux cas, il ajoute et transforme sa gamme initiale de produits.
- **La diversification des activités de l'exploitant** : celui-ci peut s'engager dans une stratégie de commercialisation (sous une forme de vente directe à l'exploitation, ou sur internet), il peut décider de transformer sa production sous une forme traditionnelle (vin, beurre, fromage, *etc.*) ou non (plats cuisinés, *etc.*). Il peut également décider d'engager des activités d'accueil sur l'exploitation (hébergement, restauration, *etc.*)
- **La pluriactivité**, c'est-à-dire l'exercice d'une activité en-dehors du statut d'agriculteur ou ici de conchyliculteur. C'est le cas notamment des conchyliculteurs qui alternent la production conchylicole avec une activité de pêche.

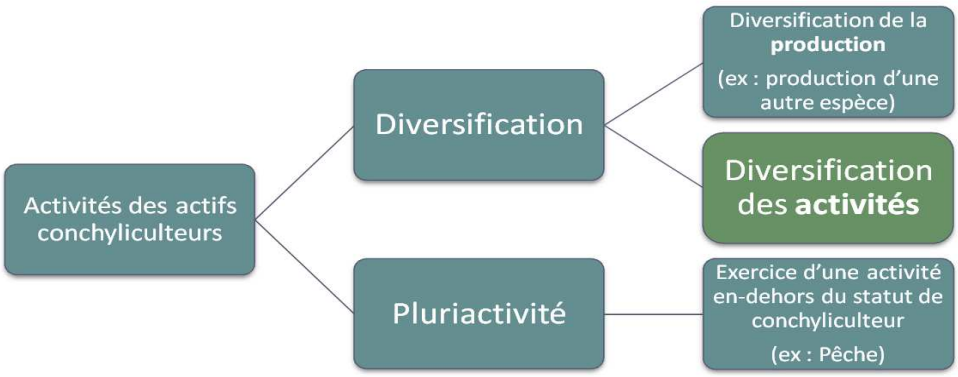


Figure 1 : Classification des activités exercées par les conchyliculteurs

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

[4]Article L311-1 du Code rural.

[5]Loi d'orientation sur la pêche maritime et les cultures marines n° 97-1051 du 18 novembre 1997 (JO n° 268 du 19 novembre 1997).

[6]Article L311-1 (modifié) du Code Rural.

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

I.2. SPÉCIFICITÉS DES ACTIVITÉS CONCHYLICOLES

En comparaison avec les exploitations agricoles, la situation géographique des exploitations conchylicoles sur la zone côtière les place dans un cadre juridique bien plus complexe. Les différentes réglementations sur les activités maritimes, la qualité des eaux côtières et les dispositions sanitaires liées à la vente de produits vivants créent une multiplicité de couches réglementaires dont l'application est inégale en fonction du fonctionnement de l'entreprise ou de sa situation spatiale et qui peuvent souvent entrer en contradiction entre elles. Ce paysage réglementaire est mal vécu par les conchyliculteurs, d'autant plus que l'information à laquelle ils ont accès est partielle, ce qui les incite à surestimer les blocages administratifs.

I.2.1. UNE ACTIVITÉ MARITIME

Les conchyliculteurs exercent également une activité que l'on peut assimiler à de la pêche lors de la collecte en mer de leur production. Les employés embarqués ont un statut de marin et sont déclarés à l'ENIM (Établissement National des Invalides de la Marine) qui est l'équivalent de la MSA (Mutuelle Sociale Agricole) pour la pêche.

I.2.2. UNE ACTIVITÉ SUR LE DOMAINE PUBLIC MARITIME

Les établissements de cultures marines sont, du point de vue administratif, classés en deux catégories :

- Les exploitations de cultures marines concédées sur le Domaine Public Maritime (DPM), c'est-à-dire les établissements destinés à des fins de productions biologiques, comprenant notamment le captage, l'élevage, l'affinage, le traitement, l'entreposage, le conditionnement et l'expédition de produits de la mer.
- Les exploitations de cultures marines sur le domaine privé : ce sont en réalité des entreprises qui possèdent des autorisations de prise d'eau de mer. L'étude ne concerne pas ce cas puisqu'elle porte sur les établissements qui effectuent au moins une partie de l'élevage.

Les éleveurs exploitent donc des parcs conchylicoles situés sur le domaine public maritime. Le domaine public maritime, dont la notion juridique remonte à Colbert, est constitué pour l'essentiel du rivage de la mer (la plus grande partie des plages) et du sol et sous-sol de la mer jusqu'à la limite des eaux territoriales. Le domaine maritime étant inaliénable, il est accordé à une personne « concessionnaire » le droit d'exploiter un espace délimité. Les conchyliculteurs sont des « concessionnaires » auxquels est concédé un droit d'exploiter un espace délimité du domaine public maritime pour un usage déterminé. Une concession est attribuée pour une période maximale de 35 ans avec possibilité de renouvellement, de substitution moyennant une indemnité, d'échanges ou de renonciation. La concession d'un éleveur de moules s'exprime en mètres linéaires de bouchots ou de pieux ; les autres concessions, notamment celles d'huîtres, sont exprimées en hectares de surface. Le statut de concessionnaire du domaine public maritime restreint l'activité conchylicole sous plusieurs aspects :

- Le demandeur doit justifier d'une formation professionnelle de niveau V ou de niveau IV si le conchyliculteur bénéficie d'une aide aux jeunes agrculteurs.
- La loi fixe une surface minimale de concession « correspondant à la surface dont devrait disposer, dans le bassin considéré, une exploitation familiale moyenne » et une surface maximale autorisée (il existe trois surfaces de référence).
- Le concessionnaire ostréiculteur ou mytiliculteur s'engage à exploiter la concession comme activité principale[7].
- Le concessionnaire paye une redevance à l'État et est chargé du balisage de ses parcs.

[7]Décret n°83-228 du 22 mars 1983 du Code général de la propriété des personnes publiques fixant le régime de l'autorisation des exploitations de cultures marines, article 5-2 (modifié) : *Le demandeur, personne physique, s'engage à exploiter sa concession personnellement, à l'exception des cas prévus aux articles 9 et 11 et, lorsqu'il s'agit d'activités ostréicoles ou mytilicoles,* ***à titre principal****.*

I.2.3. UNE SITUATION CÔTIÈRE – LOI « LITTORAL », LOI SUR L'EAU

Les zones côtières où sont implantées les exploitations de cultures marines sont soumises à la « loi littoral[8] ». Elle restreint les constructions sur une bande littorale aux structures « nécessitant la proximité immédiate de l'eau ». Cette définition inclut uniquement les activités de production des exploitations biologiques ». Certaines activités des entreprises conchylicoles, comme la transformation des produits ou la dégustation sur place doivent être pratiquées sur le domaine privé uniquement. Ces restrictions peuvent être dépassées dans le cas où le Plan Local d'Urbanisme (PLU) prévoit l'aménagement d'une zone d'activité conchylicole, comme par exemple un port conchylicole, ou lorsque la gestion du domaine public maritime a été transférée de l'État à une collectivité ou une autre structure de droit public.

La loi « littoral » rend obligatoire l'aménagement d'une bande de 3 m au-dessus de la limite des plus hautes eaux pour le passage libre le long du littoral des sentiers côtiers. Cette disposition entre parfois en contradiction avec les obligations sanitaires qui interdisent l'accès au chantier pour le public. Il faut donc prévoir un détournement du sentier côtier qui est difficile à réaliser en fonction de la disposition des lieux et généralement couteux. Ce problème est la source de nombreux conflits entre les conchyliculteurs et les riverains ou les associations d'usagers.

I.2.4. UN PRODUIT ALIMENTAIRE VIVANT

Les coquillages sont des produits vendus vivants, voire consommés vivants pour les huîtres, ce qui implique des exigences réglementaires élevées, à la fois en termes de qualité et en termes de fraîcheur. Le mélange d'eau douce et d'eau salée, contenant le phytoplancton, nécessaire à l'alimentation des moules et des huîtres ne doit pas contenir de produits contaminants, dangereux pour la consommation humaine. La directive européenne du 20 octobre 1997[9], qui renforçait la directive du 15 juillet 1991, a mis en place des critères de classification des eaux conchylicoles. Les zones de production sont classées sur la base de critères microbiologiques (concentration d'*Escherichia coli*), chimiques (contamination par le mercure, le cadmium et le plomb) et biologiques (toxine paralysante, toxine diarrhéique, toxine amnésiante). Seul le classement en zone A autorise une commercialisation directe, sans reparcage ni purification. Le classement en zone B n'autorise la commercialisation qu'après reparcage ou purification, le classement en zone C après reparcage intensif (plus de deux mois). Le déclassement d'une zone conchylicole peut représenter des charges lourdes pour les conchyliculteurs (investissements dans des bassins de purification...)

Des règlements européens sur la sécurité sanitaire des aliments, nommés "Paquet Hygiène", sont applicables depuis le 1er janvier 2007. Cela s'est traduit en France à un arrêté ministériel relatif à l'agrément des établissements mettant sur le marché des produits d'origine animale[10]. Cet arrêté impose une mise à jour de tous les agréments sanitaires des entreprises agroalimentaires avant le 8 août 2008. Ce texte établit notamment des restrictions pour l'accès au chantier pour les personnes « étrangères aux besoins de l'entreprise », notamment le public et impose la définition de zones dédiées à la vente directe[11]. Il établit également une exigence de traçabilité des produits.

Cette spécificité des activités conchylicoles modifie sensiblement les conditions d'application d'une politique de diversification du secteur.

---

[8]Loi n°86-2 du 3 janvier 1986 relative à l'aménagem ent, la protection et la mise en valeur du littoral (JO du 4 janvier 1986)

[9]Directive 97/61/CE du Conseil du 20 octobre 1997 modifiant l'annexe de la directive 91/492/CEE fixant les règles sanitaires régissant la production et la mise sur le marché des mollusques bivalves vivants (JO n°L 295 du 29/10 /1997).

[10]Arrêté du 8 juin 2006 relatif à l'agrément des établissements mettant sur le marché des produits d'origine animale ou des denrées contenant des produits d'origine animale.

[11]*«L'accès aux installations des établissements de purification et/ou d'expédition est* ***interdit aux personnes étrangères aux besoins de l'établissement.*** *Des mesures sont prises en ce sens, notamment dans les zones de bassins (clôtures, notamment). Les personnes qui sont amenées à pénétrer dans l'établissement se conforment aux dispositions de l'entreprise relatives à l'hygiène. On distingue le public en général des clients, des fournisseurs et des prestataires extérieurs. Les bureaux et les espaces dédiés à la vente directe apparaissent clairement sur les plans de l'établissement.»* (Comité National de la Conchyliculture, 2007).

II. MÉTHODOLOGIE – ENQUÊTES AUPRÈS DES PROFESSIONNELS

Cette partie du rapport présente la méthodologie qui a été adoptée pour la réalisation de l'enquête de terrain. Cette enquête correspond à un travail exploratoire avec un focus fort sur les activités à recenser et des mécanismes d'entreprises à décrire. L'objectif visé était de s'interroger sur l'opportunité de la diversification conchylicole.

II.1. CONSTRUCTION DE LA MÉTHODOLOGIE D'ENQUÊTE

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

II.1.1. ÉTAT DES LIEUX

Une première phase du travail a été nécessaire pour évaluer *a priori* des possibilités de diversification des entreprises conchylicoles et pour préparer l'enquête de terrain.

Recherche bibliographique

Une première recherche bibliographique a été réalisée pour collecter des informations sur le concept de diversification agricole et sa transposition aux cultures marines. Cette étape a permis de s'approprier les concepts et de définir la notion de diversification. Une première liste non exhaustive des activités pouvant être mises en place par les producteurs dans le cadre de leur exploitation a été élaboré. Dans un second temps, les recherches ont eu pour objectif d'inventorier les initiatives existantes de diversification au sein du secteur conchylicole. Les informations disponibles sur internet ont permis de recenser les entreprises proposant leurs produits en vente directe par correspondance et celles qui publiaient un site de présentation de leur chantier. Cette première prospection a aussi permis d'identifier les initiatives des collectivités publiques, comme les lieux d'accueil pédagogique sur le métier conchylicole, les musées de l'huître, *etc.* Les autres formes de projets accessibles par cette recherche étaient des entreprises suffisamment structurées pour consacrer une partie de leurs investissements dans des moyens promotionnels consacrés à leur offre touristique, telles que les visites de chantier et les dégustations sur place. Sont apparues également les démarches officielles de valorisation des produits (label, appellation), ainsi que les démarches collectives commentées par la presse, comme l'organisation de fêtes maritimes ou les mobilisations en faveur de la préservation de la qualité de l'eau, par exemple. La presse professionnelle fournie également quelques exemples d'entreprises ayant développé des modèles originaux d'exploitations. Le recensement des formes de diversification est donc très partiel, puisqu'il ne permet pas d'inventorier les projets locaux auxquels les producteurs peuvent participer -si ces projets ne sont pas étiquetés comme liés au secteur conchylicole - ou encore les entreprises « classiques » ayant mis en place une activité complémentaire à leur production. Cet état des lieux est une première confirmation de la nécessité de la mise en œuvre de l'enquête.

Les autres informations collectées concernent le secteur des cultures marines en Bretagne, afin de comprendre le fonctionnement des exploitations et la situation économique des entreprises. Ces informations sont ensuite utilisées pour **évaluer comment la diversification peut trouver sa place dans le cycle de production conchylicole** et dans le cadre physique d'une exploitation. Le premier intérêt est de pouvoir rédiger un questionnaire pertinent en formulant des hypothèses sur les besoins des entreprises, les contraintes qu'elles peuvent rencontrer dans l'exercice de leur production ou lors de la mise en place de nouveaux projets. Le second objectif est d'**identifier les déterminants les plus forts des différences entre les entreprises** afin de prévoir la stratification de la population échantillonnée. Plusieurs ressources de référence ont permis de dessiner les caractéristiques des entreprises bretonnes :

❑ Le recensement conchylicole de 2001 (Girard et al., 2005), qui est le document le plus complet et le plus homogène sur le secteur, mais qui souffre de son ancienneté. Il couvre l'ensemble des entreprises sur le territoire métropolitain.

❑ Une mise à jour de 2005 pour la circonscription de Bretagne Nord commandée par la Section Régionale Conchylicole de Bretagne Nord (Gervasoni, 2007). Cette étude assez complète décline les données socio-économiques de base pour chaque zone de production, dont la baie de Cancale.

❑ Un extrait d'une étude socio-économique produite par la SRC Bretagne Sud et l'ADASEA en 2004 (Section Régionale Conchylicole Bretagne Sud, 2004), basée sur les exploitations de la circonscription Bretagne Sud.

Première classification des activités complémentaires à la production

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

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

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

Source : enquête 2008

II.1.2. Définition de l'enquête

Les enquêtes réalisées dans le cadre de cette étude ont pour objectif de répondre aux questions suivantes :

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

Deux enquêtes au lieu d'une

Au départ, la méthodologie prévoyait une enquête unique auprès des producteurs dans leur ensemble, en intégrant les questions évaluant l'acceptabilité des producteurs et celles liées aux conditions nécessaires pour le développement des activités diversifiées. Lorsque cette version de l'enquête a été présentée au comité de pilotage, celui-ci a suggéré la division de l'enquête en deux parties. En effet, il était souligné que les entreprises ayant déjà expérimenté la diversification seraient plus à même de juger des conditions nécessaires à la diversification tandis que la mesure de l'acceptabilité devait être adressée à l'ensemble des entreprises, en considérant que les producteurs ayant une position neutre vis-à-vis de la diversification donneraient alors un avis exprimant leur seule sensibilité face à une activité proposée. De plus, les différents membres présents ont souligné que compte-tenu de la rareté des entreprises diversifiées un échantillonnage aléatoire défini sur l'ensemble de la population de producteurs risquait de manquer d'exemples à analyser pour tirer des conclusions solides sur les besoins liés à la diversification.

La méthodologie d'enquête a donc été modifiée à la demande du comité de pilotage pour définir deux phases d'enquête :

1 | Une première enquête ciblant les professionnels ayant déjà diversifié leur activité, afin d'identifier les mécanismes d'émergence d'un projet de diversification, ainsi que les obstacles rencontrés et les appuis mobilisés par le projet.

2 | Une seconde enquête auprès d'un échantillon aléatoire d'entreprises, mobilisant les observations de la première phase d'enquête, afin de connaître l'acceptabilité des producteurs vis-à-vis des différentes formes de diversification évoquées et de préciser les points de résistance aux démarches de diversification. Il s'agit également d'évaluer si les conditions nécessaires à la diversification identifiées lors de la première enquête sont présentes pour les autres entreprises du secteur et dans le cas contraire de relever les besoins qu'ils peuvent exprimer.

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

Entretiens complémentaires

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

En outre, les Sections Régionales Conchylicoles (SRC) ont servi de structures-ressources pour la mise en œuvre de l'enquête. Les SRC sont des instances professionnelles régionales créées par la loi de 1991 pour assurer la représentation des intérêts généraux de la production conchylicole. Il en existe deux en Bretagne :

- La **SRC Bretagne Nord**, basée à Morlaix, regroupe les conchyliculteurs des départements d'Ille-et-Vilaine, des Côtes-d'Armor ainsi que ceux dont les concessions sont situées du Nord Finistère jusqu'à la ligne séparant les communes de Crozon et de Roscanvel.
- La **SRC Bretagne Sud**, basée à Auray, regroupe les professionnels du Sud Finistère à partir de la commune de Roscanvel, ceux des départements du Morbihan ainsi que ceux des communes de Loire Atlantique situées au nord de l'estuaire de la Loire.

Leur premier rôle, au-delà de leur participation au comité de pilotage pour la définition du sujet, a été de fournir des exemples de diversifications pour la première phase d'entretiens et d'aider au recensement des formes de diversification existantes parmi les entreprises du secteur. Au cours de l'étude, elles ont permis d'apporter des renseignements sur la dynamique du secteur et le fonctionnement des entreprises, ainsi que des éclaircissements sur les points réglementaires et techniques propres au secteur.

II.1.3. Définition des échelles d'observation

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

Zones d'études

Compte-tenu du temps disponible pour l'enquête de terrain, des moyens limités à un seul enquêteur et de la dispersion des entreprises conchylicoles sur le territoire breton, l'enquête a été menée sur des zones d'études précises. Pour la conchyliculture, le choix s'est porté sur deux territoires clé de la production bretonne :

- La zone atelier dite « baie de Cancale », qui comprend les concessions situées sur l'estran entre la Pointe du Grouin et le Couesnon (*cf.* figure 2 ci-dessous).

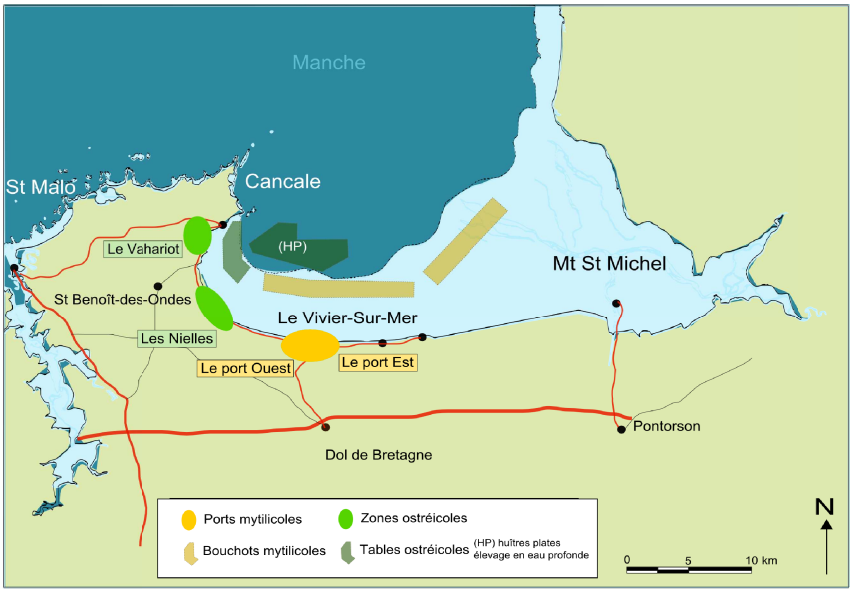


Figure 2 : Cartographie des implantations conchylicoles pour la zone atelier *baie de Cancale* (Lambert II carto)

Conception : Géolittoral (MEEDAT, 2007), réalisation : T. Besse, 2008

C'est le secteur de production le plus important de la circonscription Bretagne Nord. C'est également le territoire le plus dynamique au regard de l'évolution des entreprises conchylicoles. En particulier, la restructuration des parcs conchylicoles de la baie a fait migrer les linéaires de bouchot qui se situaient entre St Meloir-des-Ondes et le Vivier-sur-Mer vers une nouvelle zone à l'est de la baie. Ce déplacement des parcs a permis une réorganisation des parcs ostréicoles et l'aménagement du port Est au Vivier-sur-Mer pour accueillir les mytiliculteurs de la nouvelle zone. Les entreprises mytilicoles sont donc regroupées au Vivier-sur-Mer, alors que les entreprises ostréicoles sont implantées à l'ouest de la baie, c'est-à-dire à Cancale et à St Meloir-des-Ondes. La baie de Cancale est donc caractérisée par une forte concentration des entreprises.

- Le Morbihan, défini entre la presqu'île de Quiberon et l'embouchure de la Vilaine, afin de prendre en compte dans l'enquête les mytiliculteurs de la baie de Vilaine (*cf.* figure 3 ci-dessous).

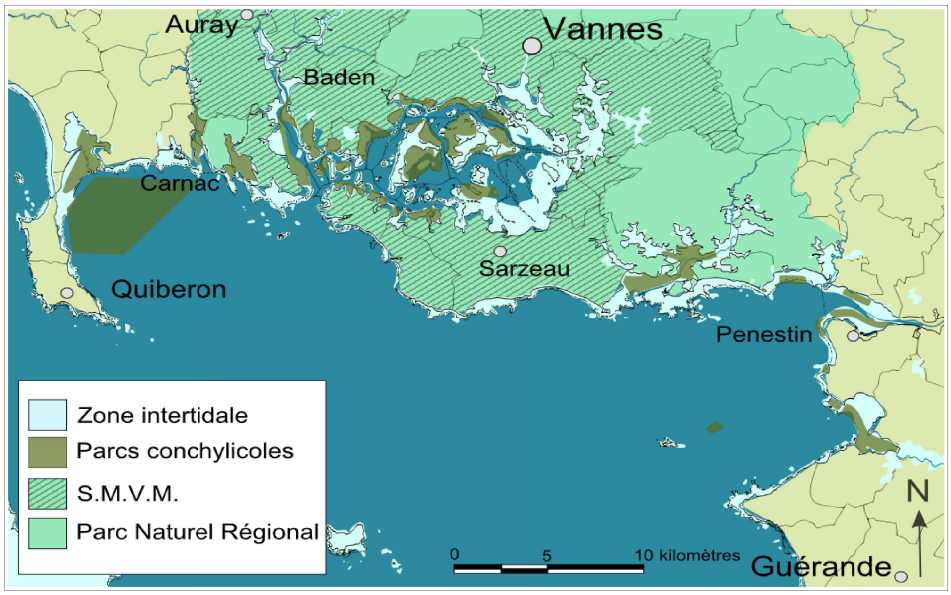


Figure 3 : Cartographie des zones d'élevage conchylicoles pour la zone atelier *Golfe du Morbihan* et représentation des communes incluses dans le Parc Naturel Régional et le Schéma de Mise en Valeur de la Mer (Lambert II carto).

Conception : Géolittoral (MEEDAT, 2007), réalisation : T. Besse, 2008

Les entreprises conchylicoles morbihannaises sont beaucoup plus dispersées et sont implantées individuellement tout au long du littoral et dans le golfe du Morbihan, mis à part l'anse du Pô à Carnac, où les entreprises sont regroupées.

L'entreprise comme unité d'échantillonnage

Afin de pouvoir mettre en place un plan d'échantillonnage, mais aussi orienter correctement les questions de l'enquête et faciliter l'analyse des résultats, il est nécessaire de définir une unité d'échantillonnage cohérente pour la collecte de données.

L'enquête cherche à collecter les réactions et les points de vue des professionnels au sujet de la diversification de leurs activités. En premier lieu, c'est donc l'individu, le chef d'entreprise, qui a été choisi comme cible de l'enquête. Néanmoins, la diversification des activités relève de la stratégie d'entreprise, qui peut être formulée à plusieurs, notamment dans le cas de sociétés d'exploitation. L'évolution du secteur et des démarches de diversification, est liée aux stratégies prises au niveau de l'entreprise.

Les données existantes pour le domaine des cultures marines sont issues d'une vision administrative du secteur, sans réalité économique. Le concessionnaire du Domaine Public Maritime (DPM) identifié par l'administration des Affaires maritimes ne représente pas l'exploitant en cultures marines : Ils peuvent détenir plusieurs concessions et certaines concessions sont partagées entre plusieurs entreprises. L'enquête concerne une partie seulement des concessionnaires, car de nombreuses concessions sont exploitées par des entreprises extérieures - 15 sur 125 entreprises en baie de Cancale sont des entreprises extérieures (Gervasoni, 2007).

L'unité d'échantillonnage retenue est donc l'entreprise basée dans l'une des zones ateliers et qui effectue au moins une partie du cycle d'élevage des coquillages sur des concessions de cette zone. L'enquête ne s'adresse pas directement aux sociétés de commercialisation exclusive, qui ne font pas partie de la population des entreprises d'élevage, mais elles peuvent être consultées dans le cadre d'entretiens complémentaires.

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

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

II.2.1. QUESTIONNAIRE

Un premier questionnaire a été conçu avec comme contrainte une construction adaptée aux deux études menées en parallèle sur la pêche et sur la conchyliculture, afin de pouvoir traiter les données issues des deux secteurs en parallèle et les comparer si nécessaire. Ces questions ont été organisées afin de collecter :

1 | les **descripteurs techniques et sociaux** concernant l'entreprise et le producteur enquêté : Taille de l'entreprise, production, niveau de qualification des chefs d'exploitation et engagement dans des structures collectives ;
2 | une **description des activités de diversification présentes** : origine de l'initiative, motivations de l'activité et moyens mis en œuvre pour y répondre, estimation des impacts sur l'entreprise et sur le secteur proche ;
3 | l'avis des producteurs ciblés sur le **développement d'autres formes d'activités** complémentaires ;
4 | un jugement sur l'**opportunité de la diversification des activités conchylicoles** en général, les points de blocages qui peuvent apparaître et les outils pertinents pour faciliter la mise en œuvre de tels projets.

II.2.2. LES ENTREPRISES CIBLÉES

Cette première enquête a été menée auprès de conchyliculteurs portant des projets de diversification, dont la liste a été établie avec l'aide des Sections Régionales Conchylicoles. L'enquête n'a donc pas nécessité de stratégie d'échantillonnage. Nous pouvons néanmoins comparer le nombre d'entreprises rencontrées pour chaque zone atelier et type d'activité (tableau 2 ci-dessous).

Tableau 2 : Entretiens effectués pour la première phase d'enquête.

Zone Atelier	Type de production	Population totale des entreprises conchylicoles	Entretiens effectués	Nombre de Refus
Morbihan	Ostréiculture	262	7	4
	Mytiliculture	31	0	0
	Total Morbihan	**293**	**7**	**4**
Baie de Cancale	Ostréiculture	57	4	0
	Mytiliculture	65	2	1
	Total Cancale	**123**	**6**	**1**
Total		**416**	**13**	**5**

Source : enquête 2008

Les entreprises enquêtées correspondent à des exemples de diversification d'activités désignées par le comité de pilotage pour la phase d'entretiens qualitatifs. Parmi ces entreprises, 11 étaient des entreprises ostréicoles exclusives et deux entreprises étaient mytilicoles. Cette première liste d'entreprises montre un fort déséquilibre entre les exemples connus pour le secteur ostréicole et ceux du secteur mytilicole. A ce stade de l'enquête, il n'était pas possible de juger s'il s'agissait d'une différence due à l'écart réel entre les effectifs d'entreprises diversifiées des deux secteurs ou à une différence de visibilité des initiatives elles-même. En effet, on peut penser que des territoires (par exemple la baie de Cancale en Ille et Vilaine) puissent être moins visibles car plus éloignés géographiquement des SRC. La question d'une différence entre les entreprises mytilicoles et ostréicoles est précisément le type de données quantitatives recherchées par la seconde phase de l'enquête.

II.2.3. DÉROULEMENT DES ENTRETIENS

La première phase d'entretiens s'est déroulée de mai à juin 2008. Les entretiens ont été principalement réalisés dans l'enceinte de l'exploitation conchylicole, après une prise de contact par téléphone, ou plus rarement par une visite directe sur le chantier. Les entretiens ont duré entre 30 minutes et 2 heures, en fonction de la disponibilité du chef d'entreprise, mais surtout de son intérêt pour le sujet. En introduction de l'enquête, l'étude globale et ses enjeux étaient présentés, ainsi que le principe du questionnaire décrit ci-dessus et les conditions d'utilisation des données.

Le questionnaire comportait une part importante de questions ouvertes et a été mené en suivant la méthode de l'entretien semi-directif. En effet, les questions n'ont pas toujours suivi le déroulement du questionnaire en fonction du fil de la discussion et l'entretien laissait la place aux digressions fréquentes des producteurs sur le sujet ou sur le secteur en général. Ces entretiens ont finalement été très riches en informations qualitatives et ont donné lieu à une transposition poussée des témoignages, parfois à l'aide d'enregistrements complets des entretiens. Cette richesse a permis de mettre en perspective les données collectées, de les conforter ou de les nuancer en s'appuyant sur les citations directes des conchyliculteurs.

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

II.3. ENQUÊTE NON CIBLÉE – ACCEPTABILITÉ ET ATTENTES DES CONCHYLICULTEURS

La deuxième phase d'enquête était dédiée à la mise en œuvre d'un questionnaire auprès d'entreprises choisies aléatoirement dans la population totale identifiée. L'objectif de cette deuxième phase était la collecte de données quantitatives permettant d'effectuer l'inventaire de la diversification et d'analyser les facteurs explicatifs de l'acceptabilité de la diversification par les professionnels.

II.3.1. QUESTIONNAIRE ET INDICATEURS

Le questionnaire est dérivé de la version « ciblée » :

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

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

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

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

Source : enquête 2008

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

II.3.2. STRATÉGIE D'ÉCHANTILLONNAGE

Afin de pouvoir évaluer l'état des formes de diversification, il est apparu nécessaire de définir une stratégie d'échantillonnage optimisée, permettant d'enquêter de manière équilibrée les différents « profils d'entreprises » pouvant être rencontrés dans les zones d'étude.

Le choix d'un échantillonnage stratifié

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

Dans le cadre de cette enquête et à la lumière des informations collectées dans les phases précédentes de l'enquête, les critères supposés les plus structurants par rapport à la question de la diversification sont (i) la nature de la production (ostréiculture, mytiliculture, élevage mixte) et (ii) le zone de production où est implantée l'entreprise. Ces critères correspondent également au niveau d'information obtenu lors de la constitution du répertoire total des entreprises à échantillonner.

En raison de la concentration des parcs conchylicoles sur la zone atelier de la baie de Cancale dans un même bassin de production et en raison également du nombre d'entreprises total de la zone, l'ensemble des zones conchylicoles de la baie a été désigné par une même sous-strate, nommé « baie de Cancale ». Le Morbihan regroupe beaucoup plus d'exploitations. Il a donc été tenu compte du découpage des bassins de production pour la définition de cinq sous-strates. (*cf.* figure 4 ci-dessous) listées ici de l'Ouest vers l'Est : (A) B*aie de Quiberon,* de la pointe de la presqu'île de Quiberon à Carnac ; (B) *Rivières d'Auray et Crac'h*, de La Trinité-sur-Mer à Locmariaquer ; (C) *Rivière de Noyalo*, qui correspond à l'intérieur du golfe du Morbihan ; (D) *Presqu'île de Rhuys,* jusqu'à la rivière de Pénerf ; (E) *Baie de Vilaine*, de Damgan jusqu'à Penestin.

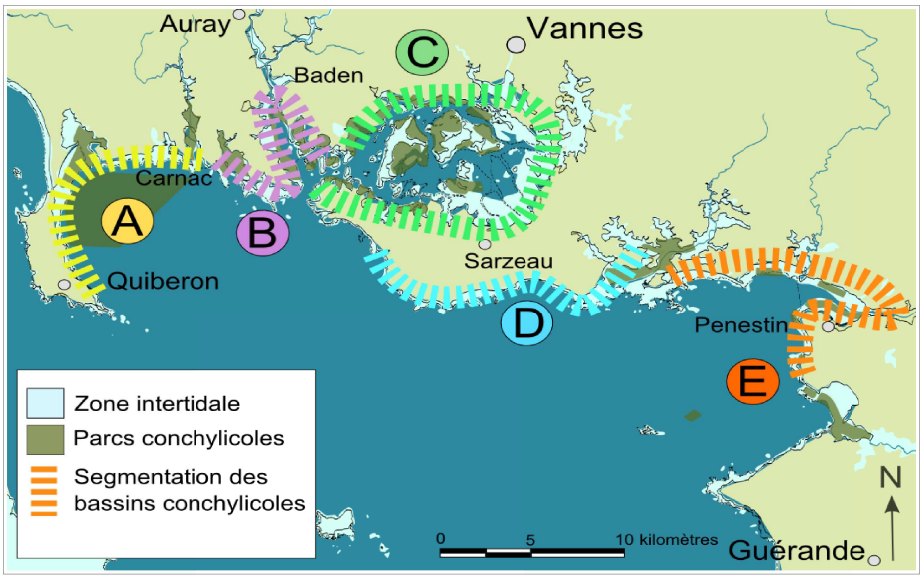


Figure 4: Cartographie des Implantations conchylicoles pour la zone atelier *Golfe du Morbihan* (Lambert II carto). Dénomination des bassins de production : (A) baie de Quiberon ; (B) Rivières d'Auray, Crac'h ; (C) Rivière de Noyalo ; (D) Presqu'île de Rhuys ; (E) baie de Vilaine.

Conception : Géolittoral (MEEDAT, 2007), réalisation : T. Besse, 2008

Constitution d'un répertoire d'entreprises

Afin de pouvoir sélectionner et contacter les entreprises de chaque phase d'enquête, une liste des producteurs et de leurs coordonnées a été établie. La constitution de cette liste s'est heurtée à plusieurs difficultés. Étant donnée la distinction évoquée précédemment entre les entreprises conchylicoles et les concessionnaires, les fichiers disponibles à la SRC sont inadaptés, car ils sont issus du fichier des concessionnaires des Affaires maritimes. Cette liste a donc été établie à partir des coordonnées d'entreprises conchylicoles accessibles par le service des Pages jaunes, en recoupant les informations sur les sociétés accessibles par internet. La liste obtenue permet de connaître le contact de chaque entreprise et son activité principale, bien que cette dernière information soit relativement peu fiable. Afin de s'assurer de la cohérence de ces données, ce fichier a été comparé aux données du recensement conchylicole et validé par chaque SRC. Lors de l'enquête, le manque de précision de cette liste a posé quelques problèmes de mise à jour des coordonnées. Si la liste était relativement exhaustive comparée aux données existantes par ailleurs sur l'effectif des entreprises, certaines incohérences sont apparues (coordonnées redondantes, exploitations inexistantes ou reprises, erreurs sur la nature de la production). Néanmoins, cette solution fut la plus accessible et la plus simple à mettre en œuvre pour la réalisation de l'enquête. C'est donc ce répertoire d'entreprises qui a servi à l'application de la stratégie d'échantillonnage aléatoire de l'enquête non ciblée.

Effort d'échantillonnage

Les entreprises ont été échantillonnées sur la base de cette liste complète avec un objectif de taux d'échantillonnage de 10%, soit une quarantaine d'entreprises sur les 416 recensées dans la liste initiale. Le tableau 4 ci-dessous reprend les données qui ont permis de sélectionner les entreprises de l'échantillon. Les effectifs peuvent différer des résultats de l'enquête, en fonction des imprécisions du fichier initial, notamment concernant le type de production de chaque entreprise. Au total, 23 entretiens ont été effectués pendant la seconde phase d'enquête.

Tableau 4 : Effort d'échantillonnage des entreprises conchylicoles sur les deux zones ateliers pour la seconde phase d'enquête

Zone Atelier	Type de production	Population totale	Entreprises à échantillonner	*Taux d'échantillonnage initial*	Entretiens effectués	*Taux d'échantillonnage effectif*	Nombre de Refus
Morbihan	Ostréiculture	262	26	*10%*	12	*5%*	8
	Mytiliculture	31	3	*10%*	1	*3%*	1
Total Morbihan		**293**	**29**	***10%***	**13**	***4%***	**9**
Baie de Cancale	Ostréiculture	57	6	*11%*	2	*4%*	0
	Mixte	1*	1*	*100%**	3*	*100%**	0
	Mytiliculture	65	7	*11%*	5	*8%*	2
Total Cancale		**123**	**12**	***10%***	**10**	***8%***	**2**
Total		**416**	**41**	***10%***	**23**	***6%***	**11**

* la nature de la production des entreprises mixtes était erronée dans le fichier initial. Source : enquête 2008

La représentativité de l'échantillon est évaluée en fonction des deux critères ayant servi à la définition de la stratification de l'échantillonnage : La zone de production principal et la nature de la production de l'entreprise. En tenant compte des écarts entre le fichier initial et les données recueillies par l'enquête (sous-estimation du nombre d'entreprises à production mixte), l'échantillonnage reste cohérent avec la répartition de l'ensemble des entreprises des zones ateliers, malgré une légère sous-représentation des producteurs de la baie de Cancale, notamment les mytiliculteurs (*cf.* figures 6 et 5 ci-dessous).

Pourcentage d'entreprises de l'échantillon dans chaque bassin (en bleu) et pourcentage d'entreprises dans chaque bassin dans les données initiales (en clair).

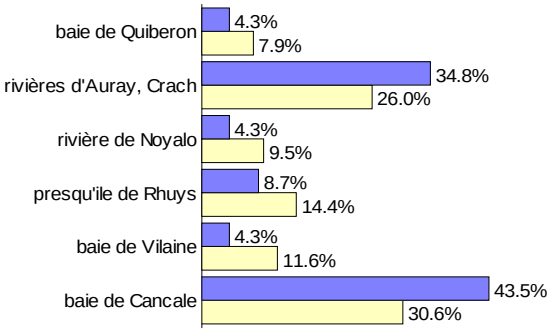


Figure 6 : Répartition de l'échantillon **par bassin de production** et comparaison avec l'ensemble des entreprises du fichier de données.

Source : enquête 2008

Pourcentage d'entreprises de l'échantillon de chaque nature (en bleu) et pourcentage d'entreprises de chaque nature dans les données initiales (en clair).

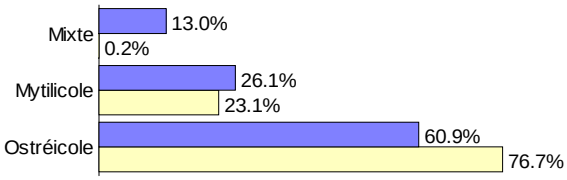


Figure 5 : Répartition de l'échantillon **par type de production** et comparaison avec l'ensemble des entreprises du fichier de données.

Source : enquête 2008

La décision de scinder l'enquête en deux parties a eu plusieurs effets sur la qualité de l'échantillonnage, notamment parce qu'elle limitait le nombre d'entreprises pouvant être directement comparées au final et par l'effet créé par la sélection orientée des entreprises de la première enquête : lorsque l'échantillonnage de la seconde phase de l'enquête désignait une entreprise du premier échantillon, il a fallu procéder à un nouveau tirage aléatoire, pour ne pas solliciter plusieurs fois la même entreprise. Cet effet conduit à un biais d'échantillonnage : la sous-représentation des entreprises diversifiées dans le second échantillon.

II.4. Description de l'échantillon

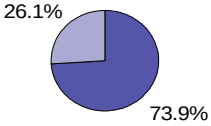
L'échantillon utilisé par l'enquête est décrit dans les paragraphes suivants. Les principales caractéristiques des entreprises rencontrées sont étudiées afin de montrer la représentativité de l'échantillon par rapport aux entreprises conchylicoles bretonnes. Cet échantillon porte sur 23 entreprises, soit un taux d'échantillonnage de 6 %, ce qui fait que les constatations ne peuvent être généralisé qu'avec précaution.

Un groupe homogène de chefs d'entreprises

Tableau 5: Sexe des individus enquêtés et comparaison à l'ensemble des chefs d'entreprise français (en jaune).

Effectifs et pourcentages par rapport à l'ensemble de l'échantillon et comparaison à l'ensemble des chefs d'entreprise français (Agreste, 2005).

Masculin	17	73.9%	92.1%
Féminin	6	26.1%	7.9%



Source : enquête 2008

Effectifs par type de production

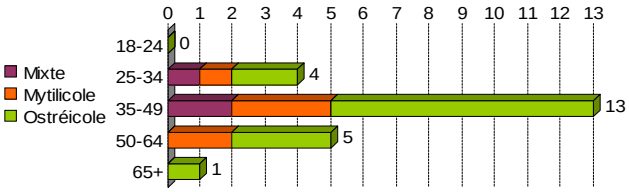


Figure 7: Age des individus enquêtés, effectifs par type de production cumulés par classe d'âge.

Source : enquête 2008

L'échantillon des personnes interrogées est assez homogène vis-à-vis des descripteurs de base (âge, sexe, *cf.* Tableau 5 et Figure 7 ci-dessus). On peut noter que les femmes sont sur-représentées dans l'échantillon par-rapport à l'ensemble des conchyliculteurs français (Girard et al., 2005). Malgré la répartition homogène des âges, les chefs d'entreprises interrogés appartiennent à deux "générations" d'exploitants : la première installée jusqu'à plus de 30 ans et l'autre depuis moins de 15 ans. Lors de l'enquête, il est apparu que les "jeunes installés" sont assez souvent des personnes issues d'autres secteurs d'activité (âge ne reflète pas la durée d'activité dans la profession[12]).

[12]Cette information n'apparaît pas dans les données, la date de reprise de l'exploitation était absente du questionnaire.

Une minorité d'exploitants issus du monde ostréicole

Le secteur d'origine est un des descripteurs attendus comme facteur majeur de l'acceptabilité de la diversification. Les producteurs issus d'un autre secteur auraient plus facilement les qualités requises pour diversifier les activités et entreprendre des projets innovants en général : l'ouverture et les compétences commerciales et de gestion. A l'oppose, les conchyliculteurs issus d'une famille de conchyliculteurs ou ayant suivi une formation conchylicole, ont moins à apprendre et peuvent donc dégager plus facilement du temps pour mettre en place une nouvelle activité.

Sur les 23 individus échantillonnés, 14 étaient issus d'un autre secteur d'activités (notamment technique, commercial ou tertiaire) contre 9 issus d'une formation initiale conchylicole (détail Figure 8, ci-dessous).

Avez-vous toujours travaillé dans le secteur conchylicole ?

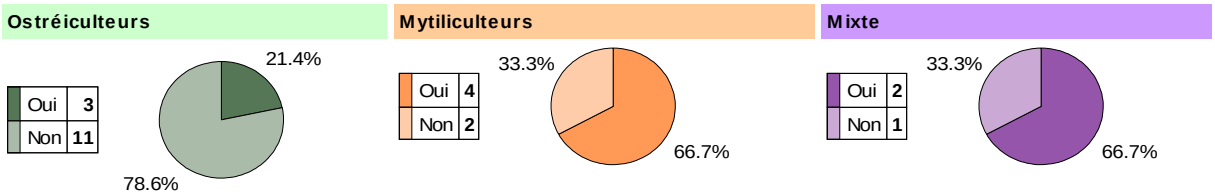
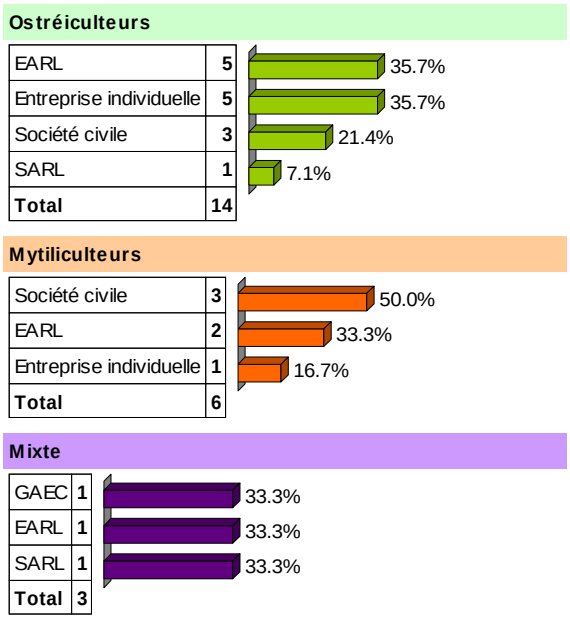


Figure 8: Origine des enquêtés par type de production de l'entreprise - Source : enquête 2008

On remarque que les ostréiculteurs interrogés sont plus fréquemment issus d'un autre secteur d'activités. En effet, un certain nombre d'entre eux a choisi de se lancer dans cette activité après une vie professionnelle très différente et en profitant de compétences originales dues à leur expérience antérieure. Beaucoup d'entreprises mytilicoles sont reprises dans le cadre familial, notamment en baie de Cancale où la majorité des mytiliculteurs est issue de quelques familles fondatrices. L'arrivée de professionnels issus d'autres secteurs n'est apparemment pas un phénomène nouveau.

Une grande diversité d'entreprises

Figure 9: Statuts des entreprises de l'échantillon en fonction de leur type de production. Source : enquête 2008



Les entreprises conchylicoles bretonnes présentent une large gamme de situations par rapport au statut de l'entreprise. Cette variété s'exprime d'abord par la diversité de statuts juridiques présents. Il y a une forte importance des entreprises individuelles et celle-ci est plus marquée pour la zone atelier du Morbihan (30% des entreprises enquêtées) que pour la baie de Cancale (20% des entreprises enquêtées), où les entreprises individuelles sont minoritaires. Les exploitations agricoles à responsabilité limitée et les groupements agricoles d'exploitation en commun sont les formes sociétales les plus répandues. Ces observations sont relativement cohérentes avec les données du recensement conchylicole de 2001 (Girard et al., 2005) pour les circonscriptions de Bretagne Nord et Bretagne sud.

Ces statuts reflètent le niveau de structuration des entreprises, qui est en partie lié à leur type de production. La part d'entreprises mytilicoles est plus importante en Bretagne Nord. Les entreprises mytilicoles et mixtes sont plus souvent regroupées en sociétés, sans compter les formes de regroupement pour la commercialisation, alors que les entreprises ostréicoles ont gardé un fonctionnement individuel traditionnel (*cf.* Figure 9 ci-contre).

Cette structuration se reflète aussi dans la taille des entreprises, en termes de masse salariale. Les formes sociétales (type EARL ou GAEC - citées précédemment) ont souvent une production plus importante et emploient généralement plus de salariés. Sur 23 entreprises de l'échantillon, plus de la moitié (12 entreprises) offrent moins de 4 emplois en équivalent temps plein (ETP) à l'année (*cf.* Figure 13 ci-dessous). On constate une différence de taille entre les entreprises à production mixte (qui exploitent parfois plusieurs chantiers), et les entreprises mytilicoles et ostréicoles. Ces dernières emploient en moyenne moins de 4 employés (*cf.* Figure 11 ci-dessous). La majorité des entreprises ostréicoles échantillonnées sont des entreprises artisanales employant moins de 5 emplois ETP à l'année.

Pourcentage des classes par rapport à l'échantillon total

Moyenne = **4.57**
Médiane = **3.20**
Min = **1.00** Max = **14.00**

Moins de 4.00	**12**
De 4.00 à 8.00	**7**
8.00 et plus	**4**
Total	**23**

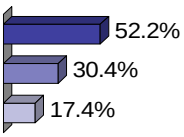
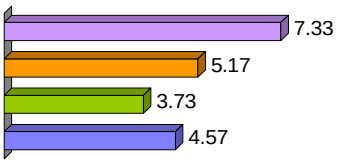


Figure 12 : Distribution des entreprises en fonction de leur nombre d'emplois(ETP). Source : enquête 2008

Nombre d'emplois moyen à l'année en Equivalent Temps Plein (ETP).

	Nombre d'emplois	
	Moyenne	Ecart-type
Mixte	**7.33**	**6.11**
Mytilicole	**5.17**	**4.57**
Ostréicole	**3.73**	**2.49**
Total	**4.57**	**3.66**



p = **28.3%** ; F = **1.35** (**NS**)

Figure 10: Nombre d'emplois (ETP) des entreprises par type de production. Source : enquête 2008

En termes de production, toutes les gammes d'entreprises sont représentées dans l'échantillon avec des productions allant de moins de 30 tonnes par an à plus de 300 tonnes par an, notamment pour les entreprises ostréicoles. Les productions réalisées dans les entreprises mytilicoles sont moins étalées (de 150 tonnes à plus de 300 tonnes par an). Cette disparité de taille se retrouve également en termes de surface de concessions exploitée. Il faut noter que les concessions destinées à l'élevage d'huîtres à plat (par exemple pour l'élevage en eaux profondes en baie de Quiberon) ont une surface bien supérieure à celle nécessaire aux élevages en surélevé (sur des tables ostréicoles).

II.4.1. Déroulement des entretiens

La seconde phase d'enquête s'est déroulée de juin à début août et suivant le même procédé que pour l'enquête « ciblée ».

Le tableau 4 précédent montre que l'objectif initial d'échantillonnage n'a pas été atteint. Beaucoup d'entreprises n'ont pas pu être enquêtées, compte-tenu du temps limité par la séparation en deux phases de l'enquête et des difficultés rencontrées pendant la phase de terrain. Un certain nombre d'entreprises contactées n'ont pas pu trouver de temps disponible pour l'entretien, notamment les mytiliculteurs dont la saison de collecte a commencé pendant la période d'enquête de terrain. Le travail des conchyliculteurs a également été un facteur limitant : le cycle des marées réduisant les entretiens à la demi-journée et les périodes de vives eaux rendant l'ensemble des professionnels indisponibles pendant plusieurs jours successifs. Certains refus s'expliquent par un manque d'intérêt des professionnels pour le sujet en comparaison de la situation actuelle du secteur ; d'autres ont montré une réelle hostilité vis-à-vis du sujet, des structures d'encadrement professionnel ou encore de l'enquête elle-même en soulignant que bien peu d'enquêtes auxquelles ils consacraient du temps donnaient lieu à un retour d'information aux producteurs enquêtés.

Cette faiblesse du taux d'échantillonnage a constitué une limite aux analyses statistiques pouvant être réalisées sur les données recueillies, notamment les analyses multivariées basées sur la variance. Les données quantitatives ont surtout été exploitées pour hiérarchiser l'intérêt des activités recensées et ainsi les mettre en perspective avec les descripteurs de base des entreprises. Néanmoins, ces données ont été mises en parallèle avec des informations qualitatives, plus riches, afin de donner un éclairage différent aux questions soulevées lors des questionnaires. Cette synergie entre les données quantitatives et les informations transcrites directement des propos des producteurs enquêtés permet de cerner assez bien la situation de chaque forme d'activité complémentaire et les implications de la diversification de leurs activités.

III. QUELLES SONT LES ACTIVITÉS DÉJÀ MISES EN PLACE ?

Il s'agit de faire dans un premier temps une synthèse sur les formes de diversification recensées, pour les définir et illustrer le niveau d'engagement des entreprises de l'échantillon pour chaque activité.

La typologie utilisée pour classer les activités est différente de la première typologie thématique élaborée lors de la phase de préparation de l'étude. Elle est transposée de la classification des activités agricoles proposée par les travaux issus du Colloque *« La diversification de l'activité agricole, état des lieux, souhaits et perspectives »* organisé par l'Université des Sciences Sociales de Toulouse 1 (Hermon et al., 2006). Cette typologie est présentée en annexe (Annexe C)

Afin de représenter le niveau d'engagement des enquêtés pour chaque activité diversifiée, on tient compte de trois indicateurs, ils sont représentés dans la figure ci-contre (figure 14) : chaque indicateur est représenté par un secteur de la couronne. L'importance de chaque secteur traduit l'importance relative de chacun des indicateurs de synthèse : le *taux d'activité* (nombre d'entreprises où l'activité est exercée, ou projetée), le *degré d'ouverture* (nombre d'entreprises ayant montré un intérêt pour cette activité), le *niveau de rejet* (nombre d'entreprises jugeant l'activité inintéressante ou impossible à réaliser), *cf.* tableau 3 page 24.

Pourcentage sur l'ensemble de l'échantillon (n=23)

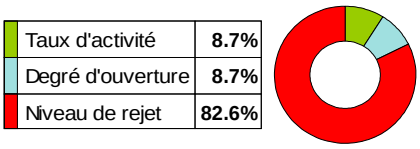


Figure 14 : Représentation synthétique de l'engagement des enquêtés pour une activité diversifiée.

Source : enquête 2008

III.1. DIVERSIFICATION VERS LE TOURISME CÔTIER

La forme la plus intuitive de diversification des activités agricoles est la mise en place d'une offre de biens et de services auprès des touristes. La situation des exploitations sur un littoral breton très prisé par le tourisme régional et national leur offre une position privilégiée pour explorer ces sources de revenus complémentaires. En ce qui concerne les chantiers conchylicoles, plusieurs niveaux d'offre touristique sont possibles allant du simple accueil sur le chantier à la mise en place de formules complètes telles que les visites pédagogiques accompagnées de dégustation, *etc.*

III.1.1. ACCUEIL DE TOURISTES À L'EXPLOITATION

Pour la plupart des conchyliculteurs, il s'agit d'une stratégie opportuniste. Ils sont sollicités par l'extérieur (comité d'entreprise, groupe scolaire, *etc.*) et reçoivent des groupes occasionnellement, lorsque c'est compatible avec leur emploi du temps (figure 15). Ceux qui réalisent de la vente directe en profitent pour vendre une partie de leur production, mais lorsqu'ils reçoivent des groupes ils vendent relativement peu (faible rapport gain/temps passé). Ce cas est assez courant parmi les entreprises de l'échantillon.

Pourcentage sur l'ensemble de l'échantillon (n=23)

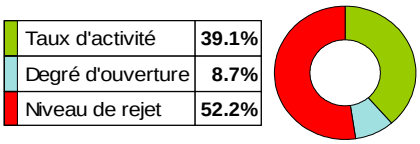


Figure 15 : Engagement des personnes enquêtées pour l'activité de visite de l'exploitation.

Source : enquête 2008

> « On le fait occasionnellement. On reçoit des comités d'entreprises -ce sont des amis-, des cars, des écoles, ce sont les professeurs qui s'adressent à nous directement. On ne l'a pas développé, le musée de l'huître ne fait que ça. Mais les gens préfèrent voir des petites entreprises, c'est pas la même ambiance. Ceux qui voudront tabler là-dessus pourront y gagner, mais il faut faire ça hors-saison pour avoir le temps. » (ostréiculteur en baie de Cancale)

L'activité peut aussi être occasionnelle : elle est mise en place à l'initiative du conchyliculteur qui souhaite faire partager son métier ou à la demande de l'extérieur. Cette démarche est légèrement plus organisée, mais reste accessoire et n'apporte que rarement un revenu à la hauteur de la prestation. Elle fait partie des activités que les producteurs exercent en lien avec leur système de valeur, ce qui peut s'exprimer également par d'autres pratiques au sein de l'exploitation (initiatives pédagogiques, participation à des événements locaux, *etc.*).

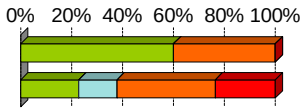
> « Je reçois des randonneurs pour leur faire visiter le chantier, je leur présente l'historique de l'ostréiculture. En général, je reçois 4 à 5 groupes par an. Je leur offre une dégustation et des explications sur le métier. On ne peut pas le faire tout le temps, ou il faut le facturer. Je pourrais peut-être faire ça une fois par semaine. Les personnes voient les huîtres différemment, ils comprennent la noblesse de la profession, mais aussi la justification du prix. » (ostréiculteur morbihannais)

Mises à part les entreprises qui pratiquent déjà cette activité, de manière organisée ou non, on constate que c'est une activité qui n'intéresse pas tout le monde, car elle est souvent incompatible avec la conduite de l'exploitation, ce qui explique un fort taux de rejet (figure 15).

Parmi les entreprises enquêtées, celles de la baie de Cancale semblent avoir plus développé ce type d'activité. Le fait qu'elles se situent sur une route très touristique - et sont bien visibles - en favorise le développement.

Niveau d'engagement par zone atelier

	Réalisé	En projet	Intéressé	Pas intéressé	Impossible à réaliser
baie de Cancale (BN)	6	0	0	4	0
Morbihan (BS)	3	0	2	5	3



Taux de réponse : **60.9%**

Problèmes administratifs/réglementaires	6
Manque de temps	4
Goûts personnels	3
Autres difficultes d'organisation	2
Autres freins	1

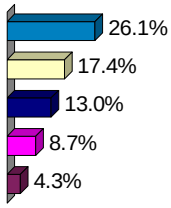


Figure 16: Freins identifiés par les enquêtés par rapport à l'activité de visite de l'exploitation

Source : enquête 2008

D'après les personnes enquêtées, les principaux freins à la mise en place et au développement de cette activité sont les problèmes administratifs et le manque de temps (figure 16). Ce sont généralement les deux freins qui reviennent le plus souvent quelle que soit l'activité. Les problèmes administratifs et réglementaires peuvent être de plusieurs ordres. Dans le cas de la visite de chantier, il peut s'agir de limitations par rapport à l'accueil de personnes extérieures par exemple.

Le manque de temps est ensuite un frein général à la mise en place d'une nouvelle activité. Surtout pour les activités liées au tourisme comme l'accueil, la visite, la dégustation, la vente directe... qui représentent un revenu indirect dans la plupart des cas. Si l'entreprise ne se spécialise pas dans ce type d'activité, pour en faire la source principale de revenus, la nécessité d'une personne en continu sur le chantier est incompatible avec la pratique conchylicole, et représente une contrainte financière forte pour les petites entreprises notamment.

> « On est un peu petit, on n'est pas mécanisé, on n'a rien. On fait tout à la main, donc on ne peut pas se libérer. A partir de mars on est un peu plus libre de notre temps. » (ostréiculteur morbihannais)

III.1.2. Visite des parcs conchylicoles

La visite des parcs conchylicoles peut parfois se faire à pied ou peut impliquer l'embarquement des visiteurs jusqu'aux parcs. Si l'activité était pratiquée de manière anecdotique par les conchyliculteurs pour embarquer le plus souvent des connaissances, l'actualité récente[13] a radicalement changé la donne, car la réglementation a été renforcée pour limiter au maximum les risques liés à la sécurité des embarquements[14]. Du point de vue des producteurs, l'activité est bloquée (figure 17), compte-tenu des risques qu'une telle initiative pourrait représenter pour l'entreprise, même si la demande est importante :

Pourcentage sur l'ensemble de l'échantillon (n=23)

Taux d'activité	**0.0%**
Degré d'ouverture	**8.7%**
Niveau de rejet	**91.3%**

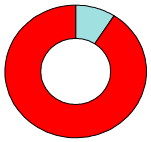


Figure 17 : Engagement des personnes enquêtées pour l'activité d'embarquement de touristes.

Source : enquête 2008

> « La législation est plus dure, c'est à cause de ceux qui abusent du système : ils déclaraient l'embarquement de touristes comme si c'était du travail. Il y a aussi un problème de statut. Ça serait possible si on était une société privée. Il y a une grosse demande, mais est-ce que le jeu en vaut la chandelle ? » (ostréiculteur et mytiliculteur en baie de Cancale)

[13]Le Président Directeur Général du groupe Michelin a trouvé la mort dans le naufrage d'un bateau de pêche au large du Finistère au cours d'une sortie de pêche en mer.

[14]Note de la Direction des Affaires Maritimes du 11 janvier 2007 relative au transport de passagers sur les navires de pêche inférieurs à 24 mètres.

Des freins réglementaires

En conséquence, sur les 23 entreprises interrogées lors de la seconde enquête, seules deux se sont montrées intéressées par l'embarquement de touristes, le reste des réponses étant partagées entre « pas intéressé » (6 réponses) ou « impossible à réaliser » (15 réponses).

Cette réponse est corrélée aux problèmes administratifs et réglementaires, principaux freins exprimés lors des enquêtes pour la mise en place de cette activité. Quasiment la moitié des enquêtés avouent aussi ne pas vouloir développer cette activité par goût personnel : ils préfèrent s'en tenir au « cœur de métier » et laisser l'accueil des touristes aux structures dédiées.

Taux de réponse : **95.7%**

Problèmes administratifs/réglementaires	16	69.6%
Goûts personnels	10	43.5%
Manque de temps	3	13.0%
Manque de personnel	2	8.7%
Autres difficultes d'organisation	2	8.7%
Autres freins	0	0.0%

Figure 18: Freins identifiés par les enquêtés par rapport à la visite des parcs conchylicoles

Source : enquête 2008

« Si je veux embarquer des touristes, je dois demander une autorisation très détaillée 24 heures à l'avance, mais c'est difficile à programmer. Si je les embarquais sur un zodiac à titre privé, et gratuit, il n'y aurait aucun problème ! C'est une voie sans issue, il y a un blocage administratif.» (ostréiculteur morbihannais)

De fait, les possibilités offertes pour la visite des parcs conchylicoles sont principalement issues de démarches collectives. Les exemples cités ci-dessous ont été rencontrés en baie de Cancale.

Démarches collectives de visite des parcs conchylicoles

Maison de la Baie

La Maison de la Baie[15] est une structure d'accueil des touristes implantée à l'entrée du port Est du Vivier-sur-Mer. Elle propose notamment une exposition sur la mytiliculture en baie du Mont-Saint-Michel et des visites guidées (à pied ou motorisées) des bouchots. Pour les mytiliculteurs du Vivier-sur-Mer, la Maison de la Baie capte l'afflux touristique et les dispense d'accueillir ces visiteurs, car leur disponibilité est limitée par leur travail et les chantiers ne sont pas adaptés à l'accueil de visiteurs.

« La Maison de la Baie apporte une vitrine pour le touriste, qui est un futur consommateur. Ils sont indépendants, autonomes dans leur travail. Ils apportent un aspect écologique qu'on ne peut pas apporter nous-même. Aujourd'hui beaucoup plus de gens sont sensibilisés, ils veulent des informations, ça fait partie de l'éducation des gens. » (mytiliculteur en baie de Cancale)

La Maison de la baie accueille plusieurs clientèles : les scolaires (50% des visiteurs) et le grand public. En une année, la Maison de la baie accueille 53 000 visiteurs à l'entrée du Vivier-sur-mer. L'activité de permet pas de générer des bénéfices, les revenus lui permettant à peine d'être autonome vis-à-vis de la masse salariale (animateurs). La survie de cette activité est donc dépendante du soutien apporté par les professionnels *via* les taxes portuaires.

Office du tourisme de Cancale

Une seconde offre de visite des parcs, ostréicoles cette fois, est proposée par l'Office du Tourisme de Cancale. Ces visites se faisaient à l'origine en partenariat avec un ostréiculteur local, mais cette collaboration a été abandonnée à cause du manque de temps disponible de celui-ci. Cet exemple illustre la difficulté des conchyliculteurs à adapter leur travail aux exigences de présence des activités touristiques.

[15] La Maison de la baie dépend du syndicat intercommunal mytilicole, qui est en charge de la gestion du port mytilicole. Cette structure a été mise en place au moment de l'aménagement du port, à l'initiative du syndicat. Des taxes prélevées auprès des entreprises sont ainsi en parties attribuées au financement de Maison de la baie. Celle-ci a donc un statut public, mais conserve un lien étroit avec l'activité conchylicole.

« *Pour ce qui est de la collaboration directe avec les ostréiculteurs, il faut savoir que peu de professionnels sont adhérents à l'Office de Tourisme. Quand je suis arrivé il y a 10 ans, ils étaient 6 ou 7, aujourd'hui ils ne sont plus que 2. Ce sont ceux qui proposent effectivement des activités tournées vers le tourisme.* » (Grégoire Choleau, Office du Tourisme de Cancale)

Une offre encore peu développée

Malgré la présence de cette offre, ces formes de diversification ne semblent pas se développer pour le tourisme conchylicole. La meilleure preuve étant l'exemple de la *Sirène de la Baie* :

Figure 19: Photographie du navire *Sirène de la baie* abandonné sur le port du Vivier-sur-mer, auteur : T. Besse, 2008.

La Sirène de la Baie est un véhicule amphibie qui était employé il y a une dizaine d'années pour proposer des visites-déjeuners en baie. Ce projet était porté par un armement regroupant 4 associés : un professionnel du tourisme et des mytiliculteurs. Cette activité générait d'énormes coûts de maintenance, à cause de l'entretien du véhicule. L'activité saisonnière ne permettait pas de couvrir les charges de l'année. Cette activité a été abandonnée en 1994. Le navire stationne depuis ce temps sur le port mytilicole et est devenu le témoin de l'échec d'un modèle d'offre touristique très poussée qui a dissuadé la mise en place de nouveaux projets.

III.1.3. Dégustation des produits

Des sites connus pour la dégustation des produits sont présents dans chaque zone-atelier. En baie de Cancale, sur le port de la Houle les touristes viennent goûter la « Cancale » au marché aux huîtres, au-dessus des parcs ostréicoles. Manger des huîtres sur le port est l'une des attractions favorites des touristes à Cancale. Pour les ostréiculteurs, ce marché est une aubaine. L'été est pour eux la saison creuse de vente et le marché aux huîtres compense la chute des ventes à cette période. Ce sont les ostréicultrices de Cancale ou de St Meloir-des-Ondes qui viennent vendre une partie de leur production. Cette activité est assez répandue : taux d'activité élevé de 40% (figure 20). Le niveau de rejet s'explique, d'une part, par le non-intérêt des personnes interrogées et d'autre part par les freins administratifs qui peuvent être dissuasifs.

Pourcentage sur l'ensemble de l'échantillon (n=23)

Taux d'activité	**39.1%**
Degré d'ouverture	**8.7%**
Niveau de rejet	**52.2%**

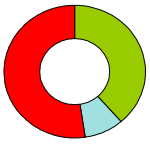


Figure 20 : Engagement des personnes enquêtées pour l'activité de dégustation.

Source : enquête 2008

Deux manières de proposer de la dégustation

Certains producteurs proposent au-delà de la vente directe de leur produit une dégustation sur place. Cette prestation est souvent associée à une visite de l'établissement. On distingue deux situations, qui se recouvrent assez souvent :

– Le professionnel peut offrir une dégustation de manière occasionnelle, c'est-à-dire qu'il fait un service de ses produits lorsqu'il est sollicité par des groupes venant visiter le chantier ou acheter ses produits. Ce service est souvent considéré comme une activité anecdotique et n'est pas facturé au-delà du coût des produits achetés : ce n'est alors pas une source complémentaire de revenus.

« *J'ai déjà accueilli un car de japonais qui venaient de Paris. J'ai préparé une tablée avec des huîtres creuses, des huîtres chaudes et du vin blanc. Ça a été un succès, je serais prêt à le refaire.* » (ostréiculteur morbihannais)

– La dégustation peut être au contraire tout à fait organisée et constituer une stratégie d'entreprise liée à la vente directe. L'activité peut alors générer lune grande partie des revenus, (c'était le cas pour deux des entreprises rencontrées).

« C'est la meilleure accroche publicitaire, les gens conservent une mémoire du produit et l'associent au lieu, au territoire, aux gens qui le produisent. Ils visualisent tout ça en consommant leurs coquillages. » (ostréiculteur et mytiliculteur en baie de Cancale)

La dégustation est une activité majoritairement estivale. Dans le cas d'une exploitation ostréicole, elle permet d'apporter un revenu supplémentaire en période creuse de travail sur le chantier. L'été correspond à la période de reproduction des huîtres et le choix de la dégustation implique souvent l'élevage d'huîtres triploïdes pour satisfaire les consommateurs qui n'apprécient pas les huitres laiteuses.

Une activité précaire vis-à-vis de la réglementation

Taux de réponse : **69.6%**

Problèmes administratifs/réglementaires	8	34.8%
Goûts personnels	5	21.7%
Manque de temps	4	17.4%
Obstacles matériels	2	8.7%
Autres freins	2	8.7%

Figure 21 : Freins identifiés par les enquêtés par rapport à l'activité de dégustation

Source : enquête 2008

Le principal frein identifié par les producteurs est le cadre réglementaire très strict de l'activité de dégustation (figure 21). Pour les personnes enquêtées, la dégustation n'implique pas la transformation du produit (cuisson ou préparation d'un plat). L'activité devient alors commerciale et ne rentre plus dans la définition des activités agricoles. L'ouverture de l'huître est autorisée mais celle des moules, qui se fait par la cuisson dans un bouillon, n'est pas possible selon cette définition.

« *La limite avec le statut d'activité commerciale n'est pas claire, par exemple lorsque l'on veut ouvrir les moules en marinière. En principe la TVA devrait être celle d'une activité de services. Il y a un flou juridique.* » (ostréiculteur et mytiliculteur en baie de Cancale).

Le statut de la dégustation reste impréci pour les entreprises de cultures marines et l'activité de dégustation a donc un caractère très instable, notamment à cause des variations d'interprétation des textes de la part des services de l'État (services des Douanes, des Affaires maritimes, *etc.*).

« *Je vends mes coquillages sur un terrain communal 8 mois dans l'année. L'installation doit être démontable, car la collectivité ne veut pas prendre le risque que je revendique la propriété des lieux !* » (ostréiculteur et mytiliculteur en baie de Cancale)

« *L'activité de dégustation doit avoir un caractère « accessoire », pas trop organisé. Cela pose problème dans le cas où un local est dédié à la mise en marché. Il peut être dénoncé comme espace marchand. nous expliquons tout cela aux conchyliculteurs, mais ne sommes pas toujours écoutés.* » (SRC Bretagne Sud)

L'activité de dégustation est également limitée par l'impossibilité d'ouvrir les moules au bouillon, qui devient une activité de restauration. Le fonctionnement d'une exploitation mytilicole est moins adapté à la mise en place d'une activité de dégustation. Les activités des mytiliculteurs sont beaucoup plus tournées vers la mer et le temps à terre est réduit à son minimum. Créer une telle activité nécessiterait une plus grande présence au chantier, alors que les producteurs cherchent au contraire à se libérer de ce travail à terre.

L'échec des démarches collectives

Dans le golfe du Morbihan existait la « Route de l'Huître », une offre de parcours de visites de chantiers et de dégustation d'huîtres porté par une association, l'Aurore (Association Loi 1901) et subventionnée par les collectivités. Cependant, cette activité ne permettait pas de générer suffisamment de revenus pour payer l'animateur de l'association et le désengagement des collectivités locales a stoppé l'offre. Cet exemple montre le rôle clé des collectivités dans la définition de l'offre touristique d'un territoire. La route est toujours matérialisée et permet aux conchyliculteurs de continuer à bénéficier de retombées indirectes.

III.1.4. Mise en place d'une prestation de restauration

Ce type d'activité n'a pas de statut agricole, elle est donc considérée comme une forme de pluriactivité, mais les employés peuvent être affiliés à la MSA si les produits servis proviennent pour l'essentiel de l'exploitation. Cette activité n'est pas autorisée sur l'exploitation et nécessite la mise en place d'une structure juridique propre. On peut citer l'exemple des « dégustations ostréicoles » à Cancale, des établissements tenus par des ostréiculteurs où ils vendent tout ou partie de leur production, qui sont implantés historiquement dans le port de la Houle.

A Cancale, le lien entre la restauration et l'ostréiculture est très étroit. Beaucoup des producteurs qui ne possèdent pas de lieux de dégustation sur le port livrent au moins une partie de leur production aux restaurants locaux. Cependant, cette situation est très locale et la majorité des ostréiculteurs enquêtés ne sont pas en situation de pouvoir exercer cette pluriactivité.

> *« Parmi les restaurants à Cancale, au moins un sur quatre est un ostréiculteur. Je suis moi-même propriétaire d'un restaurant. Avant j'en étais gérant avec ma femme et je facturais mes huîtres via le restaurant. Mais l'activité conchylicole doit être la première activité. Avoir le restaurant, ça donne de la sécurité, si par exemple il y a une marée noire demain. On a un métier à risques. Mon père avait recommencé à zéro cinq fois dans sa vie, à cause des maladies, des prédateurs et même de la banquise qui s'était formée dans la baie en 1963 ! »* (ostréiculteur en baie de Cancale)

Pourcentage sur l'ensemble de l'échantillon (n=23)

Taux d'activité	**8.7%**
Degré d'ouverture	**8.7%**
Niveau de rejet	**82.6%**

Figure 22 : Engagement des personnes enquêtées pour l'activité de restauration.

Source : enquête 2008

Taux de réponse : **69.6%**

Problèmes administratifs/réglementaires	**9**
Goûts personnels	**6**
Manque de temps	**2**
Manque de moyens financiers	**2**
Autres freins	**1**

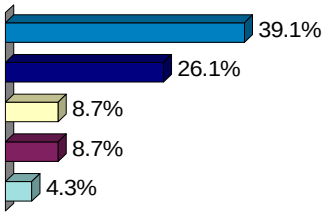


Figure 23: Freins identifiés par les enquêtés par rapport à l'activité de restauration

Source : enquête 2008

Cette activité est généralement mal adaptée aux exploitations conchylicoles (figure 22). Le niveau de rejet exprime le fait qu'elle conjugue les freins administratifs de la dégustation avec les contraintes que la restauration représente en termes d'investissements en temps et en moyens financiers (figure 23).

III.1.5. Gîtes ruraux et chambres d'hôtes

L'hébergement étant impossible sur la quasi-totalité des sites d'implantation des chantiers conchylicoles, l'activité ne peut se faire qu'en dehors de l'exploitation et relève de la pluriactivité. En effet, aucun des producteurs rencontrés lors des deux enquêtes ne possédait de gîtes ruraux ni de chambres d'hôtes. Du reste sur les 23 entreprises échantillonnées lors de la seconde enquête, la majorité a jugé l'activité comme « non intéressante » (figure 24).

Pourcentage sur l'ensemble de l'échantillon (n=23)

Taux d'activité	**0.0%**
Degré d'ouverture	**4.3%**
Niveau de rejet	**95.7%**

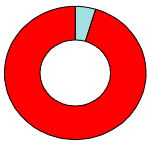


Figure 24 : Engagement des personnes enquêtées pour l'activité d'hébergement.

Source : enquête 2008

III.2. DIVERSIFICATION DES MÉTHODES DE VENTE

Cette catégorie représente la voie de diversification la plus fréquente parmi les entreprises de l'échantillon. La diversification des méthodes de vente se situe effectivement tout à fait dans la continuité de l'acte de production et relève de stratégies commerciales souvent naturelles pour les chefs d'exploitations conchylicoles.

III.2.1. VENTE DIRECTE

La vente au détail est une source de revenus complémentaires assez courante (figure 25). De plus en plus de producteurs cherchent également des marchés pour avoir une meilleure valorisation. Sur les 23 entreprises de l'échantillon, 12 vendaient une partie de leur production au détail, dont seulement 2 entreprises mytilicoles. La démarche est donc moins naturelle dans le cas des mytiliculteurs (figure 27) de fait de leur regroupement dans des GIE. Les entreprises mytilicoles s'orientent plus facilement vers la vente en gros et l'augmentation des volumes produits.

Pourcentage sur l'ensemble de l'échantillon (n=23)

Taux d'activité	**52.2%**
Degré d'ouverture	**8.7%**
Niveau de rejet	**39.1%**

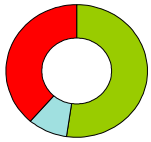


Figure 25 : Engagement des personnes enquêtées pour l'activité de vente au détail.

Source : enquête 2008

	Réalisé	En projet	Intéressé	Pas intéressé	Impossible à réaliser
Mixte	**2**	**0**	**1**	**0**	**0**
Mytilicole	**1**	**0**	**0**	**5**	**0**
Ostréicole	**9**	**0**	**1**	**3**	**1**

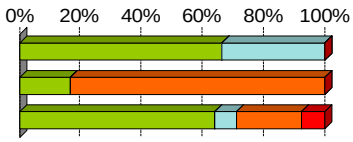


Figure 26: Niveau d'engagement dans la vente directe en fonction du type de production

Source : enquête 2008

Des motivations variées...

L'objectif premier poursuivi par les entreprises engagées dans ce mode de commercialisation est l'augmentation ou le maintien des revenus. Les produits sont vendus plus chers aux consommateurs qu'aux grossistes.

> *« J'ai commencé à vendre ma production pour augmenter les revenus et travailler avec ma femme. C'est une charge de travail supplémentaire, et si j'avais eu plus de bouchots je n'aurai pas eu à le faire. »* (mytiliculteur en baie de Cancale)

> *« Le marché me permet de vendre mon produit plus cher, et d'avoir une sécurité de revenu, c'est plus régulier. Je peux produire moins pour gagner autant. Il n'y a pas trop de problème de concurrence. Chacun a son cru et les clients peuvent passer de l'un à l'autre. »* (ostréiculteur morbihannais)

Une autre motivation évoquée pour la vente au détail est l'indépendance vis-à-vis du marché de la vente en gros. La vente au détail permet de percevoir un revenu plus régulier, ce qui peut par exemple faciliter la paie des employés.

> *« La vente directe c'est très bien, ça permet de vendre du fournisseur au consommateur. C'est comme pour la pêche, on veut tout faire passer par la criée ! Il faut que le producteur s'y retrouve. Le prix des moules a doublé, pas les huîtres ! Les mytiliculteurs ont su mettre en avant leur produit. L'objectif c'est d'avoir une meilleure marge en diminuant le nombre d'intermédiaires et de pouvoir être payé tout de suite, par rapport à la vente en gros. Mais ça te prend tout ton temps. »* (ostréiculteur morbihannais)

> *« Pour s'en sortir il faut être économe au dernier point, être rationnel. J'ai pas envie de faire du volume pour payer tous les frais. Donc, j'ai décidé de vendre tout sur place, avec le minimum de frais. Je peux travailler et vendre en même temps. » (ostréiculteur morbihannais)*

Il s'agit aussi pour certains de produire autrement et d'entretenir des relations différentes avec le consommateur. Pour d'autres personnes enquêtées, la vente directe permet de mettre en place une certaine démarche qualité :

> *« La vente à l'atelier c'est une bonne manière pour corriger ce que tu fais et toujours s'adapter : si un produit n'est pas bon tu le vois tout de suite, tu ne le vends pas. Je travaille avec une filière flamande, qui fait de l'hébergement en gîtes et des cours de cuisine haut de gamme. Toutes les semaines ils viennent soit me prendre de la marchandise, soit accompagner leurs clients. (...) Ils veulent de la qualité, et moi ça me permet d'entretenir une certaine exigence, ça devient une habitude. »* (ostréiculteur morbihannais)

C'est le même objectif de qualité qui est souligné par un ostréiculteur qui livre la totalité de sa production aux restaurateurs locaux :

> *« C'est la qualité que je cherche à promouvoir. Avant je cavalais beaucoup plus (livraisons à Granville, etc.) et ça coûtait cher : J'ai vu ça avec mon comptable. Maintenant je préfère vendre moins et mieux, pour « affiner le bilan ». Avec les restaurants, tout le monde s'y retrouve et gagne de l'argent. A Cancale, tout est lié ! »* (ostréiculteur en baie de Cancale)

Mais une activité perçue comme très coûteuse en temps et en personnel

Taux de réponse : **52.2%**

Manque de temps	5	21.7%
Goûts personnels	3	13.0%
Problèmes administratifs/réglementaires	2	8.7%
Conflits d'intérêts	2	8.7%
Manque de moyens financiers	2	8.7%
Autres freins	2	8.7%

Figure 27: Freins identifiés par les enquêtés par rapport à vente directe

Source : enquête 2008

En contrepartie, la vente directe au chantier demande une présence continue sur l'atelier. C'est une activité considérée comme très couteuse en temps et en personnel par les enquêtés.

Le manque de temps est le principal frein identifié lors des entretiens (figure 27). En effet, la présence d'une personne sur le chantier peut poser problème. C'est par exemple le cas pour les mytiliculteurs pour qui l'été fait partie de la saison forte de travail sur les parcs.

> *« Tout est possible, mais après c'est un problème de personne. Une petite entreprise peut se permettre d'organiser de la vente au détail, mais c'est une autre démarche : il faut du personnel, des contacts, du temps. Je n'ai jamais envisagé ça. »* (mytiliculteur en baie de Cancale)

Le cas de la vente sur les marchés

Même si les bénéfices retirés de la vente sur les marchés sont importants, les couts peuvent être élevés. Le temps de travail, mais surtout les charges de transport qui peuvent être élevées si le marché est distant, et le manque à gagner dû au temps consacré au marché sont difficilement évalués par les producteurs. Les professionnels ne répercutent pas forcément la totalité des coûts sur le prix de vente.

> *« Les consommateurs locaux connaissent déjà le produit et vendre plus loin coûte cher. C'est difficile de mesurer les coûts et les bénéfices pour l'entreprise, on ne peut pas le savoir à l'avance. »* (ostréiculteur morbihannais)

Le conditionnement des coquillages pour la vente sur les marchés représente un investissement en temps et en personnel important. Vendre sur les marchés le weekend implique d'y dédier les derniers jours de la semaine.

> *« Les marchés c'est de moins en moins intéressant. Il faut une journée de préparation pour une journée de marché. C'est prenant et on ne peut plus faire de gros. Il faut choisir entre la vente au détail et la vente en gros. Il faudrait du personnel mais on n'a pas les moyens, les charges sont trop fortes.»* (ostréiculteur morbihannais)

Par ailleurs, la vente sur un marché constitue une source d'incertitude à cause du caractère aléatoire de la fréquentation des marchés, notamment en cas de mauvaises conditions climatiques. De fait, si elle peut répondre à la nécessité d'un revenu régulier (notamment pour

pouvoir payer correctement les salariés), la vente sur un marché n'est pas vu comme un moyen robuste de survie des entreprises car elle ne constitue pas une niche suffisamment importante.

> « On s'attend à tout moment d'arrêter l'ostréiculture. Pourtant, on a un bon marché, on a des huîtres qui tiennent la route, mais on n'a pas des marges si extraordinaires sur les marchés, et c'est beaucoup de frais. La concurrence est de plus en plus dure. » (ostréiculteur morbihannais)

III.2.2. ADHÉSION À UN LABEL OU À UNE MARQUE

Toutes les entreprises de l'échantillon ne sont pas a égalité vis-à-vis de l'adhésion à un label/marque. Sur la figure 28 ci-contre, le niveau de rejet est essentiellement dû aux réponses des ostréiculteurs. Sur l'échantillon de la seconde enquête, 30% des ostréiculteurs étaient favorables à cette activité contre 100% des éleveurs mytilicoles (figure 29).

Pourcentage sur l'ensemble de l'échantillon (n=23)

Taux d'activité	47.8%
Degré d'ouverture	8.7%
Niveau de rejet	43.5%

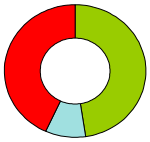


Figure 28 : Engagement des personnes enquêtées pour les démarches de label ou marque.

Source : enquête 2008

	Réalisé	En projet	Intéressé	Pas intéressé	Impossible à réaliser
Mixte	3	0	0	0	0
Mytilicole	5	1	0	0	0
Ostréicole	1	1	2	10	0

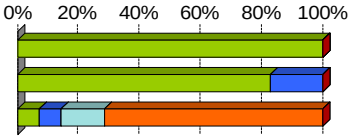


Figure 29 : Niveau d'engagement dans une démarche label ou marque en fonction du type de production

Source : enquête 2008

Les mytiliculteurs et l'AOC « Moules de bouchots »

En ce qui concerne les mytiliculteurs, la mise en place d'une Appellation d'Origine Contrôlée (AOC « moules de bouchot ») est une initiative unique qui a pris beaucoup de temps et d'énergie. Cette appellation, la première délivrée à un produit de la mer, est l'expression d'une dynamique collective de recherche d'une meilleure qualité de la production.

> « *Les producteurs cherchent à produire plus et à augmenter les densités. C'est un risque par rapport au milieu naturel. Chacun pense à gagner toujours plus, mais l'AOC limite ces phénomènes. Elle limite l'individualisme et l'intérêt général prime.* » (mytilicultrice en baie de Cancale)

L'appellation est devenue incontournable, à tel point que certains mytiliculteurs ne voient en l'AOC qu'une règlementation supplémentaire et pas un moyen de mieux valoriser leurs produits.

> « *On a été obligés d'adhérer à l'AOC pour pouvoir vendre sous le nom de moules de bouchot* » (mytiliculteur en baie de Cancale)

Des points de vue variés

Peu d'ostréiculteurs voient la mise en place d'un label comme une nécessité pour le secteur. Sur les 14 entreprises de l'échantillon, 10 n'étaient pas intéressées par une telle démarche. Soit les ostréiculteurs sont réticents vis-à-vis de la surcharge de contraintes et de l'augmentation des contrôles sur la production, soit ils considèrent que leur l'huître se vend suffisamment bien car elle est identifiée comme un produit de qualité pour les consommateurs. Par exemple, l'huître de Cancale a une réputation faite dans la région et à Paris. Pour certains, mettre en place une labellisation n'apporterait que des contraintes et des coûts supplémentaires.

> « *Ça ne m'intéresse pas. C'est des contraintes en plus, alors qu'on vend déjà des huîtres de Cancale qui sont reconnues, sans s'embêter. Si encore on avait du mal à les vendre...* » (ostréiculteur de la baie de Cancale)

Pour beaucoup d'ostréiculteurs, la labellisation n'est pas compatible avec leur production. Il est difficile de contrôler l'origine et la qualité des produits. Si le cahier des charges est basé sur les qualités intrinsèques du produit, à l'image d'un Label Rouge, il se confronte à la variabilité en chair des coquillages. Les labels apportent surtout des coûts supplémentaires et des contraintes pour les entreprises. Ceux qui y adhèrent ne vendent pas plus cher et ont des charges supplémentaires, ceux qui n'y adhèrent pas doivent vendre moins cher.

> *« Les labels créent une confusion. On a pas un produit stable, il y a une trop forte variabilité pour un cahier des charges label rouge. Le risque c'est que si vous n'êtes pas dans le cahier des charges, vous ne vendez plus rien. Je préfère expliquer au client qu'on a un produit naturel, changeant. »* (ostréiculteur morbihannais)

S'il s'agit d'une garantie d'origine (ex : AOC, IGP), elle valorise plutôt le travail effectué sur le produit et permet la traçabilité. Mais il faut pour les entreprises décrire le travail effectué sur le produit et cela crée un surplus de temps dédié aux tâches administratives. La difficulté réside dans la définition de l'origine du produit, par exemple lorsque le naissain est acheté en Gironde, ou vient d'une écloserie.

> *« Ce manque d'ancrage local pose le problème de la traçabilité. Les huîtres poussent différemment en changeant de bassin et la variabilité du naissain (origine, etc.) rendrait difficile la définition d'un produit stable. Ici on ne peut pas contrôler l'origine car on est pas un bassin de captage. »* (Office du Tourisme de Cancale)

Le manque d'intérêt pour la labellisation n'est pas unanime mais représente pour les enquêtés le principal frein de développement de ce type de démarche. Il dépend beaucoup de la perception de la santé du marché. L'enquête s'est effectuée à la suite d'une période de surproduction et cette situation modifie sensiblement le discours de certains professionnels :

> *« On manque d'un label ou d'une marque pour vendre. On est en surproduction, il y a trop d'offre. Lorsqu'il y a un manque de production, on vend très bien, il n'y a pas d'intérêt à rajouter le coût du label. »* (ostréiculteur morbihannais)

Certaines personnes aimeraient que soient mises en place des démarches collectives pour faire reconnaître leur territoire:

> *« C'est dommage qu'il n'y ait pas quelque chose de collectif pour la promotion du produit « huître de Cancale », comme pour la moule de bouchot du Mont-Saint-Michel. Il y a des parts de marché à gagner. Il manque beaucoup à la promotion du produit à Cancale.»* (mytilicultrice et ostréicultrice en baie de Cancale)

> *« J'ai eu un rendez-vous avec la SRC pour faire une signification du site de production, et faire de la publicité. On est 4 ou 5 dans le coin, il faut voir s'ils sont prêts, je pense que ça pourrait les intéresser. Il faudrait apporter une connaissance du patrimoine, du métier. »* (ostréicultrice morbihannais)

En dehors des labels officiels ou des marques collectives, d'autres démarches privées sont ou peuvent être mises en place. Plusieurs marques privées ou collectives existent sur les zones d'enquêtes. Elles permettent de se faire reconnaître par certains types de client et de nouer des liens plus forts.

> *« On a créé une marque déposée lorsqu'on s'est lancés dans l'expédition. Ça a demandé beaucoup de temps. Les huîtres bretonnes ne sont pas assez valorisées, Il fallait se démarquer des autres. On s'est associés à une société pour la décoration des bourriches et ça marche. Mais ça a été difficile de se faire une place entre les expéditeurs existants. On s'est beaucoup blindés au niveau juridique par rapport à la concurrence, on a tout déposé. Je n'ai pas beaucoup été aidée, pas beaucoup conseillée, alors qu'aujourd'hui notre marque permet de valoriser l'huître du Morbihan.»* (ostréicultrice morbihannaise)

III.2.3. EXPÉDITION ET NOUVELLES FORMES DE CONDITIONNEMENT DES COQUILLAGES

L'évolution de la demande des consommateurs, notamment par le circuit des Grandes et Moyennes Surfaces (GMS) a conduit à l'apparition de nouvelles formes de commercialisation des coquillages, notamment des moules. Afin de permettre une meilleure conservation et une consommation plus facile, une partie de la production de moules est par exemple vendue en emballage sous vide (figure 30). Le conditionnement nécessite des chaînes mécanisées assez coûteuses et qui sont souvent mises en commun au sein de sociétés de commercialisation, à l'image d'une grande partie des entreprises du Vivier-sur-Mer.

Pourcentage sur l'ensemble de l'échantillon (n=23)

Taux d'activité	30.4%
Degré d'ouverture	8.7%
Niveau de rejet	60.9%

Figure 30 : Engagement des personnes enquêtées pour la transformation des produits.

Source : enquête 2008

En effet, la totalité des entreprises engagées dans cette voie de commercialisation ou projetant de l'adopter sont des entreprises productrices de moules (exclusivement ou en majorité) (figure 31).

	Réalisé	En projet	Intéressé	Pas intéressé	Impossible à réaliser
Mixte	1	1	0	1	0
Mytilicole	4	1	0	1	0
Ostréicole	0	0	2	9	3

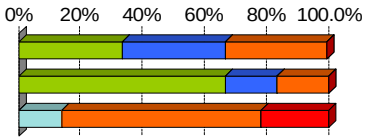


Figure 31 : Niveau d'engagement dans la transformation par type de production

Source : enquête 2008

En revanche, la totalité des ostréiculteurs a jugé cette solution inintéressante, ou impossible à réaliser au regard des moyens matériels dont ils disposent (figure 30). La plupart ne se sentent pas prêts à explorer d'autres formes de conditionnement des huîtres ou n'ont pas la taille suffisante pour investir dans une chaîne de conditionnement mécanisée.

> *Ça ne m'intéresse pas. Ce n'est pas le même produit. Et la transformation c'est trop de coûts. »* (ostréiculteur en baie de Cancale)

En revanche, la vente d'huîtres préparées est souvent évoquée :

> *Ce qui manque à l'huître, c'est les préparations. L'ouverture du produit est le principal souci. »* (ostréiculteur morbihannais)

La vente des huîtres sous forme de produits préparés pourrait être intéressante pour valoriser les huîtres de gros calibre, qui sont moins appréciées crues par les consommateurs mais sont plus adaptées à la consommation sous forme cuisinée. Certains producteurs utilisent cet argument pour améliorer la vente directe des huîtres de gros calibre :

> *J'ai fait un cahier de recettes pour les clients, ça me permet de vendre mes grosses huîtres qui sont moins appréciées crues. »* (ostréiculteur morbihannais)

Les freins évoquées pour le développement de la transformation au sein des entreprises conchylicoles sont d'une part, le goût personnel (activité qui n'intéresse pas) et d'autre part, pour ceux qui seraient intéressés, le manque de moyens financiers.

III.2.4. VALORISATION DES CO-PRODUITS

On entend par valorisation des co-produits la recherche d'une voie de récupération des coquilles vides (ou des moules sous-tailles) pouvant être indemnisée ou rémunérée par la création d'une plus-value sur cette ressource.

Une activité encore peu développée...

À l'heure actuelle, la plupart des professionnels utilisent les coquilles pour remblayer les allées entre leurs parcs. Les entreprises qui ont déclaré valoriser leurs coproduits sont des entreprises dont les coquilles sont récupérées par des agriculteurs pour l'amendement de leurs sols (figure 32).

> « *C'est difficile de trouver des voies de valorisation pour les coquilles. Pour l'instant on les donne aux agriculteurs.* » (mytilicultrice et ostréicultrice en baie de Cancale)

Pourcentage sur l'ensemble de l'échantillon (n=23)

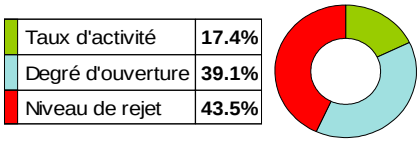


Figure 32 : Engagement des personnes enquêtées pour la valorisation des co-produits.

Source : enquête 2008

Taux de réponse : **34.8%**

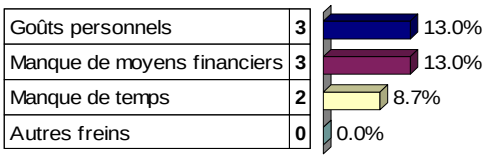


Figure 33 : Freins identifiés par les enquêtés par rapport à la valorisation des co produits

Source : enquête 2008

La gestion des co-produits coquilliers est encore peu contraignante mais elle nécessite des investissements lourds en temps et en moyens pour fonctionner de manière développée (figure 33).

De plus, cette activité est rarement mise en place par une démarche construite ou collective et n'est pas rémunératrice à l'heure actuelle.

> « *L'association eau-vive collecte nos déchets pour en faire des aliments pour les poules. C'est gratuit et ça nous débarrasse.* » (ostréicultrice morbihannaise)

L'organisation d'une gestion collective des déchets coquilliers nécessite également de modifier les pratiques des conchyliculteurs, notamment pour limiter le remblayage des parcs avec les coquilles. La réticence des professionnels à modifier leurs habitudes peut être un obstacle conséquent.

> « Les coquilles ce sont des huîtres perdues. Je n'aime pas trop l'idée de baser une activité sur la perte de revenus d'une activité principale, c'est négatif. » (ostréicultrice morbihannaise)

.. mais qui intéresse

Malgré cela, une majorité des entreprises s'est montrée intéressée par la démarche et envisage une activité rémunératrice, innovante, à l'image d'une valorisation industrielle des coquilles d'huîtres.

> « *La récupération des coquilles ça se met en place et c'est bien. C'est pas encore assez connu. Il y a des projets avec les agriculteurs mais c'est pas encore bien engagé.* » (ostréiculteur morbihannais)

Pour les mytiliculteurs, l'intérêt est renforcé par le fait qu'au-delà des coquilles vides, ils rejettent une quantité importante de moules sous-calibrées. Ce sont les moules des couches intérieures du bouchot, qui n'ont pas la possibilité de se développer. Certains mytiliculteurs du Vivier-sur-Mer envisagent de modifier leur matériel de pêche afin de ne retirer du bouchot que les couches extérieures (plus développées) et de laisser ensuite pousser les moules restantes. Plusieurs ont évoqué la possibilité d'une autre voie de valorisation :

> « *Une idée serait d'utiliser les coquillages sous-taillés pour l'alimentation des piscicultures. Il faudrait mettre en place un prix de retrait pour ça.* » (mytiliculteur en baie de Cancale)

Certaines entreprises de compostage se positionnent sur le créneau et proposent d'intégrer les sous-produits coquilliers pour proposer un produit complet aux agriculteurs.

De manière générale c'est une des seules activités qui présente un réel potentiel de développement vis-à-vis de l'état actuel de la gestion des coquilles et de l'intérêt porté par les acteurs concernés. Une difficulté pour développer ces activités est l'absence de filière préexistantes.

III.3. AUTRES FORMES DE DIVERSIFICATION

Cette catégorie regroupe des activités dont la pratique par les exploitations est plus anecdotique ou des activités qui ne représentent pas pour les producteurs un investissement particulier en moyens ou en temps. Ces activités traduisent l'ouverture des producteurs à d'autres activités périphériques à leur métier.

III.3.1. PRESTATION DE SERVICES AUPRÈS D'AUTRES PRODUCTEURS

Quatre entreprises rencontrées ont développé des activités de prestations de services. Deux autres exemples de prestations de services ont été évoqués. Sur ces six entreprises connues, trois entreprises utilisent leur ponton pour travailler sur les parcs d'autres conchyliculteurs, deux mettent à disposition leur chaîne de conditionnement pour d'autres producteurs (mise en bourriche d'huîtres et mise en barquettes de moules).

> *« On fait de l'emballage de bourriches pour un client italien. Une partie de notre production est vendue à ce client qui nous paye pour emballer des huîtres d'autres fournisseurs. Il a fallu investir dans des cercleuses et un manitou. C'était facile parce qu'on faisait beaucoup d'expédition et peu de gros. On voudrait transformer le chantier en chantier d'emballage. (...) c'est original mais je pense que compte-tenu de la conjoncture il devrait y avoir de plus en plus de chantiers d'emballage.»* (ostréicultrice morbihannaise)

On peut remarquer que c'est le seul cas d'activité diversifiée qui a été vu par les enquêtés comme une voie possible de reconversion vers une activité détachée de la production.

La dernière entreprise revend une partie de sa collecte de naissain sous forme de cordes pour d'autres mytiliculteurs :

> *« Nous faisons de la vente de cordes de naissain, pendant un creux de l'activité de production. C'est un petit investissement pour une grande rentabilité. C'est un bon soutien de trésorerie. »* (mytiliculteur morbihannais)

L'opportunité de cette prestation de service a en effet été largement évoquée par les producteurs dans une optique de diversification des sources de revenus, bien que très peu d'entreprises se soient montrées effectivement intéressées par la mettre en place au sein de leur exploitation (17 non intéressés sur 23, figure 34).

Pourcentage sur l'ensemble de l'échantillon (n=23)

Taux d'activité	**17.4%**
Degré d'ouverture	**8.7%**
Niveau de rejet	**73.9%**

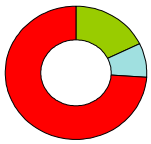


Figure 34 : Engagement des personnes enquêtées pour la prestation de services.

Source : enquête 2008

III.3.2. PARTICIPATION AUX TRAVAUX SCIENTIFIQUES

Pourcentage sur l'ensemble de l'échantillon (n=23)

Taux d'activité	**34.8%**
Degré d'ouverture	**13.0%**
Niveau de rejet	**52.2%**

Figure 35 : Engagement des personnes enquêtées pour la participation aux travaux scientifiques.

Source : enquête 2008

Pour beaucoup de producteurs, la participation aux travaux scientifiques consiste en la mise à disposition de tables sur les parcs (pour les suivis scientifiques d'Ifremer) et parfois au prélèvement d'échantillons d'eau pour le suivi de la qualité des eaux des bassins de production. Ces prestations ne sont pas sujettes à indemnisation et l'activité est difficilement associable à une diversification au sens économique, mais plutôt à un service rendu par le secteur à la société. Compte-tenu de ce constat, l'interrogation sur l'intérêt vis-à-vis de cette activité est peu pertinente, car elle ne correspond pas à un projet d'entreprise.

Cependant, le niveau de rejet exprime souvent une incompréhension de la mission des experts scientifiques et une perte de confiance vis-à-vis des solutions qu'ils peuvent apporter pour la gestion de leurs ressources (figure 35).

« l'Ifremer ne fait pas son boulot. Au bout de vingt ans ils sont toujours là mais nos huîtres meurent toujours. » (ostréiculteur morbihannais)

« On a déjà eu des mortalités en huîtres, c'était en 2003-2004, c'était abominable. On ne comprenait rien à tout ça pourquoi ça nous tombait dessus, etc. C'était tellement grave pour moi que j'ai appelé un jour le gars qui s'occupe des maladies à l'Ifremer. Il est venu deux fois et il me disait « personne ne m'appelle ». Mais lui ne vient pas non plus ! J'entends plein de gens me faire des observations : tel poisson qui meurt le premier, et dans tel endroit, etc. Mais ça devrait être versé dans le domaine scientifique, tu comprends ? De cette manière on approcherait au plus près de la vérité du milieu et puis on prendrait les mesures les plus adéquates, à condition qu'on soit toujours animé d'un esprit de construction. » (ostréiculteur morbihannais)

Ces propos illustrent le fait que la co-expertise n'est pas encore rentrée dans les mœurs et qu'il existe encore de nombreuses méfiances entre scientifiques et professionnels sans que cela soit systématique.

III.3.3. PARTICIPATION À LA SURVEILLANCE DE LA QUALITÉ DU MILIEU

La qualité du milieu est une des principales sources d'incertitude pour les éleveurs. Cependant, il existe assez peu de démarches mobilisant leur participation. Les démarches professionnelles sont effectuées aux niveaux de certains syndicats. On peut citer également l'exemple de l'association CAP 2000 qui réunit un collectif de conchyliculteurs, d'agriculteurs et de pêcheurs morbihannais. Cette initiative a permis l'établissement d'un dialogue durable et constructif entre les producteurs primaires et a fait émerger des projets collectifs de gestion de la qualité de l'eau. L'association réalise en effet des suivis bactériologiques qui sont synthétisés et diffusés auprès des professionnels. Beaucoup de producteurs sont satisfaits des services fournis par les réseaux de suivi d'Ifremer et apprécient de ne pas avoir à s'y investir. Dans ce genre de démarche, les producteurs deviennent « acteurs » d'un suivi de phénomènes qu'ils ne contrôlent pas mais qui les affectent directement.

« C'est plus intéressant d'assurer la qualité de l'eau que de purifier l'eau pompée, car c'est aussi l'intérêt de tous les baigneurs, etc. (...) Mais les analyses ont un temps de réponse trop lent et on continue à vendre pendant 4 jours après les prélèvements. C'est un gros risque.» (ostréiculteur morbihannais).

La participation à la surveillance de la qualité du milieu est en effet un moyen de créer un dialogue autour d'un sujet qui concerne l'ensemble des acteurs d'un bassin versant : agriculteurs, collectivités, conchyliculteurs, touristes... Pour les conchyliculteurs c'est également l'occasion de prendre part à la gestion d'un milieu qui les concerne et pour lequel ils ont une part de responsabilité.

« Il y a un problème d'invasion des huîtres, mais si le naissain était intéressant à vendre les gens continueraient à aller le chercher sur les rochers. Maintenant avec l'offre des écloseries c'est plus valable. L'ostréiculture n'a pas joué son rôle de garante du littoral. On est pourtant les paysans de la mer. (...) On avait des côtes à entretenir, on ne l'a pas fait. On a pourtant une responsabilité, ce sont nos huîtres qui ont fait ça.» (ostréiculteur morbihannais)

Sur l'ensemble des producteurs échantillonnés, 14 producteurs participaient à la surveillance du milieu (le plus souvent par la participation à la collecte d'échantillons d'analyse de l'eau) ou étaient intéressés par la démarche (Figure 36). Le reste des producteurs (9 enquêtés) n'a pas montré d'intérêt pour prendre part à la surveillance de la qualité, souvent pour des raisons de disponibilité mais aussi parfois parce qu'ils se considèrent comme des « victimes » des impacts des activités humaines dans le bassin versant.

Pourcentage sur l'ensemble de l'échantillon (n=23)

Taux d'activité	**39.1%**
Degré d'ouverture	**21.7%**
Niveau de rejet	**39.1%**

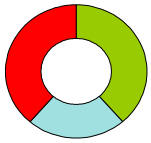


Figure 36 : Engagement des personnes enquêtées pour la participation à la surveillance de la qualité du milieu

Source : enquête 2008

« Préserver l'environnement c'est le rôle des collectivités et des agriculteurs, nous on subit ce qui se passe sur le bassin versant. » (mytiliculteur en baie de Cancale)

III.3.4. COLLECTE DES DÉCHETS EN MER OU SUR L'ESTRAN

Pourcentage sur l'ensemble de l'échantillon (n=23)

Taux d'activité	**43.5%**
Degré d'ouverture	**17.4%**
Niveau de rejet	**39.1%**

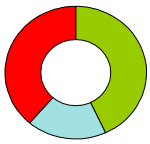


Figure 37 : Engagement des personnes enquêtées pour la participation à la collecte des déchets en mer.

Source : enquête 2008

Cette activité est pratiquée de manière relativement courante (figure 37) en fonction des initiatives collectives existantes localement. Plusieurs actions collectives de nettoyage des déchets existent pour les deux territoires ateliers : en baie de Cancale, le ramassage des déchets est organisé par le syndicat intercommunal.

> *« Le ramassage des déchets est organisé par le syndicat intercommunal : c'est un projet pilote de chantier d'insertion : 8 personnes travaillent à l'année pour le compte des collectivités de Cancale au Mont St Michel. Ils sont payés par l'état et les communes. Les professionnels mettent du temps à comprendre l'enjeu, mais il y a des associations qui se bougent. Il faut que ça s'améliore. »* (mytiliculteur en baie de Cancale)

Dans le golfe du Morbihan, l'association Golfe Clair organise régulièrement des journées « golfe propre ». La participation des professionnels est assez commune pour la baie de Cancale (70% des producteurs de la baie), alors qu'elle est plus limitée pour le Morbihan.

> *« Golfe propre, je trouve ça très bien. Je serais d'accord pour y participer. Les ostréiculteurs sont mal vus aujourd'hui, il faut se faire connaître, mélanger le touriste et nous, ne pas être égoïste. C'est bien vu par les ostréiculteurs, et maintenant on voit moins de choses traîner sur l'eau.»* (ostréiculteur morbihannais)

Il faut savoir que cette association est une association écologiste portée par des plaisanciers locaux et malgré le fait que l'opération « Golfe propre » ait été à l'initiative d'un ostréiculteur, l'écart entre le discours écologiste et celui des producteurs a créé un désengagement des conchyliculteurs pour cette démarche.

> *« Aujourd'hui l'association est reconnue grâce à ces actions-là. Mais ils tiennent aujourd'hui des propos désagréables par rapport à l'ostréiculture dans les journaux, ils veulent faire du sensationnel. Ils disent que plus de la moitié des déchets viennent de l'ostréiculture. De mon côté, j'ai organisé un forum de discussion pour en parler entre professionnels. On est conscients de la pollution, du problème des attaches en caoutchouc. Mais c'est une pollution involontaire. On est sensibilisés dans l'ostréiculture, il faut sensibiliser les autres acteurs. Il y a la pollution des particuliers. Je suis écolo dans l'âme, mais c'est vrai que certains font d'abord passer leurs intérêts privés. C'est pas facile pou moi parce que je suis un amoureux du golfe, mais aussi ostréiculteur. »* (ostréiculteur morbihannais)

III.4. DÉMARCHES DE VALORISATION DE LA PROFESSION

Dans cette partie, les activités étudiées correspondent le plus souvent à un engagement dans une dynamique collective. Elles ne constituent pas à proprement parler des sources de revenus, mais elles peuvent mobiliser beaucoup de temps et d'énergie pour les entreprises, en fonction de leur degré d'engagement.

III.4.1. ENGAGEMENT DANS LES STRUCTURES DE REPRÉSENTATION PROFESSIONNELLE

Initialement, la représentation professionnelle n'était pas comprise dans la liste des activités de diversification. Cette activité était en effet considérée comme faisant partie intégrante du métier de conchyliculteur. Cependant, les résultats ci-contre (figure 38) montrent que cette implication est très variable en fonction de la production considérée. De plus, il est apparu lors des enquêtes, que l'investissement des professionnels dans les structures de représentation professionnelle était perçu comme une activité complémentaire répondant à des logiques bien spécifiques. En effet, on peut remarquer que l'engagement des ostréiculteurs est assez faible (au regard de celui observé dans les entreprises mytilicoles), car ils ont des logiques plus individualistes.

L'enquêté est-il au moins « membre actif » d'une structure collective (SRC, syndicat, association, regroupement d'entreprise, etc.)?

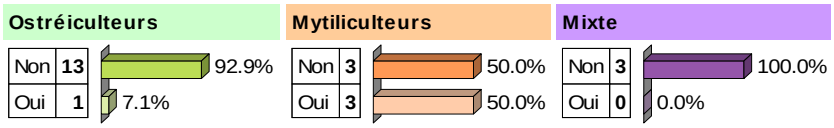


Figure 38 : Engagement dans une structure collective, par type de production.

Source : enquête 2008

> *« En mytiliculture il y a plus de concertation, plus de discussions sur les nouvelles idées. Il y a beaucoup plus d'adhésions aux syndicats qui sont nés de la volonté de travailler en commun pour faire une nouvelle structure avec le port Est et réfléchir à la logistique, etc. (...) En ostréiculture, les démarches sont plus individuelles. Il n'y a même pas de balbutiements pour valoriser l'huître de Cancale. Marennes-Oléron a la part principale car ils ont beaucoup mieux travaillé ensemble et ont communiqué sur le bassin»* (mytilicultrice-ostréicultrice en baie de Cancale)

Le niveau d'engagement dans des dynamiques collectives est lié à l'effet de la proximité entre les entreprises sur le territoire, à l'histoire, au type de travail... ce qui explique la forte structuration des producteurs mytilicoles sur le port du Vivier-sur-Mer, par exemple.

III.4.2. PARTICIPATION À DES SALONS PROFESSIONNELS

Les salons permettent aux entreprises de trouver de nouveaux clients et cet intérêt concerne uniquement les entreprises qui font de l'expédition.

> *« Les salons permettent de trouver de nouveaux clients, mais c'est intéressant uniquement pour ceux qui font de l'expédition. On est seulement cinq ou six à aller au salon Seafood à Bruxelles »* (ostréiculteur en baie de Cancale)

Pourcentage sur l'ensemble de l'échantillon (n=23)

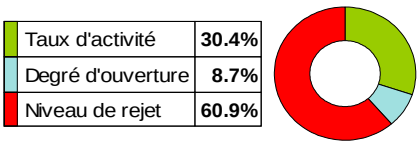


Figure 39 : Engagement des personnes enquêtées pour la participation à des salons professionnels.

Source : enquête 2008

La figure ci-dessus (39) montre que 61% (14 individus) des producteurs ne sont pas intéressés par la participation à ces salons, soit parce qu'ils n'ont pas de temps à consacrer par rapport à l'intérêt que cela peut présenter, soit parce qu'ils n'ont pas les moyens financiers pour aller à des salons éloignés, comme le salon *Seafood* à Bruxelles.

III.4.3. Participation à des fêtes maritimes

Chaque zone de production conchylicole a sa fête de l'huître ou de la moule. Participer à la fête en donnant une petite partie de sa production est beaucoup plus courant pour les conchyliculteurs que la participation à des salons professionnels, car cela demande beaucoup moins d'investissement en temps et en moyens. L'activité ne pose pas beaucoup de contraintes et les entreprises intéressées le font systématiquement (figure 40). Leur implication est souvent limitée à l'envoi de coquillages.

Pourcentage sur l'ensemble de l'échantillon (n=23)

Taux d'activité	**56.5%**
Degré d'ouverture	**4.3%**
Niveau de rejet	**39.1%**

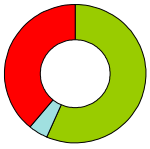


Figure 40 : Engagement des personnes enquêtées pour la participation aux fêtes maritimes.

Source : enquête 2008

> « *Il y a une fête de l'huître ici, où il y a de la dégustation et des explications de l'activité ostréicole traditionnelle. Tout le monde y participe. Beaucoup de gens sont intéressés. Il faut montrer aux gens qui mangent leurs huîtres qu'une huître c'est du travail, c'est un métier. Ça pousse pas comme une tomate. »* (ostréiculteur morbihannais)

D'autres entreprises vont plus loin dans cette démarche d'ouverture, et créent des partenariats pour d'autres types d'événements. Ces entreprises sont plus « offensives » dans leur recherche de clientèle, et participent le plus souvent à ces événements par goût.

> « *On participe aux championnats de France d'aviron. On sponsorise une yole sur laquelle apparaît notre logo. On propose aussi une dégustation, et on visionne des films sur le métier. Nous sommes là pour promouvoir l'huître de Cancale. »* (mytilicultrice et ostréicultrice en baie de Cancale)

III.4.4. Participation à la formation maritime

Pourcentage sur l'ensemble de l'échantillon (n=23)

Taux d'activité	**26.1%**
Degré d'ouverture	**21.7%**
Niveau de rejet	**52.2%**

Figure 42 : Engagement des personnes enquêtées pour la participation aux formations maritimes.

Source : enquête 2008

Pourcentage sur l'ensemble de l'échantillon (n=23)

Taux d'activité	**65.2%**
Degré d'ouverture	**8.7%**
Niveau de rejet	**26.1%**

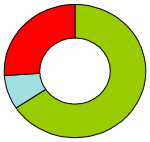


Figure 41 : Engagement des personnes enquêtées pour l'accueil de stagiaires.

Source : enquête 2008.

L'implication des professionnels dans la formation des jeunes conchyliculteurs est surtout liée à l'accueil de stagiaires dans l'enceinte de l'établissement. C'est une activité courante (figure 42), alors que les interventions auprès des établissements d'enseignement maritime concernent un quart des entreprises (figure 41). Ce cas correspond le plus souvent aux professionnels sollicités pour faire partie du jury d'examen.

III.5. SYNTHÈSE

Les différentes activités suscitent des réactions très distinctes. Toutes ces activités ne sont dont pas à mettre au même niveau. Les comparer entre elles permet seulement de mettre en évidence le niveau d'engagement des entreprises pour chaque activité.

III.5.1. LES ACTIVITÉS LES PLUS DÉVELOPPÉES

Le niveau d'engagement estimé pour chaque activité permet de les hiérarchiser en fonction de leur fréquence (figure 43). Ce schéma ne représente que les résultats de l'enquête et ne doit pas être généralisé à l'ensemble de la Bretagne.

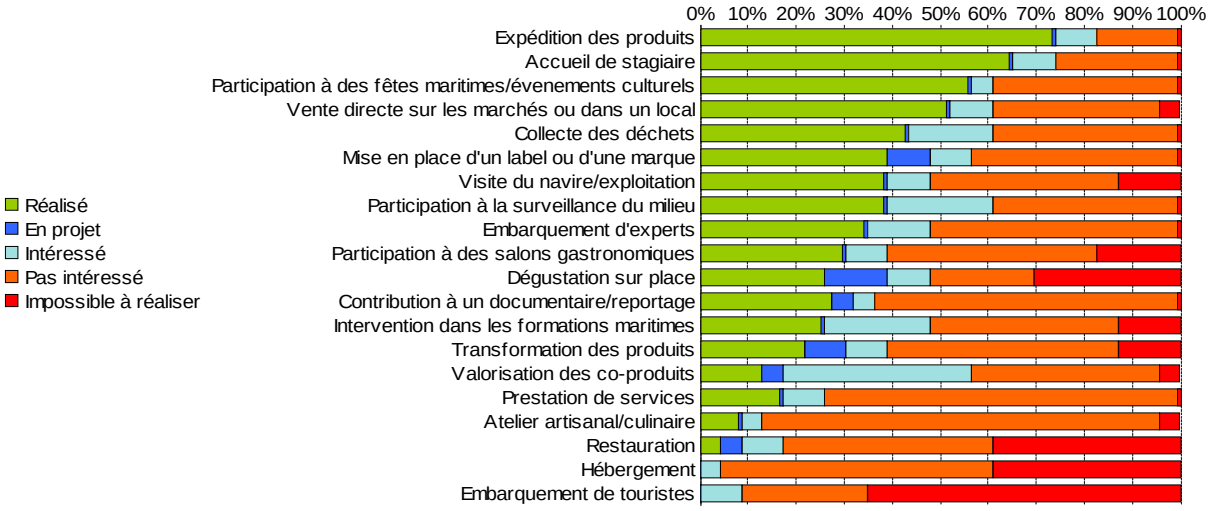


Figure 43: Hiérarchisation des activités recensées à partir du niveau d'engagement des producteurs pour chaque activité

Source : enquête 2008

Cette représentation permet de mettre en relation le taux d'activité de chaque forme de diversification avec l'importance des blocages divers auxquelles elle peut faire face. Les différents indicateurs ont une évolution graduelle proportionnelle au taux d'activité : les activités courantes apparaissent en premier comme l'expédition de produits et l'accueil de stagiaires, alors que les activités inadaptées à la diversification conchylicole sont classées en dernier dans cette liste, en raison de leurs contraintes trop fortes (nombre de réponses « impossible à réaliser »).

Néanmoins quelques exceptions apparaissent : des activités telles que **les visites de chantiers et plus particulièrement la dégustation ont des contraintes perçues comme très élevées par rapport à leur fréquence d'observation**. Ce déséquilibre laisse imaginer que la situation est instable et que ces formes de diversification sont en régression à cause de l'augmentation des contraintes administratives, par exemple. À l'opposé, des activités comme **la participation à la surveillance du milieu et la valorisation des co-produits présentent un intérêt important par rapport à leur fréquence parmi les entreprises** : ces activités sont plus sujettes à développement.

Hormis leur point de vue sur chaque activité, les enquêtés étaient invités à lister les activités qui pourraient se développer plus facilement dans le cadre de démarches collectives. Arrivent en tête, les collectes de déchets, la mise en place d'une marque ou d'un label, la participation à des fêtes ou salons et la participation à la surveillance du milieu. Viennent ensuite la valorisation des coproduits, l'embarquement de touristes, la transformation et la visite des entreprises.

III.5.2. PARALLÈLE AVEC LA PERCEPTION DES PRODUCTEURS

Le premier constat que l'on peut tirer de ces résultats est le **nombre important d'activités différentes qui ont pu être observées** et leur fréquence globalement forte par rapport à ce que l'on s'attendait à trouver dans le cadre d'une exploitation conchylicole. Par exemple, plus de la moitié des entreprises participent aux fêtes maritimes et la proportion est la même pour les entreprises qui pratiquent la vente au détail. Plus d'une entreprise sur trois a déjà proposé une visite du chantier ou a

participé au suivi de la qualité du milieu. Ces observations sont à comparer à la propre perception des professionnels vis-à-vis de l'importance de la diversification dans le secteur.

La figure 44 ci-contre montre que les initiatives de diversification sont perçues comme marginales par une grande majorité des producteurs, qu'ils aient diversifié leur activité ou non. Ce phénomène est moins lié à une mauvaise connaissance des activités des autres producteurs qu'à une autre perception de la diversification. Par exemple les producteurs interrogés savent que les autres producteurs locaux peuvent proposer de la vente directe mais n'incluent dans les entreprises diversifiées que celles clairement tournées vers la diversification et qui s'affichent comme telles. **La diversification est en effet vue comme une stratégie originale de recherche d'une niche de marché.** Ce côté « original » est caractérisés par l'idée de rareté. Lorsque les activités de diversification sont ancrées, ces activités ne sont plus considérées comme des activités de diversification. **La perception de la diversification par les producteurs est à rapprocher du concept d'innovation.**

Pensez-vous que ces initiatives soient :

Taux de réponse : **75.0%**
'Marginales (moins de 5 %)' (**18** observations)

Marginales (moins de 5 %)	**18**
Faiblement implantées (entre 5 et 15%)	**6**
Moyennement implantées (entre 15 et 30%)	**1**
Répandues (de 30 à 50 %)	**0**
Fortement répendues (plus de 50 %)	**2**
Total	**27**

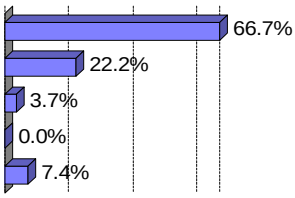


Figure 44 : Importance de la diversification perçue par les producteurs.

Source : enquête 2008

IV. QUELLES SONT LES LOGIQUES D'ACTEURS ?

Cette partie présente de manière plus générale les logiques d'acteurs pouvant conduire à la diversification des activités et les facteurs externes susceptibles d'influer sur l'émergence de projets diversifiés.

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

IV.1. ANALYSE D'EXPÉRIENCES

Sur l'ensemble des 36 entreprises enquêtées, 24, soit les deux tiers, avaient mis en place au moins une activité complémentaire à la production : ne sont pas comprises ici les activités relativement accessoires comme l'accueil de stagiaire ou la participation à des fêtes ou salons. Lors de l'enquête, une activité (ou deux activités lorsqu'elles étaient liées) était alors détaillée avec pour objectif d'analyser les expériences vécues dans chaque entreprise. Lorsque qu'une entreprise avait mis en place plusieurs activités complémentaires à la production conchylicole, c'est l'activité principale qui était décrite. Les paragraphes suivants présentent les principales tendances issues de cette partie de l'enquête.

IV.1.1. LES ACTIVITÉS MISES EN PLACE

La vente directe est pratiquée dans les trois quarts de ces entreprises : elle est parfois associée à une activité de dégustation ou de visite de l'entreprise. L'activité d'expédition n'a pas été souvent détaillée car les conchyliculteurs ne considèrent pas cette activité comme une activité de diversification ou alors comme secondaire par rapport à des activités de ventes directes. Sur cet échantillon, la tendance est de développer d'abord les activités qui s'appuient sur le produit (45% des cas) puis les activités qui peuvent être intégrées sur le site de l'exploitation. L'activité est soit réalisée tout au long de l'année (deux tiers des cas) soit saisonnière durant la période estivale.

Dans plus de 50% des cas, l'idée de la mise en place de l'activité, le portage de la démarche et le fonctionnement quotidien de l'activité sont supportés par l'entreprise elle-même. Les démarches collectives sont peu communes mais plus visibles. Les activités évoquées sont plus ou moins récentes suivant l'entreprise : certaines sont mises en place depuis plus de 30 ans et d'autres ont quelques années (mais peuvent correspondre à la reprise d'une activité existante depuis plus longtemps sur le chantier).

La moitié des entreprises de cet échantillon reconnaît n'avoir eu aucune difficulté à mettre en place l'activité. Ce décalage par rapport aux résultats précédents s'explique d'une part par le fait que plusieurs entreprises ont repris une activité déjà existante, l'activité était donc déjà en place. D'autre part, on voit aussi apparaître un décalage entre les difficultés imaginées avant la création d'une activité et les réelles difficultés au moment de sa mise en place. En effet, ces difficultés sont dissuasives pour l'instauration d'une activité accessoire, mais sont surmontées facilement si l'activité s'avère suffisamment intéressante. On retrouve au même niveau les problèmes administratifs, le manque de temps ou d'informations et les conflits d'intérêt. On remarquera aussi que les problèmes rencontrés lors de la mise en place de l'activité constituent toujours des freins par la suite.

IV.1.2. MOTIVATIONS À DIVERSIFIER

La première motivation de la diversification identifiée est la nécessité économique : 24 % des personnes enquêtées ont crée une activité diversifiée avec comme objectif de diversifier leurs sources de revenu ou d'améliorer leur revenu (figure 45). Lors d'un entretien préalable à l'enquête, un chercheur se demande si la diversification conchylicole est en développement dans la mesure où le secteur ne faisait pas face à une situation économique particulièrement critique. Cette considération a pu être exprimée à nouveau de la part des producteurs lors de l'enquête :

> *La profession a toujours été très rentable pour ne pas avoir besoin d'un complément de revenus. La faim fait sortir le loup du bois, mais aujourd'hui ils ont la belle vie.»* (ostréiculteur-mytiliculteur en baie de Cancale)

Dans un quart des cas, l'exploitant a poursuivi une activité qui existait déjà sur l'exploitation (ou sur une autre). Ce qui renforce le constat que la diversification n'est pas une nouveauté en conchyliculture, certaines activités étant même traditionnelles.

Les résultats montrent que les motivations qui conduisaient les entreprises à pratiquer d'autres activités pouvaient être plus larges : la plupart des conchyliculteurs accueillant de manière occasionnelle ou plus fréquente les touristes ne perçoivent pas de bénéfices conséquents de ces activités. Alors que les conchyliculteurs sont parfois présentés comme relativement hostiles au public, ceux-ci vantent très souvent les avantages du contact avec le public. Ce « privilège » est exprimé plus souvent de la part des producteurs vendant sur les marchés, car ce sont eux qui vont à la rencontre de la clientèle et leur démarche est la garantie d'une fidélisation de cette clientèle. Certaines activités sont pratiquées par l'engagement du producteur dans des démarches en accord avec son système de valeurs : le respect de l'environnement, le maintien des traditions, *etc.* Beaucoup de cas d'activités de vente directe correspondent encore à la poursuite d'une activité existante lors de la reprise du chantier, notamment dans le cas de la vente au marché ou des livraisons aux restaurants, afin de profiter d'une clientèle existante (figure 45).

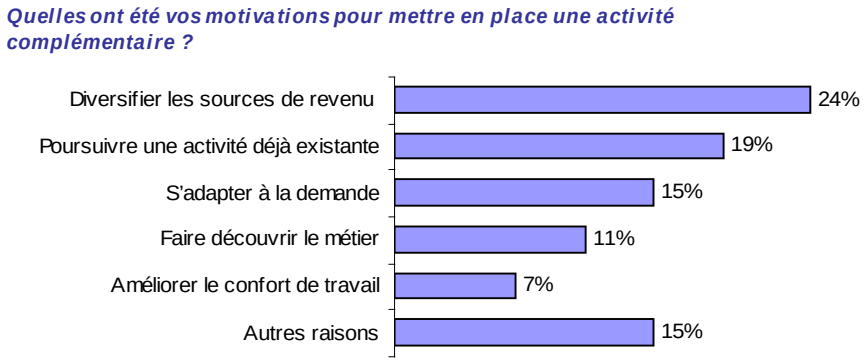


Figure 45 : Motivations exprimées par les enquêtés à la mise en place d'une nouvelle activité

Source : enquête 2008

La variété des logiques d'acteurs explique la diversité des activités souvent peu rentables pratiquées par l'ensemble des entreprises rencontrées. Si on s'intéresse à la part de revenu dégagé par les activités mise en place, les résultats des enquêtes montrent que dans 18% des cas, la personne rencontrée estime que la part de cette activité dans le chiffre d'affaires est nulle (figure 46). Les activités représentant une part très importante du chiffre d'affaires sont généralement les activités de vente directe.

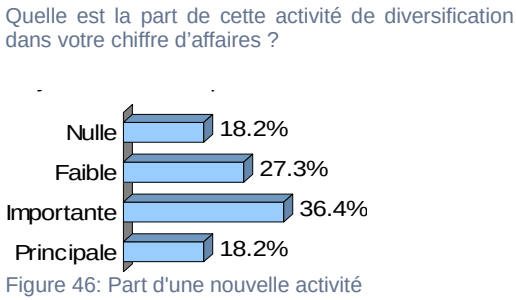


Figure 46: Part d'une nouvelle activité

Source : enquête 2008

Au-delà de l'analyse des motivations qui ont poussé les conchyliculteurs à diversifier leurs activités, il faut s'intéresser aux logiques économiques qui peuvent être interprétées à travers ces projets. Dans le domaine de la gestion d'entreprise, *la diversification est le fait pour une entreprise de créer ou d'acquérir de nouvelles activités, ou de les étendre à d'autres territoires géographiques* (Mayrhoffer, 1999.). Elle est destinée à :

- **diviser ses risques d'exploitation,**
- ou au contraire à **prendre de nouveaux risques pour profiter d'occasions** et si possible de synergies : diversification offensive,
- ou éventuellement **compenser un recul de rentabilité de ses activités et marchés traditionnels :** diversification défensive.

Nous verrons plus tard que ces finalités définies par la théorie économique sont bien adaptées à la description des stratégies de diversification rencontrées lors de l'enquête de terrain.

IV.1.3. DES PROJETS PROGRESSIFS

Lors de la première enquête auprès des entreprises diversifiées, il est apparu que les projets de diversification étaient souvent des projets très progressifs, qui consistaient en une **adaptation continue au contexte économique** et à la demande.

> *[La vente au chantier] Au début c'était timide, mais on a adapté au fil du temps. Il a fallu agrandir le bâtiment, puis créer des bassins en eau pour présenter les produits. Aujourd'hui l'eau est pompée en permanence. »* (ostréiculteur morbihannais)

Cette temporalité des démarches de diversification les rend incompatibles avec un investissement ponctuel et la définition d'un projet *a priori*, comme par exemple dans le cas d'une mise aux normes.

Ces considérations rappellent que les projets de diversification sont des initiatives privées, qui relèvent de stratégies opportunistes. Lorsqu'une activité s'avère intéressante et qu'elle est envisageable au regard de la réglementation, les exploitants la mettent en place de manière autonome.

> *Pour mes initiatives, j'ai pas besoin d'avoir tout un groupe autour de moi, je me lance assez facilement. Quand j'ai quelque chose dans la tête, il faut toujours que ça trouve un débouché concret. Quand quelque chose me plaît et que j'ai envie de le faire, j'ai pas besoin d'une école. (...) Je m'engage jamais trop pour de grands projets, je m'arrange toujours pour faire avec un minimum d'investissement. Jamais se mettre la corde autour du cou. »* (ostréiculteur morbihannais)

Les producteurs interrogés ont en effet revendiqué leur indépendance vis-à-vis des institutions et souligné le fait qu'il n'existe pas de modèle unique applicable à tous les conchyliculteurs. Ils n'étaient donc pas favorables, pour la plupart, à une politique de développement de la diversification en tant que telle.

> *Il n'y a pas une solution pour tout le monde. Chacun travaille différemment. »* (ostréiculteur morbihannais)

IV.1.4. BILAN DES ACTIVITÉS MISES EN PLACE

Dans la majorité des cas, la mise en place d'une activité complémentaire a eu un impact sur l'activité générale de l'entreprise. Seules 4 entreprises estiment que la mise en place de cette nouvelle activité a été sans effet. **Quelque soit l'activité, l'effet le plus souvent évoqué est une augmentation du temps de travail global avec parfois l'embauche d'une personne supplémentaire**. Dans environ un tiers des cas, l'activité mise en place permet d'augmenter le chiffre d'affaires de l'entreprise mais ce n'est pas toujours le cas, ce qui confirme les résultats précédents : **une nouvelle activité n'a pas forcément une répercussion sur le chiffre d'affaires**. Cependant, elle permet peut être de maintenir le chiffre d'affaires.

Quand on leur demande leur perception de l'impact que l'activité mise en place a sur l'ensemble du secteur, un tiers des enquêtés répond « aucun ». Les autres estiment que cette activité a un impact positif sur le secteur à une échelle plus ou moins grande (locale ou nationale) notamment sur la notoriété des produits conchylicoles. **Beaucoup disent que leur activité permet de valoriser le produit en général (huitre ou moule) ou de valoriser la production locale** : Huitre du Morbihan, Moules de bouchots, Huitres de Cancale... Ces activités sont vues comme un moyen de promotion des produits et de communication. Un autre impact identifié est d'améliorer l'image du métier au travers des échanges avec les clients.

IV.2. FACTEURS D'ÉMERGENCE OU DE BLOCAGE DE LA DIVERSIFICATION DES ACTIVITÉS

Les points qui ont été jugés essentiels **du point de vue des conchyliculteurs** vis-à-vis de la diversification pour construire une analyse « rationnelle » des facteurs influant sur les projets de diversification des activités sont examinés dans cette partie. D'autres facteurs peuvent avoir des effets sur les orientations que prennent les exploitations, notamment des facteurs liés à l'histoire de l'entreprise, mais seuls ceux qui ont été exprimés largement lors des entretiens sont considérés.

IV.2.1. FACTEURS D'ÉMERGENCE DE LA DIVERSIFICATION DES ACTIVITÉS.

La proximité des pôles d'attraction touristiques

Le premier facteur d'émergence de projets tournés vers le tourisme est l'évolution rapide de la demande touristique. Les visiteurs sont plus curieux vis-à-vis des activités primaires et ce besoin est directement relié aux nouveaux modes de consommation et à l'augmentation des informations connexes aux produits de consommation alimentaires (valorisation des terroirs, labellisation, *etc.*).

Certains conchyliculteurs gèrent mal cette demande, dans la mesure où ils ne se sentent pas préparés à recevoir et à informer les visiteurs de passage. Ce problème est accentué pour les établissements spécialisés dans la vente en gros qui n'ont pas d'agrément sanitaire et ne peuvent pas vendre au détail. Certains ont d'ailleurs souligné la difficulté qu'ils avaient de faire comprendre aux touristes cette frontière réglementaire. La majorité des producteurs a conscience de cette nouvelle demande, ceux qui pratiquent la vente directe profitent de cette manne pour valoriser leur production en associant l'image du terroir à leurs coquillages (« La Quiberon », « La Cancale », « Les moules de bouchot de la baie du Mont-Saint-Michel »).

Les exploitations situées dans des zones à forte attractivité touristique sont plus tentées de profiter de la manne économique que cela représente. Les entreprises qui ont développé une stratégie de diversification poussée vers le tourisme sont le plus souvent implantées à proximité des pôles d'attractivité touristique. La figure ci-dessous (figure 47) représente la situation des entreprises conchylicoles vis-à-vis des flux majeurs de circulation des touristes visitant la baie de Cancale.

Sur la baie de Cancale, tous les chantiers se situent entre deux pôles d'attrait touristique : Cancale et le Mont-Saint-Michel. Cet axe correspond à la « Route de la baie » qui a été mise en place pour canaliser les touristes venus visiter le Mont-Saint-Michel et les inciter à visiter d'autres sites de la baie, en longeant le littoral.

Figure 47: Flux touristiques de la baie du Mont-Saint-Michel et implantation des sites de découverte de la Conchyliculture (Lambert II carto).

Conception : Géolittoral (MEEDAT, 2007), réalisation : T. Besse, 2008

> *« J'appelle ça le « triangle magique » : entre le Mont St Michel, Cancale et Saint Malo, on est assurés pour le futur. Dans les restaurants à Cancale, tout vient de Bretagne. On associe une offre de qualité avec un site de qualité. On passe en mer avec nos bateaux, le client a une vue sur les parcs à huître quand il mange au restaurant, c'est du spectacle ! Ça fait des siècles qu'on fait ça à Cancale. »* (ostréiculteur en baie de Cancale)

L'enjeu pour ces entreprises est alors d'être visible pour les touristes, soit en signalant simplement la présence du chantier, soit en se démarquant des entreprises voisines lorsque la proximité entre les entreprises est forte, comme dans les zones d'activité conchylicoles. Sur ce point les deux zones atelier (baie de Cancale et Golfe du Morbihan) ne sont pas à égalité :

> *« La structuration en ports ostréicoles n'est pas possible en Bretagne sud (sauf à Carnac), car les chantiers sont dispersés. C'est lié à leur histoire, et ça a un effet structurant : les entreprises ont moins de concurrence entre elles vis-à-vis des touristes. Par contre, il est beaucoup plus difficile de les regrouper. A Marennes-Oléron, il n'y a pas le même environnement juridique, car les entreprises sont implantées différemment : ici les entreprises sont dispersées sur le littoral, alors que là-bas elles sont implantées sur des ports communaux. Les installations sont collectives et les infrastructures sont payées par les collectivités, qui ont récupéré la gestion de ces espaces en devenant concessionnaires du domaine public maritime. La diversification est plus facile si la collectivité autorise la restauration, etc. »* (SRC Bretagne sud)

Les possibilités offertes par le tourisme littoral sont bien identifiées par les entreprises et sont souvent citées comme des voies privilégiées de diversification des revenus. A plusieurs reprises, les initiatives identiques du monde viticole (routes du vin, *etc.*) sont présentées comme un modèle à suivre pour la diversification en conchyliculture.

La santé du marché de gros des produits conchylicoles

Un des principaux facteurs cité comme pouvant favoriser la diversification des activités pour la recherche de revenus complémentaires est le cours du prix de la vente en gros. En effet, la variabilité du prix de vente des produits crée une incertitude forte qui pousse certaines entreprises à adopter une méthode de vente complémentaire. De plus, la production vendue en gros est souvent payée avec des délais de paiement (jusqu'à six mois d'après certains enquêtés) et le plus souvent le client est unique, ce qui crée une forte dépendance des entreprises vis-à-vis de ce client. La vente directe sur place ou au marché permet d'ajouter une plus-value sur le produit, mais surtout de s'assurer un revenu plus régulier, au prix du temps que l'exploitant doit consacrer à la vente.

IV.2.2. Freins à la diversification des activités

Au cours des entretiens, les enquêtés devaient donner leur avis sur des types de contraintes identifiées au préalable par rapport à la mise en place d'une nouvelle activité. Pour chaque type de contrainte, ils devaient dire s'ils estimaient l'item non contraignant, contraignant voire même bloquant.

Les principales contraintes qui ressortent sont celles qui ont été identifiées comme des freins au développement des activités de diversification, c'est à dire les problèmes administratifs et le manque de temps (figure 48).

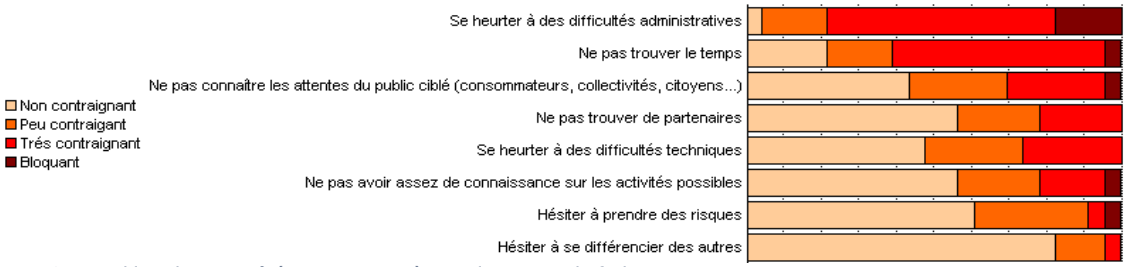


Figure 48 : Position des enquêtés par rapport à certains types de freins

En ce qui concerne le premier frein, ce n'est pas tant les difficultés administratives mais la réglementation elle-même qui d'après les enquêtés, bloque la mise en place de nouvelles activités. Les conchyliculteurs qui ont mis en place une nouvelle activité n'ont pas vraiment fait part de difficultés administratives.

Le manque de temps apparaît aussi comme une contrainte importante au développement de la diversification. Là encore, les propos doivent être nuancés. Les enquêtes ont permis de montrer que si l'activité visée est intéressante financièrement, les conchyliculteurs trouvent le temps pour la mettre en place et la développer. Par contre, ils ont plus de difficultés à trouver du temps pour mettre en place des activités peu ou pas rémunératrices.

Les activités généralement mises en place sont souvent issues d'une démarche d'entreprise qui ne nécessite pas de mise en réseau particulière ce qui explique que la recherche de partenaire ne soit pas un facteur limitant. On remarquera aussi que certains facteurs internes à l'entreprise comme le manque de connaissance, les difficultés techniques ou la prise de risque ne sont pas vécus comme des facteurs limitant le développement d'activité nouvelle.

Au-delà des réponses à cette question, les discussions menées lors de l'enquête ont permis d'identifier d'autres freins généraux. Une synthèse est présentée dans les paragraphes suivants.

La difficulté de mesurer les coûts réels des activités diversifiées

Une entreprise qui cherche à maîtriser la commercialisation de ses produits doit y investir beaucoup de temps et souvent de moyens financiers. La vente directe requiert par exemple une présence continue au chantier qui est souvent incompatible avec la pratique de leur activité ou avec la taille de l'entreprise.

Le coût de la vente sur les marchés est conséquent et souvent mal évalué. Le temps de travail, mais surtout les charges de transport qui peuvent être élevées si le marché est distant et le manque à gagner dû au temps consacré au marché sont difficilement évalués par les producteurs.

Les professionnels ne répercutent pas forcément la totalité des coûts sur le prix de vente. Le conditionnement des coquillages pour la vente sur les marchés représente un investissement en temps et en personnel important. Vendre sur les marchés le week-end implique d'y dédier les derniers jours de la semaine. Par ailleurs, la vente sur un marché constitue une source d'incertitude à cause du caractère aléatoire de la fréquentation des marchés, notamment en cas de mauvaises conditions climatiques.

La variabilité du produit incompatible avec un cahier des charges de qualité

Pour beaucoup d'ostréiculteurs, la labellisation n'est pas compatible avec leur produit. Si le cahier des charges est basé sur les qualités intrinsèques du produit, à l'image d'un Label Rouge, il se confronte à la variabilité en chair des coquillages. Selon eux, les labels apportent surtout des coûts supplémentaires et des contraintes pour les entreprises. Ceux qui y adhèrent ne vendent pas plus cher et ont des charges supplémentaires, ceux qui n'y adhèrent pas doivent vendre moins cher.

S'il s'agit d'une garantie d'origine (ex : AOC, IGP), elle valorise plutôt le travail effectué sur le produit et permet la traçabilité. Mais il faut pour les entreprises décrire le travail effectué sur le produit et cela crée un surplus de temps dédié aux tâches administratives. La principale difficulté réside dans la définition de l'origine du produit, par exemple lorsque le naissain est acheté hors du bassin sur lequel l'entreprise est implantée ou vient d'une écloserie.

Le manque d'intérêt pour la labellisation n'est pas général. Il dépend beaucoup de la perception de la santé du marché. L'enquête s'est effectuée pendant une période de sur-stock et cette situation modifie sensiblement le discours de certains professionnels : l'excès d'offre incite un certain nombre de producteurs à se tourner vers les signes officiels de qualité pour écouler leur production. De fait, certaines entreprises de grande taille ont mis en place des stratégies marketing pour identifier leurs produits, d'autres plus petites entamaient des démarches pour mettre en place une signification d'origine collective pour des terroirs encore peu reconnus par les consommateurs.

La définition floue des activités de diversification conchylicoles

Il n'existe pas de définition rigoureuse de la diversification conchylicole. Cette situation peut s'expliquer dans la mesure où la diversification est un phénomène qui s'est développé spontanément, à l'initiative d'exploitants, dans des situations différentes. Ces pratiques sont apparues en dehors de toute législation, en dehors des politiques publiques. L'exploitant doit donc qualifier ses activités branche par branche, selon qu'il se préoccupe de son bail, de l'objet de la société qu'il peut créer, de son régime fiscal ou social, ou lorsqu'il sollicite des aides, demande un permis de construire ou d'agrandissement, *etc*. Le statut des activités est alors varié, contradictoire et incertain. La superposition de ces définitions constitue le premier frein à la réalisation de projets : elle crée une confusion qui peut décourager les initiatives des exploitants ; elle crée une insécurité juridique qui peut nuire directement à la pérennité des activités ; elle oblige à créer des structures juridiques supplémentaires pour porter les activités incompatibles avec le statut d'exploitant agricole ; elle incite à la fraude : on peut citer l'exemple connu des ostréiculteurs d'une entreprise proposant une activité de restauration sur un terrain appartenant au domaine public maritime, activité dont l'existence est permise du fait que les astreintes à payer aux services de l'État sont peu élevées par rapport aux bénéfices que l'activité rapporte.

Afin de clarifier la réglementation et d'harmoniser les contrôles effectués auprès des exploitants, la SRC Bretagne Sud a rédigé en collaboration avec les services de l'Etat (la Préfecture du Morbihan et les services des Douanes) une charte pour définir l'activité de dégustation à l'exploitation conchylicole pour les entreprises morbihannaises (SRC Bretagne Sud, 2006). Elle n'a pas de valeur juridique mais elle permet que le discours soit le même pour tous, en particulier pour harmoniser les contrôles des services de l'Etat (Affaires Maritimes, service des douanes, *etc.*).

IV.3. DIFFÉRENTES STRATÉGIES DE DIVERSIFICATION

La démarche de diversification peut rester élémentaire, lorsque le producteur ajoute seulement une activité de production à celle qu'il développe principalement, souvent pour assurer un revenu accessoire en cas de problème sur sa production principale. La diversification peut devenir forte et intégrée lorsque l'exploitant combine plusieurs formes de diversification jusqu'à constituer une exploitation originale et équilibrée par la combinaison des activités et des services proposés. Ces deux modèles se déclinent en une variété de situations et de projets d'entreprises : quatre niveaux de diversification peuvent être définis : (i) la diversification accessoire, (ii) la diversification forte, (iii) les stratégies « alternatives » et enfin (iv) les stratégies non diversifiantes, autrement dit les stratégies de spécialisation.

Tableau 6 : Évaluation *a posteriori* du niveau de diversification de toutes les entreprises rencontrées.

Pas de diversification	12	33.3%
Diversification complémentaire	15	41.7%
Diversification forte	5	13.9%
Stratégie alternative	4	11.1%
Total	**36**	

Source : enquête 2008

Les données collectées ne permettent pas d'interpréter directement la stratégie de l'entreprise compte-tenu de la diversité des finalités des activités recensées. Un indicateur subjectif a donc été créé *a posteriori* en se basant sur les informations qualitatives recueillies lors des enquêtes (tableau 6 ci-contre). On remarque que si les cas de diversification « affichée » sont minoritaires, **plus de deux tiers des entreprises pratiquent une activité complémentaire à leur production.** Les stratégies de diversification sont donc courantes parmi les entreprises conchylicoles, mais souvent de manière peu visible.

IV.3.1. LA DIVERSIFICATION ACCESSOIRE VERS UNE AUTRE MÉTHODE DE VENTE

Cette forme de diversification regroupe les entreprises dont la source de revenus principale est la vente de leur production en gros par les circuits classiques de distribution (vente à un courtier, un grossiste, *etc.*) et qui ont une activité complémentaire, généralement une vente directe au détail, ou en « demi-gros », à travers un marché hebdomadaire, la livraison à des restaurateurs, ainsi que la vente au chantier. Il s'agit surtout de petites entreprises avec peu d'employés et un volume de production faible (figure 49).

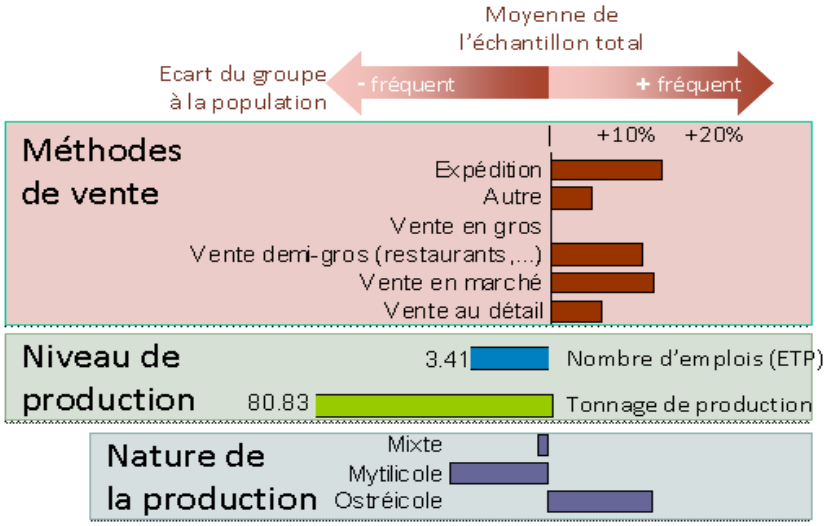


Figure 49 : Écarts entre les entreprises avec une stratégie de diversification accessoire et l'ensemble de l'échantillon pour certaines variables

Source : Enquêtes 2008

Cette forme de diversification est la stratégie la plus courante rencontrée, elle concerne en effet 15 entreprises sur les 36 rencontrées lors des deux phases d'enquête, soit 46% des ostréiculteurs, 40% des entreprises à production mixte et 29% des mytiliculteurs de l'échantillon, ceux-ci exerçant beaucoup moins souvent la vente directe. Cette stratégie correspond souvent à la recherche d'une indépendance vis-à-vis du marché des produits conchylicoles, c'est-à-dire ce qui a été désigné

précédemment comme la répartition des risques d'exploitation. La diversification des méthodes permet aussi d'avoir des revenus plus réguliers, un meilleur prix de vente et d'entretenir un contact avec le consommateur.

IV.3.2. Les stratégies de diversification forte

Certaines entreprises ont développé la diversification de manière très poussée et cela devient une réelle politique d'entreprise. Cette volonté accompagne notamment les entreprises qui sont en développement économique rapide et cherchent à se démarquer. Elles ont une stratégie commerciale de positionnement sur une large variété de marchés et sont conscientes de l'importance de la communication. Ces entreprises vont aussi loin que possible dans chaque branche de la diversification.

> *« Ici on est « site remarquable du goût », c'est un label pour tous les ostréiculteurs, l'entreprise est en train de passer sa labellisation « Produit en Bretagne », on a depuis 3 ans 3 médailles d'or à suivre au concours général agricole. Tout ce qu'on peut choper comme label on prend. Il y a le label bio qui doit être mis en place en début d'année pour les huîtres, avec une norme européenne, on va s'enquiller là-dedans. Plus on aura d'outils de diversification et de différenciation, plus on ira les chercher. »* (ostréiculteur et mytiliculteur de la baie de Cancale)

Cette stratégie correspond à la volonté de se démarquer des autres entreprises conchylicoles. Souvent ce sont des entreprises de taille plus importante afin de pouvoir investir largement dans les moyens de communication et de promotion (marketing privé, site internet, participation à des événements culturels ou sportifs locaux). C'est notamment le cas des entreprises rencontrées proposant des visites de l'exploitation et des animations pédagogiques. Cette forme de diversification est plus rare (14% de l'échantillon) et concerne 12% des ostréiculteurs rencontrés, 20% des entreprises mixtes et aucune entreprise mytilicole.

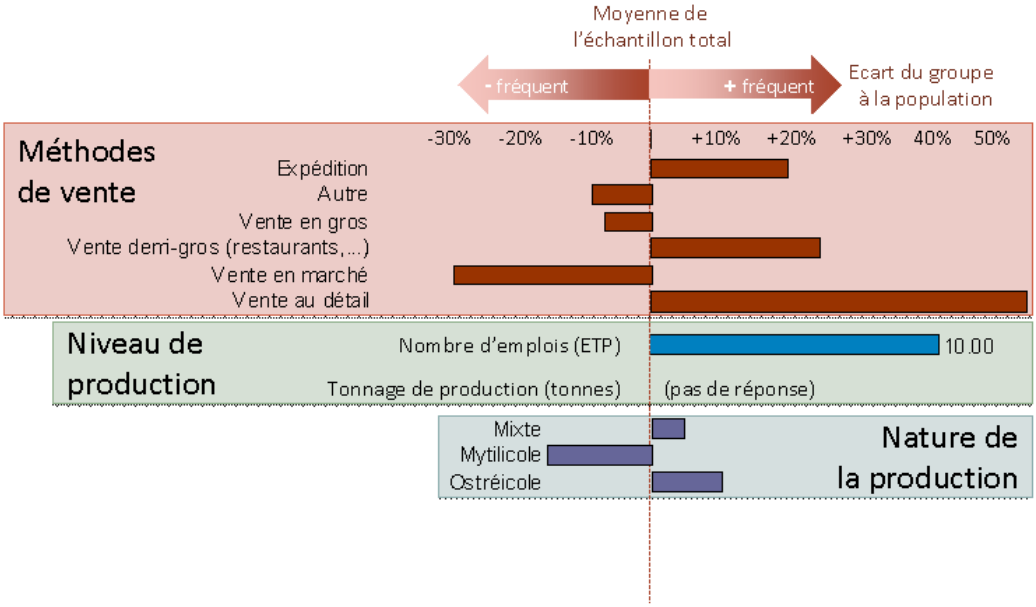


Figure 50 : Écarts entre les entreprises avec une stratégie de diversification forte et l'ensemble de l'échantillon pour certaines variables

Source : Enquêtes 2008

Cette stratégie est identifiée comme de la **diversification « offensive »**. Ces entreprises sont généralement de grande taille et utilisent de nombreuses voie de commercialisation (expédition, ventes directes au chantier, ventes en gros et demi gros) (figure 50).

IV.3.3. LES STRATÉGIES ALTERNATIVES

Ce cas regroupe des entreprises aux profils très différents, mais marqués par le fait que la grande majorité ou la totalité des revenus provient de l'exercice d'une seule activité de diversification. C'est notamment le cas des entreprises ayant fait le choix d'écouler la majorité de leur production grâce à la proposition d'une dégustation. Les volumes produits sont alors bien plus faibles que pour les autres entreprises, mais la marge réalisée sur la vente permet de compenser le temps de présence obligatoire pour l'accueil des visiteurs.

Ces entreprises prennent alors une direction radicalement opposée à la voie classique de développement de l'activité d'une exploitation conchylicole et souvent ce choix exprime clairement la volonté de s'engager dans un autre « modèle » économique, ou même idéologique. Ce cas concerne 3 ostréiculteurs rencontrés et 1 entreprise mixte (11% de l'échantillon). Il faut souligner que ces entreprises sont souvent de taille modeste (figure 51), car tournées vers un marché de niche.

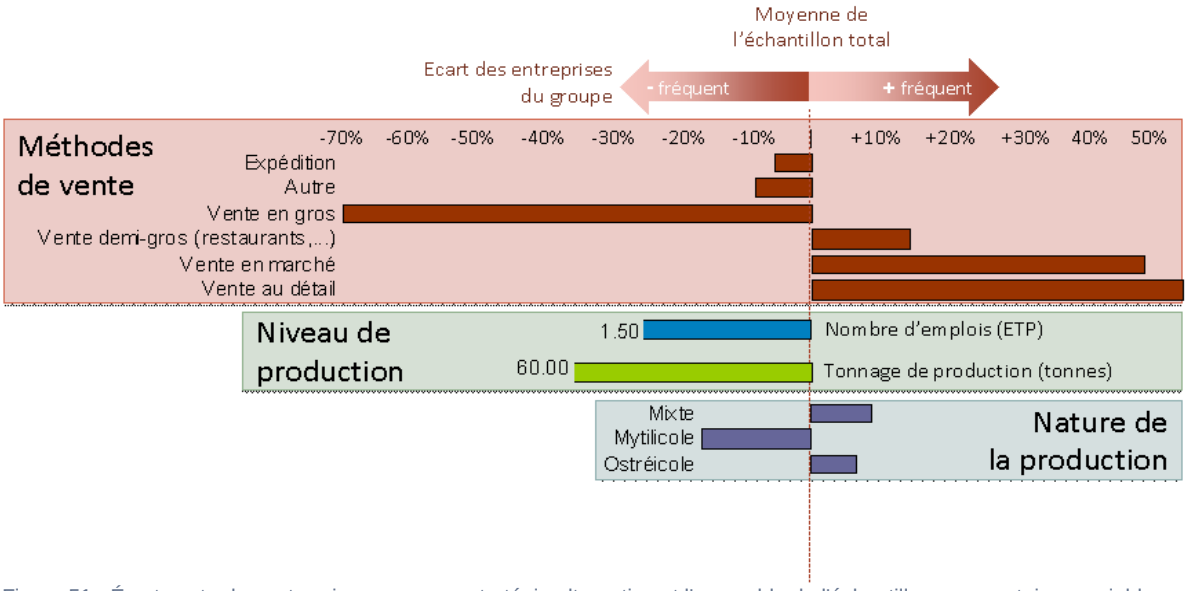


Figure 51: Écarts entre les entreprises avec une stratégie alternative et l'ensemble de l'échantillon pour certaines variables

Source : Enquêtes 2008

Ces entreprises exercent souvent une **diversification « défensive ».** Si ces exploitations répondent efficacement à la demande touristique actuelle (recherche de proximité, d'« authenticité »), **ce sont ces modèles d'exploitations qui sont mis en péril aujourd'hui** par l'augmentation de la rigueur administrative et de la réglementation sanitaire.

IV.3.4. LES STRATÉGIES DE SPÉCIALISATION ET DE REGROUPEMENT

Cette dernière catégorie représente les entreprises n'ayant pas choisi de diversifier leurs activités, si ce n'est de manière accessoire en participant aux fêtes maritimes, en adhérant à une marque ou à un label... (activités n'étant pas considérées réellement comme des activités de diversification par les conchyliculteurs).

Cette catégorie d'entreprises (33% des entreprises interrogées) regroupe essentiellement des grosses entreprises (volume de production et nombre d'emplois élevés par rapport aux autres catégories) vendant les productions plutôt en gros (peu d'expédition et pas de vente directe) (figure 52).

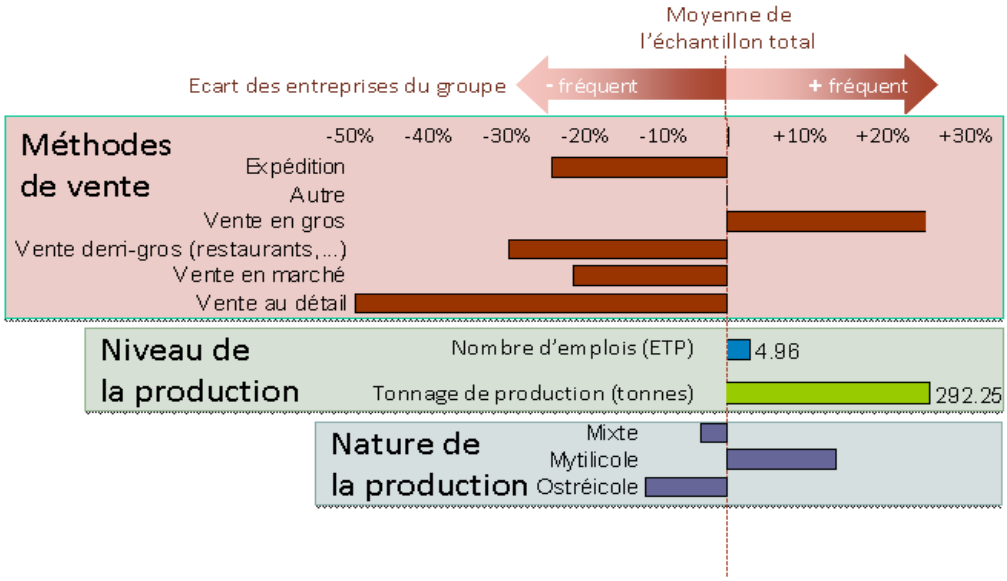


Figure 52: Écarts entre les entreprises avec une stratégie de spécialisation/regroupement et l'ensemble de l'échantillon pour certaines variables

Source : enquête 2008

Le plus souvent, le développement de ces entreprises passe par l'augmentation des volumes et une spécialisation vers la commercialisation des produits.

> « *La valorisation c'est intéressant pour les expéditeurs. Nous on fait que du gros, notre diversification serait plutôt dans la production.* » (mytiliculteur en baie de Cancale)

Afin de répondre à la demande de la clientèle, notamment à travers l'offre des grandes et moyennes surfaces, ces entreprises investissent dans des chaînes de conditionnement ou se regroupent pour mettre en commun les charges de commercialisation. Cette stratégie permet aux entreprises d'avoir les moyens de s'adapter à l'augmentation des charges et d'investir afin de répondre à l'augmentation des exigences sanitaires.

Le fait que la commercialisation soit prise en charge par une société indépendante libère également beaucoup de temps et lève des contraintes pour les conchyliculteurs, mais génère des coûts supplémentaires. Cela leur permet de diminuer la pénibilité du travail. **Ce modèle est considéré par les enquêtés comme l'avenir du secteur conchylicole**, à l'image de l'évolution de l'agriculture depuis les années 70. Les entreprises spécialisées représentent plus de 70% des mytiliculteurs rencontrés, contre 30% des ostréiculteurs et 20% des entreprises mixtes.

L'exemple du regroupement progressif des entreprises de la baie de Cancale dans les zones d'activité conchylicoles montre une situation de proximité qui, selon les points de vue, crée une concurrence forte mais favorise aussi l'émergence de projets collectifs : les entreprises ont tendance à se spécialiser et à mettre en commun les moyens de commercialisation.

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

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

V.1. SCÉNARIOS D'ÉVOLUTION DU SECTEUR CONCHYLICOLE BRETON

Afin de comprendre comment ces stratégies peuvent dessiner le paysage de la conchyliculture en Bretagne, nous formulerons deux scénarios théoriques d'évolution du secteur. Il faut noter que ces scénarios sont particulièrement positifs car ils n'envisagent pas la dépendance par les prix, les phénomènes de concentrations, la fin des financements publiques, les nouvelles contraintes.... Ces propositions n'ont pas valeur de prédiction, mais permettent de comprendre les effets que peuvent avoir les politiques publiques en fonction des stratégies qu'elles favorisent et de juger de la place de la diversification dans ces contextes.

V.1.1. SCÉNARIO 1 : STRUCTURATION FORTE DU SECTEUR

Dans ce scénario, la recherche d'une plus grande sécurité sanitaire à travers l'application du paquet hygiène et la nécessité d'une meilleure traçabilité des produits conchylicoles ont poussé à une structuration forte de la filière. L'augmentation des charges de production et de mise aux normes a poussé les entreprises à augmenter leurs volumes de production. La majorité des entreprises écoule donc ses produits à travers des sociétés de commercialisation afin de pouvoir répondre à la demande des GMS (pré-étiquetage, conditionnement en portions individuelles prêtes à consommer). Les besoins d'espace liés à la mécanisation de la production ont favorisé le développement des zones d'activité conchylicoles, ce qui a permis de résoudre les conflits d'usage avec les résidents sur les communes littorales. De plus, des sociétés annexes se sont implantées à proximité des zones conchylicoles pour le traitement et la valorisation des déchets coquilliers. L'impact environnemental des zones conchylicoles est maîtrisé par le traitement collectif des eaux usées de lavage des machines et des tracteurs.

L'offre touristique liée à la conchyliculture s'est développée à travers des initiatives issues des collectivités, à l'image de la Maison de la baie au Vivier-sur-Mer. Certaines exploitations ont été rachetées et transformées en chantiers pédagogiques adaptés à l'accueil des touristes en toute sécurité. Hormis quelques entreprises de taille suffisante ayant développé une diversification *offensive* et qui sont aussi largement présentes sur les marchés et les salons professionnels, les conchyliculteurs ne participent pas à la diversification du secteur dans le cadre de leur entreprise mais profitent ainsi de la promotion de leurs produits vis-à-vis des consommateurs.

V.1.2. SCÉNARIO 2 : SOUTIEN DE LA DIVERSITÉ DES ENTREPRISES CONCHYLICOLES SUR LE LITTORAL BRETON

Dans ce scénario, la volonté d'une meilleure qualité des produits et la maîtrise des volumes produits a maintenu un prix de vente élevé des coquillages. Le développement des signes officiels de qualité et des significations d'origine a rendu possible le financement public de campagnes de promotion des produits conchylicoles. D'autre part, les moyens accordés aux syndicats de bassin a favorisé la représentation professionnelle et la mise en réseau des exploitations diversifiées afin de mettre en place des démarches collectives. Ces projets ont amélioré la visibilité des sites de production conchylicoles, notamment par la mise en place de panneaux d'orientation touristiques en collaboration avec les collectivités.

Cette meilleure promotion des terroirs a rendu plus accessibles les sites de production et développé la demande touristique, qui était considérée jusqu'alors comme une niche de clientèle. Cette demande a favorisé l'émergence de nouveaux projets de diversification d'entreprises, qui mobilisent directement une partie des producteurs. La plus-value obtenue sur les produits finance des emplois nécessaires aux diverses méthodes de vente mises en place

V.1.3. DEUX SCÉNARIOS : DEUX VISIONS DE LA DIVERSIFICATION

Ces deux scénarios extrêmes illustrent deux « visions » de la diversification en conchyliculture. **L'un correspond à la diversification du secteur**, c'est-à-dire au développement d'une offre de produits et de services liés à la production conchylicole et répondant en priorité à la demande touristique, tout en limitant les contraintes qu'elle pourrait représenter pour les producteurs. **L'autre scénario présente une diversification des entreprises** appuyée par les politiques publiques, qui répond à l'objectif de pérennisation des entreprises sur le littoral pour le « maintien du tissu économique et social » exprimé par la politique européenne d'aménagement des zones côtières.

D'après les résultats de l'enquête, les producteurs pensent que la diversification se développera dans le futur. Selon le type de production, les points de vue sont différents (figure 53).

Pensez-vous que les activités complémentaires vont se développer dans les entreprises conchylicoles ?

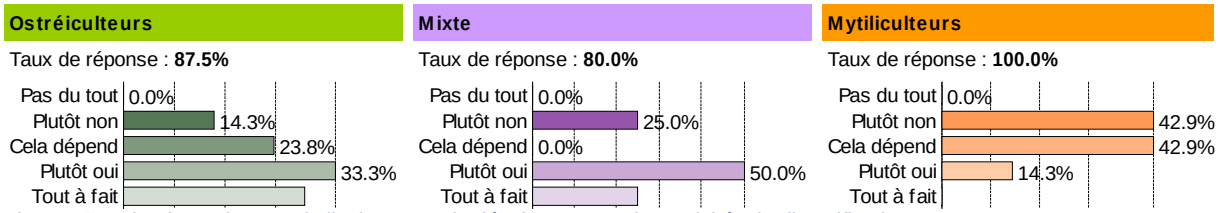


Figure 53: Point de vu des conchyliculteurs sur le développement des activités de diversification

Source : enquête 2008

Quand, on demande aux ostréiculteurs si les activités de diversifications vont se développer dans les années à venir, ils ont des avis variés mais quasiment les deux tiers répondent par l'affirmative. Les ostréiculteurs perçoivent la diversification comme une évolution nécessaire pour s'adapter à la demande. D'après les enquêtés, un moteur des projets de diversification sera la demande des consommateurs. Les exigences en termes de qualité et de traçabilité des produits se renforcent sensiblement. Les touristes sont de plus en plus curieux vis-à-vis des productions littorales et demandeurs d'information sur le métier, les produits. Les chantiers les plus proches des pôles d'attraction touristique sont les plus sensibles à cette demande. De plus en plus, ils envisagent de proposer une offre tournée vers le tourisme littoral. Le développement de certaines activités de diversification peut permettre de répondre à ces nouveaux besoins.

Les mytiliculteurs sont plus partagés sur l'intérêt de diversifier leurs activités : seuls 15% répondent par l'affirmative. Ces entreprises se concentrent en effet sur le cœur de métier, l'élevage, et externalisent de plus en plus la commercialisation des moules à travers les sociétés de négoce. Cette structuration des entreprises permet de répondre directement à la demande des grandes et moyennes surfaces. Dans ce cadre, la diversification du secteur existe, mais elle est organisée de manière collective : accueil des touristes à la Maison de la baie au Vivier-sur-Mer, actions de préservation de la qualité du milieu organisées par des associations et les syndicats, etc.

V.2. PISTES D'ACTIONS POUR FAVORISER LA DIVERSIFICATION

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

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

L'acceptabilité par les professionnels d'une politique d'appui à la diversification est très dépendante des instruments qui auront été choisis pour accompagner les entreprises. Lors de la préparation de l'enquête, quelques outils possibles pour favoriser l'émergence de projets d'activités complémentaires ont été identifiés. Ces outils comprenaient des formes plus ou moins poussées d'appui ou de conseils, comme les subventions dédiées aux projets de diversification, la mise en place d'une structure d'appui

technique, la formation continue ou simplement la mise à disposition d'informations sur la diversification grâce à internet ou à un centre de ressources documentaires. Lorsqu'ils ont été interrogés sur les formes d'appui aux projets de diversification, les producteurs ont privilégié les outils qui permettaient de garder leur autonomie vis-à-vis des structures externes. Parmi leurs choix, près de la moitié des individus de l'échantillon (48%) ont cité les outils d'information par internet, ou la mise en place d'un centre de ressources documentaires, contre 35% de choix pour les subventions publiques et 26% pour la création d'une structure d'appui technique (voir tableau 7 ci-dessous).

Tableau 7 : Hiérarchisation par les producteurs d'outils d'appui aux projets de diversification.

Taux de réponse : **95.7%**

Outils internet (blog, site internets dédiés, diffusion par mail)	**11**	47.8%
Centre documentaire (mise à disposition d'études et de projets)	**10**	43.5%
Mise en place de formations continues sur la diversification	**9**	39.1%
Partage d'expériences (table ronde, groupes de parole, voyages d'étude...)	**9**	39.1%
Aides financières (FEP, Etat, Collectivités)	**8**	34.8%
Equipe spécialisée dans l'appui technique à la diversification	**6**	26.1%

Source : enquête 2008

Au sujet des possibles subventions qui pourraient être utilisées pour appuyer les entreprises portant des projets de diversification, beaucoup ont exprimé une réserve quant à la pertinence d'un appui financier sous forme de subventions. En effet, les subventions sont perçues comme des facteurs d'inégalité entre les entreprises, mais surtout elles incitent à investir au-delà des besoins de l'exploitation, pour des projets dont la rentabilité n'est pas assurée.

« En 85-86, dans le monde ostréicole on savait pas ce que c'était le mot « subvention ». Moi je le savais par la mairie, mais eux ne connaissaient pas « subvention », c'était un mot inconnu ! Tu crois rêver ! Maintenant ils se sont rattrapés… (...) Ici j'ai jamais demandé de subventions. J'ai jamais reçu de sous de l'état ou de la région pour tenir ma vente au détail. Je ne leur dois rien, donc je suis libre de penser ce que je veux, et j'y tiens ! Personne ne peut me reprocher d'avoir utilisé l'argent des autres. » (ostréiculteur morbihannais)

D'autres formes de soutien ont été préférées, comme par exemple un accès facilité aux prêts, puisque les banques sont de moins en moins accessibles pour financer des projets à « risques » tels que peuvent l'être ceux d'une exploitation conchylicole, notamment pour les jeunes « installants ».

« Les subventions ce n'est pas l'idéal. Une entreprise doit pouvoir se suffire à elle-même. Il vaudrait mieux créer des prêts adaptés, des facilités de paiement, c'est plus sain.» (ostréiculteur morbihannais)

Cependant, si les producteurs sont capables de mettre en place une activité complémentaire de manière autonome, leurs décisions sont fortement dépendantes du contexte réglementaire, économique et local. S'il ne semble pas toujours judicieux de financer directement la création de nouvelles activités et si la diversification est jugée positive pour la santé économique de ces entreprises, il paraît alors indispensable de créer les conditions favorables pour que ces activités deviennent intéressantes pour les producteurs.

La création de groupes de partage d'expériences entre les producteurs a été soutenue par quelques producteurs et semble un bon moyen de mettre en avant les solutions de diversification qui fonctionnent effectivement, puisqu'elles auront été testées concrètement. Ces innovations seront d'autant mieux diffusées parmi les professionnels que l'incitation viendra d'un dialogue entre producteurs et non d'une institution « d'en haut ». Cette collaboration est également un moyen de vaincre l'individualisme qui est dénoncé par tous, pour faire émerger des dynamiques collectives.

« S'informer par internet c'est très individualiste, le partage d'expériences entre les professionnels c'est le b-a ba : il faut créer un noyau d'échanges. » (mytilicultrice et ostréicultrice en baie de Cancale)

V.2.2. ADAPTER LA RÉGLEMENTATION DE L'ACTIVITÉ CONCHYLICOLE À LA PRATIQUE D'ACTIVITÉS DIVERSIFIÉES.

Un point de blocage a été identifié de façon quasi-unanime par les producteurs concernant la mise en place d'activités complémentaires : **les difficultés liées aux blocages administratifs** et à la réglementation des activités conchylicoles sur le domaine public maritime.

Le cadre réglementaire des activités de dégustation illustre cette nécessité de cohérence réglementaire. Lors de l'enquête, tous les acteurs interrogés ont souligné que l'activité de dégustation était exclue du domaine public maritime. Cependant, le discours sur ces activités n'est pas le même dans d'autres régions conchylicoles. On peut citer l'exemple d'un arrêté des autorités maritimes de Gironde réglementant l'activité de dégustation[16] (DDAM Gironde, 2006). **Ce texte autorise et définit l'activité de dégustation sur le domaine public maritime** pour le bassin d'Arcachon. Il semble donc que l'ensemble des activités incluses dans le statut agricole seraient possibles sur le domaine public maritime dans la mesure où elles ne nécessitent pas de construction qui pourrait être en infraction au regard de la « loi littoral ». L'application des textes est liée à la volonté des services de l'état, qui ne reconnaissent pas à ce jour les activités « en continuité avec l'activité de production » ou « s'appuyant sur l'exploitation ».

La reconnaissance par l'administration des activités conchylicoles dans leur ensemble, au sens du code rural est donc importante. Néanmoins, cette reconnaissance doit se faire de manière rigoureuse afin de ne pas entrer en contradiction avec la « loi littoral ».

V.2.3. RENFORCER LE TISSU DES PROFESSIONNELS

Les individus enquêtés ont tous regretté le manque de cohésion entre les professionnels. Les situations difficiles créent l'entraide et pour beaucoup l'individualisme des conchyliculteurs est une histoire de culture : si la situation devenait critique alors on verrait les producteurs se serrer les coudes. Cette observation est plus prononcée chez les ostréiculteurs. Au-delà de cette vision caricaturale, d'autres explications apparaissent : manque de communication, manque de concertation, dispersion et concurrence des syndicats. En conséquence, les professionnels se désengagent des syndicats, cette situation ne permet pas l'émergence de projets collectifs. L'idée est que l'information ne passe pas efficacement à travers le réseau de professionnels, ce qui crée des inégalités d'information et des incompréhensions entre les professionnels. Le principal facteur de ce manque d'information est que les syndicats n'ont pas les moyens de relayer l'information : il n'y a pas souvent de permanent pour gérer la vie du syndicat et les membres du bureau sont mobilisés par la marche de leur propre entreprise. Aujourd'hui l'information est adressée aux professionnels à travers la SRC de chaque circonscription. En effet, même si ce point n'est apparemment pas clair pour tous les professionnels, les SRC représentent l'ensemble des professionnels alors que ceux-ci ne sont pas obligés d'adhérer à un syndicat de bassin. Cependant, le personnel de ces structures est insuffisant pour obtenir le niveau d'efficacité que peut avoir un syndicat à l'échelle d'un bassin. Certaines pistes sont envisagées pour renforcer le poids des syndicats : faire passer toute l'information par les syndicats, ou appuyer les syndicats en accompagnant les réunions syndicales par un relai de la SRC. Cependant, cette dernière solution provoque des réticences de la part de certains syndicats qui veulent conserver leur indépendance.

Les conséquences du manque de moyens de la représentation professionnelle pour la diversification montrent que cette dispersion ne permet pas la formulation d'un projet pour le secteur ce qui constitue l'i**ncertitude sociétale**[17]. Il faut donc créer une dynamique de réseau autour d'un projet qui permettrait de répondre collectivement à ces questions : **« Quel est l'avenir de la profession et quelle est la place des projets diversifiés dans cette perspective ? »**.

V.2.4. METTRE EN PLACE UNE POLITIQUE D'INSTALLATION ADAPTÉE À LA DIVERSITÉ DES PROJETS

Si la pratique d'activités complémentaires est problématique pour un certain nombre de professionnels, les difficultés sont amplifiées lorsqu'il s'agit pour un jeune conchyliculteur de s'installer.

---

[16] Arrêté préfectoral du 2 août 2006 pris pour l'application de l'article L311-1 du code rural en matière d'activité de dégustation de coquillages sur le domaine public maritime du bassin d'Arcachon.

[17] *« l'incertitude sociétale vient du fait que, alors que les choix qui engagent l'avenir d'un groupe devraient reposer sur des objectifs collectifs, cet objectifs restent inconnus des membres du groupe, car l'objectif global est plus que la somme des objectifs individuels. Cette incertitude doit être résolue par la confrontation des logiques d'acteurs et l'expression d'un objectif collectif. »* (Beuret, 2006)

En complément de l'enquête auprès des producteurs, le témoignage d'un jeune ostréiculteur qui désirait s'installer dans le Morbihan en créant une exploitation d'un type innovant, a été recueilli. Parmi les projets qu'il envisageait, il souhaitait aménager un lieu d'accueil des touristes sur son chantier et développer une activité de dégustation. Il réfléchissait également à un moyen de faire partager au public son travail sur les parcs, notamment en embarquant les visiteurs sur un voilier pour draguer ses huîtres élevées à plat, en cohérence avec son désir de limiter ses besoins énergétiques et son impact sur le milieu côtier. Lors de l'entretien, il a dit éprouver beaucoup de difficultés à obtenir l'autorisation d'une collectivité pour s'installer et souffrir du coût prohibitif du chantier, situé sur le domaine privé. De fait, les banques sont beaucoup moins accessibles aux projets d'installation, à caractère « original ». Cette situation est paradoxale, car compte-tenu des difficultés de la profession à trouver des candidats à la reprise des exploitations conchylicoles, il n'aurait du avoir aucun problème à s'installer.

La précarité des activités diversifiées est également problématique lors de la reprise des exploitations. La valeur de ces activités n'est souvent pas monnayable dans le cadre réglementaire de la reprise et peut difficilement être détachée de l'exploitation. Cette impossibilité de valoriser les activités complémentaires décourage les exploitants à investir dans la diversification.

V.2.5. Intégrer les activités conchylicoles dans un projet de territoire

Les territoires sur lesquels se sont déroulées les enquêtes sont des territoires soumis à une forte pression démographique, saisonnière ou résidentielle. Les chantiers conchylicoles ont pu s'installer en accord avec la « loi littoral » car il s'agit d'activités nécessitant la proximité immédiate de l'eau, mais ils peuvent être rachetés par des non conchyliculteurs au titre du droit d'accès à la propriété. L'acheteur qui veut pouvoir transformer le chantier en habitation doit en revanche se soumettre à la loi sur la destination des zones conchylicoles et le changement de destination d'un chantier peut être dénoncé auprès des élus lors de l'établissement du permis de construire. Il appartient donc à la profession conchylicole de s'organiser pour la protection des chantiers conchylicoles, à l'exemple de ce qui se fait pour l'agriculture. Une solution proposée serait d'établir dans les Schémas de Cohérence Territoriale (SCOT) la destination des zones conchylicoles, ce qui permettrait de diminuer la pression sur les élus, car les Plans Locaux d'Urbanisme (PLU) au niveau des communes doivent être cohérents avec le SCOT.

La diversification des activités des exploitations conchylicoles crée une nouvelle destination d'usage de la bande côtière. La multifonctionnalité de la conchyliculture implique donc la multifonctionnalité des territoires côtiers. Compte-tenu de l'importance que revêt la bande côtière dans la dynamique des communes littorales, notamment pour l'accueil de touristes, l'intégration de nouvelles « fonctions » à ces espaces doit se faire à travers une concertation de l'ensemble des acteurs concernés, par la définition d'un « projet de territoire » reconnu par tous.

On remarque un certain paradoxe quant aux territoires de l'étude, en effet la baie de Cancale est un bassin de production apparemment cohérent mais dont la gestion est fragmentée, alors que le Morbihan est un territoire fragmenté qui construit des instruments de gestion cohérents.

En baie de Cancale, les collectivités locales veulent mettre en place une offre touristique cohérente pour gérer et optimiser le flux touristique intense de ce territoire, notamment à travers les objectifs de l'Opération Grands Sites (OGS) destinée à répartir ces flux vers l'intérieur des territoires pour diffuser la fréquentation touristique du Mont-Saint-Michel. La coordination des initiatives touristiques issues des structures conchylicoles privées et collectives est délicate car elle concerne la baie du Mont-Saint-Michel dans son ensemble, qui est partagée entre la Bretagne et la Normandie. De plus, les collectivités font face à un « éparpillement » de la représentation professionnelle conchylicole. Le nombre des syndicats ne permet pas aux collectivités de s'adresser à un interlocuteur unique pour pouvoir construire efficacement un projet de territoire. Le manque d'une force motrice pour la profession ne permet pas la mise en réseau des professionnels nécessaire à la construction d'un projet collectif.

Dans le golfe du Morbihan, la conchyliculture fait partie intégrante du projet de charte pour le Parc Naturel Régional (PNR). En particulier, les zones de cultures marines sur le domaine public maritime sont clairement répertoriées et l'un des objectifs décrits dans la charte du PNR est le maintien de la surface des concessions conchylicoles face à la pression de la plaisance dans le Golfe. Cette intégration continue du secteur conchylicole avec la construction d'une « Maison de l'huître » est en projet à Locmariaquer depuis 2001 : elle doit se faire dans un cadre intercommunal, en lien avec le Parc Naturel Régional du Morbihan (Anonyme, 2007). Cette initiative est portée par des collectivités locales, néanmoins on peut penser que des synergies seront recherchées avec les professionnels.

CONCLUSION

La diversification des entreprises conchylicoles est motivée - pour un quart des exploitants ayant déjà diversifié leurs activités - par la recherche d'autres sources de revenus. Parmi les autres motivations évoquées, on trouve la poursuite d'activités existantes (pour 20% d'entre eux) et la volonté de s'adapter aux évolutions de la demande (15 %). Il s'agit :

- de pouvoir mieux faire face aux incertitudes,
- de prendre des options pour stabiliser les revenus,
- de profiter de nouvelles opportunités.

Les trois quarts de la profession pensent que la création d'activités complémentaires de diversification va se développer dans les années à venir.

Grâce au travail d'enquête auprès des producteurs conchylicoles de la baie de Cancale et du golfe du Morbihan, un premier état des lieux de la pratique d'activités complémentaires à la production a pu être effectué. Cette enquête a fait apparaître que **la diversification doit se comprendre comme une stratégie d'entreprise et non comme un modèle de développement**. Elle est le plus souvent fondée sur une démarche individuelle qui repose sur une volonté de dynamiser une activité en proposant une offre plus large ou sur l'opportunité de s'appuyer sur la dynamique d'un territoire.

Quatre types de stratégies de diversification ont étés identifiées : diversification accessoire, diversification forte, diversification alternative et spécialisation. Les principaux facteurs favorables à l'émergence des activités de diversification ainsi que les principaux freins ont été repérés.

De manière générale, il est apparu que le métier de conchyliculteur est un métier marqué par une situation d'incertitude continue. Lorsqu'un ostréiculteur met ses huîtres à pousser sur ses parcs, on dit qu'il « *met son portefeuille dans l'eau pendant trois ans* ». Le risque lié à la variabilité du captage, à la qualité de la production et aux aléas environnementaux extérieurs sont inhérents au métier. Cependant, d'autres incertitudes se superposent aux aléas de la production. La pression démographique croissante sur les territoires littoraux multiplie les conflits d'acteurs autour de la gestion des espaces côtiers et crée le risque de devoir faire face aux procès de riverains lors de la mise en place d'une nouvelle activité. L'augmentation de la fréquence des épisodes de fermeture sanitaire des bassins et le risque environnemental en général sont pour les producteurs la principale menace sur leurs activités. De plus, l'activité conchylicole relève de cadres juridiques multiples, souvent contradictoires, dont l'application pose de nombreux problèmes d'interprétation et rend la situation des activités diversifiées instable. Enfin, une éventuelle structuration du secteur conchylicole vers un modèle de plus grande intégration pourrait influer sur les stratégies des exploitations familiales qui constituent aujourd'hui la grande majorité des entreprises conchylicoles en Bretagne. Ces sources d'incertitude sont des contraintes fortes à la mise en place d'activités diversifiées.

Le phénomène de mortalité massive des stocks de jeunes huîtres sur l'ensemble des bassins conchylicoles qui s'est produit durant la période du travail d'enquête, risque de remettre en cause l'avenir de nombreuses exploitations conchylicoles du littoral français. Cette modification soudaine des conditions d'exploitation des entreprises pourrait changer profondément les stratégies des exploitations ainsi que les attitudes et les attentes par rapport à la question de la diversification. En effet, un contexte de stabilisation ou de baisse des prix favorise la recherche de voies de valorisation des produits et une recherche d'autonomie vis-à-vis du marché de la vente en gros. La baisse de production annoncée pour les trois années à venir et le risque de disparition des entreprises économiquement les plus fragiles ne renversera-t-il pas l'équilibre pour créer une situation de marché plus favorable aux entreprises qui n'auraient plus d'intérêt économique à diversifier leurs activités ?

Dans ce contexte, la diversification des activités n'est pas une priorité des entreprises et certains modèles d'entreprises diversifiées sont même menacés. Il apparait donc que si une politique de diversification des activités conchylicoles veut répondre à l'enjeu de la pérennisation des entreprises locales, elle doit avant tout permettre à celles-ci de gérer les différentes formes d'incertitude. Ce point représente un défi pour les gestionnaires, car si le *risque* peut faire l'objet d'un calcul de probabilités, l'*incertitude* pose le problème d'un avenir où les conséquences des décisions à prendre ne sont ni prévisibles, ni probabilisables.

BIBLIOGRAPHIE

Municipalité de Locmariaquer (Page consultée le 15 août 2008). **Archives municipales année 2005** . www.locmariaquer.info

Beuret J.E. (2006). **La conduite de la concertation pour la gestion de l'environnement et le partage des ressources**. L'Harmattan, 340p.

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

Comité National de la Conchyliculture (2007). **Registre des établissements conchylicoles agréés pour l'expédition ou la purification de mollusques bivalves vivants**, Dossier technique, Comité National de la Conchyliculture, 53p.

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

Direction Départementale des Affaires Maritimes de Gironde (2006). **Arrêté préfectoral du 02 août 2006 pris pour l'application de l'article L311-1 du code rural en matière d'activité de dégustation de coquillages sur le domaine public maritime du bassin d'Arcachon**, Arrêté préfectoral, Préfecture de la Gironde, 2p.

Gervasoni, E. (2007). Étude **socio-économique de la conchyliculture en Bretagne Nord** (2005), Rapport, Section Régionale Conchylicole de Bretagne Nord, 16p.

Girard, S., J.A. Perez Agundez, L. Miossec, and N. Czerwinski (2005). Recensement de la conchyliculture 2001. Agreste, *Cahiers Conchyliculture* n°1, 90p.

Hermon C. (2006). **La diversification de l'activité agricole - État des lieux, souhaits et perspectives.** Collection Droit et Espace Rural, L'Harmattan, 220p.

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**. Étude réalisée pour le Conseil Régional de Bretagne dans le cadre de la préparation des assises de la pêche et de l'aquaculture. Agrocampus Ouest, 33p.

Mayrhoffer, U. (1999). Mayrhoffer Ulrike, Roth, F. **Gestion de l'incertitude et influence de la diversification et de la nationalité sur les formes de rapprochement : une comparaison Allemagne, France et Royaume-Uni.** *Finance Contrôle Stratégie*, vol.2, n°4, décembre 1999, p.135-156.

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

Mermet L. (1992). **Stratégies pour la gestion de l'environnement - La nature comme jeu de société ?** Collection Environnement, L'Harmattan, 205p.

Ministère de l'Écologie, de l'Energie, du Développement durable et de l'Aménagement du territoire, Couches cartographiques (©IGN - MEDD ; © IFREMER). **Géolittoral** (Page consultée le 20 août 2008). http://www.geolittoral.equipement.gouv.fr

Section Régionale Conchylicole Bretagne Sud (2004). **La conchyliculture en Bretagne Sud, données socio-économiques**, Présentation de synthèse, Section Régionale Conchylicole de Bretagne Sud, 29p.

Section Régionale Conchylicole Bretagne Sud (2006). **Charte encadrant l'activité dégustation des coquillages sur le domaine privé des établissements conchylicoles du Morbihan**, Section Régionale Conchylicole de Bretagne Sud, 2p.

Vigo, J. (2001). **La mer et le littoral en Bretagne, pour une ambition régionale**. Conseil Économique et Social de Bretagne, 176p.

SIGLES ET ABRÉVIATIONS

ADASEA	Association Départementale pour l'Aménagement des Structures des Exploitations Agricoles
AOC	Appellation d'Origine Contrôlée
CLPMEM	Comité Local des Pêches Maritimes et des Élevages Marins
CPP	Conchyliculture-Petite-Pêche
CRPMEM	Comité Régional des Pêches Maritimes et des Élevages Marins
DPM	Domaine Public Maritime
ENIM	Établissement National des Invalides de la Marine
ETP	Équivalent Temps Plein
FEP	Fonds Européen pour la Pêche
IGP	Indication Géographique Protégée
GMS	Grandes et Moyennes Surfaces
IFREMER	Institut Français de Recherche pour l'Exploitation de la Mer
MSA	Mutuelle Sociale Agricole
OGS	Opération Grand Site
PLU	Plan Local d'Urbanisme
PNR	Parc Naturel Régional
SMVM	Schéma de Mise en Valeur de la Mer
SCOT	Schéma de Cohérence Territoriale
SRC	Section Régionale Conchylicole

ANNEXES

ANNEXE A : LISTE DES ENTRETIENS COMPLÉMENTAIRES

Baie de Cancale

- **Grégoire Choleau**, Office du tourisme de Cancale ;
- **Jean-Michel Lair,** Maison de la Baie au Vivier-sur-Mer ;
- **Thierry Robin**, Association interdépartementale Manche-Vilaine à Rennes ;
- **Jean-Marie Grosmaître**, Cultimer France au Vivier-sur-Mer ;
- **Marcel Le Moal,** membre du Conseil Economique et Social de Bretagne, 1er adjoint du Maire de Cancale, Vice-Président du syndicat ostréicole de Cancale, Ostréiculteur.

Morbihan

- **Philippe Robin**, Association Golfe Clair (association loi 1901) à Arradon ;
- **Ronan Pasco,** Syndicat Intercommunal d'Aménagement du Golfe du Morbihan (SIAGM), à Vannes ;
- **Pierre-Yves Roussel,** Association CAP 2000, à Vannes ;

Autres entretiens

- **Gilles Bernard,** Ostréiculteur de l'île d'Oléron, au Grésillon, Ile d'Oléron ;
- **Joseph Mazurié,** Chercheur de l'Ifremer à la station marine de La Trinité-sur-Mer ;
- **Michel Ropert,** Chercheur de l'Ifremer au Laboratoire Environnement Ressource de Normandie à Nantes

ANNEXE B : TYPOLOGIE DES ACTIVITÉS DES CONCHYLICULTEURS

En reprenant la classification proposée par le colloque « La diversification de l'activité agricole, état des lieux, souhaits et perspectives » organisé à Toulouse le 13 mai 2005 (Hermon et al., 2006), nous pouvons établir une typologie des activités exercées par les conchyliculteurs en suivant la définition de l'activité agricole du code rural :

A. ACTIVITÉS AGRICOLES PAR NATURE

- Activité d'**élevage proprement dit**[18], c'est-à-dire intervenant dans une partie du cycle biologique des coquillages.

La production en elle-même n'est pas une activité comprise dans l'enquête sur la diversification en conchyliculture, mais la diversification de la production est une source de revenus supplémentaire qui peut être choisie lorsque l'entreprise veut assurer son activité. L'étude cherche donc à évaluer la place de cette stratégie par rapport au choix d'une autre forme de diversification.

B. ACTIVITÉS AGRICOLES PAR RELATION

B.1. **Activités dans le prolongement de l'acte de production**

- **Transformation des produits** ;
- **Méthodes de vente** : vente sur les marchés, vente directe au chantier ou dans un local privé, livraisons, expédition ;
- **Adhésion à un label** ou la mise en place d'une **marque privée** ;
- **Valorisation des coproduits**[19] : coquilles, moules hors calibre.

B.2. **Activités ayant pour support l'exploitation** : prestations d'hébergement, de restauration et de loisirs

- **Visites d'exploitations** : visite du chantier, embarquement de touristes pour la visite des parcs ostréicoles[19] ;
- **Établissements pédagogiques** : exploitation qui garde sa fonction première de production et accueille des visiteurs de façon régulière ;
- **Fourniture de repas** : dégustation des produits sur place ;
- **Location de logements** : gîte rural, chambre d'hôte ;
- **Location de terrains**[18] de campement nus ou aménagés.

C. AUTRES ACTIVITÉS DE DIVERSIFICATION

C.1.**Achat - revente de produits**[18] achetés chez d'autres producteurs ;

- Achat-revente de coquillages pour compléter la production existante ;
- Achat-revente de produits complémentaires (autres espèces, crustacés).

C.2. **Prestations de services**

- **Travaux pour le compte d'autres exploitants** : collecte de la production sur les concessions d'une autre exploitation, entretien d'autres concessions, *etc.* ;
- **Transformation de produits issus d'une autre exploitation** ;
- Autres **prestations de services** auprès des collectivités ou de clients non producteurs : transport de matériel, *etc.*

---

[18]Ces activités n'ont pas été retenues lors de l'élaboration de l'enquête mais ont été abordées par des producteurs lors des entretiens

[19]Ces activités on été rajoutées à la typologie proposée par Hermon *et al.* pour l'adapter au contexte de l'étude, en cohérence avec la définition de chaque type d'activités.

D. ACTIVITÉS NON RÉMUNÉRATRICES[19]

D.1. Démarches de communication et de valorisation de la profession[19]

- **Représentation professionnelle ;**
- **Accueil de stagiaires** à l'exploitation ;
- Interventions dans les **formations maritimes ;**
- Participation à des **salons professionnels ;**
- Participation à un **documentaire ou reportage ;**

D.2.Démarches valorisation de la culture maritime

- Participation à des **fêtes maritimes** ;
- Participation à un **atelier artisanal ou culinaire** (sauf vente directe).

ANNEXE C : BROCHURE DE PRÉSENTATION DE L'ENQUÊTE

Pôle halieutique
Fisheries and Aquatic Sciences Center

Pôle halieutique
Fisheries and Aquatic Sciences Center

AGROcampus RENNES

Vous avez des questions, des suggestions ?

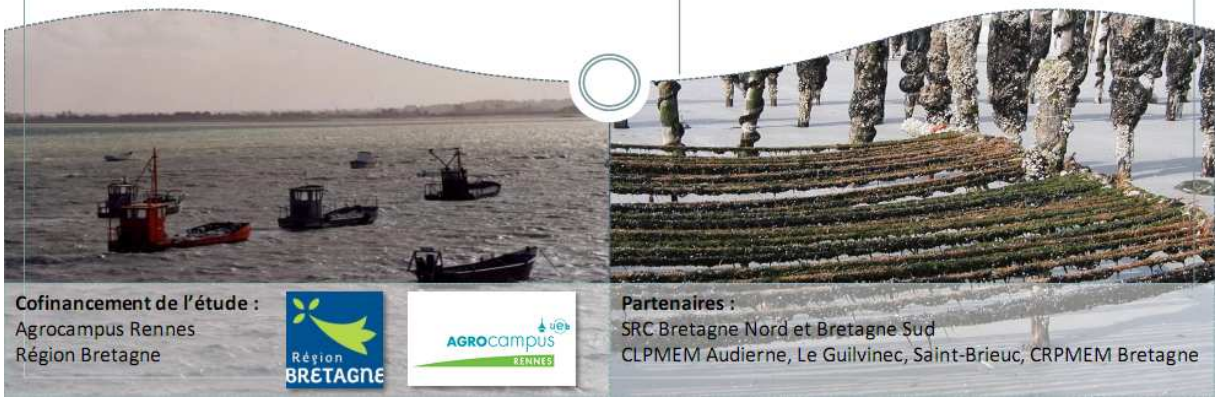
Vous pouvez nous contacter directement :

Marie Lesueur – 02 23 48 58 59
Responsable de l'étude à Agrocampus Rennes

Timothée Besse - 06 68 65 99 13
Chargé de l'enquête « conchyliculture »

Les activités diversifiées des entreprises de cultures marines en Bretagne

ETAT DES LIEUX ET CONDITIONS DE DÉVELOPPEMENT



Cofinancement de l'étude :
Agrocampus Rennes
Région Bretagne

Région BRETAGNE

AGROcampus RENNES

Partenaires :
SRC Bretagne Nord et Bretagne Sud
CLPMEM Audierne, Le Guilvinec, Saint-Brieuc, CRPMEM Bretagne

Le projet

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

L'enquête

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

Intérêts

Ce que cette étude peut vous apporter :

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

Objectifs

Cette étude répond à plusieurs questions :

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

Partenaires

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

Les zones ateliers

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