



N° 9

| Automne-Hiver 2013

ISSN 1831-5747

farnet

M A G A Z I N E

Conjuguer pêche et tourisme





Sommaire

Photos (pages) :

iStockphoto (1), Commission européenne (2), Association Pamario Delta (4, 25), Jean-Luc Janot (5, 8, 14, 15, 20, 22, 24, 26, 27, 30), Estació Nàutica Sant Carles de la Ràpita (6,12, 13), Apollo Media (7), FLAG Vänern-Kinneulle (9, 25), Monica Burch (10, 11), FLAG côtier belge (17, 18, 19), FLAG Nord & Est-Laponie (21, 22, 23), Haliotika-La Cité de la Pêche (25), Michał Słupczewski (25), GAC Oeste (27, 29), PescaTour (30), René Kusier (30).

Couverture :

Jeune touriste sur un bateau de pêche en Algarve (Portugal).

Journalisme :

Jean-Luc Janot, Eamon O'Hara.

Ont également participé à la rédaction de ce numéro :

Urszula Budzich-Tabor, Monica Burch, John Grieve, Serge Gomes da Silva, Paul Soto, Gilles van de Walle.

Production :

DevNet geie (AEIDL/Grupo Alba) / Kaligram.

Contact :

FARNET Magazine, Cellule d'appui FARNET,
Rue de la Loi 38, boîte 2
B-1040 Bruxelles
+32 2 613 26 50
info@farnet.eu
www.farnet.eu

FARNET Magazine est publié par la Direction générale des Affaires maritimes et de la Pêche de la Commission européenne. Il est distribué gratuitement sur simple demande.

FARNET Magazine paraît deux fois par an en français, allemand, anglais et espagnol.

Éditeur responsable: Commission européenne, Direction générale des Affaires maritimes et de la Pêche, Directeur général.

Clause de non-responsabilité: bien que la Direction générale des Affaires maritimes et de la Pêche soit responsable de la réalisation générale de FARNET Magazine, la Commission n'a ni adopté ni approuvé, de quelque manière que ce soit, les positions exprimées dans cette publication. Toute déclaration faite dans FARNET Magazine ne peut être interprétée comme étant le reflet des opinions de la Direction générale des Affaires maritimes et de la pêche de la Commission européenne. La Commission européenne ne garantit pas l'exactitude des données mentionnées dans la présente publication. La Commission européenne ou toute personne agissant en son nom décline toute responsabilité pour tout usage qui peut être fait de ce magazine.

© Union européenne, 2013.

Reproduction autorisée, moyennant mention de la source.

Imprimé en Belgique sur papier recyclé.



Intégrer la pêche dans l'économie touristique 4

Même s'ils interviennent selon des approches et dans des contextes très différents, les FLAG ont dans leur écrasante majorité inscrit le tourisme comme un axe majeur de leur stratégie.



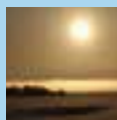
Reportage : La pêche, alliée du tourisme doux 12

Le tourisme de basse intensité qui prévaut dans le delta de l'Ebre (Espagne) est de plus en plus alimenté par la pêche. En produits gastronomiques locaux, mais aussi en nouvelles prestations touristiques qui attirent les visiteurs.



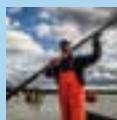
Acteurs : Stephanie Maes 17

La coordinatrice du FLAG côtier belge nous parle de son travail, des défis auxquels elle est confrontée et des projets que son groupe met en œuvre avec les pêcheurs, les restaurateurs, les opérateurs touristiques et les autres acteurs locaux concernés.



Reportage : Le chaînon qui manquait 20

Dans l'extrême nord finlandais, les pêcheurs se sont tournés vers le tourisme pour diversifier et augmenter leurs revenus. La démarche a débuté par un programme de formation soutenu par l'Axe 4 du Fonds européen pour la pêche.



Alizés 25

Quatre projets de développement territorial innovants mis en œuvre dans des zones de pêche.



Projecteur : Le pescatourisme en Europe 26

De nombreux FLAG cherchent à exploiter le potentiel du pescatourisme pour promouvoir les produits de la pêche locale et amener les visiteurs à découvrir le patrimoine halieutique de leur territoire. Mais le pescatourisme se heurte souvent à d'importants obstacles juridico-administratifs, quand il n'est pas tout simplement interdit comme c'est le cas dans de nombreux pays.

Réseau FARNET 31



Editorial

« Au cours de la période de financement 2014-2020, le développement local devra répondre au défi majeur que constituent la création et le maintien d'emplois locaux, en particulier pour les jeunes. Pour beaucoup de territoires de pêche, il s'agira de 'capter' une partie de l'énorme demande en biens et services que génère le tourisme. »

Notre récente étude sur la « croissance bleue » montre clairement que le tourisme est un des secteurs les plus prometteurs en termes de potentiel de croissance. Rien que dans nos zones côtières, il assure déjà quelque 2,6 millions d'emplois. Pêche et aquaculture, en comparaison, ne représentent qu'une fraction des emplois côtiers, même si leur contribution à l'activité économique et à l'attractivité de nombreux territoires est importante.

Comme le souligne le premier article de ce numéro de *FARNET Magazine*, la côte est la destination préférée de plus de 60 % des Européens pour leurs vacances principales. Le défi pour de nombreuses zones de pêche, du moins pendant la saison estivale, n'est donc pas de faire *plus* de tourisme mais *mieux* de tourisme. J'entends par là que le tourisme apporte des avantages tangibles aux populations locales et au secteur de la pêche. Nous devons promouvoir le développement durable, non pas la « massification ». Cela se reflètera dans la Communication sur le tourisme maritime et côtier que nous sommes en train de préparer.

Bien sûr, de nombreuses zones de pêche continentales et certains territoires côtiers isolés doivent encore se tailler une réputation en tant que destinations touristiques attrayantes. Dans de nombreuses régions côtières, il arrive aussi que les communautés de pêche se sentent comme des îles balayées par les puissantes vagues du tourisme, mais sans qu'elles en tirent grand-chose si ce n'est un environnement dégradé, des écosystèmes et des activités locales perturbés.

Le premier article de ce numéro identifie les principaux risques que fait peser le tourisme sur les territoires de pêche, tout en montrant comment les FLAG peuvent aider à minimiser ces risques, voire même à les transformer en opportunités. Il suggère trois grands moyens pouvant permettre aux communautés de pêche de directement profiter du tourisme : fournir différents types de services aux touristes, avec à la clé une augmentation des revenus et de nouvelles possibilités d'emploi ; retenir davantage de valeur ajoutée à travers la vente directe du poisson pêché localement ; valoriser le patrimoine de la pêche locale et s'en servir pour devenir une destination touristique vivante et authentique. L'article énumère ensuite les mesures que les FLAG peuvent prendre pour réaliser tout ce potentiel.

Les articles suivants présentent des exemples concrets qui montrent que c'est exactement cela que font les FLAG des différentes parties

de l'Europe. Sur les rives ensoleillées de la Méditerranée, en Sardaigne et en Catalogne par exemple, les projets vont du pescaturisme aux restaurants de fruits de mer gérés par des coopératives locales de pêcheurs, en passant par des excursions conchylicoles, des réseaux de restaurateurs qui achètent leur poisson à la criée, ou encore des exploitations piscicoles qui organisent des activités touristiques spécialisées.

Dans un autre coin d'Europe, au nord du cercle polaire arctique, la haute saison touristique commence généralement quand la neige s'installe. Là, un FLAG finlandais a organisé une formation qui permet maintenant aux pêcheurs de proposer des forfaits touristiques basés sur la pêche d'hiver pratiquée de façon traditionnelle.

La rubrique « Alizés » fournit quant à elle d'autres exemples, tels qu'un musée de la pêche interactif en Bretagne, une « route de la pêche » en Pologne, la promotion de l'écotourisme dans une réserve de biosphère en Suède, l'organisation d'une formation pour aider les pêcheurs professionnels à profiter de l'intérêt croissant pour l'ornithologie et la pêche de loisirs en Lituanie.

Cette livraison se conclut par un regard approfondi sur la situation juridique du pescaturisme dans l'Union européenne. L'article met en lumière des questions telles que la sécurité à bord, la fiscalité et la viabilité économique. Il examine également comment, dans plusieurs pays, les FLAG ont commencé à résoudre ces problèmes. A cet égard, Stephanie Maes, coordinatrice du FLAG côtier belge, nous parle de l'importance de pouvoir disposer de personnes engagées sur le terrain, qui encouragent et accompagnent le secteur de la pêche pour lancer ces nouveaux projets : « *Les gens apprécient que vous quittiez votre bureau et essayiez vraiment de comprendre leur univers, afin peut-être d'explorer ensemble les défis de la pêche et les réponses possibles à ces défis* », insiste-t-elle.

Je vous invite donc tous à vous inspirer des nombreux exemples présentés dans ce numéro, qui montrent comment les pêcheurs locaux et leur communauté peuvent réussir à intégrer la pêche dans l'économie touristique.



Monique Pariat,

Directrice pour la Méditerranée et la Mer Noire, Direction générale des Affaires maritimes et de la Pêche

Intégrer la pêche dans l'économie touristique

Même s'ils interviennent selon des approches et dans des contextes très différents, les FLAG ont dans leur écrasante majorité inscrit le tourisme comme un axe majeur de leur stratégie.

Un choix logique, à condition de s'assurer que le secteur de la pêche en bénéficie.

De nombreuses raisons expliquent que le développement du tourisme soit une dimension importante de la stratégie des FLAG.

Du côté de la demande, le secteur touristique est en croissance et même l'un des rares secteurs à continuer de croître dans le monde malgré la crise. En 2012, selon une recherche effectuée par le World Travel and Tourism Council, plus de 10 % de tous les nouveaux emplois ont été créés dans le tourisme. Même dans l'Union européenne où l'impact de la crise sur le tourisme est la plus visible, le secteur devrait représenter – directement ou indirectement – plus de 20,4 millions d'emplois en 2022 (9 % de l'emploi total), soit une augmentation moyenne de 1 % par an au cours des dix prochaines années.

En plus de sa forte dynamique de croissance, le secteur se diversifie. De plus en plus de vacanciers ne se contentent plus du soleil et de la plage : ils recherchent de nouvelles activités et de nouvelles expériences qui dépassent l'offre touristique traditionnelle. Ainsi, le tourisme correspond bien au concept nouveau d'« économie de l'expérience ».



▲ En Lituanie, l'association Pamario Delta met en œuvre un projet touristique qui implique les pêcheurs.

Du côté de l'offre, les zones de pêche possèdent de nombreux atouts pour attirer les visiteurs. En plus de l'eau, des plages et des activités de loisirs, elles offrent souvent un environnement de qualité, du poisson frais en abondance ainsi qu'un riche patrimoine culturel lié à la pêche.

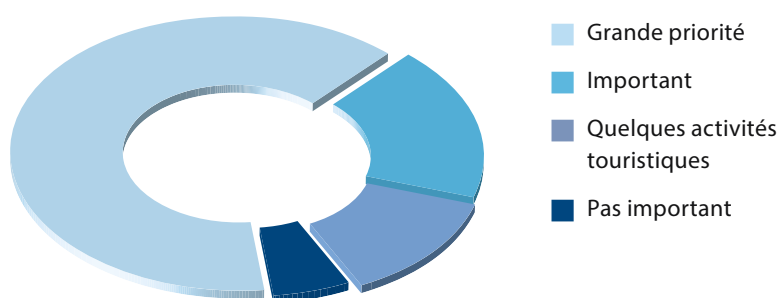
Lorsqu'avec l'aide du FLAG les acteurs locaux se mettent à coopérer et à travailler ensemble, l'offre touristique de la zone de pêche peut sensiblement évoluer et inclure tout un ensemble d'activités. Le territoire peut ainsi rester attractif, même dans un marché touristique très concurrentiel. Le tourisme peut donc devenir une importante source de revenu supplémentaire pour les communautés de pêche.



▲ Bateaux de pêche amarrés à proximité de restaurants à Mytilène (Lesbos, Grèce).

Dans une récente communication sur les défis et les opportunités du tourisme côtier et maritime dans l'UE¹, la Commission européenne souligne l'importance des zones côtières en tant que destinations touristiques: environ 51 % des lits d'hôtel sont concentrés dans les régions côtières, qui sont les lieux de prédilection de plus de 60 % des Européens pour leurs vacances principales. Employant directement quelque 2,6 millions de personnes, le tourisme est aussi dans l'UE la plus importante activité économique maritime. La communication met en lumière certains obstacles à surmonter pour que ce secteur puisse réaliser son plein potentiel, notamment: le manque de ressources financières pour la création d'entreprises locales, le manque de cohérence des stratégies marketing, l'incapacité de se démarquer du binôme soleil-plage et de désaisonnaliser l'activité. Autant de freins qui limitent la capacité du secteur à créer des emplois durables et qualifiés, autant d'obstacles que les FLAG qui souhaitent promouvoir la croissance bleue dans leur territoire peuvent contribuer à lever.

Intérêt des FLAG pour le tourisme



Pas étonnant donc que tant de FLAG aient inscrit le tourisme dans leurs priorités. Une revue des principaux défis et objectifs mentionnés par les FLAG dans la brève présentation de leur territoire destinée aux fiches FARNET (<https://web-gate.ec.europa.eu/fpfis/cms/farnet/fr/taxonomy/term/387>) indique qu'environ 83 % des groupes considèrent le tourisme comme une de leurs priorités stratégiques, et même une «grande priorité»² pour plus de 60 % d'entre eux. Parmi les 17 % de FLAG qui ne citent pas le tourisme comme objectif stratégique, la plupart (12 % de l'échantillon total) proposent quand-même cer-

tains projets ou activités liés au tourisme. A peine 5 % des fiches FARNET ne mentionnent pas du tout le tourisme.



¹ Communication on Challenges and Opportunities Concerning Coastal and Maritime Tourism in the EU http://ec.europa.eu/governance/impact/planned_ia/docs/2013_mare_005_coastal_tourism_en.pdf

² Données basées sur l'analyse de 120 fiches de présentation de FLAG provenant de 14 pays (Belgique, Bulgarie, Chypre, Danemark, Espagne, Estonie, Finlande, France, Grèce, Lettonie, Pays-Bas, Pologne, Portugal et Suède), juillet-août 2013.



▲ Kayaks de mer dans les parcs à moules du delta de l'Ebre (Espagne).

Encourager le tourisme lié à la pêche

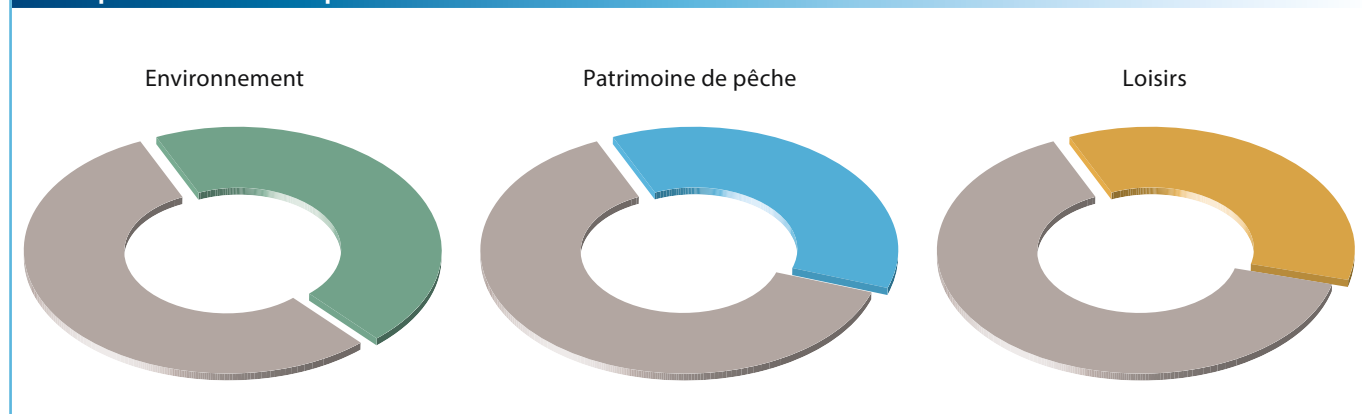
Pour attirer des visiteurs, les zones de pêche doivent d'abord impérativement remplir les conditions de base nécessaires au développement du tourisme: être en mesure d'offrir des hébergements (hôtels, chambres d'hôtes, campings...), des endroits où manger (restaurants, bars de fruits de mer...) facilement accessibles (routes, stationnements, transports publics, vélos et pistes cyclables...). Mais si ces conditions sont nécessaires, elles ne sont pas suffisantes pour concurrencer les nombreuses autres destinations présentes sur le marché. Les zones de pêche doivent offrir quelque chose de plus, voire même idéalement quelque chose d'unique.

En élaborant leur stratégie, la plupart des FLAG ont tenté d'identifier les atouts qui rendaient ou pourraient rendre leur territoire particulièrement attrayant pour les visiteurs, notamment:

- > les atouts naturels (paysages, cours d'eau, plantes, espèces animales, habitats uniques...);
- > les activités récréatives possibles, en particulier celles liées à l'eau et à la pêche (pêche sportive, baignade, plongée, navigation de plaisance...);
- > les particularités de la pêche locale, ses traditions et son patrimoine (anciennes maisons de pêcheurs, bateaux, ports...) ainsi que les activités de pêche actuelles pouvant constituer une expérience intéressante pour les touristes (observer les pêcheurs au travail grâce au pécaturisme, par exemple).

L'analyse des fiches FARNET indique qu'environ 45 % des FLAG qui considèrent leur territoire comme attrayant ou potentiellement attrayant pour les touristes³ estiment que l'environnement est le principal atout. Environ 37 % prévoient de s'appuyer sur la tradition et le patrimoine de la pêche de leur zone pour attirer les touristes (environ 12 % mentionnent le pécaturisme et le tourisme de pêche), alors que 36 % mettent l'accent sur les loisirs⁴. Certains FLAG reconnaissent que, pour améliorer l'attractivité de leur territoire, ils doivent d'abord répondre à certaines exigences de base. C'est sans doute pourquoi de nombreux FLAG des nouveaux États membres (en Lettonie et en Pologne notamment) estiment qu'il importe de soutenir les projets d'investissement dans les infrastructures.

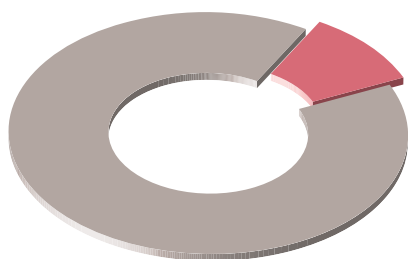
Principaux atouts touristiques selon les FLAG





▲ Touristes achetant du poisson directement du bateau au Danemark.

FLAG estimant que le tourisme de masse est un problème



La stratégie touristique du FLAG diffèrera fortement selon que son territoire soit déjà une destination touristique connue ou non. Si ses atouts naturels et culturels ne sont pas connus des visiteurs potentiels, un large éventail d'activités d'information et de promotion sera nécessaire. La proximité d'autres destinations touristiques importantes peut aussi créer des problèmes. Ce fait est d'ailleurs plus souvent perçu comme un risque que comme un atout (bien que moins de 10 % des FLAG mentionnent cet enjeu dans les fiches).

Tourisme et pêche

Le FLAG peut jouer un rôle important dans le développement du potentiel touristique de son territoire et s'assurer que ce potentiel a un impact positif sur l'économie locale. Mais il est essentiel que le tourisme apporte des avantages non seulement au territoire dans son ensemble mais aussi au secteur de la pêche en particulier. Sinon il y a un risque que les pêcheurs se sentent « laissés pour compte » et adoptent une attitude négative face au tourisme. Certains projets touristiques – surtout de grande taille – peuvent constituer une menace pour le territoire et le secteur de la pêche (même si la pêche est un des atouts touristiques), parce que :

- > les entreprises de tourisme de masse, qui ont tendance à miser sur les coûts plutôt que sur la qualité en matière de main d'œuvre et d'approvisionnement, font souvent appel à des ressources situées hors du territoire local ;
- > ces entreprises se disputent parfois des ressources rares comme l'espace, la main d'œuvre, le logement ou le poisson (pêche incontrôlée, par exemple), limitant ainsi les chances d'un développement plus endogène ;
- > leur taille est souvent hors de portée des investisseurs locaux, et donc seule une très faible proportion de la valeur ajoutée va au territoire et à sa population, alors qu'une part beaucoup plus importante est « exportée » en dehors de la zone de pêche.

Par ailleurs, suite à la baisse de rentabilité et à la diminution des possibilités d'emploi dans le secteur de la pêche, le tourisme – tout comme les initiatives pour la valorisation des produits de la pêche (voir FARNET Magazine n°8) – peut être une source de revenu supplémentaire ou alternative pour les pêcheurs et leur famille. A cet égard, le développement du tourisme peut procurer toute sorte d'avantages au secteur de la pêche :

- > Le tourisme peut tout d'abord apporter des **revenus complémentaires au pêcheur** et à sa famille. Grâce à leurs compétences et équipements spécifiques, les pêcheurs peuvent proposer certains services aux touristes (servir de guides ou prendre des passagers à bord pour observer la faune, par exemple). L'activité de pêche peut aussi elle-même être une source de revenu additionnelle, les touristes pouvant être prêts à payer pour pouvoir observer les pêcheurs au travail, comme c'est le cas dans le pécaturisme⁵. Certains pêcheurs sont même en mesure de proposer un hébergement dans une cabane traditionnelle.

³ Soit 91 des 120 fiches FLAG analysées.

⁴ Le total ne correspond pas forcément à 100 %, certains FLAG ayant mentionné plusieurs types d'atouts.

⁵ Si « tourisme de pêche » est un terme générique pouvant concerner toute prestation touristique liée à la pêche, le terme « pécaturisme » fait référence au fait d'accompagner le pêcheur pendant son travail, avant tout pour observer son activité.



▲ Vente directe lors d'une fête du poisson organisée par le FLAG Peipsi en Estonie.

- > En deuxième lieu, les touristes pourront consommer du poisson pêché localement s'il existe sur place des restaurants et bars de fruits de mer ou des poissonneries, autant d'occasions supplémentaires pour les pêcheurs de commercialiser leurs prises.
- > Enfin, le tourisme peut procurer certains avantages moins tangibles mais néanmoins importants : les attractions touristiques basées sur le patrimoine ou les traditions de la zone de pêche, par exemple, peuvent créer un sentiment d'identité et de fierté professionnelle chez les pêcheurs, ou encore renforcer la position du secteur dans les discussions sur le développement du tourisme. Le travail conjoint de différents partenaires dans le cadre d'un projet touristique peut améliorer l'intégration des pêcheurs dans la société au sens large.

Le rôle du FLAG

Pour obtenir ces effets positifs, le FLAG, grâce à sa connaissance du secteur de la pêche et le plus souvent à une représentation significative des pêcheurs au sein de son conseil d'administration, doit s'assurer que le développement touristique tient compte des attentes et des préoccupations des pêcheurs. Des FLAG ont ainsi réussi à :

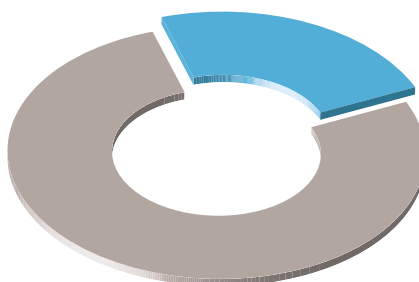
- > **faire participer le secteur de la pêche à tous les stades de la planification du développement touristique.** Très souvent, l'implication du secteur est fortement encouragée au cours de la phase d'élaboration de la stratégie puis, une fois que celle-ci est en place, le développement des projets est confié à des spécialistes. En

outre, les pêcheurs sont généralement trop occupés ou non disposés à participer à des réunions et à des débats sur des sujets qui risquent de ne pas leur profiter directement, le FLAG devant alors les encourager à participer. Or la participation à la phase de conception des projets est essentielle pour s'assurer que les produits touristiques tirent le meilleur parti possible de la pêche locale et génèrent un maximum de retombées pour les pêcheurs ;

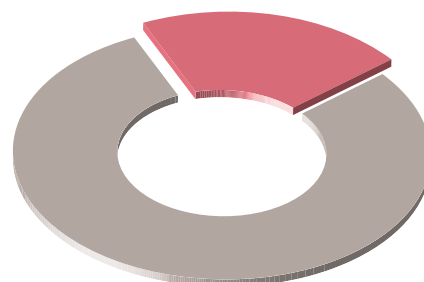
- > déterminer si les pêcheurs (et les autres acteurs locaux) possèdent **les compétences suffisantes pour assurer la qualité des services** proposés aux touristes, et s'ils ne les ont pas, mettre en œuvre des programmes de renforcement des capacités afin de transmettre ces compétences (accueil de la

Le tourisme dans la stratégie des FLAG et sa représentation dans les conseils d'administration

FLAG privilégiant les liens entre le tourisme et la pêche



Représentants du tourisme dans les conseils d'administration





▲ Les élèves hôteliers de la zone Vänern-Kinneulle en Suède savent cuisiner le poisson local et raconter l'histoire de la région aux visiteurs.

clientèle, commercialisation, santé et sécurité, gestion de la qualité, maîtrise des langues, etc.). Ce renforcement des capacités doit également inclure la sensibilisation des représentants de la pêche au potentiel touristique réel du territoire, de façon à éviter que certains atouts soient sous-estimés ou, au contraire, que les attentes des touristes soient excessives et provoquent de la déception ;

- > veiller à ce que tous les produits touristiques locaux (notamment ceux soutenus par le FLAG) constituent une **offre cohérente** et non pas un ensemble d'initiatives éparses et parfois même antagonistes. Le FLAG peut encourager la coopération entre les différents acteurs afin de créer une offre touristique plus complète et, à travers la sélection rigoureuse des projets à soutenir, il peut éviter une concurrence inutile dans la zone voire la délocalisation d'activités existantes ;
- > s'assurer que le développement du tourisme **profite vraiment à la population locale**, par exemple, que les hôtels emploient du personnel local, que les restaurants proposent des produits locaux (notamment le poisson), que des informations sur les attractions touristiques liées à la pêche soient bien visibles dans les offices du tourisme ou les hôtels.

Même si plus de 60% des FLAG mentionnent le tourisme comme une priorité importante, environ 23% seulement prévoient explicitement de renforcer les liens entre le tourisme et la pêche. Il est également intéressant de noter que, bien que presque tous les FLAG aient des représentants du secteur de la pêche dans leurs instances de décision, une proportion sensiblement plus faible (21%) compte des représentants du secteur du tourisme dans celles-ci. Que des acteurs du tourisme siègent ou non au conseil du FLAG, une bonne entente entre secteur halieutique et secteur touristique est essentielle pour s'assurer que les produits soient à la fois prisés sur le marché touristique et bénéfiques pour la zone de pêche.

Cela ne signifie pas forcément que les pêcheurs doivent être eux-mêmes des porteurs de projets liés au tourisme : ces projets peuvent être pris en charge par des entreprises locales (des hôteliers ou des restaurateurs, par exemple), des associations ou des organisations touristiques (pour les projets visant à promouvoir la région et ses atouts) ou des collectivités locales (pour les investissements dans les infrastructures ou les entreprises culturelles). L'important, c'est que le FLAG puisse évaluer ces projets selon plusieurs critères :

1. La pertinence du **produit touristique** – il ne suffit pas d'avoir des « atouts », les touristes ont également besoin de produits (et en tourisme, les services sont également des produits).

Les FLAG devraient se demander notamment : quel produit proposons-nous ? Quelle est sa rentabilité ? Existe-t-il un marché ? Quel est le groupe cible ? Comment le produit se compare-t-il aux produits concurrents ? La demande a-t-elle été estimée de façon réaliste ?

2. Le lien entre ce produit et **les autres activités présentes dans le territoire** : comment le produit se conjuguera-t-il avec les autres éléments de l'offre touristique de la zone ? Fait-il – ou peut-il faire – partie d'une offre plus large ? Quel en sera l'impact sur les autres entreprises du territoire (en tenant compte des effets positifs mais aussi négatifs comme la concurrence ou la délocalisation) ? Où se procurera-t-on le personnel, le matériel, les services nécessaires ?
3. **Sa relation particulière avec le secteur de la pêche** : de quelle façon le produit prend-t-il en compte les atouts liés à la pêche locale ? Profitent-il directement ou indirectement aux pêcheurs ? Quelles sont les conditions à remplir pour que les pêcheurs en profitent ?

Les FLAG devraient prioritairement encourager et soutenir les projets qui répondent à ces interrogations et à d'autres de même nature. Des exemples de tels projets sont présentés dans les articles qui suivent. ■

ZOOM

Le pescatourisme en Sardaigne : pêche et produits locaux, ingrédients d'une expérience touristique unique (Italie)

La Sardaigne est une des régions d'Europe les plus avancées pour tout ce qui touche au pescatourisme.

La pêche insulaire, côtière principalement, est surtout artisanale et le climat méditerranéen se prête bien aux activités touristiques de plein air. La région abrite également le siège opérationnel de PescaTour, l'association nationale du pescatourisme, créée en 2004 pour promouvoir la formule dans toute l'Italie. Étroitement impliquée dans les préparatifs de l'Axe 4 en Sardaigne, PescaTour est un membre fondateur du FLAG «Costa Orientale» qui, comme son nom l'indique, couvre la côte est de l'île. Le président du FLAG, Fabrizio Senu, participe depuis longtemps à la diversification des activités de sa coopérative vers le marché du tourisme, ainsi qu'au renforcement des relations avec la population locale qui constitue toute l'année une bonne clientèle pour les produits de la pêche locale.

L'arrivée de l'Axe 4 en Sardaigne est un moment exaltant pour l'île et les espoirs sont grands de pouvoir lancer des projets nouveaux à partir du travail déjà accompli. Car la région propose déjà de nombreuses activités et services liés à la pêche, autant d'exemples de ce que les organisations de pêche à travers l'Europe peuvent faire pour profiter du tourisme. Les FLAG peuvent soutenir ce type d'activités dans leur zone mais peuvent aussi faciliter la mise en place des réseaux nécessaires au renforcement des initiatives individuelles et s'assurer que l'ensemble de leur territoire en bénéficie.



▲ Pescatourisme avec la coopérative de pêche Sampey Mare Blu.

« Ittiturismo »

La coopérative des pêcheurs de Tortoli, par exemple, regroupe 40 professionnels qui pêchent en mer et dans la lagune de Tortoli avec 15 bateaux de 7-8 mètres enregistrés dans le port d'Arbatax. Son président, Fabrizio Senu, a lancé en 1998 une initiative visant à dépasser la simple pêche et offrir aux touristes la possibilité de déguster du poisson fraîchement pêché, cuisiné sur place par les pêcheurs locaux. A l'époque, la législation italienne ne facilitait pas encore ce genre d'activités, nouvelles pour les pêcheurs. La production de la coopérative en provenance de la lagune (daurade, rouget, moules, huîtres, coques...) a cependant vite été couverte par la nouvelle législation sur l'agrotourisme, bien avant que législation

sur la pêche ne rattrape les attentes sur le terrain et fournisse un cadre de réglementation pour le « tourisme de pêche », « ittiturismo » comme on l'appelle en Italie. Cette législation⁶ régit maintenant toute une série de prestations touristiques proposées à terre par les pêcheurs professionnels et qui vont de la gastronomie aux activités de loisirs et d'hébergement.

Ce qui a débuté à Tortoli autour de 11 pêcheurs proposant des barbecues de poisson aux touristes s'est formalisé en 2003 avec l'ouverture d'un vrai restaurant géré par la coopérative, grâce à une subvention de 77 000 euros (43 % du coût total) de l'IFOP. Ce restaurant, « La Peschiera », sert maintenant quelque 20 000 couverts par an, de Pâques à

⁶ Voir l'article page 26 sur le pescatourisme en Europe.



novembre. Par ailleurs, 10 000 personnes participent chaque année aux différentes activités que la coopérative a lancées depuis: pêche de loisir dans la lagune, visites guidées ou démonstrations des méthodes de pêche, par exemple. *«Pour les visiteurs, ce que notre coopérative propose dans la lagune figure à présent parmi les principales attractions d'Arbatax, au même titre que les grottes de Bue Marino et nos vestiges de nuraghe mégalithiques»,* affirme Fabrice Seleni.

A Villasimius, au sud de Tortolì, une coopérative de pêche familiale, «Sampey Mare Blu», propose des excursions de pescatourisme au tarif de 70-90 euros par adulte et de 50 euros pour les moins de 10 ans. Ignazina et son mari Gemiliano, tous deux pêcheurs en activité, profitent des mois d'été pour réduire leur pêche professionnelle pour gagner un peu plus d'argent en montrant à leurs passagers les différentes façons de pêcher dans la région. Ils alignent leur journée de pêche normale sur des horaires plus attrayants pour les vacanciers, ce qui leur permet de transmettre leur connaissance de la mer, les différentes facettes de leur métier et les types de poissons qu'on pêche en Sardaigne. Levant l'ancre à 9 h du matin, le «Sampey Simone» (du nom du fils d'Ignazina et Gemiliano), qui peut embarquer jusqu'à 12 passagers, emmène les passagers à un endroit où des filets ont été installés la veille. Ces filets de 1 km (au lieu de 5 ou 6 km habituellement) se trouvent plus près de la côte, de façon à ce que les touristes puissent observer leur hissage sur le bateau et le démêlage des prises de rougets, calamars, rascasses, daurades, etc. Ils peuvent aussi apprendre à nettoyer et éviscérer le poisson, dont une partie servira à préparer un copieux repas à bord. Fait intéressant à signaler: on constate

que les enfants qui rechignent généralement à manger du poisson à la maison sont le plus souvent ici très contents de déguster les fruits de leur travail. Le souhait marqué qu'ont les touristes de profiter de l'excursion pour savourer le soleil et la mer a été pris en compte dans l'excursion puisque celle-ci dure de 6 à 8 heures, ce qui laisse du temps pour se baigner et se reposer dans des criques et autres lieux accessibles uniquement en bateau.

La coopérative Sampey Mare Blu possède deux des neuf bateaux pratiquant le pescatourisme dans la zone d'intervention du FLAG et elle est membre de ce dernier. Avec l'Axe 4, la coopérative compte investir dans une meilleure commercialisation de son pescatourisme: les bateaux sortant souvent avec seulement 2, 3 ou 4 passagers à bord alors qu'il y a 12 places autorisées, on doit effectuer une journée de pêche presque normale pour rester rentable. Gianna Saba, présidente de PescaTour, affirme que davantage de bateaux seraient nécessaires pour que le territoire puisse satisfaire la demande plus forte que pourrait facilement induire une meilleure commercialisation. *«Le problème, explique-t-elle, c'est qu'avec seulement deux bateaux homologués pour le pescatourisme, une coopérative de pêche n'a pas la capacité d'accueillir les grands groupes que les hôtels et les écoles peuvent lui envoyer. Idéalement, il faudrait que chaque port puisse disposer de cinq bateaux équipés pour le pescatourisme lorsque de grosses réservations surviennent. Ce que nous espérons vraiment avec l'Axe 4, c'est de pouvoir disposer de 15 bateaux au total dans la zone. À l'heure actuelle, on compte 60 km de côte sans pescatourisme.»*

Dans son chapitre tourisme, la stratégie du FLAG affiche deux objectifs principaux: développer davantage de produits de la pêche liés au tourisme (plus de bateaux adaptés à pescatourisme, des activités écotouristiques liées à la pêche et d'autres services tels que le gîte et le couvert chez des pêcheurs...); conditionner et commercialiser ces produits dans le cadre d'une offre touristique territoriale coordonnée. Le premier objectif implique de repérer et mobiliser les pêcheurs les plus entreprenants et désireux d'investir dans de nouvelles activités. Pour le second, le FLAG cherche à mettre en place un réseau de produits touristiques liés à la pêche, ainsi qu'une agence capable de coordonner ce réseau, surveiller la qualité et promouvoir activement cette offre.

Le but est de favoriser un tourisme durable, qui maintienne un sain équilibre entre pêche, tourisme et environnement, car comme le fait remarquer Ignazina: *«Si plus de pêcheurs pratiquaient le pescatourisme en été, il y aurait plus de poissons à attraper en hiver.»* Par ailleurs, les objectifs du tourisme font le lien avec les autres priorités du FLAG qui sont de renforcer la filière pêche en créant un réseau de producteurs halieutiques locaux. Si le FLAG réussit, le territoire sera de plus en plus reconnu pour la qualité de ses activités et produits liés à pêche.

Reportage

PÊCHE ET TOURISME EN SYNERGIE DANS LE DELTA DE L'EBRE [ESPAGNE]

La pêche, alliée du tourisme doux

Le tourisme de basse intensité qui prévaut dans le delta de l'Ebre est de plus en plus alimenté par la pêche. En produits gastronomiques locaux, mais aussi en nouvelles prestations touristiques qui attirent les visiteurs : pêche en mer, excursions halieutiques, circuits des moules, des huîtres, pescatourisme... Malgré la crise, une économie durable prospère localement, avec un coup de pouce de l'Axe 4 du Fonds européen pour la pêche.



L'endroit est surréaliste. De loin, on dirait un iceberg. On y accède en roulant sur une étroite bande de sable longue de quatre kilomètres, sorte de mini Sahara entre mer et lagune où l'on croise plusieurs gros camions recouverts de poussière blanche. On finit par atteindre une oasis, franchir les portes d'une sorte d'hacienda blottie entre des étendues d'eaux roses à perte de vue et une énorme montagne d'un blanc immaculé. Bienvenue aux Salines de la Trinitat, à l'extrémité sud du delta de l'Ebre.

« Le rose de l'eau est dû à l'algue *dunaliella salina*, base de l'alimentation des artémies, larves dont se nourrissent les flamants, d'où la couleur bien connue de ces derniers, rose elle aussi », explique Mateo Lleixa, le technicien qui nous guide entre les bassins. Les Salines de la Trinitat exploitent 1 000 ha de marais salants qui produisent 25 000 tonnes de sel par an. 90 % de ce sel est dirigé vers l'industrie, 10 % sert à l'alimentation. Au cours des dernières années, l'entreprise qui occupe une trentaine de personnes a bénéficié de trois projets Axe 4, notamment pour construire une digue écologique destinée à améliorer

la productivité d'une saline, tout en protégeant une zone naturelle. « Les marais salants sont bons pour l'environnement car ils empêchent l'érosion et l'ensablement du delta, et ils attirent toutes sortes d'oiseaux », précise Mateo.

« Comme vous le voyez, notre site et notre activité sont très spectaculaires », fait remarquer Juan Sucrrats, le PDG de l'entreprise. « On aimerait bien leur donner une dimension touristique, pouvoir faire visiter nos installations, comme le font en France les Salines du Midi, par exemple. On avait déposé un projet dans ce sens mais on n'a pas obtenu les autorisations environnementales nécessaires. »

La Pointe de la Banya où opère l'entreprise est en effet une réserve naturelle dont l'accès est limité. Elle s'étend face aux côtes de la ville de Sant Carles de la Ràpita. L'ensemble délimite un espace maritime connu sous le nom de baie des Alfacs, qui constitue le plus grand port naturel d'Europe. Il s'agit également de l'un des habitats aquatiques et avicoles les plus importants de la Méditerranée occi-

dentale, une destination choisie par 95 espèces nidificatrices et une ère de repos pour 330 espèces d'oiseaux migratoires. « L'observation des oiseaux attire beaucoup de visiteurs », précise Gala Martinez, coordinatrice du FLAG Litoral Costa de l'Ebre. « L'Axe 4 du FEP a consacré 68 000 euros à des équipements pour cette activité. »

Déclaré Parc naturel en 1986, le delta de l'Ebre (350 km²) alterne immenses plages de sable presque sauvages, lagunes, rizières, jardins et vergers, soit un paysage culturel à forte identité et souvent surprenant. La culture du riz s'étend sur une grande partie du territoire mais la pêche et l'aquaculture sont deux autres activités locales essentielles. Les masses d'éléments nutritifs qu'apporte l'Ebre et la rencontre des eaux du fleuve et de la mer facilitent la reproduction de poissons d'eau douce comme l'anguille, la carpe, le barbeau, le poisson-chat ou la perche, alors que des poissons d'eau salée tels que le bar commun, la daurade royale ainsi que différentes espèces de mugil et de soléïdes font vivre une pêche côtière très active.



▲ Flamants roses à la Pointe de la Banya.

Faible intensité

« Le delta de l'Ebre est resté rural et pratique un tourisme de faible intensité, à cause du parc naturel et parce qu'on est loin à la fois de Barcelone et de Valence. Il reste que le tourisme est la première ressource économique locale », résume Lluís Joaquim Granero, directeur de l'Office du tourisme de Sant Carles de La Ràpita (15 000 habitants et l'un des principaux ports de pêche de Catalogne).

La ville accueille plus de 400 000 visiteurs par an, surtout d'Espagne, de France, du Royaume-Uni et aussi, ces dernières années, de Russie. « Deux opérateurs locaux ont accueilli plus d'un millier de touristes russes en 2012 », précise Jordi Lopez, coordinateur de l'antenne locale de l'association Station nautique⁷. Et il poursuit : « Avec l'aide de la commune, nous avons réussi à regrouper depuis quatre ou cinq ans tous les opérateurs touristiques et, ensemble, nous avons pu élaborer une vraie politique touristique, dans laquelle la pêche a un rôle majeur à jouer, même si elle n'a pas encore réalisé tout son potentiel. Notre stratégie comporte trois volets : la baie des Alfacs, avec le label 'Station nautique' ; la gastronomie avec le label 'Sabores de España' ; la navigation de plaisance et d'autres activités aquatiques comme le kitesurf. La pêche artisanale s'inscrit parfaitement dans ces trois volets et l'Axe 4 renforce notre réseau qui compte quatre entreprises de pêche, une vingtaine de restaurants, une vingtaine d'hôtels, ainsi qu'une trentaine d'opérateurs touristiques, de commerçants et d'agents de voyage. »



▲ Touristes s'essayant à la « paupa ».

Paupa

Sant Carles de La Ràpita a bénéficié de trois projets Axe 4 ayant en commun la promotion du tourisme durable : l'installation de panneaux indicateurs facilitant la visite à pied de la ville, la création d'un site web (www.enlarapita.com) et la réalisation d'une brochure en catalan, espagnol, français, anglais, allemand et russe pour présenter les nombreuses attractions touristiques et gastronomiques locales liées à la pêche.

« Pour les Russes qui viennent toujours en groupes, nous avons mis au point un 'Circuit de la pêche artisanale' », explique Jordi Lopez. « Durant une journée, les touristes font le tour de la baie en bateau. Plusieurs escales sont prévues, avec dégustations de poisson et de fruits de mer à la clé. Avec des

pêcheurs, nous organisons aussi des sorties romantiques pour observer le lever et le coucher du soleil dans le delta de l'Ebre et des excursions nocturnes pour observer les étoiles, toujours avec dégustations à bord. Une autre activité qui connaît un grand succès, c'est la pêche traditionnelle 'à la paupa' qui consiste à pêcher à la main les bars et les daurades prisonniers d'un grand filet que les pêcheurs ont tendu quelques heures auparavant dans les eaux peu profondes du bord de mer. »



⁷ Label de qualité territorial originaire de France, Station nautique est aussi un réseau qui s'étend maintenant à l'Espagne. http://www.nautical-tourism.eu/?lg_id=1

QUAND L'EMBLÉMATIQUE THON ROUGE
DEVIENT UNE EXPÉRIENCE TOURISTIQUE

Les cow-boys de la mer

Déjà pionnière dans la pêche et l'élevage du thon rouge, l'entreprise Balfegó s'est récemment lancée dans une forme de pescatourisme unique au monde : on peut désormais nager avec les thons !

Possédant six bateaux, tous basés à L'Ametlla de Mar, au nord du delta de l'Ebre, l'entreprise familiale Balfegó est spécialisée depuis trois générations dans la pêche au thon, qu'elle est la seule à pratiquer à la senne coulissante. Employant 120 salariés, elle est leader en Espagne sur le marché du thon rouge et la première entreprise de pêche espagnole à contrôler entièrement la commercialisation de ses prises « de la senne à l'assiette », de la capture du poisson jusqu'au consommateur final. 75 % de sa production est exportée, surtout en Asie.

En 2006, l'entreprise s'est lancée dans l'élevage du thon, installant une dizaine de bassins à 2,5 milles du port de L'Ametlla de Mar, où ont été autant que possible recréées les conditions de vie naturelles des poissons.

Car les thons sont capturés vivants au printemps, à l'est des îles Baléares, selon une technique de pêche qui ne génère aucune capture juvénile ni de prises accessoires, tout en n'ayant aucun impact sur le fond marin. Du filet de capture, les thons, toujours vivants, sont ensuite transférés dans un filet spécial de transport qui est remorqué (très lentement, à la vitesse d'à peine un nœud, pour ne pas stresser les poissons) jusqu'à la « ferme » au large de L'Ametlla de Mar. Ils y resteront entre 4 et 12 mois, le temps de récupérer les graisses perdues au cours du cycle reproducteur qui les a conduits du centre de l'Atlantique en Méditerranée. « Cette façon d'exploiter le thon fait de nous des 'cowboys de la mer' », résume joliment Nuria Cherto, responsable du « Tuna Tour ».



Le Tuna Tour, c'est l'attraction touristique que Balfegó a lancé en mai 2012. « Pas une attraction, mais une expérience », rectifie Nuria Cherto. « Nous avons senti une forte demande dès que nous avons commencé l'élevage de thon, il y a quelques années. Les clients

que nous emmenions visiter les bassins pouvaient déjà nager avec les thons et le bouche à oreille a fonctionné très vite. Les gens nous téléphonaient : 'il paraît qu'on put nager avec des thons chez vous ?' »

Avec une aide 165 790 euros de l'Axe 4, l'entreprise a fait l'acquisition d'un catamaran de 18 m (875 000 euros) accrédité pour pouvoir transporter jusqu'à 70 passagers. Le but : organiser une visite ludique des installations piscicoles.

La sortie dure deux heures. Pendant la traversée, les passagers sont invités à visionner une vidéo sur l'écologie du thon et les différentes façons de le pêcher. Mais le clou de la petite croisière se produit lorsqu'ils arrivent à destination et qu'ils peuvent se



▲ Les tourbillons correspondent à des thons attrapant les sardines qu'on leur lance du bateau.

mettre en maillot de bain, plonger dans un des bassins et nager avec pas moins de 500 thons qu'on attire en leur lançant des sardines. « Comme vous voyez, c'est très familial », fait remarquer Nuria Cherto. Nos clients ont de 5 à 89 ans. A présent, nous voulons développer un second produit, l'observation sous-marine des thons, mais cette prestation sera sous-traitée à une entreprise spécialisée car la plongée, c'est un autre métier et un autre public. »

Au retour, les touristes se voient offrir une tranche de thon rouge à déguster alors qu'est projetée une seconde vidéo sur les conditions d'élevage du poisson. « On peut dire que nous sommes les seuls au monde à organiser ce genre d'excursion car ce qui existe ailleurs – uniquement en Australie – procède d'une approche différente, exclusivement ludique. Nous, nous sommes avant tout une entreprise agroalimentaire qui veut sensibiliser le consommateur à l'histoire et à la culture de la pêche au thon, sous tous ses aspects. Montrer qu'il peut exister une pêche au thon durable, effectuée dans des conditions transparentes. »

Entre mai et octobre 2012, le Tuna Tour a accueilli 6 000 personnes. En haute saison (juin-septembre), la prestation se déroule au rythme de trois sorties par jour. Tarifs : 47 euros pour les adultes, 21 euros pour les enfants et 10 euros pour les groupes scolaires.

L'activité a créé huit emplois et Nuria Cherto ajoute : « Nous sommes également bien intégrés dans le territoire : par exemple, nous proposons un forfait comprenant le Tuna Tour et la visite du quartier des pêcheurs. Mais surtout, nous travaillons en étroites synergies avec d'autres pôles d'attraction locaux, comme la criée et les restaurants. Nous organisons régulièrement des séminaires destinés aux cuisiniers pour leur montrer comment préparer le thon rouge. Maintenant, dans le delta, 13 restaurateurs proposent ce poisson, cuisiné aussi bien à la méditerranéenne qu'à l'asiatique. »

Au-delà de l'ampleur de l'investissement, le projet contribue de façon innovante à développer le potentiel touristique de la région. Il a créé des liens entre les secteurs touristique et halieutique, ainsi que des nouvelles possibilités d'emploi local.

<http://www.tuna-tour.com/?p=home&sp=&lan=fr>

A la pêche aux moules

Mais le delta, c'est aussi une importante zone de production de moules, d'huîtres et de palourdes. « *La Galice et le delta de l'Ebre sont deux marchés qui se complètent bien, notamment pour les moules. Quand une région finit, l'autre commence: en Galice, la saison, c'est de février à mai et ici, c'est d'avril à septembre.* » Xavier Cabrera est l'un des 60 conchyliculteurs membres de la Fédération des producteurs de mollusques du delta de l'Ebre (FEPROMODEL), qui produit bon an mal an 3 000 tonnes de moules et 1 000 tonnes d'huîtres à partir d'une centaine de plateformes installées en mer.

Souhaitant mieux promouvoir la conchyliculture du delta, FEPROMODEL a mis sur pied en 2011 un groupe de travail qui a vu dans le tourisme une solution pleine de potentiel, d'autant plus qu'en 2012 le gouvernement de Catalogne édictait une loi autorisant le pescatourisme à certaines conditions. « *On a donc élaboré un 'Circuit des moules et des huîtres' au départ du port de L'Ampolla et la phase pilote a plutôt bien marché: on a eu 500 clients en 2011 et un bon millier en 2012, des Espagnols mais surtout des Russes et des Français. Maintenant, grâce au bateau et à l'aménagement de la plateforme qu'a financé l'Axe 4, le produit est au point et on peut dire que 2013 est notre première véritable année d'activité.* »

Une aide d'environ 100 000 euros de l'Axe 4 a permis l'installation sur une plateforme d'un véritable centre d'interprétation de la conchyliculture, l'escale principale du circuit, où les participants (40 par jour en moyenne) se font expliquer les principes de la mytiliculture et de l'ostréiculture.

L'excursion commence dans le port de L'Ampolla où un grand bateau plat pouvant accueillir 50 passagers embarque les touristes à 10 heures du matin et les promène jusqu'à 16 heures à travers les concessions conchylicoles. Le voyage est ponctué de visites-dégustations chez différents producteurs, de démonstrations de nettoyage, etc. et passe par une halte pédagogique sur la plateforme aménagée. Prix: 40 euros par personne incluant 1 kg de moules, 4 huîtres et 1 bouteille de mousseux. « *C'est moins cher qu'en République Dominicaine, les champions pour ce genre de prestation* », affirme



▲ En haut et à gauche: l'Axe 4 a cofinancé le «Mirador de la Badia», centre d'interprétation conchylicole. En bas, à droite: Pascual Chacon montrant le logo «Peix de llotja».



Xavier Cabrera. « *J'y suis allé pour me rendre compte. Ils sont beaucoup plus avancés qu'ici et très aidés par l'état. Mais le gouvernement de Catalogne fait maintenant la même chose. Il a compris les avantages de la formule.* » De fait, le projet a créé 9 emplois (dont 3 saisonniers), notamment un capitaine, un marin, deux serveurs et deux guides-interprètes maîtrisant l'anglais, le français et le russe.

Un autre projet Axe 4 a permis de créer de l'emploi, plus modestement mais tout aussi sûrement. En juillet 2012, grâce à une subvention de 29 200 euros, la *cofradía* (association) des pêcheurs de Les Cases d'Alcanar (35 membres) a ouvert dans une aile de son siège social une boutique de produits locaux. Objectif: promouvoir les productions artisanales du delta, tout en créant de l'emploi. « *On a de tout, une cinquantaine de produits différents, mais peu sont issus de la pêche mis à part des terrines et du poisson séché car les produits frais ou périssables nécessitent des équipements trop dispendieux pour nous...* », explique le vendeur, Esteban Fornos, ancien pêcheur ayant dû abandonner l'activité et se recycler suite à une grave blessure à la jambe. « *Le chiffre d'affaires augmente tranquillement. Nous sommes ouverts toute l'année mais le pic, c'est quand-même en été, avec les touristes qui représentent la moitié de la clientèle.* »

Poisson de la criée

« *Le delta est réputé pour la qualité de ses produits, qu'ils soient agricoles (l'excellent riz 'bomba', les fruits...) ou aquacoles (les moules, les huîtres et les autres mollusques...)* », énumère Pascual Chacon, secrétaire de la *cofradía* de Deltebre. « *Les touristes viennent en partie pour cette qualité. Or on s'est rendu compte qu'ils avaient beaucoup de difficulté à trouver du poisson frais. Dans tout le delta, il n'y avait que neuf restaurants qui en servaient. C'était d'autant plus dommage que la qualité de la gastronomie locale s'est nettement améliorée depuis une quinzaine d'années...* »

Pour améliorer la promotion du poisson pêché localement, Pascual Chacon et ses homologues des différents ports de pêche ont créé l'Association des *cofradías* des marins-pêcheurs du delta de l'Ebre, qui regroupe quatre *cofradías*, affichant ensemble un chiffre d'affaires de 44 millions d'euros en 2012. Le principe, c'est d'encourager les restaurateurs à venir s'approvisionner dans les criées locales – quatre d'entre elles participent – afin de pouvoir proposer du poisson frais à leurs clients. « *D'un point de vue économique, nous poursuivons un double objectif: promouvoir le poisson local et améliorer les prix payés à la criée. Dans ce dernier cas, le but est déjà atteint: les prix ont augmenté de 20 % l'été dernier, au lieu de 15 % habituellement.* »

Un cahier des charges a été élaboré et les restaurateurs qui y adhèrent apposent à l'entrée de leur établissement une plaque indiquant «Peix de llotja» (poisson de criée) sur laquelle figurent une ou plusieurs étoiles en fonction de la quantité de poisson qu'ils achètent à la criée: une étoile pour des achats de 3000 à 6000 euros par an; deux étoiles entre 6000 et 12000 euros; trois étoiles pour les montants supérieurs. Le dispositif compte ainsi trois restaurants une étoile, quatre restaurants deux étoiles et cinq restaurants trois étoiles. «Nous avons volontairement limité le nombre de restaurants participants à 12, à la fois pour maîtriser la qualité et pour stimuler l'intérêt des autres établissements. 15 restaurateurs sont sur la liste d'attente.»

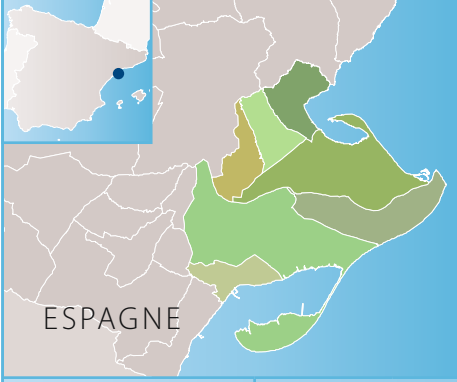
Le projet a bénéficié d'une aide Axe 4 de 16000 euros destinée à couvrir la mise en réseau, l'élaboration du cahier des charges et du dispositif de contrôle de la qualité, le matériel promotionnel (logo, plaques, etc.), ainsi que la création d'un site web multilingue (<http://peixdelotja.com/> en cours de construction).

«Nous ne sommes pas une destination touristique de plage, mais une destination gastronomique et de plein air. Par contre, notre tourisme est encore trop un tourisme de passage: nous recevons 1500 visiteurs par jour, mais ils arrivent le matin et ils repartent le soir.

C'est pourquoi, conjuguées à la démarche que nous avons amorcée dans le domaine de la gastronomie, les nouvelles prestations liées à la pêche qui se sont mises en place dans le delta au cours des deux ou trois dernières années – je pense aux circuits conchylicoles, au 'Tuna Tour' de Balfegó (voir encadré), aux

sorties de pêche... – sont un bon moyen de retenir les touristes. Ce qui me rend optimiste aussi, c'est qu'on ne connaît pas ici les erreurs urbanistiques et environnementales que d'autres territoires en Espagne ont commises.» ■

LITORAL COSTA DE L'EBRE (Espagne)




Superficie:
928 km²

Population:
74 263 habitants

Densité:
80 hab./km²

Budget Axe 4	EUR			
	UE	National	Privé	Total
Total	999 900	2 000 100	n.c.	3 000 000

CONTACT
Grup d'Acció Local Litoral Costa de l'Ebre
a/s **Gala Martínez Abril**
Corsini 1, Cantonada Torreta
E-43870 Tortosa
Tél. +34 620 11 83 93 – Fax +34 977 702 296
grupacciocalitoralalibre@gmail.com
<http://www.ebrelitoral.cat>



Le pescatourisme, oui mais...

Contrairement aux plus classiques ittitourisme et tourisme de pêche, le pescatourisme fait toujours l'objet d'un débat chez les pêcheurs du delta de l'Ebre.

Au fil des entretiens qui ont eu lieu pour réaliser ce reportage, nous avons demandé aux différentes personnes rencontrées ce qu'elles pensaient du pescatourisme. Petit florilège:

«Je crois que pour promouvoir les produits de la pêche, les formules qui font participer les touristes, qui leur font vivre une expérience, sont excellentes», estime Esteban Fornos, ancien pêcheur qui tient un magasin de produits locaux à Les Cases d'Alcanar (voir l'article principal). «A cet égard, le pescatourisme est une très bonne idée. C'est une façon de communiquer notre façon de vivre et de travailler, aujourd'hui et par le passé, y compris aux gens du coin, qui ne connaissent pas toujours bien la pêche.»

Un avis que relativisent Joan Llambrich et Josep Margalef, respectivement président et secrétaire de la cofradia de L'Ametlla de Mar (280 pêcheurs, 55 bateaux). «Ici, trois entreprises sont intéressées par le pescatourisme. C'est une solution qui peut être très

avantageuse pour le pêcheur car ce qui est payé par les passagers s'ajoute à la valeur générée par ce qui est pêché de toute façon, et cela réduit les coûts. Mais il faut bien étudier la formule car il n'est pas sûr que beaucoup de touristes soient intéressés à passer huit à douze heures en mer à observer le travail des pêcheurs. Sur un gros bateau, c'est un peu comme rester dans une usine toute une journée. Le pescatourisme convient plutôt à la petite pêche artisanale, qui reste proche des côtes et peut donc proposer des excursions relativement courtes.»

Pascual Chacon, secrétaire de la cofradia de Deltebre avance un autre argument: «Dans le delta, entre trente et quarante pêcheurs souhaiteraient pratiquer le pescatourisme comme activité complémentaire, mais il leur faudra encore patienter un an ou deux car plusieurs administrations sont concernées et pas forcément coordonnées: la pêche relève du gouvernement régional. A ce niveau, c'est réglé, la Catalogne a récemment voté une loi autorisant le pescatourisme. Mais les aspects touchant la sécurité dépendent du gouvernement central à Madrid et, là, on est encore dans la phase d'élaboration.»

Bref, comme on le voit, le pescatourisme est une formule qui intéresse les professionnels mais les avis divergent et la législation doit encore évoluer.

Acteurs

Stephanie Maes:

«Changer les mentalités est un processus lent, surtout dans le secteur de la pêche.

Le meilleur moyen, c'est de montrer les premiers résultats des projets déjà approuvés.»

Entretien avec Stephanie Maes, coordinatrice du FLAG côtier belge (Belgique).

FARNET Magazine: Parlez-nous un peu de vous. Quel est votre parcours et qu'est-ce qui vous liait au secteur de la pêche ?

J'ai étudié la géographie et donc toujours travaillé avec des systèmes d'information géographique (SIG). L'un des projets auxquels j'avais déjà participé était un projet européen appelé EFRO qui impliquait la collecte de données économiques provenant de différentes sources. Ce fut ma première expérience en gestion de projet européen. C'était un travail passionnant, mais les relations directes avec les gens me manquaient. C'est pourquoi l'annonce du poste de coordinateur du FLAG a retenu mon attention.

Le secteur de la pêche était complètement nouveau pour moi. J'ai dû partir de zéro et apprendre à connaître toutes les parties prenantes, mais ce fut moins intimidant que je le pensais au départ. Le secteur de la pêche peut sembler très fermé, comme ça, mais j'ai été surprise de voir combien les gens étaient ouverts et tolérants.

Quelle est la situation de la pêche en Belgique ?

Le secteur de la pêche belge est en difficulté. Les coûts d'exploitation sont très élevés car nos navires sont relativement gros. Les lieux de pêche sont très dispersés et beaucoup de règles doivent être respectées, ce qui complique le fonctionnement d'une entreprise de pêche.

La pêche artisanale ne concerne qu'une petite partie de la flotte. La plupart des petits bateaux sont utilisés pour la pêche sportive, qui est peu réglementée. Les règles à suivre (sécurité, compétences requises) ne sont pas adaptées à la pêche artisanale, ce qui constitue une barrière à l'entrée.

On manque aussi d'unités de transformation dans la région, les produits doivent donc souvent être exportés, ce qui veut dire que la valeur ajoutée s'en va ailleurs.

Comment les pêcheurs ont-ils réagi à l'Axe 4 dans un premier temps ? Comment avez-vous réussi à les intéresser au concept du programme et plus généralement au développement local ?

Le secteur se méfiait du programme car il le percevait comme de l'argent qui n'allait pas aux autres Axes du FEP. Au début, le développement durable a été interprété dans son sens le plus étroit, l'aspect écologique. Expliquer que le développement durable,



Stephanie Maes

Géographe de formation, Stéphanie Maes coordonne le FLAG côtier belge depuis avril 2011. A ce titre, elle a fait connaître le FLAG et sa stratégie à toute une série d'acteurs (pêcheurs, entrepreneurs et organismes apparentés), ce qui a débouché sur 22 projets approuvés. Le prochain (et probablement dernier) appel à projets est ouvert jusque fin novembre 2013.

c'était mettre en œuvre des actions qui tiennent compte des effets écologiques, économiques et sociaux et qui visent à garantir un avenir à la pêche a contribué à élargir le dialogue.

Changer les mentalités est un processus lent, surtout dans le secteur de la pêche. Le moyen le plus efficace, c'est de montrer les premiers résultats des projets déjà approuvés. Au début, j'ai utilisé les projets des autres FLAG, en me servant d'exemples qui correspondaient à notre situation. Mais maintenant, je peux me servir de nos propres résultats.



Le FLAG côtier belge : conjuguer pêche, gastronomie et tourisme



Le FLAG belge couvre l'ensemble de la courte façade maritime de la Belgique (66 km). Sa zone d'intervention compte environ 220 000 habitants, dont environ 300 travaillent dans la pêche, l'aquaculture ou la transformation du poisson. 63 entreprises de pêche sont enregistrées dans la zone.

Piloté par la Province de Flandre occidentale, le FLAG rassemble dans son partenariat représentants du secteur de la pêche, criées, collectivités locales et autres parties prenantes. La stratégie de FLAG a été approuvée au début de mai 2011.

Son budget pour la période 2007-2013 s'élève à 4 428 410 euros, dont 37 % (1 900 000 euros) en provenance de l'Axe 4 du Fonds européen pour la pêche.

En octobre 2013, 22 projets avaient été approuvés, parmi lesquels :

- *Valduvis* : développement d'un système de notation pour évaluer les différentes caractéristiques (sociales, économiques et environnementales) des produits locaux de la pêche afin d'obtenir une certification de type MSC.
- *Fish2know* : promotion de la consommation d'espèces locales à travers une démarche rassemblant étudiants en restauration, pêcheurs et entreprises locales afin de promouvoir l'approvisionnement local durable.
- *Cool! Ik Voel* : aquarium interactif situé dans un musée national de la pêche. Des pêcheurs sont formés pour participer à des ateliers où ils partageront leurs connaissances avec les enfants.
- *Chefs et Pêcheurs de la Mer du Nord* : création d'un marché pour espèces de poisson négligées, grâce à la collaboration entre chefs-cuisiniers et pêcheurs locaux.
- *Taskforce pêche durable* : coopération entre gouvernement, organisations de producteurs et organisations environnementales afin de favoriser la transition vers une pêche durable.
- *Projet Langoustine* : réintroduire la traditionnelle pêche à la langoustine et identifier ses marchés potentiels.
- *100 % FISH* : atelier sur la façon d'utiliser toutes les parties du poisson. L'objectif est de promouvoir la consommation du poisson entier.



Compte tenu de sa longueur relativement modeste, la côte belge connaît une pression touristique parmi les plus élevées d'Europe. Dans ce contexte, que peut faire le FLAG pour aider le secteur de la pêche ? Considérez-vous cette forte pression touristique comme une menace ou comme une opportunité ?

L'afflux touristique est une opportunité. La réglementation et la taille des navires ne laissent pas beaucoup de possibilités pour le pescatourisme, mais le nombre de touristes qui se rendent dans notre région est un atout qui doit être exploité. Les visiteurs sont autant de consommateurs potentiels pour nos produits de la pêche.

Les touristes ne viennent pas sur la côte seulement pour la mer, le soleil et la plage, mais aussi pour la cuisine locale. Malheureusement, nos produits de la pêche sont méconnus et le volume du poisson importé peut masquer l'existence des produits locaux. Raconter l'histoire derrière les produits et mettre le consommateur en contact avec le producteur peut aider à surmonter cet obstacle.



Pouvez-vous nous donner une idée du genre de projets que vous soutenez ? Quels sont ceux qui reflètent particulièrement bien votre stratégie d'associer secteur halieutique et secteur touristique ?

Un de nos grands objectifs est de promouvoir la pêche locale et différents projets dans ce sens ont été approuvés en fonction de différents groupes cibles. Mais le message est toujours le même : informer, montrer et encourager la dégustation des produits pêchés localement.

Notre FLAG considère les chefs-cuisiniers comme des ambassadeurs qui peuvent faire connaître au public la grande variété et polyvalence de nos produits. Ce sont des faiseurs de tendances. Fin juin 2013, par exemple, nous avons lancé le projet «A l'Ostendaise» qui met 20 restaurants en relation avec les pêcheurs locaux. Chaque mois, les restaurateurs participants cuisinent une nouvelle espèce de poisson et la suggèrent à leurs clients. L'idée, c'est d'immerger les chefs-cuisiniers dans le monde des pêcheurs afin qu'ils puissent aussi avec leurs plats servir des histoires.

Pour compléter cette démarche, le FLAG a également approuvé «Fish», un projet basé sur le «foodpairing», une méthode qui consiste à identifier des aliments qui vont bien ensemble. C'est une source d'inspiration qui permet aux chefs-cuisiniers de créer de nouvelles combinaisons d'ingrédients pour leurs plats. Le foodpairing n'est pas basé sur une intuition ou des recettes existantes mais sur la science, ce qui rend objectifs les appariements possibles.

Des chefs-cuisiniers ayant signalé des lacunes en matière de poisson dans leur base de données, les scientifiques ont fait appel au FLAG pour qu'il les aide à étudier 18 espèces de poisson et trois façons différentes de les cuisiner. Cela a débouché sur des arborescences de foodpairing qui offrent un éventail de toutes les combinaisons possibles.



▲ Projet «Fish2Know» – les élèves apprennent à cuisiner des espèces de poisson négligées.



▲ Bateau de pêche quittant Ostende.

Certains de vos projets, comme «Fish2Know» par exemple, intéressent des FLAG ailleurs en Europe. Avez-vous reçu des propositions de coopération ? Comment pouvez-vous aider les autres FLAG ?

En fait, l'idée du projet «Fish2Know» vient de l'École des fruits de mer de Sydney, en Australie. Il s'agit de montrer au public comment cuisiner des espèces de poisson jusqu'ici négligées. En vacances là-bas, la directrice de la criée flamande a eu l'occasion de visiter l'école. Elle en a rapporté l'idée et l'a proposée au FLAG. A l'époque, le FLAG du lac Vänern en Suède avait mis au point un dispositif similaire pour des étudiants en restauration. Aujourd'hui, le projet est pleinement opérationnel. La moitié du programme est achevée; l'autre moitié est prête et va débuter en septembre 2013. Maintenant, nous sommes en train de chercher des solutions pour assurer la continuité du projet au-delà de l'Axe 4. Nous avons également réalisé un kit pédagogique. Le FLAG Hoo-geland aux Pays-Bas l'a commandé pour le diffuser au sein de son réseau. Jusqu'ici, cependant, nous n'avons pas reçu de propositions de coopération.

Comment voyez-vous votre rôle de coordinatrice de FLAG ? Qu'est-ce qu'un responsable de FLAG doit être et ne pas être ?

Tout d'abord, je pense que le rôle et le profil d'un responsable de FLAG dépend beaucoup de la zone de pêche où il intervient et des acteurs locaux qui sont concernés. Ce qui est sûr cependant, c'est qu'il faut inspirer confiance. Il importe d'aller à la rencontre des différents intervenants. Quand j'ai commencé ce travail, je me suis entretenue avec plusieurs personnes qui connaissaient très bien le secteur. Cela m'a aidée à bien situer les différents intervenants. Mais en fin de compte, il faut aussi suivre son propre chemin et rencontrer les pêcheurs, les entrepreneurs, etc. Je suis littéralement allée au bord du quai, je me suis présentée et les gens ont commencé à me parler. Ils ont vu que j'étais motivée. Faire bonne impression dès le début, c'est très important. Pour cela,

une bonne «intro», adaptée à l'auditoire, est essentielle. Il ne faut pas commencer par tout vouloir expliquer sur l'Axe 4, mais passer un message court et clair qu'on pourra développer par la suite. Les gens apprécient que vous quittiez votre bureau pour les rencontrer et que vous essayiez vraiment de comprendre leur univers, afin peut-être d'explorer ensemble les défis du secteur et les réponses possibles à ces défis.

En tant que responsable de FLAG, j'estime que je dois avant tout rassembler les gens et transmettre l'information, même si certaines idées sont tellement nouvelles et innovantes que ceux qui les ont ne veulent pas que vous les fassiez connaître. D'un autre côté, la coopération est essentielle, alors trouver l'équilibre, le bon moment pour mobiliser les gens, suggérer, re-suggérer, tout cela est important.

Et puis il faut être flexible. Aujourd'hui, par exemple, je n'ai pas pu entreprendre avant 16 heures ce que j'avais prévu de faire. Parfois, il faut privilégier certaines tâches pour gagner du temps par la suite. Chaque jour est différent. Il faut s'asseoir et réfléchir avec les porteurs de projet, essayer de se mettre à leur place, d'imaginer leurs responsabilités, leur prise de risques et leurs besoins.

Qu'attendez-vous de la prochaine période de programmation ?

J'espère que nous pourrions encore plus soutenir l'entrepreneuriat et les nouvelles idées liées à la pêche. On sent de plus en plus de confiance dans le FLAG. Lors de notre dernière réunion, nous avons décidé de ne pas augmenter les dépenses promotionnelles mais plutôt d'essayer de stimuler de nouvelles idées. Par exemple, les scientifiques et les pêcheurs devraient pouvoir travailler plus étroitement ensemble et dans des délais qui soient mieux adaptés aux réalités commerciales. De quelles données ou études avons-nous besoin pour contribuer à faire éclore ce genre de démarche ? ■

**Interview réalisée (en anglais)
en août 2013.**

Reportage

LA FORMATION, LIEN ENTRE PÊCHE ET TOURISME EN LAPONIE FINLANDAISE [FINLANDE]

Le chaînon qui manquait

Dans l'extrême nord finlandais, les pêcheurs se sont tournés vers le tourisme pour diversifier et augmenter leurs revenus. La démarche a débuté par un programme de formation soutenu par l'Axe 4 du Fonds européen pour la pêche.

«*En dialecte nord-finnois, 'aller à la pêche' se dit 'aller demander si on peut avoir du poisson'.*» Cette remarque du directeur du FLAG Nord & Est-Laponie, Markku Ahonen, est aussi profonde que les lacs et les forêts de ce bout d'Europe situé à plus de 150 km au nord du cercle polaire arctique. Elle reflète une mentalité et résume tout ce que la Laponie est et peut offrir, à condition de respecter son environnement unique et ses ressources innombrables. Elle peut aussi être une excellente façon de souhaiter la bienvenue à ces vacanciers «du sud» de plus en plus nombreux à s'offrir une partie de tourisme de pêche, avec toutes les émotions fortes que cela implique, comme attraper un brochet de 60 cm dès que l'on trempe sa ligne dans la rivière ou presque, ou encore glisser en traineau sur un lac gelé pour participer avec le pêcheur à la relève de ses filets tendus sous la glace.

Le territoire dont s'occupe Markku Ahonen est la deuxième plus étendue des 308 zones couvertes par l'Axe 4 du Fonds



▲ Le poisson est en vedette au Festival du film du soleil de minuit.

européen pour la pêche (FEP)⁸. 33 500 km², soit une superficie supérieure à celle de la Belgique! «*Les distances entre les lieux de peuplement constituent un défi permanent de notre travail, confie Markku, mais c'est aussi une formidable opportunité, car où trouve-t-on des espaces sauvages aussi vastes ailleurs en Europe ?*»

A quoi on peut ajouter: et des étendues d'eau douce aussi considérables dans l'UE, mis à part les lacs Vänern et Vättern, en Suède, Saimaa, en Finlande, et Peïpous en Estonie⁹? La zone Nord & Est-Laponie affiche plus de 3 000 km² d'eaux intérieures, dont 1 040 km² pour le seul lac d'Inari. Et ces eaux regorgent de poisson, dont six espèces sont exploitées: le corégone lavaret, le corégone blanc, la truite, la perche, la lotte et le brochet. Mais, dans les années récentes, le secteur a connu quelques déconvenues qui ont forcé les pêcheurs à trouver des sources de revenu complémentaires.

Nouvelles sources de revenu

Au début des années 2000, la commune de Sodankylä (9 000 habitants pour 12 445 km²), l'une des trois municipalités de la zone Axe 4, comptait une quarantaine de pêcheurs professionnels qui exploitaient surtout le corégone, mais le passage imposé au filet maillant a entraîné une pêche plus sélective qui a provoqué une surpopulation de corégone, puis l'infection de cette espèce par un parasite, le *Triaenophorus crassus*. Entre 70 % et 90 % des stocks étaient affectés en 2009. Les pêcheurs se sont donc rabattus sur la perche et le brochet, mais ces espèces étant moins prisées à l'époque, les revenus se sont effondrés et la moitié des pêcheurs quittèrent la profession.

Les 20 pêcheurs restants ont donc réfléchi à des sources de revenu alternatives et le tourisme est apparu comme la solution la plus prometteuse. «*C'était un choix évident*», commente Hanna-Leena Talvensaari, directrice du groupe Leader (GAL) Laponie Septentrionale qui est la structure porteuse du FLAG. «*Nous recevons près d'un million de visiteurs par an, dont un peu plus de la moitié en hiver. Le tourisme est en croissance et c'est le secteur qui recèle le plus grand potentiel de développement local. C'est d'ailleurs la dimension principale de notre programme Leader, avec beaucoup*

⁸ Après la zone Est-Finlande (FI05).

⁹ Voir FARNET Magazine n°5..



▲ Le lac de Lokka.

de projets portés par les associations villageoises (sentiers de randonnée, de vtt...), l'appui à de nombreux petits opérateurs touristiques et l'organisation d'événements festifs. Le projet que les pêcheurs ont proposé au FLAG complétait également très bien la démarche amorcée avec Leader.»

Les pêcheurs se sont en effet tournés vers le FLAG qui venait d'être créé. « Nous avons tout de suite senti une écoute, une excellente collaboration entre le FLAG et la commune. C'est grâce à cela que nous avons pu mobiliser beaucoup de pêcheurs et qu'ils se sont fortement impliqués dès le début », affirme un des pêcheurs rencontrés.

Des discussions préliminaires s'engagent avec la commune en juillet 2009 et un questionnaire d'évaluation des besoins est élaboré en commun et envoyé à tous les pêcheurs professionnels. Un mois plus tard, les contours du projet sont définis avec l'aide du FLAG: les pêcheurs souhaitent s'engager dans un programme de formation articulé autour de deux objectifs – acquérir les compétences et les autorisations obligatoires pour accueillir et embarquer des passagers payants; élaborer et développer des produits touristiques de pêche structurés. Une demande de subvention est rédigée par Marjo Harjula, responsable du tourisme à la municipalité, avec l'aide du FLAG. En octobre, le dossier est validé par le FLAG puis soumis à l'autorité de gestion qui l'approuve à son tour en novembre pour un montant initial de 78 000 euros.



▲ Les premiers soins ont été un volet important de la formation.

« L'idée de base, c'est de faire en sorte que le touriste vive ce que vit le pêcheur professionnel, en pêchant lui-même ou en observant le pêcheur travailler. Dans ce dernier cas, on peut vraiment parler de pescatourisme », précise Kaisa Annala, responsable de la première phase du projet (voir encadré). « Mais, quelle que soit la formule, il fallait en premier lieu que les pêcheurs acquièrent les techniques de base et passent les différents permis pour obtenir les autorisations nécessaires. »

La formation a donc d'abord comporté des cours consacrés à la sécurité (premiers soins, permis de naviguer avec des touristes à bord, connaissance de la législation pertinente...) avant de se concentrer sur l'accueil des clients et le développement de produit (voir le détail en encadré).

Chaque cours était dispensé par un formateur spécialiste de la matière concernée. En tout, 20 pêcheurs ont participé aux deux phases de la formation et 10 sont maintenant qualifiés pour emmener des touristes en excursion.





Itinéraire d'une formation

Le programme de formation en tourisme pour les pêcheurs de Sodankylä s'est déroulé en deux phases, chacune étant complétée par cinq déplacements (visites d'entreprises et salons touristiques). Les différents cours se sont répartis comme suit :

1^{ère} phase (2010-2011)

- > Permis d'embarquer des passagers : 1 jour
- > Premiers secours : 2 jours
- > Sécurité au travail et certificat : 1 jour
- > Formation aux formalités en matière de sécurité : 1 jour
- > Développement du produit (collectivement et sur une base individualisée) : 2 jours
- > 5 visites-études

2^e phase (2012-2013)

- > Sécurité du consommateur (législation) : 1 jour
- > Développement de produit tourisme de pêche : 1 jour
- > Formation aux termes anglais propres au tourisme de pêche : 1 jour
- > Aides publiques disponibles pour le tourisme : 1 jour
- > Initiation aux médias sociaux : 2 jours
- > Premiers soins : 1 jour
- > Secours en milieu aquatique : 1 jour
- > Accueillir et guider des clients : 1 jour
- > Cahier des charges et charte de qualité : 1 jour
- > Animation de l'excursion (« story telling ») : 3 jours
- > Culture et langue russes : 2 jours
- > Développement de produit (formation individualisée) : 1 jour
- > 5 participations à des événements.

Budget

Coûts (EUR)	Axe 4 du FEP	National	Municipalité de Sodankylä	Total
Phase I	30 186	40 014	7 800	78 000
Phase II	33 058	43 820	8 542	85 420
Total	63 244	83 834	16 342	163 420



Deuxième génération

A 90 km à l'est de Sodankylä, mais toujours dans la même municipalité, le village de Lokka compte moins de 100 habitants. Ils sont éleveurs de rennes ou pêcheurs. Parmi ces derniers, 15 sont enregistrés comme pêcheurs professionnels à plein temps. « Il ne s'agit que de la deuxième génération de pêcheurs, explique Markku Ahonen, car la pêche professionnelle n'a débuté ici qu'après la création du lac-réservoir en 1967. » Lokka est en effet situé à côté du barrage qui a transformé une partie du cours amont de la rivière Luiro en un immense lac de 244 km³ très poissonneux. « Après l'inondation des terres, leurs parents se sont tournés vers la pêche, mais principalement comme activité de subsistance. La deuxième génération de pêcheurs a par contre transformé la pêche en un vrai projet commercial, exercé dans un grand souci de qualité. Le poisson de Lokka est réputé dans le secteur alimentaire partout en Finlande. » En 1997, les pêcheurs se sont regroupés au sein de la « Coopérative des ressources naturelles de Lokka » qui dispose d'une unité de transformation permettant filetage, séchage et autre traitement du poisson. L'essentiel de la production est expédiée par camion vers le sud de la Finlande. « Il faut compter 32 heures entre le moment où le poisson est capturé puis préparé ici et sa mise en vente à Helsinki, à 1 000 km de Lokka », précise Risto Pyhäjärvi, membre de la coopérative et vice-président du FLAG. « Environ 10 % du poisson est vendu directement à des hôtels et restaurants de Laponie et du centre de la Finlande. Le reste est écoulé par des grossistes, mais nous sommes en train de développer notre propre système de distribution pour éviter les intermédiaires et obtenir de meilleurs prix. »

Comme son nom l'indique, la coopérative ne s'occupe pas que de pêche, même si c'est sa principale activité. « La pêche, c'est 85 % du chiffre d'affaires de la coopérative, le reste se répartit à parts égales pour l'instant entre le service traiteur que nous fournissons à l'école du village, la valorisation de la viande de renne et le tourisme. Pour toute sorte de raisons, notamment les problèmes que nous avons rencontrés avec le corégone en 2009-2010, nous avons décidé de développer cette dernière activité. »

Ainsi organisés et motivés, ce sont donc neuf pêcheurs de Lokka qui ont participé au programme de formation en tourisme de pêche. « Nous étions déjà habitués à une certaine forme de tourisme, au hasard des

rencontres et des vacanciers qui viennent à Lokka, mais nous voulions le faire de manière professionnelle et aussi développer le pescatourisme.»

Tourisme d'hiver et de nature

Au final, Risto et ses deux collègues de la coopérative également certifiés proposent six des onze produits touristiques élaborés au cours de la formation (voir encadré). «A plusieurs, nous sommes capables d'accueillir des groupes d'une quarantaine de personnes, un autocar entier, par exemple.» Certaines prestations sont accomplies au titre de la coopérative dans son ensemble, mais la majorité sont exercées à titre individuel. Au cours de 2012, première année opérationnelle, Risto a ainsi embarqué une soixantaine de touristes, ce qui l'a mobilisé une vingtaine de jours. La plus grande partie des sorties ont eu lieu l'hiver, ce qui tombe plutôt bien car les pêcheurs de Lokka sont unanimes à dire que «c'est en hiver que le

tourisme est le plus intéressant, de janvier à mars lorsque la pêche est moins active.»

Une opinion partagée par Hanna-Leena Talvensaari, coordinatrice du groupe Leader: «Les meilleures opportunités sont clairement à trouver dans le tourisme de nature hivernal. Pour le visiteur, c'est l'hiver qui offre les expériences les plus fortes et les plus authentiques, avec le ski, la motoneige, les chiens de traîneau et maintenant le pescatourisme. Pour le territoire, c'est aussi en hiver qu'il bénéficie des plus grosses retombées économiques: les vacanciers d'hiver sont plutôt aisés et à l'affût de nouvelles sensations. En été, il y a des événements comme le Festival du film du soleil de minuit¹⁰, mais nos visiteurs sont surtout des vacanciers en camping-car, plus autonomes et économes. Dans les deux cas cependant, les touristes savent ce qu'ils veulent et il n'est pas question de tricher sur la prestation.»



¹⁰ Festival organisé à Sodankylä depuis 1986 par les réalisateurs Mika et Aki Kaurismäki et auquel participe la fine fleur du cinéma mondial.



▲ Pêche sur glace sur le lac de Lokka.



▲ Pêche à la ligne sur la Luiro.

Onze produits touristiques structurés

Activité	Lieu	Durée	Période	Nombre de personnes	Prix (EUR)
Pêche sur glace	Lac de Lokka	3 h	janvier-avril	3 minimum	85/pers.
Pêche hivernale au filet	Lac de Lokka	3 h	janvier-avril	3 minimum	65/pers.
Pêche hivernale	Lac de Lokka	7 h	Noël-mai	1-4	200* + 30/pers.
Pêche hivernale à la senne	Lac d'Unari	3 h 8 h	décembre-avril	1-20	150-190* 220-280*
Sortie hivernale – Pêche au filet	Lac de Lokka	3 h	novembre-avril	2-4	70/pers.
Pêche en rivière	Rivière Luiro	6 h	juin-septembre	4	240* + 15/pers.
Pêche en rivière	Rivière Sattasjoki	7 h	eaux libres de glace	1-2	480* + 25/pers.
Pêche sur lac	Lac de Lokka	6 h	juin-octobre		180* + 70/pers.
Pêche sur lac	Lac d'Unari	1 h	eaux libres de glace	1-20	20/pers.
Excursion de pêche en canot	Rivière Postojoki	2 jours 1 nuit	juin-octobre	1-3	410* + 70/pers.
Cueillette de plaquebières	Pomokaira Sodankylä	6 h	fin de l'été	1-4	170* + 25/pers.

(*) Forfait pour l'équipement.



▲ Risto Pyhäjärvi et son bateau pour la pêche en rivière.

Commercialisation

«La demande augmente lentement mais sûrement», résume la responsable du tourisme à Marjo Harjula. «Aujourd'hui, nous avons quelque chose de structuré à proposer aux visiteurs. Il y a maintenant sept pêcheurs qui possèdent toutes les autorisations, qualifications et compétences requises pour fournir des prestations de qualité. Auparavant, en termes de pêche, nous n'avions à offrir que des produits «secs» et sans réelle valeur ajoutée, juste des emplacements sur des lacs et des rivières pour amateurs de pêche individuels...»

«Ce qu'il nous faut maintenant travailler, c'est la commercialisation. Mais ça prend du temps...», estime Risto Pyhäjärvi. Les 11 formules élaborées au cours du programme de formation ont été présentées deux fois à Helsinki : au Riihimäen Erämessut, le plus grand salon chasse et pêche de Finlande, en juin 2012, et au MATKA-messut, le plus grand salon du voyage d'Europe du Nord, en janvier 2013.

Le tourisme de pêche de Sodankylä va faire l'objet d'une émission télévisée nationale, l'importante station de ski de Pyhä-Luosto en fait la promotion, mais la commercialisation s'effectue avant tout par le site internet et les brochures de la commune, par Facebook, et beaucoup, selon les pêcheurs eux-mêmes, par le bouche à oreille, ce qui explique peut-être que les clients ont été jusqu'ici tous finlandais.

Le projet a fait des émules ailleurs en Finlande : le FLAG Vakka-Suomi met en œuvre des actions similaires, le FLAG du golfe de Botnie va bientôt suivre et Markku Ahonen a reçu des demandes d'information d'un groupe danois et d'autres FLAG ailleurs en Europe, notamment suite à la pré-

sentation du projet lors de la conférence FARNET de novembre 2011 à Bruxelles (voir FARNET Magazine n°5).

Mais au fait, les pêcheurs, les premiers concernés, après une première année d'expérience, ils en pensent quoi ? «Puisque vous me le demandez, j'aurais trois conseils à donner, répond Risto Pyhäjärvi : tout d'abord, suivez une formation, c'est essentiel ; ensuite, faites preuve d'ouverture d'esprit ; enfin, mettez votre individualisme de côté et socialisez avec les clients.

Mais l'essentiel, c'est de faire plaisir. Ce que j'aime à travers le tourisme, c'est de rendre les gens heureux, surtout les enfants. Assister à la première prise de quelqu'un, partager les joies et les peines de mon métier, me rend heureux. Voilà ce qui me motive.» ■

POHJOIS- JA ITÄ-LAPIN KALATALOUSRYHMÄ (Finlande)

Superficie :
33 500 km²

Population :
25 000 habitants

Densité :
0,75 hab./km²

Budget Axe 4 (2008-2011)	EUR			
	UE	National	Municipal	Total
Total	240 000	319 200	56 800	616 000

CONTACT
Northern & Eastern Lapland FLAG
a/s **Markku Ahonen**, Manager
Pohjois- ja Itä-Lapin kalatalousryhmä,
Sairaalan tie 3b,
FIN-99800 Ivalo
Tél. +358 40 704 6094 – Fax (358) 16 687 465
markku.ahonen@pll.fi – www.pll.fi

Alizés

FRANCE

Haliotika – La Cité de la Pêche

Coût total : EUR 270 000 – **Contribution UE (Axe 4 du FEP) :** EUR 49 854

«Créée en 2000 au Guilvinec (Bretagne), Haliotika – La Cité de la Pêche est un centre de découverte moderne et interactif qui embarque les visiteurs dans l'univers de la pêche en mer. Structure innovante et unique sur le littoral atlantique, Haliotika reçoit chaque année 47 000 visiteurs. Bénéficiant d'une vue exceptionnelle depuis la terrasse panoramique qui surplombe le port, les visiteurs affluent pour observer le retour des chalutiers côtiers vers 17h00. Le centre propose des visites de la criée pour assister à la vente aux enchères du poisson (5h30 ou 16h30), des ateliers thématiques ou en encore des excursions. En tant que vitrine de la pêche en mer et du savoir-faire halieutique, Haliotika propose aux visiteurs une nouvelle scénographie – 'De la mer à l'assiette' – qui explique les différentes étapes du poisson, de sa pêche à sa dégustation. L'objectif du projet est de promouvoir le poisson et les métiers de la filière pêche. Le poisson est le fil conducteur de cette nouvelle exposition où pêcheurs, dockers, mareyeurs, poissonniers et consommateurs s'unissent pour faire partager leurs expériences.»

Anna Latimier, directrice des opérations.

haliotika@wanadoo.fr

www.haliotika.com



LITUANIE

Projet « Pamario Delta »

Coût total : EUR 62 000 – **Contribution UE (Axe 4 du FEP) :** EUR 46 500

«L'association 'Pamario Delta' met en œuvre un projet visant à adapter les compétences des pêcheurs aux loisirs et au tourisme, dans une optique de développement durable. Il s'agit de fournir aux pêcheurs et à leur famille les derniers



équipements en matière de pêche et d'ornithologie. Sont également mises en place des installations pour la pêche récréative et les activités nautiques. Un séminaire de lancement et une formation à la pêche récréative et à la gestion du tourisme aquatique ont déjà eu lieu. L'association s'est procuré le matériel de pêche et s'apprête maintenant à acheter l'équipement pour l'observation et l'enregistrement sonore des oiseaux dans l'optique de dispenser une formation théorique et pratique sur les possibilités du tourisme ornithologique.»

Simona Bokštaitė-Dryžienė, responsable du projet.

administracija@pasieniozuvys.lt

pamariodelta@gmail.com

SUÈDE

Ecotourisme dans une réserve de biosphère

Coût total : EUR 38 600 – **Contribution UE (Axe 4 du FEP) :** EUR 10 070

«Dans la zone d'intervention du FLAG Vänern-Kinneulle, l'écotourisme est plus qu'un choix. Fort d'un réseau d'une vingtaine d'opérateurs touristiques (PME, restaurants, campings, micro-brasseries, musées, loueurs de vélos...), le territoire a su tirer parti d'une politique volontariste de conservation de la nature. En 2004, en effet, trois communes ont pris l'initiative de le faire reconnaître comme réserve de biosphère de l'UNESCO. Six ans d'efforts acharnés ont débouché sur un inventaire détaillé de la qualité des écosystèmes et une meilleure compréhension des rôles que les acteurs socioéconomiques locaux pouvaient jouer pour contribuer à gérer et valoriser ce capital naturel. La démarche a abouti en 2010 à la reconnaissance officielle de la réserve de biosphère et à la création d'une association pour la gérer. Celle-ci a été choisie comme FLAG quelques mois plus tard, ce qui a ajouté une forte connotation pêche à ses missions. Depuis sa création, le FLAG a lancé une douzaine de projets qui valorisent la dimension économique et historique de la pêche locale, renforçant ainsi l'économie touristique induite par la réserve de biosphère.»

Ove Ringsby, chef de projet.

ove.ringsby@vanerkulle.se

<http://tinyurl.com/marpfv6>

<http://tinyurl.com/kbmsovx>



POLOGNE

« Route de la Pêche »

Phase initiale – Coût total : EUR 5 000 – **Contribution UE (Axe 4 du FEP) :**

EUR 3 750 – **Projet de coopération global (en attente d'approbation) –**

Coût total : EUR 185 000 – **Contribution UE (Axe 4 du FEP) :** EUR 138 750

«Le FLAG Slowinska met en place un itinéraire touristique basé sur la culture et les traditions de la pêche locale. L'objectif est de diversifier la pêche en facilitant la participation active des pêcheurs locaux. Jusqu'ici,



un inventaire détaillé des ressources locales pertinentes (lieux, bâtiments, attractions liées à la pêche et à la mer) et un premier atelier pour les pêcheurs ont été réalisés. L'atelier a débouché sur l'élaboration de forfaits touristiques liés à la pêche en fonction de différents groupes cibles. Ainsi, le forfait destiné aux familles avec enfants comprend l'hébergement dans la maison d'un pêcheur, une promenade historique à vélo, ainsi que la visite d'un petit port pour observer le travail des pêcheurs. Les forfaits touristiques et les outils de promotion, dont un site web, seront prêts d'ici la fin de 2013. Le projet fait partie d'une 'Route pédagogique de la Pêche', projet de coopération impliquant six FLAG du nord de la Pologne.»

Aleksandra Klimczuk, directrice, FLAG Slowinska.

a.klimczuk@sgr.org.pl

www.sgr.org.pl

Projecteur

Le pécscatourisme en Europe

De nombreux FLAG cherchent à exploiter le potentiel du pécscatourisme pour promouvoir les produits de la pêche locale et amener les visiteurs à découvrir le patrimoine halieutique de leur territoire. Mais le pécscatourisme se heurte souvent à d'importants obstacles juridico-administratifs, quand il n'est pas tout simplement interdit comme c'est le cas dans de nombreux pays.

La pêche de loisir coexiste généralement plus ou moins bien avec la pêche professionnelle, que ce soit en raison des niveaux élevés de poisson qu'elle capture sans être soumise aux mêmes contrôles que les pêcheurs professionnels, ou simplement parce que ceux vivent de la pêche récréative opèrent dans un secteur complètement différent de celui des pêcheurs professionnels. Le pécscatourisme, quant à lui, fait le lien entre la pêche professionnelle et le tourisme, ce dernier incluant la pêche de loisir. Par pécscatourisme, on entend une formule qui consiste à embarquer des clients payants sur un bateau de pêche pour qu'ils puissent observer le travail des pêcheurs professionnels, tout en profitant de la mer, d'un lac ou d'une rivière.

Le pécscatourisme est le plus souvent pratiqué comme une activité complémentaire qui permet aux pêcheurs professionnels de **diversifier leurs sources de revenu**. Mais il contribue également à relever d'autres défis du secteur de la pêche et des territoires où la pêche a une dimension socio-économique importante. Il peut contribuer à **augmenter la valeur ajoutée des produits de la pêche locale**, par exemple, en sensibilisant les touristes au métier et aux techniques utilisées par les pêcheurs locaux, tout en améliorant l'image de la pêche en général. Il peut aider à attirer les jeunes vers le secteur en **promouvant la pêche comme une option de carrière** pour ceux qui aiment la vie au grand air, même si cette vie est parfois rude. Il permet

aux pêcheurs de **réduire leur impact sur l'environnement**, car le pécscatourisme implique des journées de pêche moins intensive, ce qui favorise la viabilité de l'activité à long terme. Mais il ne faut pas voir dans le pécscatourisme une panacée pour les graves problèmes structurels auxquels est confrontée la pêche en Europe. La formule peut aussi ne pas convenir à tous les territoires ni à tous les types de pêche. Elle contribue cependant à augmenter le revenu des familles de pêcheurs, tout en favorisant une meilleure gestion et prise en compte des ressources halieutiques locales. La formule peut également à l'avenir gagner en efficacité.

Un peu partout, les FLAG cherchent à valoriser le potentiel du pécscatourisme pour promouvoir leurs produits de la pêche et amener les visiteurs à découvrir le patrimoine halieutique de leur territoire. Mais si la formule est bien établie dans des pays comme l'Italie, dans d'autres, elle se heurte à d'importants obstacles juridico-administratifs, quand elle n'est pas tout simplement interdite.

Les pages 28 et 29 de ce numéro donnent un bref aperçu de la situation juridique du pécscatourisme dans les 21 pays où l'Axe 4 du FEP est mis en œuvre. On constate que seuls trois d'entre eux (l'Italie, la France et la Grèce) ont une législation nationale qui évoque spécifiquement le pécscatourisme. Parmi ces trois pays, seules l'Italie et la France ont établi des règles nationales pour



▲ Bateau de pécscatourisme à Castro (Italie).

cette pratique. La Grèce doit prochainement en établir mais, en attendant, aucune procédure n'est en place pour les pêcheurs grecs qui souhaiteraient obtenir l'autorisation de pratiquer le pécscatourisme.

Deux autres pays se sont engagés dans un processus susceptible de définir un cadre juridique régissant le pécscatourisme: une législation nationale est proposée en Espagne et plusieurs régions espagnoles ont pris l'initiative d'élaborer une réglementation régionale fixant les conditions permettant de prendre des touristes à bord des bateaux de pêche. De son côté, Chypre a lancé en mai 2013 un projet pilote pour tester le pécscatourisme, tout comme la France l'avait fait en 2009-2011 avant de modifier la législation pertinente en 2012.

À l'autre extrémité du spectre, huit pays de l'Axe 4 (Allemagne, Belgique, Danemark, Irlande, Pays-Bas¹¹, Pologne, Portugal et Slovaquie) n'autorisent pas le tourisme à bord des navires de pêche commerciale. Dans ces pays, les FLAG peuvent soit faire pression pour changer la législation



▲ Considéré comme « élément du patrimoine culturel », ce crevetteur basé à Ostende (Belgique) détient un permis de pescatourisme.

(comme c'est le cas en Allemagne et au Portugal), soit promouvoir des formules similaires qui se situent dans les limites légales. Il peut s'agir de prestations touristiques sur des bateaux de pêche déclassés et reconvertis, exploités par des pêcheurs en activité ou à la retraite, ou d'embarquer des touristes sur des bateaux spécialement conçus pour observer à distance la pêche ou l'aquaculture professionnelles en action. Mais dans ce dernier cas, les retombées économiques ont tendance à profiter à l'opérateur touristique et non au pêcheur. Une des difficultés qui se présentent dans les pays où l'on cherche à modifier la législation existante tient dans le fait que c'est rarement le ministère de la pêche qui fixe seul les conditions d'embarquement de passagers sur les bateaux de pêche. Les décisions sont souvent prises par le ministère des transports ou du développement, et il arrive que les compétences couvrent plusieurs ministères. Les intervenants doivent donc convaincre non seulement leurs contacts au ministère de la pêche, mais également dans les autres administrations concernées.

Enfin, huit pays (Bulgarie, Estonie, Finlande, Lettonie, Lituanie, Roumanie, Suède et Royaume-Uni) n'ont pas explicitement exclu le pescatourisme mais ne disposent pas encore d'une législation spécifique qui régit l'activité. En attendant, les bateaux

de pêche doivent se conformer aux mêmes exigences qui s'appliquent à tous les navires de passagers en matière de santé et de sécurité. Ces règlements peuvent être extrêmement sévères et entraîner des coûts prohibitifs pour l'adaptation des navires, ce qui dans certains pays exclut de fait la possibilité pour un bateau de pêche de prendre des touristes à son bord. Dans d'autres pays cependant, et selon le type de pêche pratiqué, les adaptations nécessaires peuvent être minimales et des dispositifs sont en place pour octroyer un permis aux pêcheurs qui souhaitent prendre des touristes sur leur bateau en répondant aux conditions exigées. En Finlande, par exemple, en plus des normes que les bateaux doivent satisfaire, les pêcheurs eux-mêmes ont l'obligation de suivre une formation et de réussir certains examens avant d'obtenir un permis de tourisme. Les assurances sont bien entendu une autre condition à remplir.

De toute évidence, la sécurité à bord est une préoccupation majeure pour toute instance gouvernementale régissant le pescatourisme. Les conditions à remplir peuvent concerner : la taille et la stabilité du bateau, l'espace à bord disponible pour les touristes et la distance entre ceux-ci et les engins de pêche (la plupart des pays interdisent explicitement le pescatourisme sur les chalutiers en activité, par exemple). D'autres règles peuvent s'appliquer : nombre de touristes autorisés en fonction de la taille de l'embarcation, nombre de












▲ Excursion de pêche près de Peniche (Portugal).

membres d'équipage requis pour s'occuper des passagers, équipement de premiers soins et de sauvetage...

Dans les pays où les pêcheurs ont le droit de prendre des touristes à bord, un deuxième enjeu est la fiscalité. De nombreux États ont un régime fiscal plus favorable pour la pêche professionnelle, mais ces dispositions n'ont pas tendance à être étendues aux activités qui dépassent la pêche proprement dite. La mise en place d'un système de comptabilité parallèle pour les activités de pescatourisme est donc un obstacle supplémentaire pour le pêcheur qui envisage de se diversifier dans le tourisme. Cette question a été traitée dans le cadre juridique que la France a mis en place en 2012 pour faciliter le pescatourisme. Dans ce pays, les pêcheurs pratiquant l'activité sont soumis au même taux d'imposition que pour la pêche, pour autant que leur revenu annuel tiré du pescatourisme ne dépasse pas 32 100 euros et/ou ne représente pas plus de 50 % du revenu total.

¹¹ Les Pays-Bas font exception : les bateaux de pêche peuvent pratiquer le tourisme dans les eaux intérieures et à certaines conditions.

Pescatourisme : état de la législation dans les pays de l'Axe 4

PAYS	ETAT ACTUEL DE LA LÉGISLATION
 Belgique	<ul style="list-style-type: none"> - Il est interdit de transporter des touristes à bord d'un bateau de pêche en activité. Les bateaux de pêche déclassés peuvent par contre être convertis et utilisés pour le tourisme.
 Bulgarie	<ul style="list-style-type: none"> - Il n'existe aucun texte juridique traitant spécifiquement du pescatourisme en Bulgarie. Les touristes ne peuvent embarquer dans un bateau de pêche pour observer les pêcheurs que si l'activité est compatible avec les règles de sécurité requises pour le « transport de passagers ». - Les bateaux de pêche conformes à ces règles peuvent prendre des touristes pour la pêche de loisir (avec canne et moulinet).
 Chypre	<ul style="list-style-type: none"> - Il n'existe actuellement aucune législation spécifique au pescatourisme, mais un premier projet pilote a débuté en mai 2013. Il a reçu une autorisation spéciale du ministère des Pêches et de la Recherche marine à condition d'effectuer un certain nombre d'adaptations sur le bateau utilisé pour se conformer à la Loi 278/2012. - Une autorisation spéciale pour le pescatourisme est prévue dans la réforme de la loi sur la pêche.
 Allemagne	<ul style="list-style-type: none"> - Le pescatourisme n'est pour l'instant pas autorisé en raison de la réglementation sur le transport maritime. Mais des pressions se manifestent pour changer la loi, principalement pour permettre aux bateaux de pêche de desservir les parcs éoliens, ce qui implique la présence de techniciens à bord. - Les FLAG allemands en profitent pour réclamer, à travers leur réseau national, que le changement prévu dans la législation permette aux bateaux de pêche d'embarquer également des touristes.
 Danemark	<ul style="list-style-type: none"> - Il est interdit de prendre des touristes à bord d'un bateau de pêche en activité. On peut par contre convertir un bateau déclassé et l'utiliser pour le tourisme.
 Estonie	<ul style="list-style-type: none"> - Le pescatourisme est autorisé, mais pour des raisons de sécurité, une limite du nombre de personnes par embarcation doit être respectée. Tout dépend aussi du type de permis que détient le capitaine du navire. Le revenu que les pêcheurs tirent de cette activité est imposé de la même façon que les autres revenus.
 Espagne	<ul style="list-style-type: none"> - Il n'est actuellement possible de prendre des touristes à bord d'un bateau de pêche professionnel que sur autorisation spéciale de l'administration espagnole de la navigation. - Cependant, les modifications proposées pour la loi sur la pêche de 2001 considèrent le pescatourisme comme une activité complémentaire à la pêche, qui peut inclure l'embarquement de touristes dans un navire. Si ces modifications sont approuvées, la législation nationale devra être adaptée afin de déterminer les conditions à respecter pour effectivement prendre des touristes à bord d'un bateau de pêche. Cette procédure est de la compétence des services navigation du ministère du Développement. - La Catalogne est devenue en 2012 la première région d'Espagne à élaborer un texte juridique fixant les conditions à respecter pour pouvoir embarquer des touristes à bord d'un bateau de pêche. Le texte n'est valable que pour les eaux côtières. - Jusqu'à présent, seules la Catalogne et la Galice ont reçu l'autorisation de pratiquer certaines formes de pescatourisme. Souscrire à une assurance privée fait partie des conditions préalables.
 Finlande	<ul style="list-style-type: none"> - Le pescatourisme peut être pratiqué mais les pêcheurs doivent respecter les mêmes règles de sécurité que les autres opérateurs transportant des passagers à bord d'un navire (notamment celles prévues par l'Agence finlandaise pour la sécurité des transports; par la loi sur les équipages des navires et la gestion de la sécurité des navires; et par la loi sur la sécurité des consommateurs). - Concrètement, le bateau doit notamment disposer d'un espace sécurisé pour observer la pêche ainsi que des équipements de sauvetage appropriés. Les pêcheurs doivent détenir les assurances et autorisations nécessaires pour accepter des touristes à bord (participer à des formations et réussir les tests sont obligatoires pour obtenir le permis).
 France	<ul style="list-style-type: none"> - La législation française (articles 226 et 227 du règlement annexé à la loi du 23 novembre 1987 concernant la sécurité à bord des navires) a été modifiée en mars 2012 pour permettre aux bateaux de pêche, à l'exclusion des chalutiers, de prendre des touristes à bord. Ont été ajoutés les chapitres 10 et 11 qui précisent les conditions de sécurité à respecter pour la pratique du pescatourisme. - Les bateaux de pêche qui accueillent des touristes à leur bord doivent se conformer à un certain nombre de conditions comme: une rambarde d'au moins un mètre de haut à l'endroit où se tiennent les passagers; des toilettes à bord pour les déplacements de plus de six heures; certains équipements de sécurité tels que gilets de sauvetage, radio haute-fréquence, etc. Les bateaux de pêche pratiquant le pescatourisme doivent également comporter un espace réservé aux touristes, qui soit séparé de la zone de travail de l'équipage. - Des dispositions ont été prises pour que les pêcheurs puissent pratiquer le pescatourisme au même taux d'imposition que leur activité de pêche, à condition que le revenu annuel tiré du pescatourisme ne dépasse pas 32 100 euros et/ou ne représente pas plus de 50% du total de l'ensemble des revenus.
 Grèce	<ul style="list-style-type: none"> - La Loi 4070/2012 (« Règles relatives aux communications électroniques, transports, travaux publics et autres dispositions ») a été adoptée en avril 2012. Sa Section E (« Pescatourisme » – articles 174 à 184) vise à permettre la diversification du secteur de la pêche, notamment la possibilité d'entreprendre des activités de pescatourisme. - Les pêcheurs professionnels souhaitant pratiquer le pescatourisme doivent obtenir une autorisation spéciale, délivrée par l'autorité du port où le bateau de pêche utilisé est enregistré. - Un décret présidentiel doit maintenant être adopté pour que la loi entre en vigueur. Il fixera les modalités d'octroi du permis, déterminera les autorités compétentes pour la surveillance et le contrôle, et indiquera la procédure à suivre et les documents nécessaires à la délivrance du permis, la durée de celui-ci, l'équipement de pêche autorisé, le nombre maximum de passagers embarqués et la distance maximale de la côte autorisée pour la pratique du pescatourisme.



PAYS	ETAT ACTUEL DE LA LÉGISLATION
 Irlande	- Il est interdit de prendre des touristes à bord d'un bateau de pêche en activité.
 Italie	<ul style="list-style-type: none"> - Deux lois nationales fixent les conditions d'exercice du pécaturisme en Italie: les décrets ministériels n°293/1999 et n°154/2004 du Ministère de l'Agriculture et des Forêts. Ces décrets ont été mis à jour en 2012, éliminant le plafond qui limitait la part des recettes que les pêcheurs peuvent tirer de leur activité de pécaturisme. - Les coopératives ou propriétaires de bateau individuels détenteurs d'un permis de pêche professionnelle sont autorisés à embarquer des touristes pour observer la pêche. Ils peuvent servir un repas de fruits de mer à bord du bateau mais aussi à terre, et également permettre aux touristes de pêcher sur le bateau. - La législation impose un certain nombre de conditions, notamment le type d'engins que les pêcheurs peuvent utiliser lorsque des touristes sont à bord (pas de pêche au chalut, par exemple) et les équipements de sécurité obligatoires: gilets de sauvetage, extincteur, boussole, radio VHF, cartes de navigation, etc. Pour les bateaux qui naviguent à plus de trois milles de la côte (et jusqu'à 20 milles), des équipements supplémentaires, comme un canot de sauvetage, sont également requis. - Plusieurs régions italiennes (Abruzzes, Calabre, Campanie, Latium, Ligurie, Marches, Toscane et Vénétie) ont également spécifiquement légiféré en matière de pécaturisme.
 Lituanie	- Aucune législation spécifique ne touche le pécaturisme. Les bateaux de pêche qui embarquent des touristes doivent se conformer à toutes les conditions de santé et sécurité qui s'appliquent au transport de passagers (nombre maximum de passagers maximum et minimum de membres d'équipage notamment).
 Lettonie	- Un bateau de pêche professionnelle peut embarquer des touristes mais toutes les règles concernant la santé et la sécurité à bord doivent être respectées.
 Pays-Bas	<ul style="list-style-type: none"> - Il est interdit de prendre des touristes à bord des bateaux de pêche maritime en activité. Les bateaux de pêche déclassés peuvent être convertis pour le tourisme, auquel cas ils doivent se conformer à la réglementation en vigueur (SOLAS, Loi sur la navigation, décrets navires...). Ces bateaux peuvent transporter jusqu'à 12 passagers. - Les bateaux de pêche remplissant les conditions requises peuvent être certifiés «navires pour croisières d'un jour» par l'Inspection de l'environnement et des transports, ce qui autorise l'organisation d'activités touristiques dans les eaux intérieures, y compris des démonstrations de pêche.
 Pologne	- Il est interdit de prendre des touristes à bord d'un bateau de pêche en activité. Les pêcheurs peuvent accueillir des touristes à bord quand ils ne pêchent pas. Dans ce cas, seule la pêche de loisir est autorisée, et à condition que le navire soit adapté à cette pratique (carte de sécurité, permis de pêche sportive, par exemple). La pêche sportive est autorisée toute l'année mais requiert une notification préalable auprès des services d'inspection de la pêche. Elle ne peut pas être combinée avec de la pêche commerciale.
 Portugal	<ul style="list-style-type: none"> - A ce jour, il est illégal de prendre des touristes à bord des bateaux de pêche en activité. - Les FLAG et le Ministère de l'Agriculture et de la Pêche plaident cependant pour la mise en place d'un cadre juridique similaire à celui des Açores, plus favorable à la pratique légale du pécaturisme.
 Roumanie	- Aucune législation spécifique ne réglemente le pécaturisme en Roumanie et aucune demande pour la formule n'a encore été reçue par les autorités compétentes. Les pêcheurs peuvent toutefois solliciter une autorisation de prendre des touristes à bord de leur bateau pour des excursions touristiques classiques.
 Suède	- Des conditions très strictes s'appliquent aux bateaux de pêche qui souhaitent prendre des touristes à bord et, pour les navires de plus de 20 tonnes et transportant plus de 12 passagers, le bateau et l'équipage doivent détenir les permis et tous les certificats de sécurité nécessaires. Le bateau doit être enregistré comme navire de passagers. Ceux-ci doivent être couverts par une assurance.
 Slovénie	- Il est interdit d'accepter des touristes à bord d'un bateau de pêche en activité.
 Royaume-Uni	- La législation n'exclut pas explicitement la présence de touristes sur les bateaux de pêche, mais les très stricts règlements sur le transport de passagers font que, dans la pratique, il est presque impossible pour un bateau de pêche de satisfaire aux conditions requises.

Source : informations fournies, au meilleur de leur connaissance, par les Autorités de gestion du FEP et autres experts en juillet 2013.



L'Italie a récemment franchi une étape supplémentaire en éliminant complètement le plafond des revenus que les pêcheurs peuvent tirer de leur activité piscatouristique. Cela a réduit la bureaucratie et rendu l'activité beaucoup plus attrayante pour les pêcheurs indépendants.

Quand des procédures efficaces sont en place pour faciliter le piscatourisme, c'est que les pouvoirs publics ont travaillé en étroite collaboration avec le secteur de la pêche afin d'établir des règles qui certes privilégient la sécurité des passagers mais sont aussi réalistes par rapport au type du bateau de pêche concerné. Une forte demande du secteur et la volonté politique de faciliter le piscatourisme sont indispensables pour activer ce type de démarche, y compris sur le plan fiscal. En France, avec l'aide de l'Axe 4, un large partenariat d'acteurs a été mobilisé pour participer à une série d'ateliers techniques visant à élaborer les règles et procédures pouvant réglementer le piscatourisme, le type de piscatourisme à proposer, ainsi qu'un plan marketing spécifique pour le promouvoir¹². En Italie, un [guide](#) pratique financé par l'État présente les règles et exigences à suivre, tout en prodiguant des conseils à ceux qui souhaitent se lancer dans le piscatourisme.

En fait, au-delà des règlements et procédures de base nécessaires à la pratique de l'activité, toute une gamme de facteurs détermine l'impact que le piscatourisme peut avoir dans un territoire donné et, plus largement, sur l'image de la pêche. Si on veut faire autre chose que simplement

proposer des excursions à des touristes de passage, des dispositions doivent être prises pour construire une offre touristique coordonnée, durable et de qualité suffisante, soutenue par un plan de communication qui atteigne le public cible.

Elaborer et structurer un «produit piscatourisme» implique un travail considérable sur un certain nombre de questions : quelle formule exactement ? Quelle durée ? Combien de personnes par bateau ? Combien de bateaux sont disponibles dans le territoire ? Comment le piscatourisme est-il coordonné, et comment est-il lié à d'autres produits touristiques au niveau local, régional et national ? Il importe aussi de veiller à ce que les pêcheurs concernés aient les compétences nécessaires, de façon à fournir une prestation de qualité pouvant justifier des prix intéressants¹³ : maîtrise des procédures de sécurité, sens de l'accueil et du service à la clientèle, compétences linguistiques... L'activité doit par ailleurs pouvoir s'appuyer sur du matériel promotionnel qui soit non seulement intégré dans les circuits de commercialisation existants mais également capable d'atteindre de nouveaux publics.

Une grande partie de ce travail peut être effectuée par le FLAG, à l'instar d'un certain nombre de bonnes pratiques FARNET telles que [Pescaturisme 83](#), projet lancé en France pour mettre au point et légaliser le piscatourisme, ou le [programme de formation](#) conçu pour les pêcheurs dans le nord de la Finlande, ou encore [Margalaica](#), site web de Galice qui a inscrit

la pêche dans un forfait touristique maritime et côtier. Mais pour déterminer des règles et procédures opérationnelles, un soutien régional et national est également essentiel si on veut élaborer une offre de piscatourisme qui convienne. Le piscatourisme n'est en effet qu'une possibilité parmi d'autres d'intégrer la pêche dans l'économie touristique. Il se distingue cependant des nombreuses activités touristiques classiques grâce au fait qu'il offre l'occasion unique d'assister, voire de participer à la vie des populations locales qui dépendent de la pêche. Organisé correctement, le piscatourisme peut, partout en Europe, offrir une occasion supplémentaire aux pêcheurs de devenir des entrepreneurs de la pêche et d'augmenter leur revenu tout en faisant la promotion de leur territoire, de son environnement, de ses traditions et de ses produits. ■

*Pour en savoir plus sur le piscatourisme, consulter la page 32 du Guide FARNET n°5 sur «**La diversification des zones de pêche**», ainsi que la page 10 de ce numéro de FARNET Magazine : «**Le piscatourisme en Sardaigne**».*

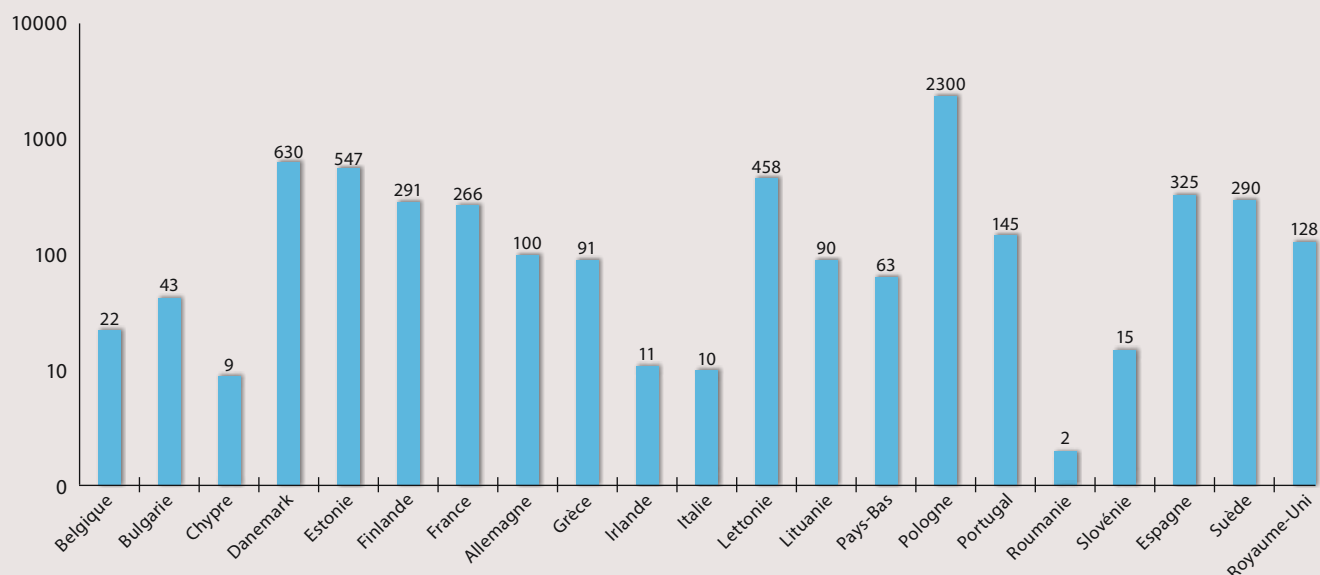
¹² Le projet triennal «Pescaturisme 83» est présenté dans la fiche de [bonne pratique n° 005](#) sur le site FARNET.

¹³ Pour en savoir plus sur le programme de formation mis au point pour des pêcheurs en Finlande, consulter la fiche de [bonne pratique n°14](#) sur le site FARNET.

Réseau FARNET

> Etat des lieux : 5 836 projets et ça continue !

En août 2013, les 308 FLAG opérationnels dans les 21 Etats membres participant à l'Axe 4 du FEP soutenaient 5 836 projets.



> Nouvelle publication FARNET : « L'Axe 4, un outil entre les mains des communautés de pêche »

En relativement peu de temps, l'Axe 4 du FEP a montré qu'il pouvait contribuer à résoudre certains des grands défis que rencontrent les communautés de pêche. En générant plusieurs milliers de projets et en redynamisant l'activité à l'échelon local, l'Axe 4 est un outil qui a fait ses preuves et permis aux pêcheurs et aux communautés de pêche de prendre leur avenir en mains. Dans ce contexte, la Cellule d'appui FARNET a réalisé un nouveau dossier qui met concrètement en évidence ce que l'Axe 4 représente pour les communautés de pêche dans différentes régions d'Europe et comment ces communautés peuvent l'utiliser pour améliorer leur situation.

<https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/cms/farnet/fr/taxonomy/term/446>

> Les FLAG polonais discutent du CLLD

En juin 2013, la Cellule d'appui FARNET a participé à une rencontre des FLAG polonais consacrée au développement local menée par les acteurs locaux (CLLD) dans le cadre de la prochaine programmation financière de l'UE. Cette rencontre a été suivie d'un débat sur les enseignements à tirer de la période actuelle. En Pologne, la réflexion sur le CLLD est coordonnée par le Ministère du Développement régional, mais la décision d'utiliser ou non le CLLD dans le FEDER et le FSE repose sur les Régions (*Voïvodies*), celles-ci gérant une part importante de ces fonds dans le cadre de leurs programmes opérationnels. A compter de 2014, les Régions seront également susceptibles d'être les organismes intermédiaires responsables des aspects CLLD du FEAMP et du FEADER. Le Ministère recommande que jusqu'à 10% du FSE et 5% du FEDER soient mis en œuvre selon le CLLD. Plusieurs Régions ont déjà manifesté leur intérêt à cet égard, mais jusqu'à présent, seule la Voïvodie de Couïavie-Poméranie a prévu des projets concrets. Cela implique la création dans le programme régional d'un axe prioritaire spécifique qui intègre les quatre fonds. Le but en Pologne est d'avoir une seule stratégie et un seul GAL/FLAG par région, bien que dans le cas des FLAG, un chevauchement des zones puisse être envisagé à titre exceptionnel.

Agenda FARNET

QUAND	QUOI	OÙ
22-24 octobre 2013	Séminaire FARNET : « Intégrer la pêche dans l'économie touristique »	Cagliari (I)
06-08 mai 2014	European Seafood Exposition	Bruxelles (B)
19-20 mai 2014	Journée maritime européenne 2014	Brême (D)

Fiche signalétique

NOM: Axe 4 du Fonds européen pour la pêche (FEP)

OBJECTIF: le développement durable des zones tributaires de la pêche. En complément d'autres instruments financiers de l'UE, le FEP peut cofinancer des projets locaux pour le développement durable et l'amélioration de la qualité de vie des zones de pêche.

MISE EN ŒUVRE: 21 États membres mettent en œuvre l'Axe 4. Une innovation importante dans la mise en œuvre de cet Axe est sa forte dimension territoriale.

TERRITOIRES VISÉS: les « zones de pêche », soit des territoires riverains d'une mer ou d'un lac, ou comportant des plans d'eau ou un estuaire, et dont le secteur de la pêche représente une part significative de l'emploi. Pour être sélectionnés comme zones de pêche éligibles par les États membres, ces territoires doivent être de taille modeste (inférieure à NUTS 3) et cohérents d'un point de vue géographique, économique et social. Sont visées des zones faiblement peuplées ou dont le secteur halieutique est en déclin ou qui abritent de petites communautés de pêcheurs. Les États membres peuvent également ajouter leurs propres critères.

BÉNÉFICIAIRES: les « groupes d'action locale pêche (Fisheries Local Action Groups / FLAG) », soit une combinaison de partenaires publics, privés et associatifs qui élaborent ensemble une stratégie et des mesures innovantes en faveur du développement durable de leur zone de pêche. Les FLAG sont sélectionnés par les États membres selon des critères définis dans leurs programmes opérationnels. Plus de 300 FLAG ont été créés dans l'ensemble de l'Union.

MESURES ÉLIGIBLES: renforcement de la compétitivité des zones de pêche; restructuration, redéploiement et diversification des activités économiques; valorisation des produits de la pêche; services et petites infrastructures touristiques liés à la pêche; protection de l'environnement; restauration d'une production endommagée par une calamité; coopération interrégionale et transnationale; renforcement des capacités pour l'élaboration de stratégies de développement local; coûts de fonctionnement des FLAG.

RÉSEAU: tous les acteurs concernés par l'Axe 4 communiquent au sein d'un « Réseau européen des zones de pêche (FARNET) » permettant (grâce à des séminaires, rencontres et publications) une large diffusion des projets innovants mis en œuvre au profit des zones de pêche et favorisant la coopération transnationale. Le réseau est coordonné par la « Cellule d'appui FARNET ».

DURÉE DU PROGRAMME: sept ans (2007-2013) mais les projets peuvent être mis en œuvre jusqu'à la fin de 2015.

AIDE DE L'UNION EUROPÉENNE: L'Axe 4 dispose pour la période 2007-2013 d'un budget de 570 millions d'euros, soit approximativement 13% du FEP (2010), auquel on doit ajouter un cofinancement public national et des investissements privés.

Abonnez-vous

Pour recevoir gratuitement FARNET Magazine et/ou la Lettre électronique FARNET, faites parvenir vos coordonnées (nom, organisation, adresse, courriel et n° de téléphone) à l'adresse: info@farnet.eu

Tenez-nous au courant

Les publications FARNET sont autant de ressources pour tous celles et ceux qui œuvrent à la construction d'un avenir durable pour les territoires de pêche d'Europe. Tenez-nous au courant des activités qui pourraient intéresser d'autres groupes et intervenants dans ce domaine. Nous aimerions notamment connaître vos expériences réussies, événements importants, annonces, mais aussi vos idées et propositions d'échanges et de coopération avec d'autres territoires.

info@farnet.eu

Retrouvez-nous en ligne



ISSN 1831-5747



Office des publications

