

La pêche côtière est-elle un facteur d'attractivité touristique ?

Session : La pêche, un atout pour le tourisme

Carole ROPARS-COLLET, AGRO CAMPUS OUEST, Pôle halieutique



Objectif

Identifier la présence d'une activité de pêche dans un territoire comme un facteur d'attractivité touristique



Quelles caractéristiques des sites littoraux sont valorisées par les individus (résidents ou touristes) ?

Est-ce que la présence d'activité de pêche attire les individus sur un site littoral ?

Les visiteurs des sites littoraux accordent-ils une valeur (non marchande) à la présence d'activités de pêche ?

Comment ?

Méthode d'analyse conjointe

- ✓ Méthode basée sur les **préférences déclarées** des individus
- ✓ **Individus mis en situation de choix** : ils sont directement interrogés sur leurs préférences entre des **biens** (sites littoraux) **fictifs** décrits par un ensemble de caractéristiques
 - Présentation de plusieurs ensembles de choix de sites littoraux
 - Un ensemble de choix est constitué de plusieurs options (Site littoral A, Site littoral B)
 - Une option est une combinaison des différents attributs du site

Analyse des arbitrages individuels entre les différents attributs décrivant ces sites permet de révéler la valeur accordée à chacun des attributs (consentement à payer)

Caractéristiques décrivant un site sur le littoral

- ✓ Bateaux de pêche
- ✓ Vente directe par les pêcheurs
- ✓ Sentiers côtiers
- ✓ Plage
- ✓ Port de plaisance
- ✓ Patrimoine architectural historique



Distance



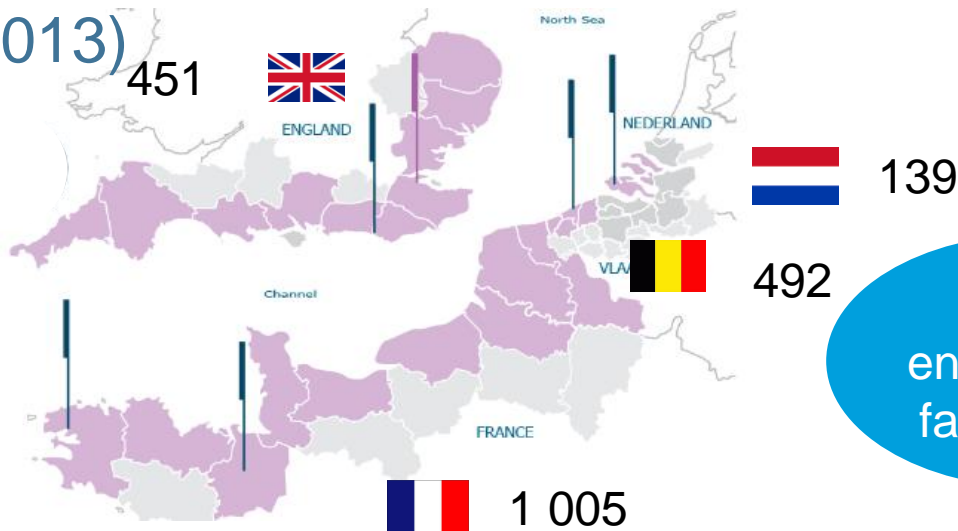
Ces 6 attributs et la distance à parcourir définissent les options des ensembles de choix

Exemple d'un ensemble de choix proposé aux enquêtés

	Site A	Site B	Aucun des deux sites
Choix	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bateaux de pêche	X		
Vente directe par les pêcheurs de produits de la pêche locale			
Sentiers côtiers	X		
Plage			
Port de plaisance		X	
Patrimoine architectural historique	X		
Distance pour se rendre sur le site	60 km	40 km	

Construction d'un questionnaire spécifique

Enquête sur tout le littoral de la Manche et mer du Nord (2013)



+ 2 000
 enquêtes en
 face-à-face

Analyse statistique (économétrique) des résultats :

- ✓ Quels attributs des sites littoraux sont attractifs ?
- ✓ Classement des attributs
- ✓ Quelle valeur pour chacun des attributs ?

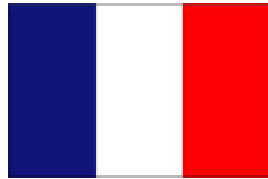


1. Toutes les caractéristiques des sites littoraux retenues sont attractives (quel que soit le pays)

2. **Sauf la distance** : plus la distance à parcourir pour se rendre sur un site sur le littoral est longue, moins les enquêtés sont satisfaits

3. **Par contre, à des niveaux différents** : les enquêtés ne retirent pas la même satisfaction de la présence de telle ou telle caractéristique sur un site littoral

4. **Classements des caractéristiques différents selon les pays**



France



Plage



Architecture patrimoine



Bateau de pêche



Belgique

Plage

Sentiers côtiers

Architecture patrimoine



Royaume-Uni

Plage

Sentiers côtiers

Bateaux de pêche



Pays-Bas

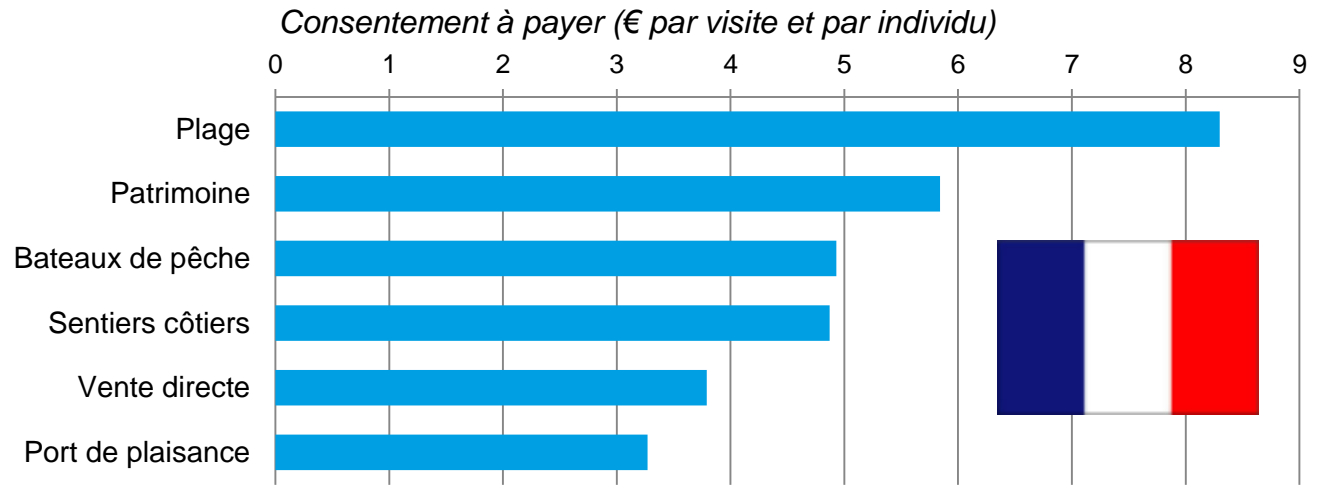
Bateaux de pêche

Sentiers côtiers

Plage

Les consentements à payer pour chaque attribut

Consentement à payer (CAP) pour un attribut : ce que l'enquêté serait prêt à payer pour pouvoir profiter de cet attribut lorsqu'il se rend sur le littoral



Plage



1^{ère} place

Bateau de pêche



3^e place, même CAP que pour les sentiers côtiers

Vente directe

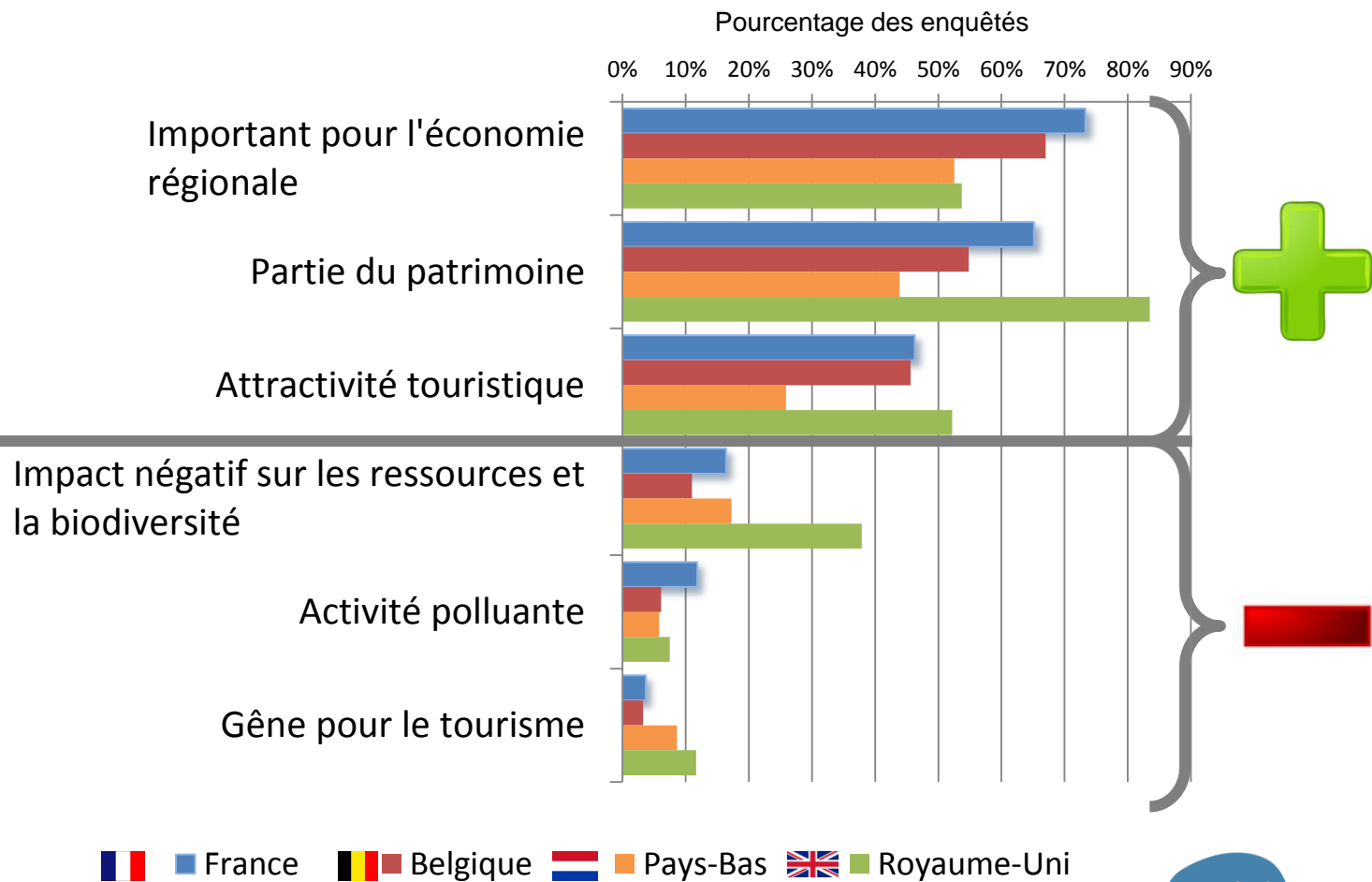


5^e place, CAP plus élevé que dans les autres pays

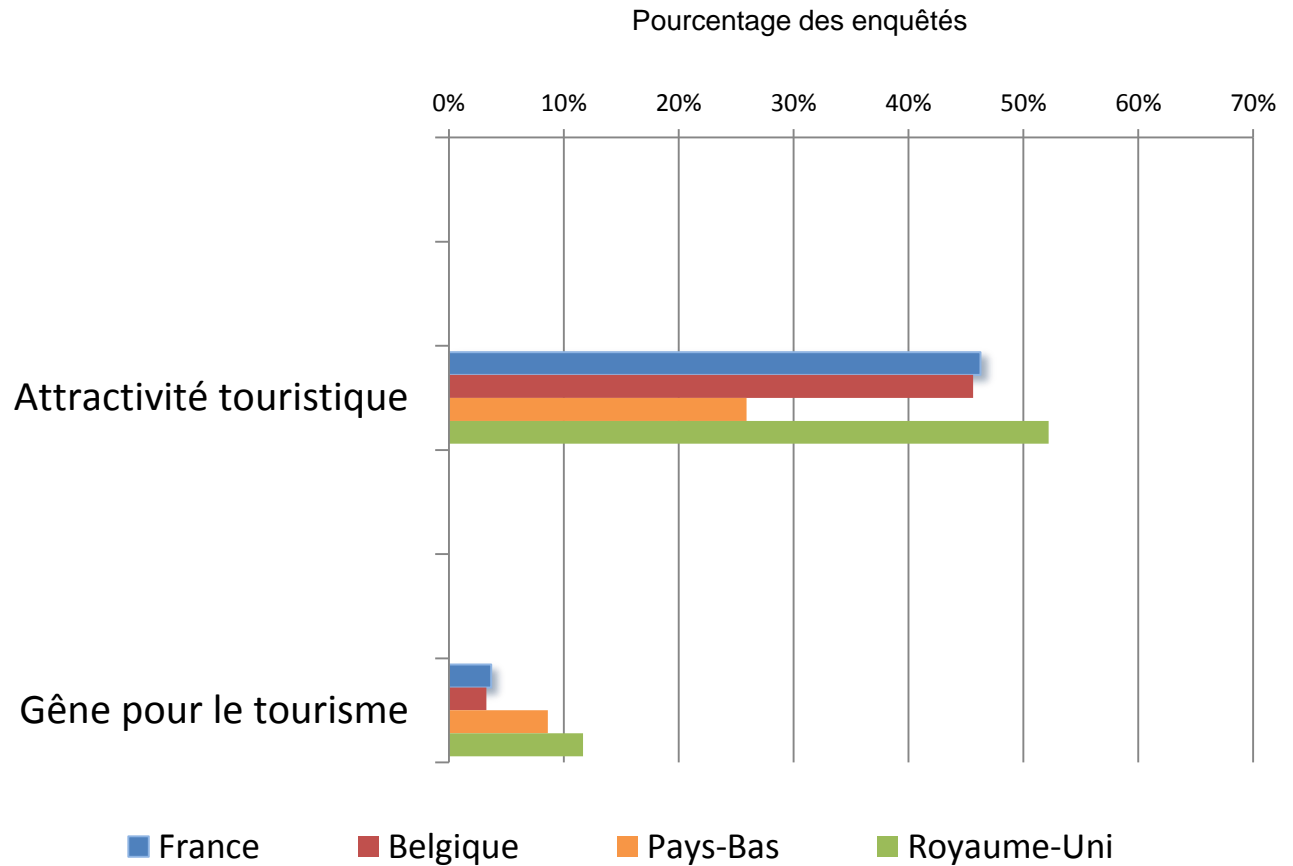
Des différences de valorisation selon les enquêtés

- ✓ **Plage** : + pour les étudiants, - pour les retraités
- ✓ **Patrimoine architectural** : + si aucun lien avec la pêche (professionnel, loisir, famille)
- ✓ **Bateaux de pêche** : - si aucun lien avec la pêche, - pour les femmes
- ✓ **Sentiers côtiers** : - pour les chômeurs, + pour les actifs
- ✓ **Vente directe** : - pour les chômeurs, - si aucun lien avec le monde de la pêche
- ✓ **Port de plaisance** : + pour les actifs, + pour les hommes

Image positive de la pêche



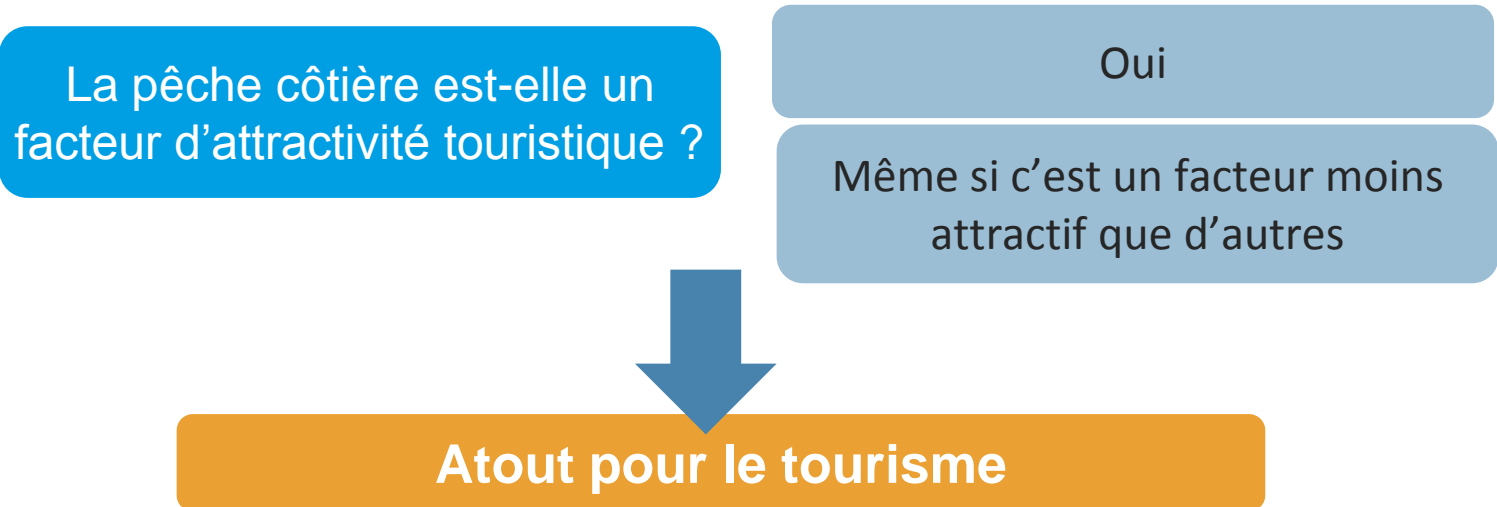
Atout pour le tourisme



Les individus enquêtés apprécient :

- ✓ de voir des bateaux de pêche lorsqu'ils se promènent sur le littoral
- ✓ d'assister à de la vente directe (indépendamment du fait d'acheter)

La pêche n'est pas seulement la production de biens marchands, elle a aussi une valeur non marchande



Merci de votre attention !

Retrouver tous les résultats du projet GIFS sur :
 > <http://www.gifsproject.eu/fr/>

Toutes les publications d'AGROCAMPUS OUEST seront également disponibles sur :

- > halieutique.agrocampus-ouest.fr
- > Rubrique : Etudes et Transfert • GIFS

