

Quand un label révèle un autre modèle de développement

Le cas du label « Accueil Pêche en Finistère »

Erwann Charles, Ph.D. et Thierry Sauvin, Ph.D.

Volume 32, numéro 1, 2013

Tourisme cynégétique et halieutique

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1036652ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/1036652ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Université du Québec à Montréal

ISSN

0712-8657 (imprimé)

1923-2705 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Charles, E. & Sauvin, T. (2013). Quand un label révèle un autre modèle de développement : le cas du label « Accueil Pêche en Finistère ». *Téoros*, 32(1), 38–46. <https://doi.org/10.7202/1036652ar>

Résumé de l'article

Le tourisme peut être un puissant levier de développement économique, mais également un vecteur destructeur de territoire. Alors qu'en Bretagne le littoral attire toujours plus de touristes et de villégiateurs, certains commencent à craindre que désormais les externalités négatives de cette activité l'emportent sur les effets positifs.

Plus à l'intérieur des terres, le bilan est tout autre. Tirant les leçons des excès de la côte mais ne voulant pas pour autant se priver du levier touristique, les acteurs locaux ont résolument opté pour un autre modèle de développement. Le tourisme est censé être « choisi » et non subi. Il est bâti autour de valeurs communes partagées, traduites tant par la « gouvernance » mise en place que par les « atouts » mis en avant : le cadre de vie, la qualité du patrimoine naturel et les activités de découvertes et de sport « nature » proposées. Cette stratégie visant à construire un véritable territoire de projet autour d'un tourisme environnemental ou écologique peut être avantageusement illustrée au travers de l'analyse de la mise en place du label « Accueil Pêche en Finistère » qui est à la fois un vecteur et le révélateur de cette démarche.

L'objectif de cet article est de mieux saisir les enjeux du développement d'un tourisme de pleine nature aujourd'hui. Notre étude s'appuie notamment sur un important travail de terrain, en particulier sur plusieurs enquêtes qualitatives et quantitatives auprès des différents acteurs du tourisme, de la pêche et de la gestion de l'environnement.

Quand un label révèle un autre modèle de développement Le cas du label « Accueil Pêche en Finistère »

Erwann CHARLES, Ph.D.

Maître de conférences en Sciences économiques
Responsable de Master en Développement territorial
UMR-AMURE/Université de Bretagne Occidentale (France)
erwan.charles@univ-brest.fr

Thierry SAUVIN, Ph.D.

Maître de conférences en Sciences économiques
UMR-AMURE/Université de Bretagne Occidentale (France)
thierry.sauvin@univ-brest.fr

RÉSUMÉ : Le tourisme peut être un puissant levier de développement économique, mais également un vecteur destructeur de territoire. Alors qu'en Bretagne le littoral attire toujours plus de touristes et de villégiateurs, certains commencent à craindre que désormais les externalités négatives de cette activité l'emportent sur les effets positifs.

Plus à l'intérieur des terres, le bilan est tout autre. Tirant les leçons des excès de la côte mais ne voulant pas pour autant se priver du levier touristique, les acteurs locaux ont résolument opté pour un autre modèle de développement. Le tourisme est censé être « choisi » et non subi. Il est bâti autour de valeurs communes partagées, traduites tant par la « gouvernance » mise en place que par les « atouts » mis en avant : le cadre de vie, la qualité du patrimoine naturel et les activités de découvertes et de sport « nature » proposées. Cette stratégie visant à construire un véritable territoire de projet autour d'un tourisme environnemental ou écologique peut être avantageusement illustrée au travers de l'analyse de la mise en place du label « Accueil Pêche en Finistère » qui est à la fois un vecteur et le révélateur de cette démarche.

L'objectif de cet article est de mieux saisir les enjeux du développement d'un tourisme de pleine nature aujourd'hui. Notre étude s'appuie notamment sur un important travail de terrain, en particulier sur plusieurs enquêtes qualitatives et quantitatives auprès des différents acteurs du tourisme, de la pêche et de la gestion de l'environnement.

Mots-clés : Label, pêche, attractivité, réseau, développement durable.

L'attraction croissante des espaces littoraux risque de marginaliser les autres territoires constituant l'arrière-pays. Ainsi, dans de nombreuses régions du monde, on assiste aujourd'hui à un phénomène très marqué d'hypertrophie du littoral, aux dépens de l'intérieur des terres. Cette pression démographique, économique et immobilière sur la frange littorale n'est pas indolore pour les territoires bordant l'océan (Cadoret, 2011). L'urbanisation croissante (Véron, 2006) et le mitage de l'espace agricole qui en découle entraînent une détérioration de l'environnement, engendrant une forte augmentation des conflits d'usage (Jeanneaux et Perrier-Cornet, 2008; Cadoret *et al.*, 2012), comme en témoignent de nombreux contentieux autour de l'extension des zones d'activités commerciales et industrielles ou du développement de nouveaux réseaux de transports (Torre et Lefranc, 2006).

Dans le même temps, l'intérieur des terres se désertifie souvent « économiquement », mais demeure écologiquement préservé. En cela, l'exclusion relative que connaissent ces

arrière-pays ne doit pas uniquement être perçue comme une menace mais peut être au contraire une opportunité à saisir. Ayant encore un environnement préservé et authentique, ils peuvent envisager une autre forme de développement, un processus évolutif qui ne soit pas fondé sur un mimétisme intégrationniste. En effet, la qualité de l'environnement de l'intérieur des terres peut être, par exemple, un facteur de développement pour une activité touristique raisonnée.

Si des activités touristiques environnementales ou de « pleine nature » peuvent être jugées, en premier lieu, en termes d'apports économiques non négligeables, comme toute activité touristique, leurs impacts sur un territoire ne sauraient être uniquement évalués ainsi. Outre l'économique, ces activités ont pour spécificité d'allier deux autres composantes essentielles que sont l'environnement et le social, et d'impliquer un grand nombre d'acteurs dont la mobilisation est censée produire du lien et contribuer à la construction d'un projet de développement territorial durable.

Le développement d'un tourisme de pleine nature, et plus spécifiquement d'un tourisme durable (Hugues, 2004) tourné, par exemple, vers la pêche, son art de vivre et sa « sportivité », serait-il possible ? La pêche de loisir pourrait-elle constituer un réel projet de développement touristique alternatif ?

Un tel projet fondé sur des spécificités naturelles singulières est justement ce qu'a choisi de mettre en avant un territoire en Bretagne (France) : le Finistère intérieur (Argoat). Ce territoire a développé, depuis cinq ans, un outil spécifique, à savoir un label (Valceschini et Nicolas, 1995; Valceschini, 2000) valorisant le territoire et une activité singulière, le « tourisme pêche ». Celui-ci est censé constituer, plus encore peut-être que d'autres labels territoriaux (Charles et Thouément, 2007), un des leviers de développement susceptible de créer une dynamique locale.

L'objectif de cet article, qui s'appuie sur plusieurs enquêtes qualitatives et quantitatives dirigées par les auteurs et réalisées auprès des différents acteurs du tourisme, de la pêche et de la gestion de l'environnement, est de mieux saisir les enjeux du développement d'un tourisme de pleine nature aujourd'hui. Nous présenterons et analyserons un outil majeur créé à cet effet, le label « Accueil Pêche en Finistère » ainsi que les facteurs clés pour la réussite d'un tel choix de développement territorial durable.

Le littoral et l'arrière-pays, des territoires au développement ambivalent ?

Premier département touristique de la région Bretagne, avec quelque 29,5 millions de nuitées annuelles (COCEF, 2012; CRTB, 2012), le département du Finistère n'est pas pour autant à l'abri d'un effritement de son attractivité et de l'affaiblissement de ce qu'il est possible de définir comme un de ses avantages comparatifs naturels (OEL, 1997) fondé sur une dotation relative préexistante (Jones, 1956) en capital environnemental.

En effet, la polarisation et l'intensification des activités touristiques sur le littoral laissent présager une accentuation des contradictions entre l'économie du tourisme et la préservation de l'environnement. Oublié, l'arrière-pays a conservé, un peu par défaut, son authenticité, qualité rare et précieuse qui peut être à l'origine d'une dynamique territoriale. Conscients de cet atout jusqu'alors négligé, des acteurs du développement local de cette « Bretagne intérieure » ont décidé de construire pour ce territoire un avantage comparatif unique, fondé sur la richesse de son patrimoine naturel et halieutique.

Le Finistère, entre terre et mer

Destination touristique parmi les plus prisées de France, puisqu'au quatrième rang des régions françaises, tous critères confondus, la Bretagne est, sur le marché français, la première destination pour les séjours à la mer. Le tourisme est un secteur clé de l'économie régionale puisqu'il représente 7 % du PIB (Le Garrec, 2009).

Toutefois, l'avantage comparatif de la Bretagne ne saurait se limiter à ses 3500 kilomètres linéaires de côte. L'attractivité touristique de cette région résulte également de ses spécificités environnementales et socioculturelles. Son pouvoir d'attraction provient en partie de :

- sa forte identité culturelle (le renouveau de la culture bretonne, amorcé dans les années 1960, s'est traduit par un

foisonnement de la création dans les différents domaines artistiques) ;

- la richesse de son patrimoine bâti avec 2900 monuments protégés et le canal de Nantes à Brest dont la particularité est d'irriguer les quatre départements bretons ;
- la richesse de son patrimoine naturel et halieutique. La Bretagne et les pays qui la composent se caractérisent par leur grande variété de rivières et de plans d'eau.

Symbole de cette dualité littoral-terre intérieure, eau salée-eau douce, le département du Finistère (premier département touristique de la région) est plus connu pour ses 1178 km de côtes que ses 4500 km de rivières. Et pourtant, ce véritable château d'eau de la région Bretagne, dont nombre de rivières prennent leur source entre montagnes Noires et monts d'Arrée, lieux encore bien protégés des agressions économiques, offre un cadre idéal pour le développement d'un tourisme bien particulier, celui du tourisme vert, de nature.

Entre terre et mer, les passionnés de pêche peuvent s'immerger dans un environnement de qualité et exercer leur loisir, que ce soit dans les rivières, les lacs et les étangs où abondent nombre d'espèces piscicoles. La qualité de l'eau et du biotope fait qu'il s'agit, en grande partie, de rivières classées en première catégorie, rivières à dominante salmonicole (truites et saumons). La présence du saumon est d'ailleurs l'une des grandes spécificités des cours d'eau du Finistère, spécificité qui fait d'ailleurs courir les pêcheurs (Sauvin et Choquet, 2002).

Si le Finistère est particulièrement bien doté en rivières de première catégorie, il convient de ne pas sous-estimer les lacs, les étangs et bien sûr le canal de Nantes, à Brest, majoritairement classés en seconde catégorie et dont la richesse en cyprins (poissons blancs comprenant carpes, tanches, brèmes, gardons et ablettes) et en carnassiers (brochets, sandres et perches) n'est plus à démontrer (Sauvin, 2013).

Par-delà ses richesses naturelles et halieutiques, le Finistère, à l'instar des autres départements, n'échappe pas à la contradiction entre l'économie du tourisme et la préservation de l'environnement.

Les opportunités et menaces du tourisme

Comme nombre de régions, la Bretagne est un espace composé de territoires hétérogènes. Certains d'entre eux, c'est-à-dire de l'intérieur des terres, connaissent un risque de marginalisation par rapport aux territoires littoraux. Ce différentiel d'attractivité apparaît notamment dans le département du Finistère, qui a la particularité d'avoir une frange littorale étendue et variée mais également un arrière-pays montagneux (monts d'Arrée et montagnes Noires), avec des différences climatiques notables (nord-sud et est-ouest).

Ces spécificités géographiques et naturelles sont à l'origine de différences bien marquées en termes d'attractivité, de profil de touristes, comme en témoignent les problèmes de congestion en période estivale en certains lieux (population multipliée par quatre) et de sous-activité en d'autres lieux (Morgoat, 2008).

Le tourisme est une activité prédatrice en termes d'espace. S'il est vrai que la multiplication des hébergements touristiques (résidences secondaires, de plein air, gîtes ruraux, etc.) est susceptible de créer des emplois, leur étalement, surtout

Tableau 1 : Distinction entre espace et territoire

L'espace	Le territoire
Ensemble	Système
Homogène	Hétérogène
Substituable	Spécifique
Continu	Discontinu
Mesurable	Non mesurable
Transparent	Complexe
Appropriable	Non appropriable
Marchandise	Bien commun
Primat de la dimension économique	Approche multidimensionnelle
Relation de marché	Marché et hors marché
Collection d'individus	Acteurs-auteurs
Stock de facteurs de production	Qualité des facteurs et de la relation
Passif	Actif
Allocation de ressources (réduction des coûts de transaction)	Allocation et création de ressources spécifiques
Absence de projet	Projets

Source : Léon et Sauvin (2005 : 39).

si elle n'est pas raisonnée, risque de produire des économies externes négatives et ainsi de réduire l'attractivité du territoire concerné. Cette consommation d'espace est d'autant plus préoccupante que ces hébergements, et notamment de plein air (*mobilit home*), affectent des territoires très convoités (littoral maritime et lacustre). Il en découle un impact visuel suite à la transformation du paysage (construction souvent en rupture avec le paysage traditionnel). Cette extension spatiale se traduit par un grignotage permanent des terres agricoles, engendrant des conflits d'usages (concurrence avec les autres activités elles-mêmes liées à l'espace ou à la qualité de l'environnement). Enfin, l'urbanisation croissante provoque une augmentation du prix des terrains, y compris dans les zones non constructibles, en raison d'une rente d'anticipation incluse dans le prix. Le propriétaire espère dans ce cas que sa parcelle sera plus tard constructible (Merlin, 2008). La pression foncière dissuade les jeunes agriculteurs de s'installer ou d'agrandir leur exploitation. Nombre d'entre eux préfèrent alors cesser leur activité ou, au mieux, vendre pour se réinstaller dans l'arrière-pays. Le tourisme peut donc être une activité extrêmement agressive sur l'environnement et bien sûr sur les résidents qui vivent parfois mal la surfréquentation de certains sites (congestion sur le littoral, problèmes liés à la gestion de l'eau et des déchets, pression immobilière pouvant se traduire par une augmentation des impôts locaux, etc.).

Plutôt que d'appliquer les mêmes « recettes » touristiques que ses voisins (parcs de loisirs, golf, etc.), peut-être faudrait-il envisager une autre forme de tourisme qui soit en phase avec les spécificités environnementales et socioculturelles du

territoire? L'objectif est de développer un « tourisme doux », c'est-à-dire peu agressif sur l'environnement, au sein duquel le touriste aurait un rôle d'acteur-auteur du développement local. Il est alors nécessaire de prendre en considération la capacité de charge du territoire.

La définition d'une autre forme de tourisme est d'autant plus nécessaire que la Bretagne connaît une stagnation de la fréquentation touristique. Cette stagnation est généralement expliquée par plusieurs dommages récurrents qui affectent l'image de la région telles les marées noires (naufrage de pétroliers) et marées vertes (prolifération des algues), mais aussi par la concurrence accrue des destinations ensoleillées, concurrence renforcée par le développement des compagnies aériennes « à bas coûts ».

Pour affronter cette concurrence et éviter de sombrer dans une concurrence interterritoriale misérable, il importe que le Finistère et les territoires qui le composent s'appuient sur leurs spécificités et plus singulièrement sur la richesse de leur patrimoine naturel. Les acteurs de ce territoire singulier ont donc décidé en 2007 de s'engager dans une politique d'attractivité choisie.

Un territoire d'accueil construit, une attractivité choisie

Considérer un territoire comme un simple espace touristique, c'est l'appréhender comme un réceptacle d'activités (entreprises appartenant au secteur touristique) et de touristes. À l'inverse, le définir comme un territoire d'accueil, c'est lui donner un sens, autrement dit l'inscrire dans une trajectoire de développement local non subie par les acteurs-auteurs du territoire. En effet, un territoire est un construit social (Pecqueur, 1989; Lamara, 2009) par le jeu des acteurs duquel émergent des projets. Si ces derniers venaient à disparaître, le territoire risquerait de redevenir espace, c'est-à-dire un ensemble d'acteurs juxtaposés, sans projet et, par conséquent, sans avenir (Léon et Sauvin, 2005 : 39).

En effet, un territoire ne naît pas territoire, il le devient. C'est la raison pour laquelle certains acteurs du développement local s'efforcent de bâtir des projets et de construire un territoire en cohérence avec les ressources territoriales et la trajectoire dans laquelle ils souhaitent l'inscrire (voir tableau 1).

Dans cette construction territoriale, il est vital que les entreprises et les citoyens se mobilisent autour d'un ou plusieurs projets. Loin d'être spontané, ce rapprochement est parfois très difficile, compte tenu des relations de méfiance, voire de défiance, qui se sont développées au fil du temps. L'intervention d'un développeur ou animateur de projet est bien souvent nécessaire pour fédérer des acteurs à idées, mais peu entrepreneurs (Gumuchian et Pecqueur, 2007). Ceux-ci apprendront alors à se connaître, à travailler ensemble. Ils feront l'apprentissage de la relation. Progressivement, se créeront des relations de confiance à partir desquelles il sera possible de développer des relations de coopération. L'espace redeviendra territoire, notamment un territoire d'accueil, dès lors qu'il sera irrigué de relations de confiance, propices à l'émergence de projets de développement. Dans cette optique de développement territorial, le tourisme peut être un levier non négligeable, à condition qu'il s'inscrive pleinement dans la dynamique souhaitée.

Dans le cas de l'arrière-pays du Finistère, les développeurs ont souhaité faire de leur territoire, un territoire d'accueil singulier puisque tourné vers le « touriste passionné par la nature ». Cette stratégie touristique semble en effet, à l'image de ce qui a été réalisé notamment en Irlande (Bizien *et al.*, 2013), répondre aux deux exigences fixées : développer et valoriser le territoire mais sans le dénaturer.

On peut parler ainsi de stratégie d'attractivité touristique choisie. Afin d'y parvenir, plusieurs acteurs du territoire ont créé, en 2007, un outil singulier, le label « Accueil Pêche en Finistère ». Comme tous labels et marques collectives, cette démarche, si elle veut atteindre ses objectifs, requiert d'être socialement encadrée et construite autour de valeurs partagées (Charles et Boude; 2001).

Confiance, loyauté, mais également engagements mutuels et projets partagés sont autant de valeurs qui, appliquées à un comportement humain, rappellent une expression bien connue : « faire preuve de sportivité ». Ce terme, « sportivité », sied d'autant plus qu'il n'est pas sans évoquer le comportement de nombreux pêcheurs et aussi le rôle du développeur, soucieux de revitaliser son territoire, sans compromettre les capacités futures de régénérescence de la ressource territoriale.

Un label pour un autre type de tourisme : le « tourisme pêche »

L'incertitude concernant l'aptitude d'un territoire à proposer une offre de « produits pêche » de qualité contraint les touristes pêcheurs à orienter leurs choix de destination vers d'autres territoires, choix ne correspondant pas exactement à leurs attentes et pouvant confiner certains territoires d'accueil potentiels dans la marginalisation. La création du label « Accueil Pêche en Finistère » tente d'une part de construire une offre de « produits pêche » originale, de lui donner davantage de visibilité et, d'autre part, de créer une dynamique de développement local (CDT, 2007).

Le touriste pêcheur, à la recherche d'une relation de qualité

Particulièrement exposé à l'incertitude, le touriste pêcheur est confronté à un problème d'asymétrie informationnelle (Akerlof, 1970) portant sur la qualité de son territoire d'accueil. Il ne sait pas où, quand et comment approcher un nouveau territoire. Il s'expose alors à l'opportunisme des acteurs (Charles et Thouément, 2007), ceux-ci pouvant se proclamer compétents alors qu'ils ne le sont pas (Bizien *et al.*, 2013). À cet opportunisme *ex ante* (sélection adverse) s'ajoute éventuellement un opportunisme *ex post* (aléa moral) créant une suspicion sur la qualité de la relation. Dans ces conditions, le « touriste pêcheur » est bien souvent amené à faire un choix de second rang, autrement dit à se reporter sur une autre destination jugée plus fiable mais choisie par défaut. En situation d'incertitude exacerbée, il peut même être tenté d'adopter un comportement mimétique (Moureau et Rivaud-Danset, 2004), comportement fondé sur l'idée selon laquelle « puisque ce pêcheur a choisi cette destination, c'est qu'il doit détenir une information capitale que je ne détiens pas. J'ai donc intérêt à choisir la même destination ». Cette convention (qui relève de la facilité) permet aux touristes de prendre une décision, par défaut, en situation d'incertitude.

Ce comportement correspond à une interaction positive (Morin, 1977), c'est-à-dire « le plus engendrant le plus », interaction cumulative (Durand, 2002) pouvant être dangereuse car susceptible de renvoyer une image déformée du territoire en question.

L'incertitude est également accentuée par l'opacité de l'offre de produits touristiques, opacité résultant d'un double mouvement de différenciation et de renouvellement quasi permanent de la gamme des produits touristiques. La presse spécialisée, en jouant le rôle de prescripteur — parfois orienté par les annonceurs —, voire de vecteur d'informations, contribue au renouvellement des « besoins », des envies et des attentes. Cette profusion informationnelle contribue à obscurcir le champ des possibles et à engendrer, en termes de destination, à nouveau un choix de second rang.

Cette incertitude est aussi renforcée par la rareté du temps disponible du touriste pêcheur. Il n'a pas droit à l'erreur. Il ne veut, en aucun cas, passer à côté des essentiels, des fondamentaux qui sont les plus à même de répondre à ses centres d'intérêts. Cet objectif est d'autant plus important que la durée des séjours s'est considérablement réduite (fragmentation du temps de loisirs). Les Français tendent à fractionner leurs vacances. Ils partent moins longtemps mais plus souvent (Bouleau *et al.*, 2007). C'est la raison pour laquelle le touriste pêcheur est particulièrement attentif aux distances (FPF, 2008 et 2013) :

- géographique (hébergement à proximité des coins de pêche);
- temporelle (accessibilité des postes de pêche, adaptation des heures de repas si hébergement en hôtel en demi-pension ou pension complète, etc.);
- organisationnelle (infrastructures et disponibilité des acteurs);
- socioculturelle (interlocuteurs sachant pêcher ou tout au moins réceptifs aux préoccupations du touriste pêcheur).

Le pêcheur accorde ainsi une grande importance à la qualité de la relation qu'il espère avoir avec le propriétaire du gîte ou de la chambre d'hôte (Bizien *et al.*, 2013). Il souhaite d'une part capter de l'information sur les coins de pêche et la réglementation et, d'autre part, toujours par l'entremise de son hôte, nouer des relations avec des acteurs directement concernés par l'activité pêche et plus particulièrement avec des pêcheurs locaux connus de l'hébergeur. Ce lien faible (Granovetter, 1973) est essentiel.

Le touriste pêcheur attend donc une relation privilégiée et unique avec son hôte parce que celui-ci est censé être un médiateur du territoire. Il est donc nécessaire de construire un système d'information efficace permettant aux touristes pêcheurs d'accéder à ce réseau « halieutique territorial ». La création d'un signe de qualité s'avère donc nécessaire pour garantir l'authenticité et la qualité de la relation (Charles et Thouément, 2007).

Toutefois un label territorial ne peut être appréhendé comme une simple « béquille » à un système d'information défaillant. Ce label est à la fois un outil visant une meilleure immersion et compréhension du territoire d'accueil par le pêcheur et un outil de construction et d'attractivité du territoire pour les acteurs du réseau (l'aspect « réseau » sera plus

amplement abordé dans la troisième partie). Le pêcheur est un voyageur qui souhaite rencontrer ce territoire, au-delà de toute relation marchande, pour « voir le pays de l'intérieur » (Coquin, 2008).

Le label « Accueil Pêche en Finistère »

Créé en 2007, le label « Accueil Pêche en Finistère » est le fruit d'un partenariat mené entre les acteurs du tourisme, tant au niveau départemental que local (communes et communautés de communes), et de la pêche (Associations agréées de pêche et de protection du milieu aquatique — AAPPMA —, Fédération départementale de pêche).

Comme en témoigne, après 5 années de fonctionnement, l'augmentation du nombre d'hébergeurs labellisés de 30 à 72, cette démarche rencontre un intérêt certain auprès des hébergeurs du Finistère (Bizien *et al.*, 2013). L'objectif est d'attirer (CDT, 2007), dans l'intérieur des terres, des touristes pêcheurs par la labellisation « Accueil Pêche en Finistère » d'un certain nombre d'hébergements (hôtels, locations de gîtes, chambres d'hôtes et camping).

La démarche de qualification comporte deux étapes. La première consiste à informer les hébergeurs sur la qualité de la ressource territoriale et plus particulièrement sur le patrimoine halieutique (connaissance des cours d'eau, des espèces piscicoles, des actions menées par le milieu associatif de la pêche et plus singulièrement dans le domaine de l'environnement et de la réglementation).

La seconde étape consiste à faire connaissance avec les principaux acteurs du monde de la pêche : les AAPPMA. Il s'agit, entre autres, de découvrir « bottes aux pieds » les parcours de pêche et leur accessibilité, mais aussi de tisser des liens avec les acteurs locaux de la pêche (dépositaires de cartes de pêche, détaillants d'articles de pêche et guides de pêche). Ces rencontres, volontairement délocalisées sur le terrain, sont censées mettre en relation des acteurs qui ne se connaissent pas nécessairement et les inciter à s'engager pleinement dans la démarche de labellisation.

En activité depuis l'ouverture de la saison de pêche 2008, ce réseau d'acteurs doit être entretenu, mission attribuée à la Fédération départementale de pêche et aux AAPPMA, l'objectif étant que les hébergeurs disposent d'informations réactualisées (réglementation, parcours, manifestations halieutiques).

Afin de faire connaître le réseau « Pêche Accueil en Finistère », un effort notable en communication a été réalisé (site Internet du CDT, de la Fédération de pêche, sur lequel il est possible d'identifier la liste des hébergeurs labellisés). À cela s'ajoute la publication d'un guide technique comprenant des informations sur l'organisation de la pêche dans le département du Finistère, les principaux équipements structurants, les coordonnées des guides de pêche et une vingtaine de fiches « parcours de pêche », fiches permettant aux touristes de faire leurs premiers pas au bord de l'eau.

Chaque fiche met en exergue un parcours (section de cours d'eau, plan d'eau) avec son accès (géolocalisation du parcours), les techniques de pêche conseillées, les espèces de poissons, les dépositaires de permis et le détaillant d'articles de pêche le plus proche. Quelques informations sur la réglementation et plus particulièrement sur la taille légale de capture

des espèces et le nombre de prises autorisées viennent compléter la fiche « parcours ».

Un label pêche pour construire un territoire d'accueil

Une information primordiale, obtenue *ex ante*, peut faire sens pour le futur touriste, au point de retenir son attention et motiver son acte « d'achat », mais s'avérer *in situ* inexacte, voire fautive. Des signaux dignes de confiance ont été créés au fil des ans. Ces labels de qualité, de typicité, de particularismes offrent aux divers types de touristes les garanties qu'ils recherchent avant tout pour leurs « vacances ». Si le label est une réponse aux besoins des touristes pêcheurs, il est également un outil de développement territorial durable.

La nécessaire valorisation d'une ressource territoriale

Si un label peut d'abord être analysé au regard du contenu informationnel qu'il fournit, son rôle ne saurait se limiter à cela. Il doit aussi être appréhendé comme « outil » permettant d'organiser différemment le tourisme sur un territoire, et ce, dans un but précis : éviter sa spatialisation et y construire un développement durable.

Cet objectif posé, il est, dès lors, manifeste que la seule création d'un signe de qualité est une condition nécessaire mais pas suffisante. Plusieurs autres conditions majeures doivent être préalablement réunies ou, plus exactement, construites autour du label, faisant *de facto* de ce signe de qualité un outil complexe de développement. Ainsi, un label tel « Accueil Pêche en Finistère » ne peut être un simple outil de communication ou publicitaire, sans réalité tangible.

La première condition à l'établissement du label est l'existence, *ex ante*, d'une offre minimale de ressources comprenant des infrastructures et un environnement de qualité spécifique (ressources naturelles, patrimoine environnemental et bâti, etc.) que les acteurs du territoire ont dû et su valoriser afin d'offrir au touriste, ici le pêcheur, un « terrain de jeu » propice à l'expression de son « art ».

Cette étape de la valorisation de la « ressource territoriale » est notamment illustrée, dans le cas du département du Finistère et de ce label, par la création, en 1969, du parc naturel régional (PNR) d'Armorique et, plus récemment, par la création, en 2007, du parc naturel marin d'Iroise. Tous deux constituent des cadres structurant singuliers du tourisme pêche.

De même, l'adhésion du Finistère à l'EHGO (Entente Halieutique du Grand Ouest), depuis 2008, vient renforcer la qualité de l'offre. Ainsi, un pêcheur ayant acquitté la taxe de réciprocité peut pêcher dans la quasi-totalité des cours d'eau et plans d'eau de première et de deuxième catégories des 4 départements bretons (et 33 autres français). L'adhésion du Finistère à l'EHGO élargit considérablement le terrain de jeu du touriste pêcheur et lui permet de « goûter » à d'autres rivières et, par conséquent, à d'autres territoires. En outre, le fait de disposer d'un « portefeuille de rivières » lui permet de « gérer » l'incertitude concernant les conditions de pêche (aléas météorologiques).

Enfin, la réalisation de plusieurs équipements structurants tels que le Centre d'interprétation de la rivière et l'Observatoire aquatique pour visualiser et comptabiliser les remontées

de migrateurs (saumons et aloses) vient renforcer la qualité du « produit pêche » sur le territoire, en proposant un avant et un après pêche.

Des enquêtes et des analyses sur le réseau et les conventions de qualité autour du label

Si l'objet d'un label tel « Accueil Pêche en Finistère » est d'être un signe à l'externe, son rôle peut être avantagement appréhendé, en termes de capacité à mobiliser en interne.

En effet, l'une des forces majeures d'un label est la nature de la mobilisation qu'il engendre. Cette dernière, notamment dans le cadre d'un label territorial, ne peut se borner au simple intérêt économique, mais doit aller au-delà. La finalité se cristallise autour d'un type de développement choisi et non subi, de valeurs partagées, valeurs que les acteurs entendent promouvoir pour faire venir, sur leur territoire, des touristes entrant dans le projet... D'où l'idée de « territoire d'accueil », dans le sens où l'objectif est d'accueillir et d'impliquer le touriste pêcheur dans un projet préalablement défini par les acteurs résidents.

Cette mobilisation implique la création d'un réseau d'acteurs particulier. Or, un réseau ne se décrète pas, il se construit. C'est par volonté de vérifier et d'analyser cet « existant » que les auteurs ont dirigé plusieurs enquêtes (qualitatives et quantitatives) entre l'automne 2012 et le printemps 2013, d'abord auprès des 73 hébergeurs labélisés, puis auprès des autres acteurs du tourisme, comme de la gestion de l'environnement. Les différents éléments, notamment chiffrés, sont tirés d'un premier et important travail universitaire (Bizien *et al.*, 2013), effectué sous la direction des auteurs.

Ainsi, le label « APF » est censé sanctionner une démarche qui non seulement est de qualité, s'agissant de l'accueil et de l'offre touristique autour de l'univers de la pêche, mais qui se veut également d'excellence, en termes de réseau, de construit relationnel sur le territoire. En effet, il faut ici bien comprendre que, si l'autorité délivrant le label (conseil général) labellise l'hébergeur pour son offre de service classique dans le métier du tourisme, elle le labellise surtout pour son implication réelle sur le territoire et sa volonté d'offrir au « touriste pêcheur » une parfaite réponse à sa demande en tant que pêcheur.

Aujourd'hui, après 6 ans d'existence, 75 % des hébergeurs labélisés semblent réellement être en mesure de jouer ce rôle, du fait d'un véritable intérêt et d'une connaissance du milieu de la pêche (guides de pêche, matériel conseillé, bons coins). 45,8 % accompagnent leurs clients sur les lieux de pêches, 41,7 % étant eux-mêmes pêcheurs dont un quart de véritables passionnés.

Par ailleurs, 47,9 % des hébergeurs interrogés affirment fournir à leurs hôtes pêcheurs, si besoin, les coordonnées d'un prescripteur adapté à leur demande, alors que 33,3 % d'entre eux préfèrent se charger directement du contact, notamment par téléphone.

En d'autres termes, l'hébergeur est le pivot de la démarche, pivot au centre d'un réseau d'acteurs territoriaux clés (AAPPMA, guides de pêche, détaillants d'articles de pêche, restaurateurs, etc.) capables de prendre en considération les demandes spécifiques du pêcheur et d'y répondre aisément, alors que ce dernier, par lui-même, n'aurait que très

difficilement et partiellement réussi à les obtenir. Dès lors, le touriste pêcheur bénéficie, à plein, de la connaissance de ce réseau, connaissance lui permettant de mieux appréhender son territoire d'accueil.

Toutefois, son activité (guidée par le réseau), sa présence sur le territoire, tant d'un point de vue économique que comportemental (philosophique), vient alimenter, soutenir, confirmer la stratégie de développement local durable, grâce à une autre forme de tourisme. Ce type de démarche sur un territoire s'autonourrit.

En offrant un accueil adapté à une logique « touristique particulière », raisonnée et soutenable, qui plus est labellisée, le territoire envoie un signal fort, qui attire des « consommateurs » singuliers dont la présence, loin de peser négativement sur l'environnement et la qualité de vie, va, au contraire, renforcer la logique de développement local choisie. En effet, le touriste pêcheur est non seulement bénéficiaire de cette volonté de développement local par une « autre manière de considérer le tourisme », au travers de la démarche réseau-qualité « Accueil Pêche en Finistère », mais aussi vecteur de ce développement, par son comportement touristique, aussi bien financier (consommation) qu'humain (logique de développement durable). À ce jour, un tiers des hébergeurs pensent que le label a réellement joué ce rôle moteur, tant sur leur activité que sur le territoire (Bizien *et al.*, 2013).

De plus, il convient d'analyser la principale force de cette démarche. Celle-ci est socialement construite sur le territoire. Bien que délivré par une instance officielle et « hiérarchique » (le conseil général), le label « Accueil Pêche en Finistère » n'est pas le fruit d'une logique *top down*, imposée, ni d'une initiative isolée d'un acteur « innovateur » ou opportuniste.

Il s'agit d'une démarche qui regroupe tout un ensemble d'acteurs, dont certains n'auraient jamais travaillé naturellement ensemble, mais qui, autour de ce label, constituent une communauté sociale, économique, d'intérêts partagés, et qui adhèrent à une approche commune du développement de leur territoire. Ces liens résultent, en grande partie, des rencontres sur le terrain organisées par le CDT (organisme chargé de promouvoir le tourisme sur le territoire). Ainsi 31,3 % des personnes interrogées affirment avoir notamment développé des contacts et mis en place des nouveaux partenariats, grâce à leur adhésion et à la dynamique créée par la démarche « Accueil Pêche en Finistère ».

Toutefois, plusieurs analyses de démarches de labellisation ont montré que, sur le moyen et long terme, des dérives importantes peuvent apparaître quand celles-ci engendrent un réel impact économique. Ainsi, par exemple, Granovetter a démontré qu'un risque de détournement ou de captation de la rente d'une activité économique réalisée en commun (plusieurs individus, entreprises) est élevé dès lors qu'il existe de fortes revendications et des pressions sociales. Il met en évidence trois postulats régissant l'activité économique :

- 1- La poursuite d'objectifs économiques s'accompagne normalement de celle d'autres objectifs de nature non économique, tel que la sociabilité, l'approbation, le statut social et le pouvoir (Granovetter, 1994).
- 2- L'action économique (comme toute action) est socialement située et ne peut être expliquée par de simples motifs

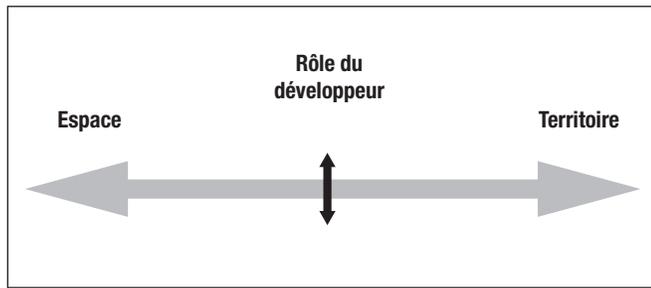


ILLUSTRATION 1 : De l'espace au territoire, le rôle du développeur (source : compilation des auteurs).

individuels. Elle est encadrée dans le réseau de relations personnelles plus qu'elle n'émane d'acteurs atomisés (Granovetter, 1994).

3- Les institutions économiques (comme toutes les institutions) n'émergent pas automatiquement sous une forme déterminée par les circonstances extérieures. Elles sont « socialement construites » (Granovetter, 1985).

Or, avec le label « Accueil Pêche en Finistère », l'objectif économique et sa réalisation sont, par essence même, liés à la philosophie de la démarche, à savoir promouvoir un autre type de tourisme, un tourisme durable autour d'un « art de vivre », la pêche et ses exigences. Chaque acteur a donc intérêt à conserver la qualité, la complémentarité et la spécificité de l'offre, sans dérive.

Entre les acteurs impliqués par ce label, il semblerait qu'il existe une ou des conventions de qualité (Gomez, 1994), qui, pour partie, préexistaient au projet et, pour partie, ont été suscitées par cette démarche et en sont à la fois le produit et le garant. Ces conventions se distinguent, selon la classification d'Eymard-Duvernay (1994), au regard du mode de coordination qui les régissent.

Dans le cadre du label « Accueil Pêche en Finistère », la coordination des relations est essentiellement d'ordre domestique, c'est-à-dire que ce qui prédomine dans le lien, les rapports entre les acteurs, c'est la confiance, l'informel... À l'opposé, les conventions « industrielles » ou marchandes, pour lesquelles toute relation est normalisée et explicite, sont prédominées, régissent l'échange de biens ou de services et toute relation par des normes, voire, *in fine*, un prix.

Ainsi, l'enquête révèle que 93,8 % des hébergeurs proposent à leurs hôtes des produits du terroir (privilegiant, notamment, les circuits courts), que 78,7 % s'intéressent actuellement à la mise en place, entre eux, de parcours itinérants pour des clients pêcheurs, ce qui a pour but de mettre en avant la complémentarité et l'hétérogénéité de l'offre.

Plusieurs études (Granovetter, 1985, 1994; Charles, 2001) ont montré que ce type de convention, émanant d'un construit social de type communautaire, est déterminant quant à la réussite d'une démarche de qualité, à son développement et à la réalisation de ses objectifs.

Cette logique communautaire est à distinguer de la « logique de club », dans laquelle chaque adhérent a, bien entendu, intérêt à la réussite de la démarche, et pour laquelle il va œuvrer, mais sans pour autant s'y sentir lié ni impliqué au-delà de son

intérêt direct (la plupart du temps économique). Ceci s'explique, notamment, parce que l'adhérent à un club n'a pas besoin de partager, en dehors du temps passé à l'intérieur de celui-ci, les mêmes objectifs, les mêmes valeurs que les autres membres. Son appartenance au club est un plus, un à-côté dans le reste de ses activités, qui ne dépend que de son acceptation ou non des règles du jeu, préalablement fixées (relation civique) dans le cadre de son adhésion. Toutefois, l'adhérent ne se sent donc pas « porteur » du projet.

Il importe ici de noter que 69,7 % des adhérents au label déclarent que leur activité (d'un point de vue économique) a été relativement peu impactée par la labellisation, et une majorité, de ce point de vue, marquent leur déception (Bizien *et al.*, 2013). Pour autant, 97,9 % d'entre eux désirent conserver le label, poursuivre la démarche « Accueil Pêche en Finistère », l'améliorer, étant convaincus qu'il a un réel potentiel et est en adéquation avec leur vision du territoire (Bizien *et al.*, 2013)!

Un projet de territoire

La question qui se pose maintenant est de savoir en quoi ce label peut jouer un rôle dans le projet de développement local d'un territoire. En effet, le projet de développement territorial est bien au centre de la préoccupation de tout développeur, et les actions qu'il met en œuvre, les moyens et leviers qu'il mobilise, n'ont d'autre vocation que de servir ce projet. Le projet, sous l'impulsion du développeur et des acteurs locaux, vise à transformer ce qui ne pourrait être qu'un simple espace en un véritable « territoire ». Le rôle du développeur est donc de réunir, de mobiliser les acteurs autour d'un projet issu de ces mêmes acteurs et ainsi de contribuer à la construction du territoire (le curseur se déplaçant alors vers la droite) (voir illustration 1).

Cela peut se résumer dans la volonté de donner du sens à ce territoire et un sens bien précis à son développement. Dès lors, le territoire est conduit, valorisé, selon un projet défini et partagé. Le label « APF » entre dans un tel projet de développement, mais il est singulier, car alternatif, au regard de ce qui peut se faire couramment.

Ainsi, ce projet de développement territorial alternatif, de qualité et non de quantité, choisi et non subi, s'appuie sur un levier de développement qui, pour ne pas être original sur la forme (levier touristique), l'est radicalement sur le fond (promouvoir un tourisme doux par un label touristique).

L'élément clé dans une telle démarche est la capacité à mobiliser et à susciter l'adhésion à ce projet territorial. Celui-ci s'appuie donc sur une communauté d'acteurs locaux et un réseau qu'il est nécessaire d'entretenir, d'irriguer en informations et de revitaliser, en organisant régulièrement des animations.

Cette mobilisation permanente est vitale afin que les acteurs locaux demeurent des auteurs du territoire et de son développement. Pour ce faire, il importe qu'un acteur « pivot » veille à la coordination et à la vitalité des actions menées sur le terrain. C'est l'hébergeur labellisé qui devrait jouer ce rôle « d'animateur de développement » de la démarche « Accueil Pêche en Finistère » (voir illustration 2). Si, sur le terrain, cela est manifestement le cas, dans l'organisation même de la démarche, cela est moins évident. Au regard des enquêtes et des entretiens qualitatifs, il apparaît qu'aujourd'hui le label souffre d'un certain défaut de gouvernance. Bien que construit

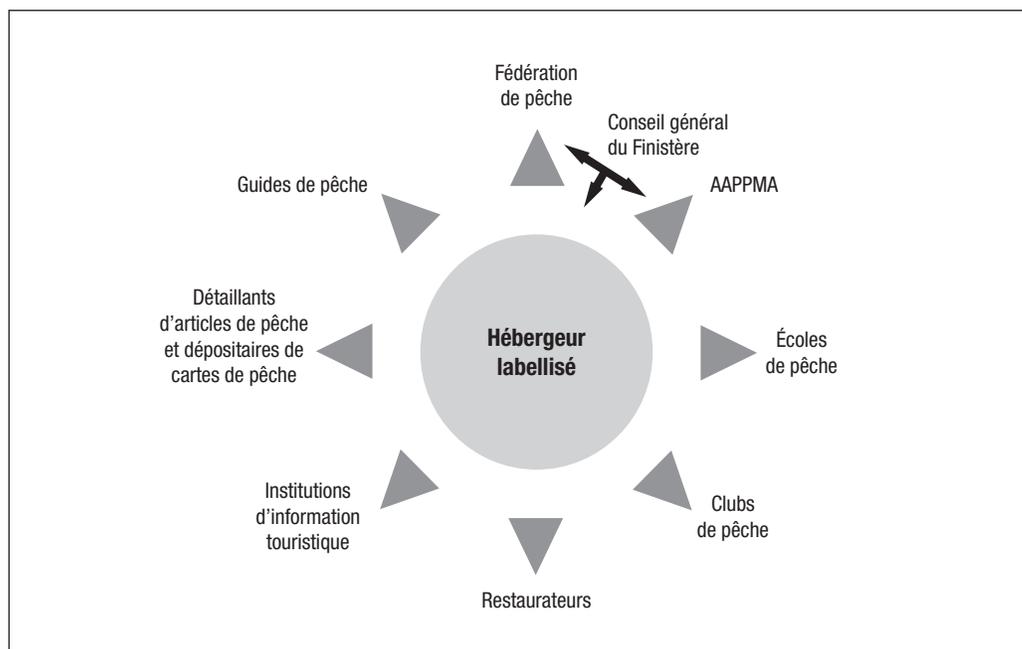


ILLUSTRATION 2 : Vers une organisation en réseau ?
(source : compilation des auteurs).

dans une logique ascendante, le label n'en demeure pas moins décerné par une « administration » territoriale. Or, il apparaît que, parfois, des contingences administratives l'emportent sur les principes de réalité de terrain. Cela pourrait, à terme, être une source de démotivation des hébergeurs, qui pourtant sont ceux qui font réellement vivre le label.

Enfin, ces acteurs « pivot » doivent également veiller au non-enfermement de la démarche de valorisation territoriale et à sa captation par quelques acteurs. En effet, un risque possible serait que la rente de valorisation engendrée par le label ne soit plus qu'une simple rente de situation pour quelques-uns, et non un levier de diffusion d'une certaine dynamique sur le territoire.

Dans ce cas, celui-ci pourrait se dévitaliser, se marginaliser et redevenir espace (voir tableau 1), piètre condition qui le mettrait directement en concurrence avec les autres territoires littoraux.

À ce jour, la démarche « Accueil Pêche en Finistère » ne semble pas réellement menacée par ce risque, le label souffrant plutôt, aux dires d'une majorité d'hébergeurs, d'une renommée encore relative, et les retombées économiques étant limitées.

Toutefois, ce risque n'est pas à négliger. Ainsi, l'enquête révèle que plusieurs hébergeurs labellisés se sont avérés avoir un comportement proche de celui de passagers clandestins, ne respectant pas le cahier des charges et uniquement intéressés par les retombées directes sur leur seule activité économique... négligeant totalement la dynamique territoriale choisie.

L'animation et le maintien de la démarche dans la dynamique explicitée plus avant seront les conditions qui, dans la durée, permettront de construire une relation de qualité et de confiance sur le territoire. C'est dans ce cadre que le label sera un outil performant et durable : signal crédible à l'externe, c'est-à-dire auprès des touristes pêcheurs, et levier efficace en interne, car garant d'intérêts partagés. Ces

intérêts communs, à la fois partie prenante et gage du projet de territoire, feront donc du tourisme doux un levier partagé du développement local.

Conclusion

Il est vrai qu'au regard des pays littoraux, les pays de l'intérieur des terres connaissent une moindre attractivité industrielle et résidentielle. La tentation est grande d'adopter une approche en termes de retard et d'envisager un rattrapage en termes d'attractivité. Un tel comportement visant à imiter les politiques ou pratiques des autres considérés un peu trop rapidement comme des « pays qui gagnent » risque d'entraîner ces territoires dans une concurrence interterritoriale, prédatrice d'espaces et surtout perdue d'avance compte tenu des avantages comparatifs des pays littoraux.

L'alternative n'est pas pour autant de se replier, de se couper des territoires littoraux. Il s'agit plutôt de rechercher une autre forme d'insertion, une insertion qui ne se fasse pas par assimilation, mais qui reposerait sur une valorisation responsable des spécificités territoriales de ces pays. Plutôt que d'appréhender leurs spécificités comme étant des imperfections, des impuretés nuisant à leur insertion et, par conséquent, à leur attractivité, présentons-les comme des forces, des ressources spécifiques, susceptibles de créer une dynamique territoriale.

C'est dans cette approche qu'il convient de justifier l'existence du label « Accueil Pêche en Finistère ». Tout en révélant la ressource territoriale, ce label, par l'engagement et la mise en réseau des acteurs concernés par l'activité pêche, contribue à la protéger. Ainsi, non seulement il offre davantage une lisibilité aux touristes pêcheurs mais surtout propose une autre forme de tourisme, un tourisme doux, respectueux d'autrui. C'est à cette condition que ces territoires d'accueil pourront renforcer leur singularité et ainsi s'affranchir, en partie, d'une concurrence interterritoriale.

Afin d'éviter de dénaturer le message que ce label est censé véhiculer, il importe de ne pas céder aux tentations du toujours plus « labellisé ». Le risque de passer clandestin est réel et, même si l'hébergeur respecte les règles du jeu, on peut se demander si le tourisme pêche, tel qu'il existe pour le moment en France, nécessite immédiatement un très grand nombre d'hébergeurs spécialisés. Enfin, un label n'est pas une construction figée. Son dynamisme et, par conséquent, sa pérennité dépendent du jeu des acteurs du réseau. C'est par leur capacité à se renouveler, à faire force de propositions originales qu'ils pourront faire vivre le label « Accueil Pêche en Finistère ». ■

Références

- AKERLOF, G. A. (1970) « The markets for «lemons»: Quality, uncertainty and market mechanism », *Quarterly Journal of Economics*, LXXXIV, vol. 3, p. 488-500.
- BIZIEN, Claire; Lodovic L'HOSTIS et Adrien RIOU (2013) *Valoriser l'arrière-pays grâce au tourisme pêche*, rapport M1-MIDTE, sous la direction de T. Sauvin, Brest : UBO. 147 p.
- BOULEAU, Mireille; Béatrice GUILBERT et Frédéric TANDIEU (2007) « Les courts séjours des Français. Entre escapades et mini vacances », *Espaces*, Paris, n° 252, 58 p.
- CADORET, Anne (2011) « Quelle durabilité des formes de régulation des conflits littoraux? », *Vertigo — la revue électronique en sciences de l'environnement*, Hors-série 9, juillet, <<http://vertigo.revues.org/10946>>, consulté le 16 juin 2013.
- CADORET, Anne; Ségolène DARLY; Thierry KIRAT et Valérie LAVAUD-LETILLEUL (2012) « Conflits d'usage littoraux et intérieurs : une géographie du contentieux de seconde instance dans le département de l'Hérault », *Norois*, vol. 225, p. 11-28.
- CDT — Comité Départemental du Tourisme (2007) *Le label pêche accueil en Finistère*, livret du CDT, Quimper : CDT. 30 p.
- CHARLES, Erwann (2001) « Les signes de qualité, une construction social », *DANS Économie de la valorisation : Revenus du producteur et stratégie d'exploitation; Application au cas de la pêche artisanale*. Thèse de doctorat en sciences économiques, Rennes : Ensar. 340 p.
- CHARLES, Erwann et Jean-Pierre BOUDE (2001) *Enhancement strategy, artisanal fishing products quality and theory of conventions* (Salerno, Italie), actes de la XIII Conférence of European Association of Fisheries Economists. 14 p.
- CHARLES, Erwann et Hervé THOUÉMENT (2007) « Le label territorial, facteur d'attractivité touristique », *Téoros*, vol. 26, n° 2, p. 33-38.
- COCEF — Conférence des chambres économiques du Finistère (2012) *Bilan et analyse de l'activité économique du Finistère*, Quimper : Finist'Éco. 40 p.
- COQUIN, Samuël (2008) « Le tourisme participatif », *Espaces, tourisme et loisirs*, no 264, p. 7-14.
- CRTB — Comité régional du Tourisme en Bretagne (2012) *Le tourisme en Bretagne, Rapport du Pole Observateur du CRTB*, Rennes : CRTB. 60 p.
- DURAND, Daniel (2002) *La systémique*, Paris : PUF, « Que sais-je? », 9^e édition. 127 p.
- EYMARD-DUVERNAY, François (1994) « Coordination des échanges par l'entreprise et qualité des biens », *DANS ORLÉAN, A., Analyse économique des conventions*, p. 307-334. Paris : PUF.
- FPF — Fédération de pêche en Finistère (2008) « La création d'un Label Accueil Pêche en Finistère », *Magazine de la fédération de pêche du Finistère*, n° 9, hors-série, 24 p.
- FPF — Fédération de pêche en Finistère (2013) « La Pêche en Finistère, Une vraie destination de pêche », *Magazine de la fédération de pêche du Finistère*, n° 14, 31 p.
- GOMEZ, Pierre-Yves (1994) *Qualité et théorie des conventions*, Paris : Economica. 251 p.
- GRANOVETTER, Mark (1973) « The strength of weak this », *American Journal of Sociology*, vol 78, n° 6, p. 1360-1380.
- GRANOVETTER, Mark (1985) « Economic action and social structure: the problem of embeddedness », *American Journal of Sociology*, vol. 91, n° 3, p. 481-510.
- GRANOVETTER, Mark (1994) « Les institutions économiques comme constructions sociales : un cadre d'analyse », *DANS ORLÉAN, A., L'analyse économique des conventions*, p. 79-94. Paris : PUF.
- GUMUCHIAN, Hervé et Bernard PECQUEUR (2007) *La ressource territoriale*, Paris : Economica. 132 p.
- HUGUES, François (2004) « Le tourisme durable. Une organisation du tourisme en milieu rural », *Revue d'économie régionale et urbaine*, n° 2004-1, p. 57-88.
- JEANNEAUX, Philippe et Philippe PERRIER-CORNET (2008) « Les conflits d'usage du cadre de vie dans les espaces ruraux et la décision publique locale, Éléments pour une analyse économique », *Economie Rurale*, vol. 306, p. 39-54.
- JONES, R. W. (1956) « Factor Proportions and the Heckscher-Ohlin Theorem », *Review of Economic Studies*, n° 24(1), p. 1-10.
- LAMARA, Hadjou (2009) « Les deux piliers de la construction territoriale : coordination des acteurs et ressources territoriales », *Développement durable et territoires*, Varia, 11 p.
- LE GARREC, Marie-Anne (coord.) (2009) *Le tourisme en France*, Paris : Insee. 268 p.
- LÉON Alain et Thierry SAUVIN (2005) *De l'économie internationale à l'économie globale*, Paris : Ellipses. 175 p.
- MERLIN, Pierre (2008) *Tourisme et aménagement touristique. Des objectifs inconciliables?*, Paris : La Documentation Française, p. 12-24.
- MORGOAT (2008) *La fréquentation touristique en Bretagne, Panorama et enjeux*, Publication de l'Observatoire régional du tourisme en Bretagne, n° 12, 154 p.
- MORIN, Edgar (1977) *La Nature de la nature*, Paris : Seuil. 399 p.
- MOUREAU, Nathalie et Dorothee RIVAUD-DANSET (2004) *L'incertitude dans les théories économiques*, Paris : La Documentation Française, Coll. « Repères ». 128 p.
- OEL — Observatoire Européen Leader (1997) *Évaluer le potentiel touristique d'un territoire*, Guide de l'Observatoire Européen du programme Leader, Bruxelles : OEL. 43 p.
- PECQUEUR, Bernard (1989) *Le développement local*, Paris : Syros. 150 p.
- SAUVIN, Thierry (2013) « Hallage ou contre hallage, quelle berge choisir? La Pêche en Finistère », *Magazine de la fédération de pêche du Finistère*, 25 p.
- SAUVIN, Thierry et Anne CHOQUET (2002) *Pêche et terroirs en Bretagne*, Paris : Petit futé. 180 p.
- TORRE, André et Christine LEFRANC (2006) « Les Conflits dans les zones rurales et péri-urbaines. Premières analyses de la Presse Quotidienne Régionale », *Espaces et Sociétés*, vol. 124-125, n° 1-2, p. 93-110.
- VALCESCHINI, Egizio (2000) « La dénomination d'origine comme signal de qualité crédible », *Revue d'Économie Régionale et Urbaine*, n° 3, p. 489-500.
- VALCESHINI, Egizio et François NICOLAS (1995) *Agro-alimentaire : une économie de qualité*, INRA, Paris : Economica. 431 p.
- VÉRON, Jacques (2006) *L'urbanisation croissante*, Paris : La Découverte, Coll. « Repères ». 125 p.