

## Modèle Économique *FishingTourism*

FishingTourism est un label commercial développé dans le cadre du projet Interreg-Med «TOURISMED».

### Prémisse

La Commission européenne souligne l'importance du tourisme en tant que secteur clé de l'économie européenne. En effet, l'Union européenne représente la première destination touristique sur le marché mondial.

Consciente de l'importance du tourisme pour l'emploi, mais aussi pour le développement régional durable, pour la valorisation des ressources naturelles et du patrimoine culturel et pour la consolidation de l'identité européenne, la Commission a défini quatre actions prioritaires :

- Stimuler la compétitivité du secteur du tourisme européen ;
- Promouvoir le développement d'un tourisme durable, responsable et de qualité ;
- Consolider l'image de l'Europe en tant qu'ensemble de destinations durables et de haute qualité ;
- Maximiser le potentiel des politiques financières de l'UE pour développer le tourisme.

Le secteur du tourisme côtier et maritime a été identifié comme un secteur présentant un potentiel particulier. Il a déjà enregistré un nombre important de travailleurs, y compris de nombreux jeunes, et on estime qu'il génère plus d'un tiers du produit brut de l'économie maritime. De plus, on prédit qu'il connaîtra une croissance importante au cours des prochaines années. Il s'agit d'un moteur économique fondamental pour de nombreuses régions côtières et îles européennes, notamment en termes de :

- Tourisme côtier
- Tourisme nautique et de croisière
- Navigation de plaisance

Cependant, bien que de nombreuses régions bénéficient de ce marché en pleine expansion, les communautés de pêcheurs en bénéficient rarement ; au contraire, les activités touristiques peuvent avoir un impact négatif si elles ne sont pas gérées correctement. En effet, il est de plus en plus difficile pour les pêcheurs et leurs communautés de vivre uniquement de la pêche. Les revenus et les emplois créés par le tourisme peuvent donc apporter un revenu supplémentaire aux familles des pêcheurs et assurer, dans certains cas, la survie de leur activité.

Les activités touristiques liées au monde de la pêche peuvent donc représenter une opportunité importante pour les petites communautés de pêcheurs et assurer à la fois la croissance économique et la préservation de l'environnement. Il est en effet possible d'attirer des visiteurs à la recherche d'une expérience plus authentique, directe et personnelle, et de promouvoir ainsi un tourisme plus durable, capable d'enrichir la communauté locale, de valoriser son patrimoine et de préserver l'écosystème marin.

Le tourisme peut également aider à promouvoir la vente de produits de la mer locaux grâce à de multiples activités telles que :

- Vente directe aux touristes
- Promotion des produits dans les restaurants locaux
- Événements locaux consacrés aux activités et aux produits de la pêche

Cependant, pour atteindre cet objectif, il est nécessaire de garantir la participation des pêcheurs aux projets touristiques. Par conséquent, il s'avère crucial de :

- Impliquer les pêcheurs dans toutes les étapes de développement d'une offre touristique liée aux activités de pêche et à la construction du Modèle économique ;
- Impliquer les jeunes et les femmes ;
- Déclencher des processus d'émulation en montrant des exemples concrets de bénéfices d'attirer les touristes dans les zones locales, à partager les traditions et les produits et à se connecter aux flux touristiques préexistants ;
- Limiter au maximum les charges bureaucratiques en apportant un soutien au développement de projets touristiques ;
- Offrir une formation adéquate aux pêcheurs et à leurs familles ou des aides.

### ***FishingTourism***

*FishingTourism* conçoit, gère et met en œuvre des activités de tourisme expérimental menées à bord de navires de pêche par des professionnels du secteur de la pêche artisanale, par le biais d'une compensation monétaire, dans le but de présenter et de diffuser leurs travaux dans le milieu marin. *FishingTourism* peut couvrir un grand nombre d'activités, qui varient en fonction des réglementations nationales. Ces activités peuvent inclure : des excursions sur des bateaux de pêche professionnels, une démonstration des méthodes de pêche, dans certains cas une participation active des touristes au processus de pêche, l'apprentissage des méthodes et des équipements de pêche, la découverte des traditions locales, des sites naturels ou historiques ainsi que de l'environnement marin et sa biodiversité. De plus, dans certains cas, ces activités peuvent inclure la préparation et la consommation des prises de la journée, à bord ou à l'extérieur, des visites de l'arrière-pays et des récits. De plus, l'activité de *pescatourisme (FishingTourism)* peut permettre d'établir des partenariats avec des acteurs locaux tels que des hôtels, des restaurants, des autorités publiques et des tour-opérateurs. Le *pescatourisme* est donc une pratique qui améliore la qualité de vie des pêcheurs et de leurs communautés, réduit l'effort de pêche, favorisant ainsi une meilleure conservation des ressources halieutiques et marines, et représente également une nouvelle activité entrepreneuriale basée sur la préservation des traditions locales et du patrimoine naturel maritime.

## Adaptabilité

Le modèle économique *FishingTourism* décrit la logique avec laquelle l'entreprise de tourisme liée à l'activité de pescatourisme et aux produits de la pêche connexes crée, capture et distribue de la valeur.

Le modèle économique élaboré pour *FishingTourism* est le résultat de l'expérience acquise lors des activités de tests effectuées sur chaque territoire impliqué dans le projet «TOURISMED». Les informations ont ensuite été élaborées à travers l'application de directives méthodologiques communes.

Étant donné que les situations individuelles des pêcheurs, des écosystèmes marins et des contextes économiques et touristiques locaux sont extrêmement diversifiées au niveau européen, il est impossible, voire contre-productif, de développer un modèle économique unique pour les activités de pescatourisme. Par conséquent, le modèle économique prend en compte et est adaptable à la diversité territoriale de divers contextes européens et doit être conçu avant tout comme une approche méthodologique à proposer aux pêcheurs pour le développement de leur modèle économique spécifique, en tant qu'expression de la spécificité territoriale et le marché dont leur communauté est une partie active.

Ainsi, *FishingTourism* présente une offre touristique compatible à la fois avec le type d'écosystème marin et avec la scène touristique de chaque zone MED impliquée.

## La méthodologie Business Canvas

Le *Business Model for FishingTourism* a été développé selon l'approche *Business Model Canvas*, un modèle innovant capable de décrire les quatre principaux domaines d'activité :

- Le produit ou service ;
- Les clients ;
- La viabilité financière ;
- Les infrastructures requises.

Les neuf éléments de base d'un *Business Model Canvas* sont les suivants :

- Segments de clientèle (SC) ;
- Proposition de valeur (PV) ;
- Canaux de communication et de vente (CV) ;
- Relation client (RC) ;
- Sources de revenus (SR) ;
- Ressources clés (RC) ;
- Activités clés (AC) ;
- Partenaires clés (PC) ;
- Structure de coût (SC).

Le modèle économique créé par la méthode "Canvas" est particulièrement polyvalent dans la mesure où il permet de construire un modèle économique spécifique à partir de perspectives différentes. En effet, il est possible d'adopter l'un des neuf éléments comme point de départ, puis de développer tous les autres sur la base de ce premier élément. Le modèle économique est un système dans lequel

différents éléments s'influencent mutuellement en fonction de variables et de relations internes. Ainsi, le modèle ne prend de l'importance que s'il est considéré dans sa représentation générale et cohérente et peut en assurer la cohérence interne, tant pour les processus logiques qu'il doit subir que pour la possibilité de mettre à jour et d'organiser ses parties fondamentales.

Il est important de souligner qu'il n'existe pas de type unique de "modèle économique". Les modèles économiques sont potentiellement illimités et résultent de la construction entrepreneuriale du pêcheur, insérée dans un contexte territorial spécifique et avec des segments de clientèle spécifiques comme public cible.










**The Business Model Canvas**


Designed for:

Designed by:

Date:


Version:

<b>Key Partners</b>  <p>Who are our Key Partners? Who are our key suppliers? Which Key Resources are we acquiring from partners? Which Key Activities do partners perform?</p> <p><b>KEY PARTNER ROLES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Logistics</li> <li>Manufacturing</li> <li>Research and Development</li> <li>Production</li> <li>Marketing</li> <li>Channel</li> <li>Support</li> <li>Human Resources</li> <li>Finance</li> <li>Legal</li> <li>Government</li> <li>Infrastructure</li> <li>Technology</li> <li>Other</li> </ul>	<b>Key Activities</b>  <p>What Key Activities do our Value Propositions require? Our Distribution Channels? Customer Relationships? Channel Activities?</p> <p><b>KEY ACTIVITIES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Production</li> <li>Platform</li> <li>Logistics</li> <li>Marketing</li> <li>Human Resources</li> <li>Finance</li> <li>Legal</li> <li>Government</li> <li>Infrastructure</li> <li>Technology</li> <li>Other</li> </ul>	<b>Value Propositions</b>  <p>What value do we deliver to the customer? Which one of our customer's problems are we helping to solve? What bundles of products and services are we offering to each Customer Segment? Which customer needs are we addressing?</p> <p><b>VALUE PROPOSITIONS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Product</li> <li>Service</li> <li>Channel</li> <li>Platform</li> <li>Logistics</li> <li>Marketing</li> <li>Human Resources</li> <li>Finance</li> <li>Legal</li> <li>Government</li> <li>Infrastructure</li> <li>Technology</li> <li>Other</li> </ul>	<b>Customer Relationships</b>  <p>What type of relationships does each of our Customer Segments expect us to establish and maintain with them? Which ones have we established? How are they integrated with the rest of our business model? How costly are they?</p> <p><b>CUSTOMER RELATIONSHIPS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Personal Assistant</li> <li>Self-Service</li> <li>Automated Services</li> <li>Communities</li> <li>Co-creation</li> </ul>	<b>Customer Segments</b>  <p>For whom are we creating value? Who are our most important customers?</p> <p><b>CUSTOMER SEGMENTS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Mass</li> <li>Niche</li> <li>Segmented</li> <li>Multi-Sided Markets</li> </ul>		
<b>Key Resources</b>  <p>What Key Resources do our Value Propositions require? Our Distribution Channels? Customer Relationships? Revenue Streams?</p> <p><b>KEY RESOURCES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Human</li> <li>Financial</li> <li>Physical</li> <li>Intellectual</li> <li>Channel</li> <li>Technology</li> <li>Other</li> </ul>		<b>Channels</b>  <p>Through which Channels do our Customer Segments want to be reached? How are we reaching them today? How are our Channels integrated? Which ones work best? Which ones are most cost-efficient? How are we experimenting them with customer feedback?</p> <p><b>CHANNELS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Direct</li> <li>Indirect</li> <li>Partners</li> <li>Resellers</li> <li>Agents</li> <li>Intermediaries</li> <li>Co-creation</li> <li>Other</li> </ul>			<b>Cost Structure</b>  <p>What are the most important costs inherent in our business model? Which Key Resources are most expensive? Which Key Activities are most expensive?</p> <p><b>COST STRUCTURE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Variable Costs</li> <li>Fixed Costs</li> <li>Infrastructure</li> <li>Human Resources</li> <li>Production</li> <li>Marketing</li> <li>Channel</li> <li>Technology</li> <li>Other</li> </ul>	<b>Revenue Streams</b>  <p>For what value are our customers really willing to pay? For what do they currently pay? How are they currently paying? How would they prefer to pay? How have our Channels Reduced Customer Costs to attract customers?</p> <p><b>REVENUE STREAMS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Transaction Fees</li> <li>Usage Fees</li> <li>Subscription</li> <li>Advertising</li> <li>Commission</li> <li>Other</li> </ul>

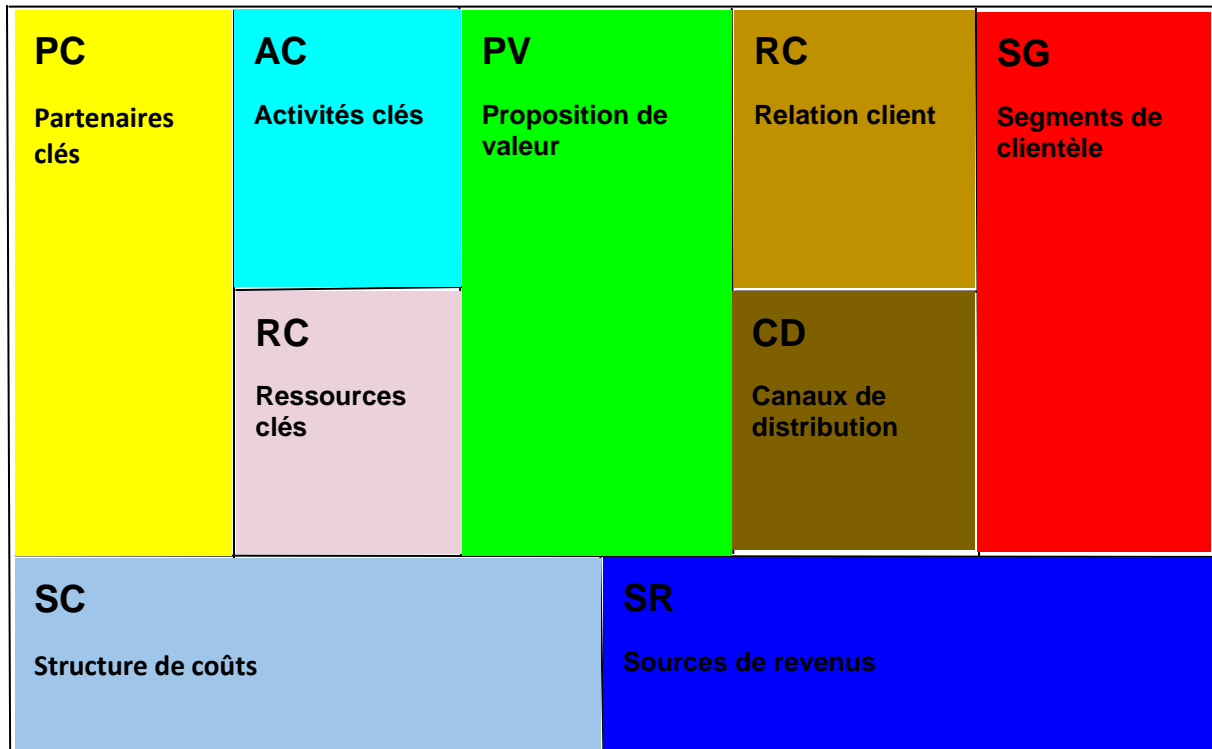


DESIGNED BY: Business Model Foundry AG  
The makers of Business Model Generation and Strategyzer

This work is licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/> or send a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.



strategyzer.com



## Canvas du modèle économique *fishingtourism*

### **AP - Activités principales (ce que vous faites) :**

Les activités clés sont les activités du pêcheur. Cela inclut toutes les activités que le pêcheur exerce, dans le travail comme dans la vie, afin de rendre le modèle économique durable et fonctionnel.

#### Préparation :

- Procédures juridiques et administratives
- Planification et exécution des itinéraires
- Marketing et promotion

#### Exécution :

- Démonstration ou pratique des méthodes de pêche
- Dégustation - à bord ou à terre
- Visites de l'arrière-pays
- Natation

### **SC – Segmentation de la clientèle (à qui vous êtes utile) :**

Cela inclut tous les groupes de personnes ou les entreprises auxquels le pêcheur vend ou pourrait vendre le service de pécaturisme. Il s'agit, plus généralement, des "clients".

- Les locaux ;
- Touristes intéressés par le tourisme expérientiel ;

- Les touristes sensibles aux problèmes environnementaux ;
- Couples, familles, groupes organisés ;
- Chefs ou travailleurs et passionnés de la gastronomie.

***PV - Proposition de valeur (Comment vous êtes utile) :***

Ce sont des produits, des services et plus généralement des "valeurs" qui sont en quelque sorte "uniques" et peuvent attirer des clients.

- Expérience unique et exclusive
- Approche durable et écologique
- Opportunité d'apprentissage - Rôle pédagogique du pêcheur

***C – Canaux (comment atteindre ses clients) :***

Ce bloc comprend tous les outils permettant au pêcheur d'atteindre les clients.

- Plate-forme Web
- Réseaux sociaux
- Points d'information touristique
- Panneaux Extérieurs
- Bouche à oreille

***CR - Relation client (comment vous interagissez) :***

La relation que le pêcheur établit avec les clients repose sur leurs moyens d'interaction. Avant le voyage, ces interactions pouvaient être directes – en personne – ou indirectes, par mail, par les réseaux sociaux ou par le site Web. Toutefois, dans le cas du tourisme expérientiel, une relation personnelle et une interaction étroite et amicale avec le client à bord constituent un élément essentiel du service.

- Plateforme de réservation
- Site web
- Courriel
- Contact direct
- Participation et implication
- Compétences humaines et de communication
- Expérience personnelle
- Panneaux et brochures en plusieurs langues

***PC - Partenaires clés (Qui aide le pêcheur) :***

Les partenaires clés incluent d'autres pêcheurs, des amis, des membres de la famille, partenaires commerciaux ou des personnes qui aident d'une manière ou d'une autre le pêcheur dans ses activités, ou des parties prenantes qui montrent un intérêt pour l'entreprise et disposent de ressources que le pêcheur pourrait exploiter.

- Institutions et associations nationales, régionales et locales - publiques et privées

- Les tour-opérateurs
- Hôtels et restaurants
- Associations de pêcheurs
- Guildes ou coopératives de pêche
- Détaillants de poisson
- Points d'information
- Gestionnaires de plate-forme

**SR – Sources de revenus (ce que vous obtenez) :**

Les revenus des activités, à la fois économiques et non quantifiables.

- Billets: 30 ou 40 € min à 100 € max
- Services optionnels
- Commissions des restaurants
- La publicité
- Financement ou promotion indirecte de tiers

**SC - Structure de coûts (ce que vous donnez) :**

Chaque activité nécessite de l'énergie, du temps, des idées et de l'argent. Cette section comprend également les coûts matériels et immatériels tels que le stress, l'inconfort physique ou le manque de temps à consacrer à d'autres activités.

- Le carburant
- Équipement de sécurité
- Assurance
- Personnel
- Frais de commission
- Certificats et licence
- Frais de publicité
- Commission sur réservation
- Impôts et sécurité sociale

**RC - Ressources clés (qui vous êtes) :**

La ressource clé est le pêcheur lui-même. Ce bloc comprend des outils et des équipements ainsi que les caractéristiques qui distinguent le pêcheur et son activité: intérêts, personnalité, capacités, connaissances.

- Equipement de sécurité
- Le carburant
- Météo
- Compétences humaines
- Assurance

<b>PARTENAIRES CLES</b>	<b>ACTIVITES CLES</b>	<b>PROPOSITION DE VALEUR</b>	<b>RELATION CLIENT</b>	<b>SEGMENTS CLIENTS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agence de tourisme et tour-opérateurs</li> <li>• Hôtels et Restaurants</li> <li>• Associations et coopératives de pêcheurs</li> <li>• Guildes de pêche</li> <li>• Détaillants de poisson</li> <li>• Points d'information</li> <li>• Gestionnaires de plate-forme</li> <li>• Institutions publiques: municipalités, autorités portuaires, garde-côtes, organismes de certification, département du tourisme</li> <li>• Consortium local</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Procédures légales</li> <li>• Planification des itinéraires</li> <li>• Networking avec les agences locales</li> <li>• Marketing et promotion</li> <li>• Démonstration ou pratique des techniques de pêche professionnelles</li> <li>• Dégustation</li> <li>• Cuisine</li> <li>• visites dans l'arrière-pays</li> <li>• plongée sous-marine</li> <li>• Histoires</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Expérience touristique unique, personnelle, pratique</li> <li>• Durable et écologique</li> <li>• Éducation à la pêche et au patrimoine culturel</li> <li>• Découverte de lieux accessibles uniquement en bateau ou connus uniquement par les pêcheurs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plate-forme, site Web et médias sociaux</li> <li>• Email</li> <li>• Contact direct</li> <li>• Matériel d'information dans plusieurs langues</li> <li>• Participation et implication des touristes</li> <li>• Compétences en communication et narration</li> <li>• Interactions personnelles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Touristes locaux et internationaux</li> <li>• Touristes en quête d'un tourisme expérientiel différent</li> <li>• Touristes sensibles aux problèmes environnementaux</li> <li>• familles, groupes d'amis, groupes sociaux ou associations culturelles</li> <li>• Chefs ou voyageurs passionnés par la gastronomie</li> <li>• Voyageurs et agences de voyage intéressées par l'organisation de paquets vacances</li> </ul>
<b>RESSOURCES CLES</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Carburant</li> <li>• Équipement</li> <li>• Météo</li> <li>• Compétences humaines</li> <li>• Assurance et licence</li> <li>• Matériel promotionnel et informatif</li> </ul>			<b>CANAUX DE DISTRIBUTION</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Site Internet</li> <li>• Plateforme en ligne</li> <li>• Réseaux sociaux</li> <li>• Agences de voyages et tour-opérateurs</li> <li>• Bureau du consortium</li> <li>• Vente directe</li> <li>• Bouche à oreille</li> <li>• Publicité</li> </ul>	
<b>STRUCTURE DE COÛTS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Carburant</li> <li>• frais de maintenance du navire</li> <li>• personnel</li> <li>• assurances</li> <li>• Équipement d'adaptation et de sécurité des navires</li> <li>• Matériel d'information</li> <li>• Frais de commission</li> <li>• Certificats et licence</li> <li>• frais de publicité</li> <li>• Commission sur réservation</li> <li>• Impôts et sécurité sociale</li> </ul>			<b>SOURCES DE REVENUS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vente de billets : 30 – 100 €</li> <li>• Services optionnels à bord et à l'extérieur</li> <li>• Vente de forfaits aux agences de voyage</li> <li>• Intégration potentielle avec la vente de conserves de poisson ou de gadgets sur la tradition de la pêche</li> <li>• Potentiel partenariat avec les magasins ou les restaurants locaux</li> <li>• Commissions des restaurants</li> <li>• Publicité pour les tiers</li> <li>• Financement ou promotion indirecte des tiers</li> </ul>	

## Adaptation territoriale

La mise en œuvre du modèle économique a été fortement influencée par la situation locale du territoire où l'activité de pescatourisme a eu lieu.

En effet, le modèle économique offre la possibilité de définir des méthodes spécifiques pour créer le « produit » et présenter la « valeur » de l'activité. Par conséquent, différentes stratégies ont été utilisées pour l'élaboration du modèle économique et la mise en œuvre de ses activités, en fonction des ressources du territoire sur lequel le pescatourisme a été inséré et des caractéristiques des agglomérations touristiques déjà présentes sur le territoire.

L'interrelation avec le secteur du tourisme local et avec les conditions déjà présentes dans la région a été considérée cruciale pour la mise en œuvre des activités. À cet égard, une analyse approfondie a été réalisée au niveau local afin d'évaluer les ressources du territoire et d'évaluer la présence de services touristiques sur le territoire pouvant répondre à la demande du consommateur et susciter un intérêt suffisant parmi les touristes. Cela comprenait :

### A. Analyse Préliminaire

L'analyse préliminaire permet de situer l'activité de pescatourisme par rapport à la situation générale du secteur du tourisme dans la zone d'opération. Elle vise à déterminer si le tourisme doit être considéré absent, en croissance, stable ou en déclin et à déterminer la présence d'organisations et de tour-opérateurs, de structures et d'infrastructures accessibles, d'hôtels et de restaurants et de services généraux.

### B. Analyse territoriale

De nombreuses zones de pêche disposent de ressources culturelles et naturelles qui peuvent être très attractives si elles sont rendues accessibles et promues de façon efficace. Ces ressources doivent être sélectionnées et promues au sein de l'offre touristique locale. Celles-ci peuvent inclure des ressources naturelles telles que des rivières, des lacs et des plages, des sites historiques, des ports de pêche, des fêtes et traditions de pêche et des recettes traditionnelles.

Sur la base des analyses effectuées, il est possible de distinguer trois niveaux différents de développement touristique dans la zone identifiée :

- Zone avec une offre touristique sous-développée ou absente
- Zone à fort potentiel d'offre touristique
- Zone à forte présence d'offre touristique

<b>Classification</b>	<b>Stratégie de base dans le traitement du modèle économique</b>
<b>Zone avec une offre touristique sous-développée ou absente</b>	<p><b><i>Les conditions appropriées doivent être créées pour le développement du tourisme en général et pour les activités touristiques de pêche en particulier.</i></b></p> <p>Il faudra envisager un modèle économique qui soutienne la promotion, le développement ou la consolidation des infrastructures, des services et des activités touristiques de base.</p>

<b>Classification</b>	<b>Stratégie de base dans le traitement du modèle économique</b>
<b>Zone à fort potentiel d'offre touristique</b>	<p><b><i>Ce sont des zones touristiques moins connues, mais elles ont un potentiel de développement touristique considérable.</i></b></p> <p>Le modèle économique doit proposer des initiatives visant à promouvoir la connaissance de la région et à attirer davantage de visiteurs en exploitant les activités de pêche en tant que point central de l'identité de la région.</p>

<b>Classification</b>	<b>Stratégie de base dans le traitement du modèle économique</b>
<b>Zones à forte présence touristique</b>	<p><b><i>Le modèle économique doit développer des interventions pour éviter que le développement du tourisme ne contourne les communautés de pêcheurs.</i></b></p> <p>Pour promouvoir les activités du pécaturisme, il est nécessaire de travailler en contact étroit avec les zones où le tourisme est déjà une activité bien établie.</p>

## Zone de test

Tous les partenaires de test ont mis en évidence un aspect différent du modèle économique, distinctif de leur expérience. Cela n'exclut pas tous les autres éléments mentionnés précédemment.

### A. Contexte touristique sous-développé ou absent

L'établissement d'une entreprise de tourisme de pêche dans une région ayant un contexte touristique sous-développé ou absent est un défi mais précieux. Dans ce cas particulier, il est conseillé d'effectuer une analyse détaillée et une planification précise des avantages ainsi que des risques potentiels d'un choix entrepreneurial aussi audacieux et novateur. En cas de succès, l'activité de pescatourisme deviendrait ainsi le principal attrait touristique de la région et constituerait un tournant décisif pour le développement du secteur touristique ainsi que de l'économie locale en général. Il est donc essentiel d'associer les autorités publiques et les acteurs locaux à la mise en œuvre d'un modèle touristique et à la mise en place des infrastructures et des services nécessaires aux potentiels touristes. La stratégie de marketing doit être soutenue par une vaste campagne de communication, capable de susciter une prise de conscience généralisée et de susciter un intérêt suffisant pour l'activité de pescatourisme, attirant ainsi les touristes vers ce service spécifique et promouvoir la mise en valeur du patrimoine traditionnel de la pêche dans une région par ailleurs moins populaire.

#### *Sections principales du canvas du modèle économique dans une zone où le contexte touristique est sous-développé ou absent*

- **Segmentation de la clientèle (SC)** : *Locaux, touristes intéressés par une expérience innovante et durable*
- **Proposition de valeur (PV)** : *Expérience authentique, originale et exclusive*
- **Canaux de communication et de vente (C)** : *Campagne promotionnelle étendue*
- **Ressources clés (RS)** : *Absence de concurrents*
- **Partenaires clés (PC)** : *Institutions publiques et locales*

### B. Fort potentiel touristique

#### **Trabia, Italie**

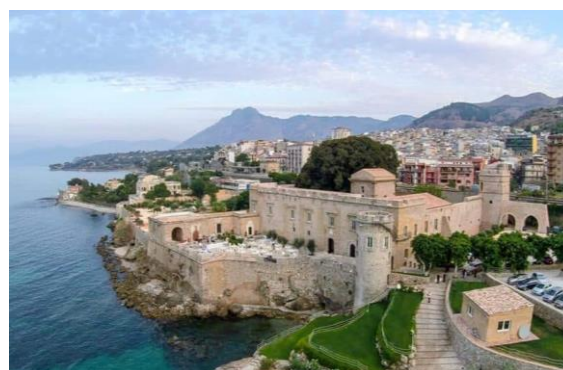
Trabia est située sur la côte tyrrhénienne de la Sicile. Son économie traditionnelle basée sur les activités de pêche artisanale a connu un déclin ces dernières années en raison du développement de la pêche industrielle. Néanmoins, Trabia révèle un fort potentiel de développement touristique. Ceci résulte à la fois de la présence d'installations d'hébergement, de restaurants et de services généraux et, surtout, de son emplacement stratégique à mi-chemin entre Palerme et Cefalù, deux attractions touristiques majeures.

Bien que son potentiel soit élevé, Trabia n'est pas considéré par le grand public comme un site touristique et il est souvent adopté ou ignoré par les touristes se déplaçant d'un endroit à l'autre. Il est donc important non seulement d'inclure le pescatourisme à Trabia dans le cadre d'une image touristique plus globale présente dans la région mais aussi de le présenter comme une occasion de faire l'expérience du patrimoine de connaissances et de compétences de l'artisanat maritime traditionnel. Les activités tenues à Trabia comprenaient :

- Excursions à bord de navires de pêche artisanale
- Démonstration des méthodes de pêche, classification du poisson et participation aux activités de pêche
- Raconter des histoires
- Visites
- Manger la prise du jour

### ***Objet du canvas du modèle économique à Trabia***

- ***Segmentation de la clientèle (SG) : Touristes de la route Arabe-Normande UNESCO de la région***
- ***Canaux de communication et de vente (CCV) : Campagne promotionnelle ciblée auprès des touristes potentiels déjà présents dans la région***
- ***Activités clés (AC) : Participation des touristes aux activités de pêche, aux visites touristiques, aux contes, à la natation et à la plongée en apnée dans les zones d'accès difficiles pour le public***
- ***Partenaires clés (PC) : Infrastructures touristiques dans la région***



## Rafina, Grèce

Rafina est une ville portuaire située à quelques minutes de route de la capitale grecque, Athènes. Son port est le deuxième plus grand de la région de l'Attique. La mise en œuvre d'activités de pécaturisme à Rafina est le résultat d'une planification précise, détaillée et adaptée ; de plus, une coopération étroite avec les parties prenantes locales et régionales et les partenaires clés a été établie. Plusieurs réunions de co-planification et groupes de discussion ont été organisés, impliquant non seulement les pêcheurs, mais également : le Département des pêches de l'unité régionale de l'est de l'Attique, l'autorité délivrant le permis ; l'Association locale des pêcheurs artisanaux de Rafina ; l'Association des restaurants de l'Attique ; Association locale des zones côtières de Marikes - Association Nireas ; un représentant du lycée Rafina, agents de tourisme locaux.

De plus, la technologie innovante des vidéos de réalité virtuelle a été développée et adoptée comme canal de communication pour promouvoir les activités de pécaturisme : des lunettes spéciales permettent une expérience immersive sur le bateau, sous l'eau ou dans les sites culturels et naturels de la région.

### *Focus sur le canvas du modèle d'entreprise à Rafina*

- **Proposition de valeur (PV)** : un billet tout compris est nécessaire pour améliorer la communication entre les pêcheurs, les touristes, les voyageurs et les restaurants.
- **Canaux de communication et de vente (CCV)** : technologie innovante pour la promotion. Les stratégies de communication devraient être adoptées en synergie avec les municipalités et les voyageurs et également destinées aux marchés du tourisme en dehors de la Grèce. De plus, la communication et la promotion ne devraient pas s'arrêter pendant les mois les plus froids.
- **Relation client (RC)** : brochures en plusieurs langues ; Personnel anglophone à bord ; rester en contact avec les touristes pour pouvoir compter sur les renvois.
- **Activités clés (AC)** : itinéraires alternatifs pour une expérience de marche ; en cas de prises rares ou de groupes nombreux, un poisson supplémentaire doit être ajouté pour préparer un repas adéquat, s'il est inclus dans les activités du circuit. La cuisson à l'intérieur du navire s'est avérée dangereuse en raison des conditions météorologiques défavorables.
- **Partenaires clés (PC)** : municipalités, associations, restaurants, hôtels, tour-opérateurs.



## Les Pouilles, Italie

Les zones de la région des Pouilles où le modèle économique a été mis en œuvre sont Monopoli, Savellettri et Mola di Bari. La côte des Pouilles est l'objet chaque année des flux de touristes saisonniers, mais ces villes en particulier sont situées à proximité de grandes villes comme Bari et peuvent représenter une attraction touristique même pour les visiteurs locaux intéressés à renouer avec leurs racines et leurs traditions. Un biologiste marin a aidé les pêcheurs à fournir aux touristes des informations sur l'écosystème marin, les différentes espèces capturées et leurs caractéristiques spécifiques. L'expérience a également été enrichie par la visite de sites intérieurs liés à la pêche, tels que les maisons de pêcheurs traditionnelles, le phare et les chapelles religieuses. Les touristes étaient accompagnés dans une expérience de transfert de connaissances en trois étapes portant principalement sur :

- histoires des terres et de la biodiversité ;
- espèces de poissons et matériel de pêche ;
- traditions, coutumes et habitudes des pêcheurs.

### *Focus sur le modèle économique dans les Pouilles*

- **Segments de clientèle (SC)** : touristes saisonniers et locaux
- **Proposition de valeur (PV)** : redécouvrir les traditions, en savoir plus sur l'écosystème, faire l'expérience d'activités marines et terrestres
- **Canaux de communication et de vente (CCV)** : médias sociaux et publicité
- **Activités clés (AC)** : participation à des activités de pêche, excursions à bord et dans l'arrière-pays, narration

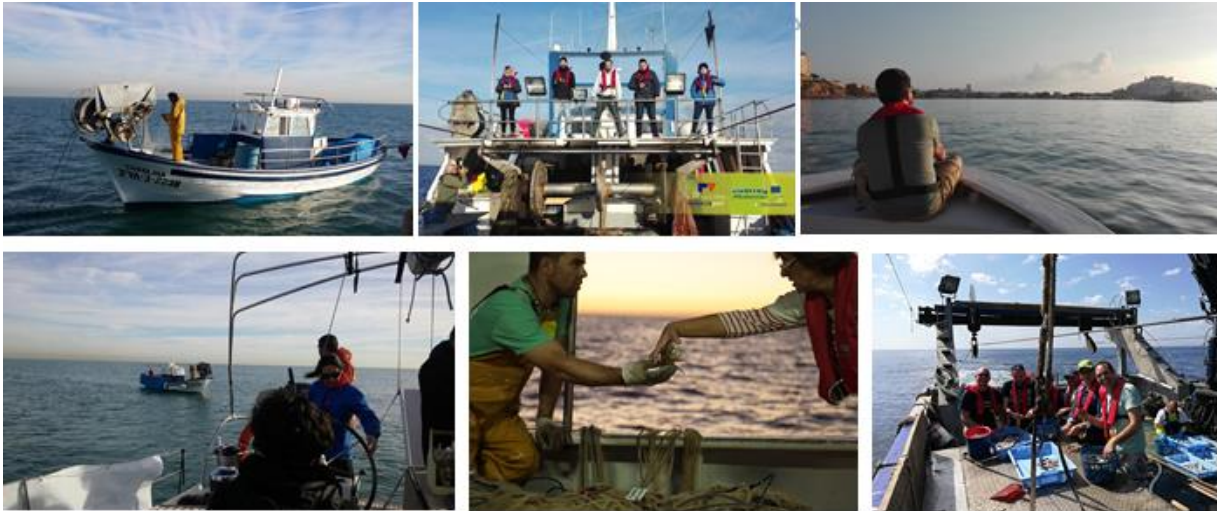
- **Partenaires clés (PC)** : collaboration avec une coopérative locale ; biologiste pour les détails scientifiques.



### C. Forte présence du tourisme

#### Valencia, Espagne

La ville de Valence et la région de Valence sont des destinations touristiques importantes toute l'année. Par conséquent, la mise en œuvre d'activités de pescatourisme a acquis une dimension régionale, prenant place dans les trois provinces de la région de Valence. Dans les différentes provinces, divers facteurs de conditionnement, tant au niveau administratif que météorologique, ont modifié la planification initiale des tests. Les navires concernés étaient à la fois des bateaux de pêche artisanale et des chalutiers ; Les méthodes adoptées comprenaient : l'observation des méthodes de pêche du navire ainsi qu'une activité d'accompagnement dans laquelle le touriste est embarqué sur un voilier qui suit le navire de pêche tout au long de la journée de travail. Une visite des installations du pêcheur dans la zone portuaire a été organisée et, dans le cas de longs voyages, les sorties ont inclus le petit-déjeuner et le déjeuner.



## Corse, France

Les quatre villes d'Ajaccio, Propriano, Bonifacio, Solenzara où le Business Model a été testé sont des sites touristiques importants en Corse. La phase de planification a impliqué plusieurs acteurs locaux en tant que partenaires clés, notamment des associations de pêche, des organismes publics et des bureaux d'information touristique. L'approche pour la mise en œuvre des activités a testé deux stratégies différentes :

- Point d'information : le rôle des bureaux d'information touristique était stratégique. En effet, les professionnels du tourisme travaillant dans ces institutions ont été formés pour informer les touristes de la possibilité de vivre un voyage de pècatourisme dans le cadre de l'offre touristique de la région.
- Pêcheur: le pêcheur impliqué a joué le rôle d'acteur principal dans l'ensemble du processus et a décidé d'utiliser sa propre poissonnerie, située dans la rue principale de Solenzara, comme vitrine de ses voyages de pècatourisme, ouvrant ses segments de clientèle à sa clientèle habituelle d'acheteurs de produits de la pêche.

La promotion des activités a été organisée dans le cadre de « Le mois du tourisme de pêche en Corse » et une campagne de communication dynamique basée sur les réseaux sociaux a été mise en place grâce à l'élaboration d'un plan de contenu quotidien et à la publication de plusieurs images.

- **Segments de clientèle (SC)** : touristes internationaux, clientèle régulière du pêcheur, jeunes voyageurs, couples et familles
- **Proposition de valeur (PV)** :
  - « attracteur » stratégique capable de relier le tourisme maritime et de montagne, le tourisme côtier au tourisme intérieur et à l'agro-tourisme

- vitrine des espaces intérieurs et agro-touristiques et des produits
- diversification des activités touristiques dans la région
- **Canaux de communication et de vente (CCV) :** *Campagne ciblée sur les médias sociaux, points d'information, boutique de pêcheur*
- **Sources de revenus (SR) :**
  - organisation de cours de cuisine à base du poisson pêché (30 €)
  - possibilités d'apprentissage informelles organisées pendant le voyage
  - achat de vidéos / photos de l'expérience du tourisme de pêche (50 €)
- **Activités clés (AC) :**
  - Les participants ont souligné que le tourisme de pêche est un « moyen de découvrir les méthodes de pêche artisanale », c'est-à-dire un « moyen d'échanger des expériences avec des pêcheurs » ainsi que « de se renseigner sur les écosystèmes marins ».
  - Les participants ont également souligné qu'« il est important d'avoir la possibilité de pêcher » ou du moins « de participer activement à la pêche, par exemple en aidant les pêcheurs lors de leurs activités ».
  - Un autre aspect important concerne la « possibilité de manger du poisson pêché ». Ainsi, l'activité de pescatourisme pourrait être enrichie d'activités de pescatourisme ainsi que de l'organisation de cours de cuisine à base du poisson pêché ;
  - Participation aux opportunités d'apprentissage informelles organisées pendant le voyage en ce qui concerne l'écosystème maritime.
  - Achat de vidéos / photos de l'expérience de pescatourisme
- **Partenaires clés (PC) :** *Info points*



## Durrës, Albanie

Durrës possède l'un des ports touristiques et de pêche les plus importants d'Albanie. Il offre également un certain nombre de sites historiques et d'activités complémentaires à inclure dans l'expérience du pescatourisme. À cette fin, la collaboration avec les partenaires clés du secteur touristique, tels que les restaurants, les hôtels, les sites archéologiques et historiques et les zones d'intérêt environnemental, a été cruciale pour le développement d'itinéraires de pescatourisme et pour leur intégration dans le contexte touristique local. Les activités clés réalisées au cours des tests comprenaient : l'observation et la pratique de différentes méthodes de pêche ; visites guidées de sites naturels et historiques ; déjeuner avec la prise du jour.

Le pescatourisme est une initiative sans précédent en Albanie. Une définition juridique, des actes réglementaires, un cadre pratique et une expérience dans ce domaine sont donc nécessaires. Le potentiel d'une combinaison entre le patrimoine de la pêche artisanale et traditionnelle et l'offre touristique du district de Durrës est indéniable. Pour cette raison, il est nécessaire de définir un cadre opérationnel concernant : l'élaboration d'itinéraires et de forfaits, l'établissement de limitations saisonnières, la définition des prix et la mise en œuvre de politiques d'appui aux niveaux national et local.



## Étude de faisabilité

La décision de créer le modèle économique *FishingTourism* nécessite de procéder à une évaluation préliminaire des potentiels avantages et inconvénients de l'initiative économique, capable de prendre en compte les facteurs économiques et personnels, ainsi que les besoins de la communauté locale. Cela peut aider à prévoir les obstacles et à définir une action orientée vers la gestion des situations positives et négatives.

### Potentiels avantages :

(source : Farnet)

- **Augmenter** et **diversifier** les revenus des pêcheurs ; créer une majeure **occupation** dans la région ; générer une contribution accrue des impôts au développement des infrastructures locales ;
- Promouvoir la consommation de **poisson local** et de produits locaux en général ;
- Préserver le **milieu marin** et **l'écosystème** ;
- Renforcer la **durabilité** économique et environnementale de la pêche, renforcer l'attractivité de ce secteur pour les jeunes générations ;
- Améliorer la **reconnaissance** et la **visibilité** de la pêche : **sensibiliser** les consommateurs à l'importance de la pêche durable et mettre en évidence l'importance de la pêche pour **l'identité** et l'attractivité d'une région ;
- Améliorer la **coopération** dans la région grâce à la participation des pouvoirs publics et des parties prenantes locales.

### Potentiels désavantages :

(source: Farnet)

- **Concurrence** pour les **ressources rares**, en termes d'approvisionnement en poisson, d'espace, d'infrastructures et de personnel
- revenu insuffisant et incertain, travail saisonnier

*Dans les zones avec un secteur touristique en développement ou fort :*

- Investissement entrant dans le secteur des **grandes entreprises non locales** : le revenu généré ne reste pas dans le secteur
- **Tourisme à grande échelle** : importation ou remplacement de personnel et de ressources locaux, moins d'attention portée à la qualité et à la durabilité
- Pression, **conflits** sectoriels et dommages environnementaux causés par une forte activité touristique

- **Co-modification des atouts locaux** : les valeurs et le style de vie locaux risquent d'être ajustés et déformés pour répondre à la demande touristique.

### Viabilité financière

Assurer un équilibre économique et la création de bénéfices est au cœur d'une entreprise prospère. Bien évidemment, les coûts doivent être soustraits des revenus pour créer des bénéfices.

Toutes les activités liées à une entreprise impliquent des coûts. La création et la distribution de valeur, les *relations* avec les clients, le marketing et la promotion sont toutes des activités qui impliquent l'apparition de coûts. Ces coûts peuvent être calculés après la définition des ressources clés, des activités clés et des partenaires clés. L'identification des coûts, fixes et variables, ainsi que la définition d'une stratégie pour équilibrer et gérer ces dépenses est essentielle à la survie de l'activité.

Structure de coût (SC):

- Carburant
- Frais de maintenance du navire
- Personnel
- Assurances
- Équipement d'adaptation et de sécurité des navires
- Matériel d'information
- Frais de commission
- Certificats et licence
- Frais de publicité
- Commission sur réservation
- Impôts et sécurité sociale

Source de revenus (SR):

La vente de billets est la principale source de revenus du modèle *FishingTourism*. Le prix dépend de la structure des coûts. En fait, les coûts plus élevés du carburant, des assurances et des heures de travail déterminent le besoin de prix plus élevés. Par conséquent, le modèle *FishingTourism* vise à ajouter de la valeur à l'expérience plutôt qu'à la baisse des prix pour attirer les clients.

Le coût global de la journée de pécaturisme doit être divisé entre le nombre de touristes à bord. Plus le nombre de touristes que le navire peut accueillir est faible, plus le prix devrait être élevé. Par conséquent, un nombre réduit de touristes à bord pourrait être préjudiciable à la survie de l'entreprise et à des demandes d'évaluation et de planification supplémentaires.

## Analyse SWOT

La conception et la mise en œuvre du modèle *FishingTourism* ont été des opportunités précieuses pour l'identification des *forces*, des *faiblesses*, des *opportunités* et des *menaces* du modèle économique. Celles-ci peuvent être résumées par une analyse SWOT.

<b>F</b> <b>FORCES</b>	<b>f</b> <b>FAIBLESSES</b>	<b>O</b> <b>OPPORTUNITES</b>	<b>M</b> <b>MENACES</b>
<p>Capitalisation de l'expertise déjà acquise par le pêcheur et des ressources et installations de la région</p> <p>Profiter de la présence de touristes déjà sur le territoire</p>	<p>Besoin de développer des capacités personnelles et sociales</p> <p>Nécessité d'une stratégie de communication adaptée et d'une organisation logique des activités</p> <p>Nécessité d'une promotion territoriale commune des itinéraires</p>	<p>Proposer aux touristes déjà en visite dans les territoires une « raison de rester »</p> <p>Vente additionnelle de photo ou de vidéo de l'expérience</p> <p>Cuisiner la prise ou mettre en place un cours de cuisine pour apprendre des recettes traditionnelles</p> <p>Service de ramassage, boissons et collations de meilleure qualité, gadgets</p> <p>Service d'hébergement supplémentaire fourni par les pêcheurs aux touristes via des plateformes de réservation en ligne</p>	<p>Pas de prise ou pas assez de poisson pêché pour tous les touristes - besoin de poisson supplémentaire ou d'autres aliments</p> <p>Facteurs incontrôlables : météorologiques, juridiques</p> <p>Risque de déséquilibre financier des coûts et des revenus</p>

## Annexe I: Document de recommandation

### *Guide pratique et boîte à outils pour la mise en œuvre du modèle économique FishingTourism*

Extrait du livrable TOURISMED 4.2.3

Ce guide pratique et cette boîte à outils visent à faciliter la diffusion du modèle de pescsatourisme dans l'ensemble de la région MED, en donnant des recommandations opérationnelles et pratiques aux autorités locales et aux pêcheurs souhaitant mettre en œuvre des activités de pescsatourisme.

Le document contient des recommandations sur la manière d'implémenter le modèle de pescsatourisme et des mesures appropriées qui facilitent sa mise en œuvre conformément aux critères établis pour protéger l'écosystème marin et les ressources de pêche.

Les partenaires de TOURISMED ont convenu de concevoir ce document de recommandation comme guide pratique et cadre opérationnel méthodologique pour la mise en œuvre du modèle de pescsatourisme au niveau local. Le document contient :

- Une note méthodologique synthétique et claire décrivant pas à pas les actions à mettre en œuvre ;
- Une boîte à outils regroupant tous les documents, outils et directives produits au cours du projet TOURISMED pouvant être utiles sur le terrain pour permettre la réalisation de chaque étape.

### **Recommandations aux autorités locales et / ou aux acteurs collectifs**

Cette première partie s'adresse aux organisations (coopératives de pêcheurs, responsable de destination touristique, autorités, etc.) qui souhaitent développer et consolider les activités et offres de pescsatourisme sur leur territoire. Il détaille, étape par étape, les actions à mettre en œuvre, ainsi que les recommandations méthodologiques et pratiques, pour assurer l'efficacité des actions.

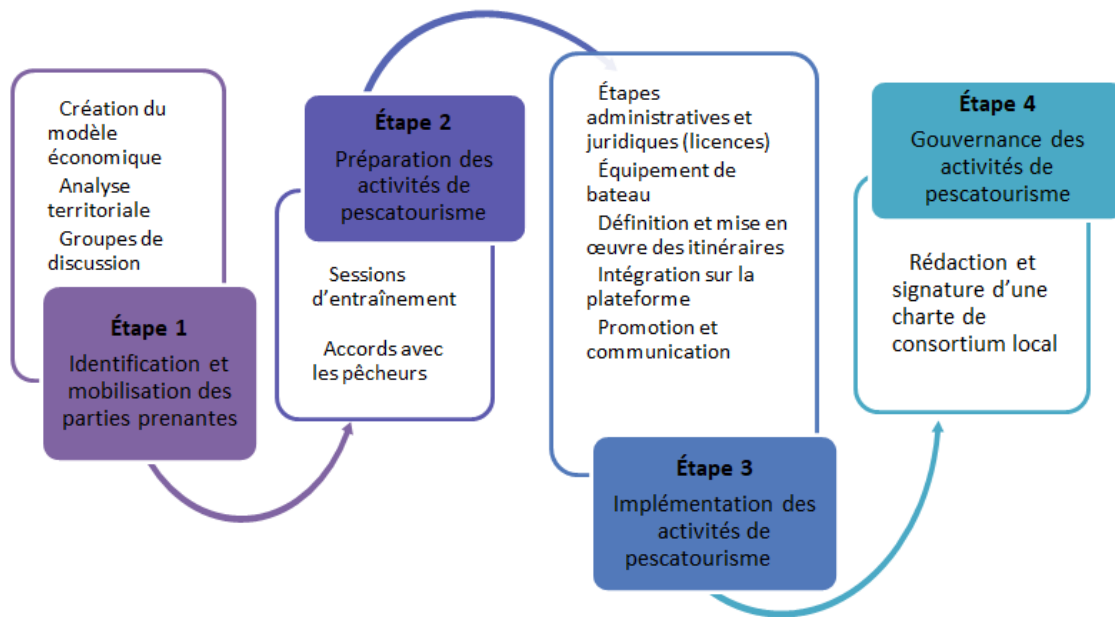


Figure 1: Étapes opérationnelles à suivre pour développer le pécaturisme sur votre territoire

## ÉTAPE 1: Identification et mobilisation des parties prenantes

Actions à mettre en œuvre:

- ✓ Adaptation du modèle économique : L'un des principaux résultats de TOURISMED est un modèle économique pour le pécaturisme, qui pourrait être adapté aux spécificités locales. L'adaptation de ce modèle permettra d'identifier les principaux aspects de l'activité touristique locale liée à la pêche, en se concentrant sur les activités clés, les ressources clés, la proposition de valeur, les relations et segments de clientèle, les partenaires clés, la structure de coûts et les sources de revenus.
- ✓ Analyse territoriale : un état de l'art fournira des informations sur la mesure dans laquelle le pécaturisme est pratiqué sur le territoire, tandis qu'une étude de faisabilité identifiera des informations clés sur les spécificités locales, telles que : les caractéristiques des ressources naturelles et culturelles ; Considérations environnementales ; Processus d'autorisation et approbations nécessaires ; Les préoccupations de sécurité ; Viabilité économique.
- ✓ Groupes de discussion : Un groupe de discussion local réunissant une grande diversité de parties prenantes concernées (pêcheurs, organisations de pêche et administrations de pêche, organisations de tourisme concernées, organisations locales, etc.) devrait être organisé selon une approche participative afin de : promouvoir l'engagement des parties prenantes locales, mais aussi pour déterminer comment lier le modèle économique du pécaturisme aux spécificités, besoins et potentiels locaux liés au pécaturisme.

### Recommandations :

- ✓ À ce stade, **il est essentiel de planifier les activités avec l'ensemble de la communauté des parties prenantes** concernées, et en particulier avec les associations et les organisations de pêcheurs. Veillez à impliquer des organisations collectives, cela aura un effet direct en termes de confiance et de légitimité.
- ✓ N'oubliez pas **d'inviter à la première réunion d'autres parties prenantes clés indirectement concernées, telles que les restaurants, les hôtels, les voyageurs, les autorités locales ou même les détaillants de poisson**. Ils doivent faire partie du jeu et contribueront directement au succès des produits du pescatourisme. Vous pouvez souligner / récompenser leur engagement en publiant des logos-autocollants dans les locaux des entreprises.
- ✓ À ce premier stade, **essayez d'identifier un leader, la bonne personne capable de mobiliser et de diriger la communauté** des parties prenantes impliquées : ce pourrait être la partie prenante qui commercialisera le produit du pescatourisme ainsi qu'un pêcheur.

### Outils, modèles et lignes directrices :

- Modèle économique du tourisme de pêche raffiné (En)
- Guide d'analyse territoriale (En)

### Produits utiles, exemples et documents:

- Rapport d'analyse territoriale (En)

## ÉTAPE 2: Préparer les activités de pescatourisme

### Actions à mettre en œuvre :

- ✓ Sessions de formation : Il est vivement recommandé d'organiser des formations pour les pêcheurs sur des thèmes liés au pescatourisme : procédures formelles d'autorisation, mesures de sécurité et de protection à bord des navires de pêche, règles de sécurité de la navigation, règles d'hygiène et règles sanitaires concernant la manipulation et le stockage des aliments, Premiers secours, Gestion d'une entreprise de pescatourisme : aspects bureaucratiques et administratifs, notions de promotion et de commercialisation dans le secteur du tourisme et de l'hôtellerie, biologie des principales espèces commerciales locales et conservation des écosystèmes marins et des ressources halieutiques, principes d'élimination des déchets et réglementations environnementales pour la sauvegarde de la mer, des systèmes de pêche communs et traditionnels et des engins pertinents pour le pescatourisme.
- ✓ Accords avec les pêcheurs : afin d'assurer la participation des principaux acteurs à la mise au point d'un produit territorial de pescatourisme, il est vivement recommandé de signer des accords avec : des pêcheurs et / ou des organisations de pêche (afin d'assurer la participation directe du groupe cible qu'ils représentent, dans les activités), mais aussi avec des partenaires potentiels et des parties prenantes externes souhaitant contribuer activement à la construction d'un produit de pescatourisme intégré sur le territoire.

**Recommandations :**

- ✓ Pour assurer le succès des formations, **assurez-vous que votre approche pédagogique retiendra l'attention des pêcheurs**, en utilisant du matériel attrayant, une approche interactive et participative.
- ✓ L'efficacité des sessions de formation sera accrue si **le formateur est lui-même un pêcheur ou un professionnel du secteur de la pêche**.

**Outils, modèles et lignes directrices:**

- Modèle d'accord avec pêcheur (En)
- Guide du programme de formation (En)
- Manuel pour les formateurs (En, It, Fr, Al, Sp, El)
- Manuel pour les stagiaires (Fr)
- Modèle de certificat (En)

**Produits utiles, exemples et documents :**

- Matériel de formation (It, Fr, Al, Sp, El)
- Certificats (It, Fr, Al, Sp, El)

**ÉTAPE 3: Mise en œuvre des activités de pescatourisme**

Au cours de cette phase, votre organisation doit aider les pêcheurs impliqués dans la préparation, la mise en œuvre et la gestion des activités de pescatourisme. Il comprend un support technique et administratif pour :

- ✓ Obtention de licences et respect des exigences légales
- ✓ Équipement de bateau
- ✓ Définition et mise en œuvre des itinéraires
- ✓ Intégration des itinéraires sur la plateforme
- ✓ Promotion et communication des itinéraires

**Recommandations :**

Pour obtenir la licence de tourisme de pêche, vérifiez si vous pouvez utiliser le matériel VHF

- ✓ En amont, consulter et associer les organismes de certification et les autorités publiques, afin de s'assurer qu'ils valideront l'équipement.
- ✓ Lors de la conception des itinéraires de pescatourisme, il sera important d'associer et d'impliquer les opérateurs touristiques : ils connaissent mieux les centres d'intérêt et les habitudes des consommateurs en matière de tourisme, et ils fourniront de bons conseils pour la conception des forfaits touristiques. Le produit touristique attirera les touristes.

**Outils, modèles et lignes directrices :**

- Directive méthodologique sur les essais pilotes (En)

- Modèles d'itinéraire (En)
- Modèle de panneau d'interprétation (En)
- Enseigne d'extérieur (En)
- Logos et matériel de marque (Fr)
- Modèle d'enquête de satisfaction client (En)

#### Produits utiles, exemples et documents :

- Plans d'itinéraire (En, It, Fr, Al, Sp, El)
- Panneaux d'interprétation locaux (En, El)
- Brochures et dépliants locaux (En, It)

## ETAPE 4: gouvernance des activités de pescatourisme

#### Actions à mettre en œuvre :

- ✓ Rédaction et signature d'une charte de consortium local : afin d'assurer la qualité constante et la durabilité des activités de pescatourisme sur votre territoire, il est essentiel de construire un consortium local (c'est-à-dire une organisation multipartite) qui prendra en compte et se chargera de la gestion des activités et des produits de pescatourisme que vous avez développés dans la région. Le processus de construction du consortium devrait inclure la négociation et la co-rédaction d'une charte locale visant à régler les rôles, les fonctions et le système d'exploitation d'un tel consortium local.

#### Recommandations :

- ✓ **Charter La charte du consortium local devrait être co-écrite selon une approche participative** impliquant toutes les parties prenantes, afin de **garantir l'engagement à long terme des parties signataires** et d'éviter un simple « effet d'opportunité ».
- ✓ **Les règles, les engagements mutuels et le processus de contrôle devraient être directement négociés et décidés par les parties signataires**: elles accepteront de meilleures contraintes qu'elles ont choisies que celles imposées par une autorité supérieure.

#### Outils, modèles et lignes directrices :

- Directive sur les accords de tourisme de pêche (En)

#### Produits utiles, exemples et documents :

- Chartes locales (It, Fr, Al, Sp, El)

## Recommandations aux pêcheurs

Cette deuxième partie de notre guide pratique s'adresse aux pêcheurs souhaitant pratiquer des activités de pescatourisme sur un territoire où existe déjà une autorité / un organisme chargé de la gestion et de la coordination du pescatourisme au niveau local (autorité publique, responsable de destination touristique, consortium touristique local de pêche, coopérative de pêche, etc.). Il détaille, étape par étape, les actions à mettre en œuvre par les pêcheurs et quelques recommandations techniques relatives aux conditions locales de la pratique du pescatourisme.

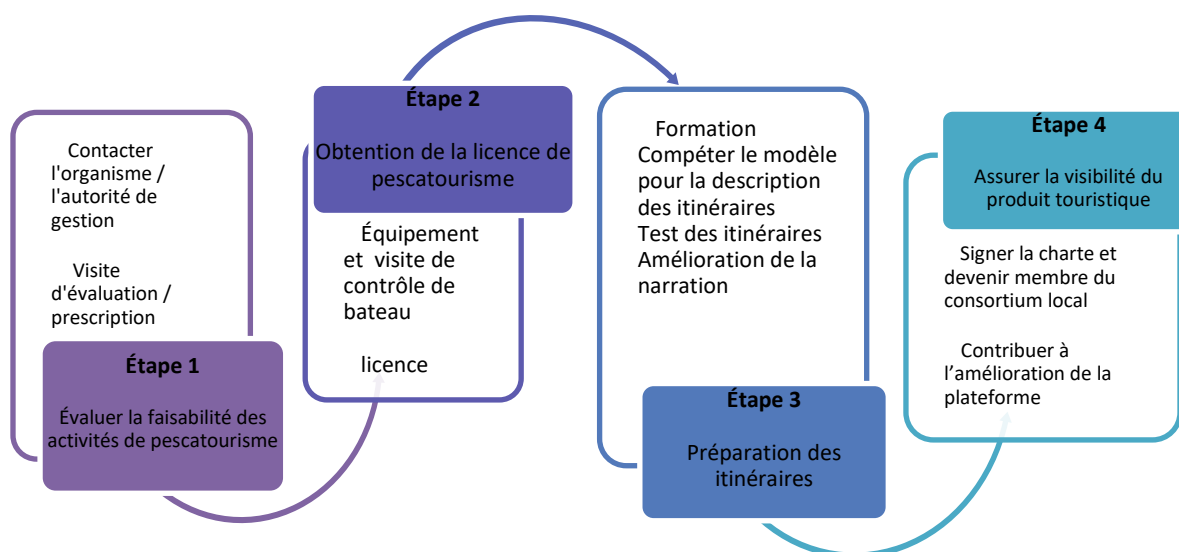


Figure 2: Étapes opérationnelles à suivre par les pêcheurs pour pratiquer le pescatourisme

## Recommandations spécifiques pour Valence (Espagne)

### Étape 1 - Évaluer la faisabilité des activités de pescatourisme

Personne-ressource à contacter pour obtenir conseils et assistance : Carolina Navarro Correcher, responsable de secteur - Fundacion Valenciaport, Muelle del Turia s / n, +34 687 629 583

Coordonnées de la responsable administrative : Generalitat Valenciana, Conselleria de Agricultura, Desarrollo Rural, Emergencia Climática y Transición Ecológica, C / DE LA DEMOCRACIA, 77 - Valence, +34 961247178

### Étape 2 - Obtention de la licence de pescatourisme

Contraintes légales à respecter pour pratiquer le pescatourisme et obtenir la licence :

La réglementation légale de cette activité est établie par le décret royal 56/2017, du 28 avril, intitulé “del Consell, por el que se regulan las medidas para la diversificación pesquera y acuícola en la Comunitat Valenciana”.

1. En plus des personnes physiques, les personnes morales suivantes peuvent exercer toute activité dont l'objectif principal est l'un ou plusieurs des objectifs visés au paragraphe 3 :

- ✓ Les entités commerciales constituées de titulaires d'autorisations, concessions ou licences visées à l'alinéa 2 a), d'associations de pêcheurs ou d'organisations de producteurs du secteur de la pêche.
- ✓ Les sociétés de services liées à des activités touristiques, de loisirs, éducatives ou culturelles visées par le décret, ainsi que les titulaires des autorisations, concessions ou licences visées au paragraphe 2, point a), des corporations de pêcheurs ou des organisations de producteurs, en vertu les membres du secteur de la pêche ont un pourcentage décisionnel supérieur à 50%.
- ✓ Les entités commerciales constituées de sociétés de services liées au développement d'activités touristiques, récréatives, éducatives ou culturelles visées par le présent décret, ainsi que les titulaires d'autorisations, concessions ou licences visées à l'alinéa 2 a) du présent article, d'associations de pêcheurs ou de producteurs organisations, à condition que plus de 50% des actions ou des avoirs de l'entité appartiennent à des membres du secteur de la pêche.

2. Conditions générales à remplir par les personnes physiques ou morales souhaitant exercer ces activités :

(a) être titulaire d'une autorisation, concession ou licence professionnelle pour la pêche, l'aquaculture ou la pêche aux coquillages ;

(b) Élaborer un rapport descriptif des activités qu'ils souhaitent mener ainsi que des moyens techniques et des ressources qui doivent être utilisés pour le faire ;

(c) avoir les polices et assurances correspondantes en fonction de l'activité, et en particulier les suivantes :

- ✓ Couverture de la responsabilité civile du personnel à l'extérieur du bateau lorsque l'activité se déroule à bord d'un bateau de pêche professionnel.
- ✓ Couverture de la responsabilité civile du personnel extérieur à l'enceinte lorsque l'activité se déroule dans une installation.
- ✓ Assurance de responsabilité civile couvrant tous les participants à l'activité lorsque celle-ci se déroule à terre dans le cadre du tourisme maritime.

3. Conditions complémentaires à remplir par les demandeurs si les activités se déroulent à bord des navires:

- ✓ Être inscrit au registre général de la flotte de pêche.
- ✓ Certifier le respect de toutes les conditions énoncées à l'article 74 ter de la loi n ° 3/2001 du 26 mars sur la pêche maritime en mer, dans le cas où l'activité de pescatourisme est réalisée.

La conduite des activités de pescatourisme doit respecter les conditions de sécurité suivantes :

- ✓ Elles doivent être effectuées dans les conditions prévues par la législation d'application spécifique relative aux modalités de pêche, en ce qui concerne les horaires, les limites de capture et les zones autorisées.
- ✓ Une assurance de responsabilité civile valide ou une autre garantie financière équivalente couvrant d'éventuels dommages à l'ensemble du passage doit être disponible, conformément aux exigences de l'article 74ter de la loi n ° 3/2001 du 26 mars sur la pêche maritime en mer, ajoutée par la loi du 26 décembre.
- ✓ Les bateaux auront les éléments de sauvetage et de sécurité en nombre et type suffisants pour toutes les personnes à bord. La trousse de premiers secours à bord doit être adaptée au type de navigation effectuée par le navire.
- ✓ Le capitaine du navire est responsable des conditions de sécurité dans lesquelles l'embarquement du passager a lieu. La montée à bord des mineurs ne doit pas être autorisée sans l'autorisation écrite du père, de la mère ou du tuteur, ou des personnes nécessitant une assistance spéciale dans des conditions incompatibles avec la sécurité de l'exercice de l'activité.
- ✓ Le navire doit disposer de moyens d'accès sécurisés pour le passage.
- ✓ L'activité de pêche ne peut être exercée que par l'équipage du navire. La manipulation des engins de pêche et des éléments auxiliaires ne doit être effectuée que par l'équipage. Ces opérations doivent être effectuées à tout moment, en tenant compte de la présence à bord du passager non familiarisé avec l'activité de pêche. Au cas où le type d'engin, de manœuvre ou d'activité spécifique le rend nécessaire, des espaces doivent être aménagés à bord dans lesquels le passage est exempt de danger et l'accès à certaines zones du navire doit être interdit pendant les manœuvres à risque.
- ✓ Toutes les informations sur le navire, les mesures de sécurité à respecter et les conditions dans lesquelles l'activité doit être exercée doivent être communiquées par écrit au passager avant le débarquement. Ces informations doivent également être communiquées oralement et de manière compréhensible.
- ✓ Il incombe au capitaine ou à la capitaine du navire de s'assurer que les conditions météorologiques et opérationnelles du navire sont appropriées à la conduite de l'activité,
- ✓ Le passager doit porter à tout moment le gilet de sauvetage et les autres dispositifs de sécurité nécessaires au type d'activité exercée sur le navire où le pescatourisme doit avoir lieu.
- ✓ Quelles que soient les limites imposées par les certificats du navire, son état constructif, ses conditions de fonctionnement et ses éléments de sécurité et de sauvetage, le nombre maximum de passagers autorisés ne doit pas dépasser :
  - 2 personnes pour les navires d'une longueur maximale de 8 mètres ;
  - 4 personnes pour les navires de plus de 8 mètres et jusqu'à 12 mètres de longueur ;
  - 8 personnes pour les navires ou bateaux de plus de 12 mètres et jusqu'à 20 mètres de longueur ;
  - 12 personnes pour les navires ou bateaux de plus de 20 mètres de long.
- ✓ Dans les cas où l'activité est exercée au moyen de navires auxiliaires et de navires de transport, figurant respectivement dans les quatrième et sixième listes du registre des

navires, qui accompagnent les navires pendant une partie de la pêche sans exercer de pêche extractive, les limites sont les suivantes :

- 4 personnes pour les navires d'une longueur maximale de 8 mètres ;
- 8 personnes pour les navires de plus de 8 mètres et jusqu'à 12 mètres de longueur ;
- 12 personnes pour les navires de plus de 12 mètres et jusqu'à 20 mètres de long ;
- 14 personnes pour les navires de plus de 20 mètres de long.

En cas de nécessité, les travaux d'adaptation du navire à cette activité seront traités comme une modernisation, comme prévu par le décret royal 1549/2009 du 9 octobre sur la gestion du secteur de la pêche et son adaptation au Fonds européen de la pêche ou règle qui le remplace, sans pouvoir en aucun cas augmenter la capacité du navire, ni en GT ni en Kw, ni la capacité de pêche.

Par disposition réglementaire, on peut établir les heures et les zones autorisées à mener des activités de démonstration de la pêche, comme des activités menées avec des engins de pêche professionnels pouvant mener à la capture de produits de pêche.

Par exemple, la liste des équipements pour les activités pilotes menées à Xàvea était la suivante :

- PROJET DE GÉNIE NAVAL
- ABANDON DE VESTE DE VIE
- GILETS AUTO-GONFLABLES AVEC BALISE RADIO
- SUITES D'IMMERSION
- PASSERELLE (DOIT AVOIR 38 CM DE LARGE) 0,38 \* 2
- GILET POUR ENFANT
- SIGNALISATION (1 set complet)
- POIGNÉES 30 CM
- CARBURANT

### Étape 3 - Préparer les itinéraires

#### Séance de formation et soutien aux pêcheurs :

Les associations de pêcheurs peuvent contacter Tourisme Comunitat Valencia pour les aider dans cette tâche. Tourisme Comunitat Valencia a un programme, CreaTurisme, qui vise à développer toute une série d'actions visant à accélérer les produits touristiques, en élargissant le catalogue d'offres créatives, expérimentales, variées, durables et saisonnières, ainsi qu'à promouvoir de nouveaux produits touristiques intéressants, tels que le tourisme marin ou de pêche.

La fréquence de la session devrait être décidée en tenant compte du nombre de pêcheurs intéressés.

#### Conseils et recommandations pour la préparation et l'organisation de nouveaux itinéraires :

Il y a beaucoup de potentiel sur cette nouvelle activité touristique. Les itinéraires doivent prendre en compte la période de l'année, les conditions nautiques et météorologiques, le lieu (les villes ou zones touristiques sont plus appropriées).

La visite guidée devrait inclure :

- ✓ Accueil
- ✓ Introduction de l'équipage de pêche
- ✓ Explication du programme journalier (heure de vente, direction, heure de la pêche, heure d'arrivée...)
- ✓ Mesures de sécurité
- ✓ Tour du navire
- ✓ Explication des méthodes de pêche
- ✓ Explication des principales espèces marines
- ✓ Autres activités nécessaires dans l'activité du pêcheur (maintenance du navire, sélection et préparation du poisson, etc.)
- ✓ Explication de la vente aux enchères de poisson
- ✓ Clôture de l'activité et salutations

#### **Étape 4 - Assurer la viabilité des activités de pescatourisme**

Devenir membre du consortium local de pescatourisme :

Veillez contacter Carolina Navarro à l'adresse [cnavarro@fundacion.valenciaport.com](mailto:cnavarro@fundacion.valenciaport.com)

Promouvoir les itinéraires sur la plateforme [www.fishingtourism.net](http://www.fishingtourism.net) :

La plateforme de pescatourisme TOURISMED est un outil de promotion précieux pour les opérateurs économiques locaux (pêcheurs, agendas de voyage, restaurants). Toutefois, afin d'attirer les touristes et les internautes, la plate-forme ne doit promouvoir que des informations actualisées sur les itinéraires, les coûts et les coordonnées des pêcheurs. Assurez-vous que les informations concernant vos itinéraires sont régulièrement mises à jour.

### **Recommandations spécifiques pour la Corse (France)**

Étape 1 - Évaluez la faisabilité pour le développement d'activités de pescatourisme

Personne ressource à contacter: Rémi BELLIA, Petra Patrimonia Corse, 2 Chemin de l'Annunciade - 20200 Bastia, + 33 (0) 4 95 38 05 70

Étape 2 - Obtention de la licence de pescatourisme

Informations légales à respecter pour pratiquer le pescatourisme et obtenir la licence:

La réglementation du pescatourisme est régie en France au chapitre 10 de la division 227 du 13 mars 2012, une modification importante apportée à la division 226, sur la sécurité des mètres et inférieure à 24 mètres, et à la division 227, pour la sécurité de drapeaux de voiture de moins de 9-10 ;

Le pescatourisme est une activité réglementée au titre des activités de pêche professionnelle. Un navire qui détient un permis d'exploitation maritime peut être utilisé.

Les conditions ont été complétées, par façade maritime, par les doctrines des Directions interrégionales de la Mer lors des Commissions Régionales de Sécurité.

En Méditerranée, des conditions météo doivent être respectées selon la taille du navire:

- Pour les navires avec cabine, les conditions météo sont à l'appréciation du capitaine,
- Pour les navires de 8m50 à 12m, sans cabine, les conditions météorologiques sont limitées à vent force 3 et mer belle à peu agitée,
- Pour les navires de 7m à 8m50 avec ou sans cabine, les conditions météorologiques sont limitées à vent force 3 et mer belle à peu agitée,
- Pour les navires de moins de 7m, les conditions météorologiques sont limitées à vent force 3 et mer belle à peu agitée et navigation en 4ème catégorie limitée à 5 milles du port de départ et 1 mille de la côte.

Pour pratiquer le pescatourisme, un patron pêcheur doit demander auprès de la DIRM Méditerranée un dossier de demande d'activité "pescatourisme". Avant de le remplir, il doit demander auprès du Centre de Sécurité des Navires de la DIRM une visite spéciale de son bateau pour juger de la conformité de son état et de ses équipements selon les conditions de la division 227.

Suite à cette visite, le patron pêcheur devra déposer le dossier demandé dûment complété, avec les pièces demandées :

- Permis de navigation du navire ;
- Rapport de visite de sécurité ;
- Rapport de visite de l'agence nationale des fréquences ;
- Facture d'achat des Vêtements de Flottabilité Intégrés (gilet de sauvetage) ;
- Document Unique de Prévention ;
- Attestation d'assurance civile professionnelle pour le transport de passagers ;
- Copie du rôle d'équipage ;
- Copie de la décision d'effectif ;
- Schéma des zones de travail sur extrait de carte Shom.

#### Contraintes concernant l'équipement et l'aménagement du navire :

Les équipements obligatoires sont les suivants:

- Brassières de sécurité en nombre suffisant pour le nombre de passagers autorisé à bord,
- Vêtements à flottabilité intégrés, en nombre suffisant pour le nombre de passagers autorisé à bord, avec port obligatoire pour les passagers,
- Dotation (trousse) médicale C (division 217),
- Drone de sauvetage suffisant en fonction du nombre de membres de l'équipage et de passagers,
- WC obligatoire pour toute sortie en mer de plus de 6 heures,
- Équipement du navire, Radio VHF ASN,
- Système d'arrêt d'urgence des moteurs,
- Barrière de sécurité d'une hauteur de 1m à la station d'assise des passagers,
- Un siège fixe (amovible) par passager de 45 cm de largeur libre d'assise (place en cabine autorisée),

- Une zone dédiée aux touristes lors de manœuvres particulières, d'un minimum de 0,5 m2 par personne.

### Étape 3 - préparation des itinéraires et excursions

#### Sessions de formation :

Des sessions de formation d'une journée peuvent être réalisées chaque année, durant les mois d'hiver, lors de la basse saison de la pêche, à destination de tous nouveaux patrons pêcheurs souhaitant pratiquer le pescatourisme.

Ces formations pourraient être dispensées soit par le Comité Régional des Pêches Maritimes et des Élevages Marins de Corse qui a seule compétence en matière de pêche à l'échelle de toute la Corse, soit par les prud'homies de pêche à l'échelle des ports et des quartiers maritimes d'Ajaccio, Bastia, Calvi et Bonifacio.

Toutefois, ces organisations ne disposent pas des moyens financiers pour assurer chaque année de telles formations. Un soutien pourrait être apporté par les communes portuaires ou les regroupements de communes (Pôle d'Équilibre Territorial et Rural, communauté d'agglomération). Toutefois, la question des moyens financiers demeurerait la condition à leur réalisation.

#### Conseils concernant le choix des itinéraires et l'organisation des excursions :

Toute activité de Pescatourisme doit être intégrée à son territoire. La découverte du métier de patron pêcheur à bord du navire doit se faire en tenant compte de l'histoire du port et du littoral marin.

Aussi, il conviendrait pour tout nouveau patron pêcheur d'effectuer le pescatourisme selon ses habitudes de pêche mais aussi en intégrant un parcours qui pourrait retracer l'histoire du littoral et des pêcheurs locaux : découvrir des plages où autrefois les pêcheurs faisaient une escale pour se reposer, une crique fréquentée par des célébrités (chanteurs, acteurs...), un passage habituel des dauphins ou des cétacés...

Pour préparer ces itinéraires, un rapprochement avec les offices de tourisme est utile afin de disposer de toutes les informations nécessaires ou du moins pour que le patron pêcheur complète ses connaissances avec les professionnels de la promotion du tourisme local.

Une première sortie, une sorte de tour éducatif, peut être réalisée avec des agents des offices de tourisme afin de tester la sortie avant de recevoir les premiers touristes.

L'élaboration des itinéraires pourraient donner lieu à des formations sur la construction d'un récit relatif à l'histoire de la côte et/ou des aspects patrimoniaux portuaires. Cela renvoie à la problématique des moyens nécessaires pour les réaliser.

D'une manière générale, les pêcheurs, en raison de leur passion pour leur métier et lorsqu'ils s'engagent dans une démarche de pescatourisme, sont de bons communicants sur leur métier qu'ils illustrent souvent de récits personnels d'histoire familiale ou d'anecdotes locales.

### Étape 4 - Assurer la pérennité des activités de pescatourisme

#### Vers des chartes locales de pescatourisme ?

Une charte du pescatourisme doit reposer sur un consortium local transversal aux domaines d'activité du pescatourisme en tant qu'activité de la pêche professionnelle : communes portuaires, affaires maritimes, organisations professionnelles de la pêche, organisations de la promotion du tourisme local.

Par expérience en France, c'est lorsque le pescatourisme est pris en charge par les acteurs du territoire qu'il fonctionne le mieux, comme par exemple le SIBA du pays Val de l'Eyre dans le bassin d'Arcachon.

Pour la Corse, les PETR et les communes, dont les offices de tourisme dépendent, sont les plus légitimes à s'engager dans une démarche de charte.

Promouvoir ses itinéraires sur la plateforme [www.fishingtourism.net](http://www.fishingtourism.net)

Une fois les itinéraires définis, il est important de les communiquer aux Offices de Tourisme et de les télécharger sur la plateforme [www.fishingtourism.net](http://www.fishingtourism.net) afin d'en faire la promotion et de toucher un public plus large. La mise à jour des informations une fois par an, avant chaque nouvelle saison, est un minimum requis.

## Recommandations spécifiques pour Rafina (Grèce)

### Étape 1 - Évaluer la faisabilité des activités de pescatourisme

Personne-ressource à contacter pour obtenir conseils et assistance : Vassileios Tselentis, Université du Pirée, Karaoli & Dimitriou 80, Le Pirée, 18534, +306974022062

Coordonnées des administrations responsables:

Bureau de la pêche du secteur de l'attique de l'est et du nord d'Athènes, 17 km avenue Marathonos, Pallini, 15351, +302132005190

Unité régionale du Pirée, Bureau de la pêche, Psaron & Mpotsari 7, Drapetsona, 18648, +302131602662

### Étape 2 - Obtention de la licence de pescatourisme

Check-list des contraintes légales à respecter pour pratiquer le pescatourisme et obtenir la licence :

- Posséder un bateau de pêche professionnel d'une dimension de jusqu'à 15 mètres max. ;
- Détenir un permis de pêche professionnel pour les engins excluant les chalutiers et les sennes de plage ;
- Le navire doit être conforme aux exigences des navires de tourisme professionnels ;
- Le test de stabilité est effectué avec du matériel de pêche en marche ;
- Transporter jusqu'à 12 passagers ;
- Posséder un certificat de navigabilité ;

- Il doit y avoir suffisamment d'espace pour l'hébergement des passagers sans entraver les activités de pêche ;
- Pendant les sorties de pêche, les pêcheurs professionnels présentent leurs techniques de pêche conformément à la législation nationale ou communale en vigueur, en utilisant les engins et les techniques définis dans la licence professionnelle du navire (à l'exception des chalutiers et des sennes de plage). La licence de pêche comprend également le matériel que les passagers sont autorisés à utiliser ;
- Les engins de pêche doivent être aménagés de manière à ne pas entraver la liberté et la sécurité des passagers lors de leurs déplacements à bord ;
- Les passagers sont autorisés à pêcher uniquement avec des hameçons sur des lignes en nylon (tirés par le navire ou à partir du navire) sans support mécanique ;
- Les passagers ne sont autorisés à participer aux activités de pêche que si leur sécurité n'est pas menacée ;
- Le capitaine est responsable de la sécurité des passagers ;
- L'embarquement pour des voyages de loisirs avec charte entière ou des voyages quotidiens en mer est interdit ;

Liste de contrôle du matériel à bord pour pratiquer le pescatourisme :

- Matériel de pêche (selon la licence professionnelle du navire)
- Créer suffisamment d'espace pour l'hébergement des passagers sans entraver les activités de pêche
- Accueillir les engins de pêche de manière à ne pas entraver les mouvements libres et sécurisés des passagers à bord
- Feux de navigation (pour les voyages de nuit conformément aux obligations du port)
- Systèmes électroniques (radio, radar, sondeur, GPS, téléphone satellite, RLS) en fonction du type de navire
- Gilets de sauvetage
- Bouée de sauvetage ronde avec 15 m. de corde
- Corde de remorquage avec crochets prêts à attacher (longueur minimale 20 m)
- Ancre avec corde et chaîne
- Ancre flottante
- Fusées de signalisation et signaux de fumée
- Téléphone satellite avec batterie supplémentaire
- Équipement de distinction de feu
- Équipement médical
- Radio
- Pompes à eau
- Couteau de poche
- Lampe de poche avec des piles supplémentaires
- Rames
- Dispositif flottant pour 50% des passagers (selon le type de bateau)

Check-list des contraintes légales à respecter avant le départ :

- Vérification des responsabilités de l'équipage :
  - Adéquation de l'approvisionnement en nourriture, en eau et en carburant
  - Machines et pièces électriques
  - Systèmes électroniques (radio, radar, sondeur, GPS, téléphone satellite, RLS)
  - Équipement anti-incendie
  - Équipement de sauvetage
  - Équipement de navigation
  - Direction, moteur et transmission (même après le départ)
  - Pompes à eau
  - Générateur de courant
  - Systèmes d'alimentation d'urgence, lampes et pompe à incendie
  - Systèmes d'air comprimé
  - Structure du navire
  - Coque, écoutes, cordes, ancres, hélices
  - Conditions météo / marée et prévisions
- Les pêcheurs doivent s'assurer que l'embarquement / débarquement est sûr et doivent compter le nombre de passagers à chaque embarquement / débarquement
- Les pêcheurs doivent informer les passagers pour plus de sécurité, en cas d'urgence, d'équipements de sauvetage, de protection solaire (pour les sorties de jour), d'espèces marines dangereuses.

### Étape 3 - Préparer les itinéraires

Séance de formation et soutien aux pêcheurs :

Si le consortium pouvait obtenir un financement public pour organiser des sessions de formation, cela lui permettrait de dispenser des cours systématiques. Nous envisageons de diffuser du matériel de formation produit dans le cadre de TOURISMED sur le site Web du projet ou sur d'autres sites Web locaux. Lorsqu'un nouveau pêcheur s'intéressera à l'activité, il pourra examiner les études et le matériel de formation. Après cela, nous pourrions organiser des réunions plus personnalisées afin de soutenir le nouveau pêcheur dans le processus complet d'obtention d'une licence ou de promotion de son entreprise.

#### Conseils et recommandations pour la préparation et l'organisation de nouveaux itinéraires :

En fonction du type des nouveaux itinéraires, les pêcheurs devraient coopérer avec les associations environnementales et culturelles locales et, plus largement, avec la municipalité, afin de les aider à étiqueter les nouveaux itinéraires.

Les nouveaux itinéraires doivent être organisés de manière à respecter les conditions météorologiques et les conditions de vent de chaque région et de chaque mois. La saison touristique est ouverte de mai à septembre, mais toutes les zones côtières ne sont pas sûres et ne conviennent pas aux familles pendant toute la période estivale.

Les pêcheurs doivent tenir compte du fait qu'un billet tout compris est plus pratique pour les touristes. Avant de planifier leur itinéraire, ils devraient envisager les services et les coûts potentiels,

en discuter avec leurs agents de voyage et les restaurants avec lesquels ils souhaitent coopérer, puis annoncer leur journée en mer à un prix unique par personne et par famille.

Les pêcheurs doivent assurer la présence de personnel qui parle anglais à bord de chaque navire, quels que soient les itinéraires ou les récits choisis. Il y aura bien sûr des touristes grecs, mais les pêcheurs ne pourront jamais vraiment s'organiser pour avoir que des clients qui parlent grec ou que de touristes anglophones. Donc, ils doivent avoir du personnel qui puisse parler anglais tout le temps.

La narration peut porter sur un éventail de sujets, tels que :

- ✓ les méthodes de pêche ;
- ✓ le type de poisson local, la biologie des principales espèces locales ;
- ✓ les difficultés rencontrées en fonction des conditions météorologiques ;
- ✓ le vrai travail du pêcheur, depuis la capture du poisson jusqu'à sa vente au marché local et aux restaurants ;
- ✓ recettes, produits à base de poisson, alimentation saine à base de poisson ;
- ✓ caractéristiques historiques / culturelles / naturelles des lieux visités ;
- ✓ histoire maritime locale.

La narration ne doit pas être identique pour tous les voyages de pêche et pour tous les touristes. Le personnel doit comprendre les intérêts des touristes et se concentrer davantage sur les sujets qu'ils aimeraient aborder et les approfondir.

#### **Étape 4 - Assurer la viabilité des activités de pescatourisme**

Devenir membre du consortium local de pescatourisme :

Le professeur Vassilis Tselentis sera le responsable du consortium. Le processus (pas encore défini par tous les membres) devrait être :

- a) discussion avec prof. Tselentis sur les intérêts du pêcheur, la zone de pêche, les itinéraires, les moyens de coopération avec les autres membres,
- b) remplir une demande,
- c) rencontrer les membres existants,
- d) signer l'accord de coopération,
- e) fournir des détails, des offres et des images pour le portail [www.fishingtourism.net](http://www.fishingtourism.net).

Promouvoir les itinéraires sur la plateforme [www.fishingtourism.net](http://www.fishingtourism.net) :

La plateforme de pescatourisme TOURISMED est un outil de promotion précieux auprès des opérateurs économiques locaux (pêcheurs, agendas de voyage, restaurants). Toutefois, afin d'attirer les touristes et les internautes, la plateforme ne doit promouvoir que des informations actualisées sur les itinéraires, les coûts et les coordonnées des pêcheurs.

Les pêcheurs devraient promouvoir la plateforme dans les réseaux sociaux, sur les sites Web des agents de tourisme, sur les sites Web des hôtels.

Les pêcheurs devraient vérifier systématiquement les informations fournies dans la plateforme et mettre à jour le contexte. En plus, ils pourraient ajouter de nouvelles images et commentaires des touristes.

## Recommandations spécifiques pour Trabia (Italie)

### Étape 1 - Évaluer la faisabilité des activités de pescatourisme

Personne-ressource à contacter pour obtenir conseils et assistance : tous les pêcheurs de Trabia participant à l'activité (veuillez consulter la plate-forme [www.fishingtourism.net](http://www.fishingtourism.net))

Coordonnées du responsable administratif : Capitaneria di Porto di Termini Imerese (Autorité portuaire), Via Lungomolo, 1, 90018 Termini Imerese PA, +39 091 814 1007

### Étape 2 – Obtention de la licence de pescatourisme

Check-list des contraintes légales à respecter pour pratiquer le pescatourisme :

- Pas plus de 6 milles pour les navires autorisés à pêcher localement sur la côte ;
- Pas plus de 20 milles pour les navires autorisés à pêcher à proximité des côtes ;
- La pratique est autorisée toute l'année, tous les jours, y compris les jours fériés. Si le navire est équipé de logements ayant les mêmes caractéristiques que celles prévues pour l'équipage, également de nuit ;
- Pour la période du 1er novembre au 30 avril, les bateaux doivent être équipés d'un logement, fixe ou amovible, permettant aux personnes à bord de s'abriter ;
- La participation des touristes aux activités de pêche est autorisée.

Check-list des contraintes légales à respecter pour obtenir la licence :

#### Documents à inclure dans l'application :

- une copie des notes de sécurité du navire ;
- une copie du test de stabilité et / ou une copie du test de stabilité occasionnel ;
- une copie des consignes de sécurité, exclusivement à des fins de pescatourisme.

L'autorisation n'a pas de durée préétablie par la loi, mais elle devrait être renouvelée après l'expiration des consignes de sécurité de pescatourisme, c'est-à-dire tous les trois ans. Cependant, chaque autorité portuaire est libre d'établir une date d'expiration pour la licence. ***Dans le cas de l'autorité portuaire de Termini Imerese, le renouvellement est nécessaire chaque année, ce qui le rend insoutenable pour le pêcheur qui est contraint de s'engager dans des processus bureaucratiques année après année.***

En plus des consignes de sécurité spécifiques pour le pescatourisme, le test de stabilité pratique réalisé par le registre italien des transports maritimes (RINA) est également requis pour que l'autorisation soit accordée.

L'autorisation de pescatourisme doit être délivrée par le responsable du compartiment dans les soixante jours suivant le dépôt de la demande.

Les opérateurs de pescatourisme doivent mettre à jour leur documentation de sécurité et, en cas de modification des caractéristiques techniques du navire, ils doivent présenter une nouvelle demande d'autorisation.

En règle générale, les autorités maritimes exigent, au moment de la délivrance de l'autorisation pour l'exercice de l'activité de pescatourisme, une police d'assurance au nom du propriétaire, qui doit être étendue au capitaine du bateau et aux personnes embarquées, sur la base du nombre maximum autorisé. Le contrat d'assurance doit avoir pour objet de couvrir la responsabilité civile des dommages pouvant être causés involontairement aux personnes à bord, aux installations portuaires ou à des tiers, tant pendant la navigation que pendant les opérations à quai.

**La documentation nécessaire pour la délivrance de l'autorisation de pescatourisme et les notes de sécurité pour le pescatourisme doivent être présentées au bureau local de la marine marchande de la capitainerie :**

- La demande, conformément au droit de timbre applicable au navire, doit être adressée à un seul navire et doit être dûment signée par l'armateur ;
- Licence pour les navires plus petits et flottants, certifiant le service et la qualification de l'unité en cours de validité ;
- Fichier de l'équipage, certifiant la composition réelle de l'équipage par rapport au service rendu par l'unité. Afin de garantir un niveau de sécurité optimal, aucune autorisation de pescatourisme ne sera délivrée aux unités armées composées d'un seul membre d'équipage. À cette fin, un deuxième membre d'équipage devra déjà être pris en charge lors de la publication des notes de sécurité pour le pescatourisme. Cette exigence est insoutenable pour la plupart des navires dont la capacité est très limitée ;
- Licence de pêche, délivrée par le Ministère de l'agriculture, de l'alimentation et des forêts, Direction générale des pêches et de l'aquaculture, en cours de validité, c'est-à-dire certification provisoire pour la pêche ;
- Photocopie du certificat de sécurité pour le service de la pêche, valable pour toute la période. Pour les navires de moins de trois tonnes, une copie des notes de sécurité de l'unité doit également être fournie ;
- Photocopie du certificat de sécurité pour le service de pescatourisme. Ce dernier doit signaler :
  - la date limite d'exploitation, par exemple une période comprise entre le 1<sup>er</sup> mai et le 31 octobre ; s'il existe des logements amovibles pour l'abri couvert des personnes embarquées, il faut l'indiquer et l'activité est permise toute l'année ;
  - le nombre maximal de personnes transportées ne doit pas dépasser 12 ;
  - la possibilité d'utilisation la nuit ;
  - l'exclusion des systèmes de pêche à la traîne ;
  - toute autre information requise par la législation en vigueur.
- Déclaration pour l'objectif de la publication de notes de sécurité pour le pescatourisme, émises par l'organisme reconnu, valables pour une période régulière ;

- Déclaration de la preuve pratique de la stabilité aux seuls fins de la pêche, délivrée par l'organisme agréé, valable pour une période régulière ;
- Déclaration de preuve pratique de stabilité aux seules fins du pescatourisme, délivrée par l'organisme reconnu, en cours de validité ;
- une copie du rapport d'audit, s'il existe des radeaux de sauvetage autogonflants ;
- Rapport d'essai / inspection radiotéléphonique, le cas échéant, en validité régulière ;
- licence d'exploitation du système radiotéléphonique de bord, le cas échéant ;
- Certificat limité d'opérateur de radiotéléphone pour les navires, conformément au décret 2005, pour l'utilisation d'équipements de radio embarqués ;
- une photocopie de l'ancien permis de pescatourisme, s'il avait déjà été délivré ;
- une assurance civile pour les tiers transportés selon une période de validité régulière couvrant les risques et les accidents pouvant survenir à bord, même lors de l'utilisation d'équipements de pêche ;
- Déclaration signée par le capitaine du navire de l'exclusion prévue de l'interdiction d'utiliser des systèmes de chalutage pendant la saison de pescatourisme ;
- les frais facturés pour l'année en cours ;
- Timbre de 14,62 euros à apposer sur l'autorisation de pescatourisme.

Les contrôles liés à l'exercice de pescatourisme par la vérification de la documentation (registres, factures, etc.), prouvant l'embarquement de personnes à ces fins, ne peuvent être dissociés des contrôles plus généraux effectués au quai par les représentants de l'autorité portuaire.

#### Check-list du matériel à bord pour pratiquer le pescatourisme :

- Le matériel de premiers secours est requis par la législation en vigueur.
- Chaque bateau doit être équipé d'un gilet de sauvetage avec lumière pour chaque personne à bord.
- Tous les bateaux autorisés à naviguer à plus de 3 miles de la côte doivent être équipés d'embarcations de sauvetage ou de radeaux de sauvetage d'une capacité suffisante pour toutes les personnes à bord.
- Tous les navires, à l'exception de ceux opérant à moins d'un mile de la côte, doivent également être équipés de bouées de sauvetage. Le nombre de bouées de sauvetage est proportionnel à la taille du bateau :
  - Moins de 10 m : 1 bouée de sauvetage annulaire avec ligne flottante
  - Égale ou supérieure à 10 m et inférieure à 24 m :
    - 1 bouée de sauvetage à anneau équipée d'un feu d'allumage
    - formation de fumée automatique et flottante
    - 1 bouée de sauvetage annulaire avec ligne flottante
  - Égal ou supérieur à 24 m :
    - 2 bouées de sauvetage équipées d'un feu d'allumage
    - formation de fumée automatique et flottante
    - 2 bouées de sauvetage avec ligne flottante
- Tous les bateaux doivent avoir à bord des extincteurs, des signaux de détresse, un compas, des cartes de la région et doivent être équipés d'appareils radiotéléphoniques VHF, y compris de type portable.

### Étape 3 - Préparer les itinéraires

#### Séance de formation et soutien aux pêcheurs :

Des formations et des réunions pourraient être organisées par le consortium soit une fois par an, soit sur demande spécifique. La possibilité d'un programme de tutorat pourrait également être incluse, afin de transférer les compétences de pescatourisme d'un pêcheur expérimenté à un autre, grâce à la médiation du consortium local.

#### Conseils et recommandations pour la préparation et l'organisation de nouveaux itinéraires :

- Obtenez des informations sur les exigences ;
- Contactez les tour-opérateurs locaux et les points d'information ;
- Concevez un itinéraire qui inclut des arrêts particulièrement beaux et / ou pertinents du point de vue historique, et planifiez les étapes de l'itinéraire de manière logique ;
- Concevez plusieurs itinéraires / options avec différentes durées et points focaux pour répondre aux besoins de vos clients ;
- Matériel de recherche pour la narration ;
- Recherchez des histoires populaires / traditionnelles et / ou historiques / scientifiques liées aux régions visitées ;
- Soyez clair et complet ;
- Soyez ouvert aux questions et à l'interaction avec les touristes.

### Étape 4 - Assurez la viabilité de vos activités de pescatourisme

#### Devenez membre du consortium local de pescatourisme :

Coordonnées du représentant / responsable du consortium: Agostino Vallelunga, tél. : +39 328 2380161

Un formulaire de candidature sera fourni pour devenir membre du Consortium. Le formulaire comprendra les coordonnées et la déclaration d'accord sur les objectifs et les engagements du consortium. La Commission approuvera ensuite la demande.

#### Promouvez vos itinéraires sur la plateforme [www.fishingtourism.net](http://www.fishingtourism.net) :

- Incluez autant d'informations que possible dans votre inscription en ligne ;
- Utilisez une belle photo ;
- Mettez à jour vos informations régulièrement ;
- Vérifiez régulièrement vos canaux de réservation ;
- Créez un réseau avec d'autres pêcheurs (partagez vos conseils et idées).

## Recommandations spécifiques pour les Pouilles (Italie)

### Étape 1 - Évaluer la faisabilité des activités de pescatourisme

Personne-ressource à contacter pour obtenir conseils et assistance : Marialucrezia Colucci, vice-présidente et responsable du tourisme de la coopérative Serapia, Via Mario Pagano, s.n. - Ostuni (BR), +39 328 6474719

Coordonnées des responsables administratifs : Autorité portuaire - Section de la pêche et de la sécurité, Viale Regina Margherita, 1 - Brindisi (BR), +39 0831 521022/23

## Étape 2 - Achat de licences de pescatourisme

Mesures à prendre pour pratiquer le pescatourisme et obtenir la licence :

- Inviter l'organisme de certification (RINA / BureauVeritas) à visiter le navire pour:
  - vous fournir des indications sur les améliorations à apporter pour l'obtention de l'autorisation ;
  - effectuer des tests de stabilité ;
  - émettre un premier document « Notes de sécurité » (qui est également envoyé pour information à l'autorité portuaire)
- Acheter le matériel nécessaire et réaliser les améliorations demandées au navire ;
- Inviter l'autorité portuaire (responsable) à visiter le navire afin de :
  - vérifier le respect des exigences énoncées dans le document « Notes de sécurité » de l'organisme de certification ;
  - émettre un deuxième document « Notes de sécurité » ;
  - émettre l'autorisation finale pour le pescatourisme.

Check-list du matériel à bord pour pratiquer le pescatourisme :

La liste exacte de l'équipement et des améliorations apportées aux navires doit être vérifiée auprès de l'organisme de certification, car elle dépend des caractéristiques du navire et du nombre de personnes à bord. En termes généraux, il comprend :

- Gilets de sauvetage (pour le nombre de personnes autorisées à bord) ;
- Bouées de sauvetage, gilets de sauvetage ;
- Radeaux de sauvetage gonflables ;
- Trousse de secours ;
- Signal de détresse ;
- Cordes flottantes ;
- Surfaces de pont non glissantes ;
- Compas ;
- Appareils VHF ;
- Échelle télescopique ;
- Extincteurs ;
- Couvrir l'auvent (si possible) ;
- EPIRB (pour les navires naviguant sur plus de 6 milles).

## Étape 3 - Préparer les itinéraires

Séance de formation et soutien aux pêcheurs :

À l'heure actuelle, la délivrance de la licence de pescatourisme ne nécessite pas de certificat de formation obligatoire.

Aucune formation préprogrammée n'est proposée, mais sur demande, des sessions privées d'information peuvent être organisées. N'hésitez pas à nous contacter pour recevoir des détails sur les modalités et les coûts éventuels.

Conseils et recommandations pour la préparation et l'organisation de nouveaux itinéraires :

Recueillez et valorisez les histoires et les fables de la tradition locale concernant le territoire environnant (rochers, grottes, phares, etc.).

Assurez-vous d'avoir et de fournir des informations correctes sur l'écologie marine de votre territoire (le pécaturisme est l'occasion pour transmettre des messages en matière de protection de l'environnement, de phénomènes naturels, d'espèces de poissons et de consommation de poissons, etc.).

Vous pouvez proposer des circuits de base ou des circuits premium accueillant à bord des biologistes marins susceptibles d'améliorer les services offerts aux touristes. De plus, ils peuvent vous laisser offrir le service en anglais, français ou espagnol.

Préparez un ensemble d'itinéraires avec différentes options (avec ou sans déjeuner, durée variable) afin de répondre aux besoins des touristes, mais assurez-vous de toujours inclure la démonstration des activités de pêche (sinon, vous ne pouvez pas parler de pécaturisme).

Utilisez les réseaux sociaux pour partager des images des voyages. Ils peuvent représenter un avantage pour le touriste à bord (s'ils donnent leur accord) et attirer de nouveaux touristes.

Établissez des liens avec d'autres activités terrestres (restaurants, hôtels, parcs, etc.).

Concluez des accords avec les autres pêcheurs pratiquant le pécaturisme dans la région pour coordonner les activités. Cela pourrait être particulièrement pertinent en cas de :

- Demandes émanant de groupes supérieurs au nombre de personnes que vous pouvez accueillir à bord ;
- Nouvelles demandes de dates pour lesquelles vous avez déjà pris une autre réservation ;
- Les problèmes qui vous empêchent de réaliser les services réservés et qui ne peuvent pas être différés (les autres pêcheurs peuvent vous remplacer).

Rejoindre notre consortium pourrait vous faciliter la tâche dans cette perspective en coordonnant plusieurs pêcheurs de la région.

Au cours de l'itinéraire, essayez d'utiliser des histoires lorsque le touriste peut voir l'élément central de l'histoire (un poisson ou une grotte, etc.). Vous pouvez demander aux touristes s'ils ont des histoires similaires sur leur territoire. Ils se sentiraient plus impliqués et pourraient apporter de nouvelles histoires d'autres territoires que vous pourrez mentionner lors de vos voyages.

**Étape 4 - Assurez la viabilité de vos activités de tourisme de pêche**

Devenez membre du consortium local de pécaturisme :

Veillez contacter Maria Lucrezia Colucci de Cooperativa Serapia aux coordonnées ci-dessus.

Vous obtiendrez des informations sur les avantages et les inconvénients des procédures pour rejoindre le consortium.

Promouvez vos itinéraires sur la plateforme [www.fishingtourism.net](http://www.fishingtourism.net) :

Investissez pour obtenir des images de haute qualité de votre activité de pescatourisme, afin de pouvoir les télécharger sur la plate-forme (ainsi que sur les réseaux sociaux).

Ajouter plus d'un itinéraire, afin de répondre à la demande des touristes.

Spécifiez le lieu d'embarquement avec précision, en essayant toutefois de vous éloigner de tout autre pêcheur déjà présent sur la plate-forme (sinon, les profils risquent de se chevaucher).

La plate-forme vous demandera si vous offrez des services de ramassage et de « maintien des prises ». Assurez-vous d'avoir les dispositions appropriées (et spécifiez qu'ils doivent être demandés) si vous souhaitez les activer.

## Annexe II: RECOMMANDATION DE POLITIQUE

Cette partie du document contient des **recommandations** pour améliorer les **politiques** affectant le **cadre réglementaire** en ce qui concerne la combinaison d'activités touristiques et liées à la pêche, aux niveaux européen et national, afin de faciliter la diffusion du modèle de pescatourisme dans l'ensemble de la région MED. Le document sera soumis aux autorités compétentes et diffusé via le portail Web et les canaux de communication du projet. Le document portera sur :

### ➤ Problèmes liés à l'absence d'un cadre législatif commun aux niveaux européen et méditerranéen

- l'absence d'un cadre réglementaire commun et cohérent au niveau transnational ;
- la nécessité d'une harmonisation et d'une simplification de la législation préexistante ;
- les obstacles juridiques et administratifs rencontrés dans chaque pays d'essai ;

### ➤ Stratégies de développement

- des politiques et stratégies appropriées pour **faciliter** le lancement et le développement d'activités de pescatourisme.

### Problèmes liés à l'absence d'un cadre législatif commun aux niveaux européen et méditerranéen

L'absence de réglementation commune au niveau transnational entraîne des divergences telles que :

- L'Espagne est le seul pays d'essai où la participation des chalutiers aux activités de tourisme de pêche a été autorisée
- Tous les territoires ne permettent pas la participation des touristes aux activités de pêche.

<i>La participation active des touristes est permise</i>	<i>La participation active des touristes est interdite – observation seulement</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Italie</li> <li>• Grèce - uniquement avec des crochets sur des lignes en nylon (tirés par le navire ou fixés du navire) sans support mécanique</li> <li>Albania - aucune spécification légale</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Espagne</li> <li>• France</li> </ul>

- Exigences légales non durables au niveau national

<p><b>Trabia - Sicile</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'autorisation n'a pas de durée préétablie par la loi, mais il est conseillé de la renouveler après l'expiration des consignes de sécurité pour le pescatourisme, c'est-à-dire tous les trois ans. Cependant, chaque autorité portuaire est libre d'établir une date d'expiration pour la licence. Dans le cas de l'autorité portuaire de Termini Imerese, chargée de la délivrance des licences de pescatourisme à Trabia, <b>le renouvellement est requis chaque année, ce qui le rend insoutenable pour le pêcheur contraint de s'engager dans des processus bureaucratiques année après année.</b></li> <li>• Aucune autorisation de pescatourisme ne sera délivrée aux unités armées composées d'un seul membre d'équipage. À cette fin, un deuxième membre d'équipage devra déjà être pris en charge lors de la publication des notes de sécurité pour le pescatourisme. <b>Cette exigence est insoutenable pour la plupart des navires dont la capacité est très limitée.</b></li> </ul>
<p><b>Durrës – Albanie</b></p>	<p><b>Absence totale de réglementation</b> : cela crée de la confusion et un risque élevé de décourager l'activité ou, au contraire, de l'essor d'activités de pescatourisme non réglementées et peu sûres.</p>

## Stratégies de développement suggérées

Sur la base du cadre susmentionné, l'équipe du projet TOURISMED suggère de :

- Établir un cadre législatif commun et cohérent qui impose des exigences réalisables et durables
- Promouvoir l'inclusion du tourisme de pêche dans les stratégies de développement de l'UE / nationales / régionales / locales grâce à la participation active des autorités publiques et des décideurs politiques ;
- Fournir des fonds pour la formation des pêcheurs locaux au développement des compétences entrepreneuriales et sociales ainsi que des outils pour mettre en œuvre des activités touristiques ;
- Encourager la création d'une association de pescatourisme et la collaboration entre les pêcheurs et les acteurs locaux du secteur touristique ;
- Capitaliser les outils créés dans le cadre du projet TOURISMED afin de stimuler la création d'entreprises de pescatourisme dans la région MED.

## Annexe III: Guide méthodologique pour rédiger un modèle économique

### Qu'est-ce un Business Model ?

Un Business Model décrit la logique avec laquelle une entreprise est capable de créer, distribuer et capturer la valeur de ses produits ou services et s'adresse à son public cible.

Le modèle est développé selon l'approche *Business Model Canvas*, qui décrit en neuf éléments, les quatre principaux domaines d'activité :

- Le produit ou service
- Les clients
- La viabilité financière
- Les infrastructures requises

Les neuf éléments d'un *Business Model Canvas* :

- Segmentation de la clientèle (SC)
- Proposition de valeur (PV)
- Canaux de communication et de vente (CCV)
- Relation client (RC)
- Sources de revenus (SR)
- Ressources clés (RCs)
- Partenaires clés (PC)
- Structure des coûts (SCs)

Le modèle économique créé avec la méthode *Canvas* est particulièrement versatile car il permet de construire un modèle économique spécifique à partir de différentes perspectives. En effet, il est possible d'utiliser l'un de ces neuf éléments comme point de départ et puis de développer les autres points sur la base de cet élément initial. Le *Business Model* est un système dans lequel plusieurs éléments s'influencent sur la base de variables et relations internes. Par conséquent, le modèle acquiert une importance seulement s'il est considéré dans sa représentation générale et cohésive et s'il assure sa cohérence interne aussi bien pour le processus logique qu'il doit subir que pour la possibilité de mettre à jour et d'arranger ses éléments fondamentaux.

Les modèles économiques sont potentiellement illimités puisqu'ils sont adaptés au pêcheur, à un contexte territorial spécifique et à un segment de clientèle spécifique.

Les informations peuvent être collectées à travers :

- analyse préliminaire du positionnement de l'activité de tourisme de pêche - marché touristique en général dans la région ;

- analyse des atouts territoriaux des propositions de tourisme culturel dans la région, afin d'intégrer l'offre de pescatourisme dans le système.

## Analyse préliminaire et positionnement

La situation du secteur touristique dans la zone opérationnelle	Absent	En croissance	Stable	En déclin
les avantages concurrentiels possibles découlant de la connexion avec le secteur touristique dans la région				
ressources de la zone de pêche (bateaux de pêche, bâtiments, autres structures) utiles aux activités touristiques				
Intérêt de la part des opérateurs de la pêche à collaborer plus étroitement avec d'autres tour-opérateurs			OUI	NON
présence des compétences nécessaires pour mener une activité touristique			OUI	NON

Classification	Stratégie de base dans le traitement du modèle économique
Zones où le tourisme est peu développé ou absent	<p>les conditions appropriées doivent être créées pour le développement du tourisme en général et des activités de pescatourisme en particulier.</p> <p>Il faudra envisager un modèle économique qui soutienne la promotion, le développement ou la consolidation d'infrastructures, de services et d'activités touristiques de base</p>
Zones à "fort potentiel" pour le tourisme	<p>Ce sont des zones de pêche moins connues mais qui présentent un potentiel considérable pour le développement du tourisme. Le modèle d'entreprise doit prévoir des initiatives visant à promouvoir la connaissance de la région et à attirer un plus grand nombre de visiteurs en faisant des activités de pêche un élément central de l'identité de la région.</p>

Zones à forte présence touristique	<p>Le modèle économique doit développer des interventions pour éviter que le développement du tourisme "traditionnel" ne contourne les communautés de pêcheurs.</p> <p>Pour promouvoir les activités de tourisme de pêche, il est nécessaire de travailler en contact étroit avec les zones où le tourisme est déjà une activité bien établie</p>
------------------------------------	---



AVANTAGES	DÉSAVANTAGES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• création de revenus et d'opportunités de travail</li> <li>• promotion de la consommation de produits et de poisson locaux</li> <li>• durabilité économique et environnementale de la pêche accrue</li> <li>• coopération dans le domaine</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Compétition de ressources</li> <li>• Travail saisonnier</li> <li>• Conflits en cas de forte activité touristique</li> <li>• marchandisation des biens locaux</li> </ul>

## Analyse territoriale

Ressources liées à la pêche		OUI	NON
Ressources naturelles	Fleuves, lacs		
	Plages et établissements balnéaires		
Traditions	Navires de pêche		
	Navires de pêche et leurs activités		
	Fermes et fermes piscicoles		
	Chantiers navals et construction de bateaux		
	Festivals de pêche et traditions		
	Entretien et réparation des filets		
	Lieux de pêche sportive		
	Usines de transformation du poisson		
Ressources en poisson	Poisson frais et fruits de mer		
	Friandises traditionnelles travaillées ou en conserve		
	Recettes de la tradition locale		
	Marchés aux poissons et enchères		
	Équipements de traitement des fumées		
	Restaurants de fruits de mer		
	Fish-bar et gastronomie à emporter Usines de traitement du poisson		
Contexte touristique local	Tour-opérateurs et organisations		

	Accessibilité et infrastructures		
	Services		

A partir de chaque élément de départ, il est possible de créer des modèles économiques différents basés sur les interrelations que cet élément central de départ développe avec les autres éléments fondamentaux.

<p><b>Partenaires Clés</b> </p> <p>Qui sont nos partenaires clés ?          Qui sont nos fournisseurs clés ?          Quelles ressources externes nous appuient de nos partenaires ?          Quelles activités clés impliquent nos partenaires ?</p> <p><b>SUBJECTS DU PARTENARIAT</b>          Développement économique          Réduction de risque et résilience          Attractivité des territoires et services améliorés</p>	<p><b>Activités Clés</b> </p> <p>Quelles activités clés sont nécessaires pour :          Notre proposition de valeur ?          Nos canaux de distribution ?          Nos relations avec les clients ?          Nos sources de revenus ?</p> <p><b>CANALISER</b>          Production          Approvisionnement          Plateforme / Réseau</p>	<p><b>Propositions de Valeur</b> </p> <p>Quelle valeur apportons-nous au client ?          Quel problème ou client apprenons-nous à résoudre ?          Quelles caractéristiques de produits et de services proposons-nous à chaque segment de clients ?          A quels besoins clients répondons-nous ?</p> <p><b>CARACTÉRISTIQUES</b>          Innovateur          Personnalisé          Meilleur « prix/qualité »          Rapide          Simple / Facile          Plus          Plus facile de vendre          Amélioration des ventes          Amélioration          Contenu Unique</p>	<p><b>Relations avec les Clients</b> </p> <p>Quelles relations chaque segment client souhaite-t-il que nous établissions et interactions avec eux ?          Les attentes des clients sont-elles satisfaites ?          Quel est leur coût ?          Comment sont-elles intégrées dans notre modèle économique ?</p> <p><b>BIEN-ÊTRE</b>          Amélioration de l'expérience client          Amélioration de la satisfaction client          Services personnalisés          Conscience          Conscience</p>	<p><b>Segments de Clientèle</b> </p> <p>Pour qui créons-nous de la valeur ?          Qui sont nos principaux clients ?</p> <p>Marché de masse          Marché de niche          Marchés segmentés          Marchés émergents          Plateau / Service / Niche</p>																					
	<p><b>Ressources Clés</b> </p> <p>Quelles ressources clés sont nécessaires pour :          Notre proposition de valeur ?          Nos canaux de distribution ?          Nos relations avec les clients ?          Nos sources de revenus ?</p> <p><b>TYPES DE RESSOURCES</b>          Humaines          Matérielles (Logistique, Services, Bénéfice, Réputation)          Financières          Intellectuelles</p>		<p><b>Canaux de Distribution</b> </p> <p>Quels sont les canaux préférés de nos clients ?          Quels canaux utilisons-nous actuellement ?          Nos canaux sont-ils intégrés ?          Quels canaux favorisent les meilleurs résultats ?          Quels sont les plus rentables ?          Comment intégrons-nous les canaux avec nos autres clients ?</p> <p><b>FINES</b>          1. Disponibilité          2. Comment pouvons-nous mieux faire connaître notre offre ?          3. Disponibilité          4. Comment pouvons-nous le client à acheter notre proposition de valeur ?          5. Coût          6. Comment pouvons-nous attirer le client à acheter nos produits et services ?          7. Coût          8. Comment améliorons-nous notre proposition de valeur aux clients ?          9. Quels sont les coûts          10. Comment fonctionnent-ils avec nos autres clients ?</p>																						
<p><b>Structure des Coûts</b> </p> <p>Quels sont les coûts les plus importants inhérents à notre modèle économique ?          Quelles sont les ressources clés les plus coûteuses ?          Quelles sont les activités clés les plus coûteuses ?</p> <p><b>VOTRE MODÈLE ÉCONOMIQUE EST-IL FLUIDE ?</b>          Peut-on le rendre capable d'absorber de nouvelles idées, des idées, des améliorations incrémentales, sans perturber autrement ?          Peut-on le rendre flexible sur le coût de la valeur, proposition de valeur / coût de production ?</p> <p><b>ÉLÉMENTS DE CHANGEMENTS IDENTIFIÉS</b>          Coûts des intrants, efficacité, économie d'échelle          Coûts variables          Economies d'échelle          Economies de gamme</p>		<p><b>Sources de Revenus</b> </p> <p>Pour quelle valeur donnée nos clients sont-ils prêts à payer ?          Pour quels offres payent-ils actuellement ?          Comment payent-ils ?          Comment préféraient-ils payer ?          Quelle est la contribution de chaque flux de revenus à l'ensemble des revenus ?</p> <table border="0"> <tr> <td><b>TYPES</b></td> <td><b>NOUVEAUX</b></td> <td><b>DES VARIATIONS</b></td> </tr> <tr> <td>Coût de vente</td> <td>Plus de flux</td> <td>Meilleures opportunités</td> </tr> <tr> <td>Coût de service</td> <td>Coût de service</td> <td>Coût de la main-d'œuvre</td> </tr> <tr> <td>Abonnement</td> <td>Coût de service client</td> <td>Marché émergent</td> </tr> <tr> <td>Prêt / Location / Crédit sur</td> <td>Dépendant de la nature</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Coût de transport</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Fiscabilité</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>			<b>TYPES</b>	<b>NOUVEAUX</b>	<b>DES VARIATIONS</b>	Coût de vente	Plus de flux	Meilleures opportunités	Coût de service	Coût de service	Coût de la main-d'œuvre	Abonnement	Coût de service client	Marché émergent	Prêt / Location / Crédit sur	Dépendant de la nature		Coût de transport			Fiscabilité		
<b>TYPES</b>	<b>NOUVEAUX</b>	<b>DES VARIATIONS</b>																							
Coût de vente	Plus de flux	Meilleures opportunités																							
Coût de service	Coût de service	Coût de la main-d'œuvre																							
Abonnement	Coût de service client	Marché émergent																							
Prêt / Location / Crédit sur	Dépendant de la nature																								
Coût de transport																									
Fiscabilité																									

## Construire le Business Model : ressources clés (RC)

Qui êtes-vous ? De quelles ressources matérielles et immatérielles disposez-vous ?

- Ressources physiques
- Ressources financières
- Ressources intellectuelles – connaissances et compétences
- Ressources humaines

RC – ressources clés	CR – Relation client CCV – Canaux de communication et de vente SC – Segmentation de la clientèle SR – sources de revenus
RC que je possède	RC que je ne possède pas
1.	1.
2.	2.
3.	3.
4.	4.
5.	5.
6.	6.
7.	7.
8.	8.
9.	9.
10.	10.

## Construire le Business Model : Actions clés (AC)

Qu'est-ce que vous faites ?

Ce sont les actions basiques qui doivent être implémentées pour mener à bien l'activité de *pescatourisme*.

- Activités liées à l'implémentation du *pescatourisme* ;
- Activités liées à la création de solutions liées aux demandes des clients ;
- Activités liées à la prestation de services qui permettent la réalisation de l'activité de *pescatourisme*, sa gestion et sa promotion.

RC – actions clés	PV – proposition de valeur RC – relation client Ccv – canaux de communication et vente SC – segmentation de la clientèle SR – sources de revenu
RC que je possède	RC que je ne possède pas
1.	1.
2.	2.

3.	3.
4.	4.
5.	5.
6.	6.
7.	7.
8.	8.
9.	9.
10.	10.

## Construire le Business Model : Segmentation de la clientèle (SC)

Il s'agit des différents groupes de personnes et organisations voulant atteindre, par le biais de l'activité de pescatourisme, à la fois les clients « internes » et « externes ».

*Pour qui voulez-vous créer de la valeur ? Qui sont vos clients les plus importants ?*

La segmentation permet d'améliorer l'offre touristique de la zone tout en essayant de ne pas dupliquer les activités et les services déjà existants. La proposition de forfaits touristiques individuels ou orientés par segments de clientèle peut également :

- Encourager les touristes à rester sur le territoire plus longtemps,
- Encourager les touristes à utiliser les ressources locales qu'ils n'auraient autrement pas connues,
- Favoriser la répartition des coûts de marketing entre opérateurs individuels,
- Permettre à tous les opérateurs de tirer bénéfice des réservations et des paiements anticipés,
- Promouvoir une offre touristique plus attractive.

## Construire le modèle économique : proposition de valeur (PV)

*Comment êtes-vous utile ?*

Il s'agit de l'ensemble des produits et services et des avantages globaux qui représentent une valeur pour un segment de clientèle spécifique. Cette valeur est la raison pour laquelle un client choisit notre offre de pêche. Les éléments importants à retenir sont :

- qualité du service
- saisonnalité
- calendrier et changement

Quelle valeur transférons-nous au client ?	
Quels besoins du client satisfaisons-nous ?	

Quels produits et services proposons-nous à chaque segment de clientèle?	
Segment :	
Segment :	

Valeurs personnelles que je peux transmettre dans l'activité de pécaturisme	
---	--

Quelques éléments pouvant contribuer à la création de valeur pour les clients du secteur du pécaturisme :

- innovation
- personnalisation
- prix
- accessibilité

## Construire le Business Model : canaux de communication et de vente

### Choix du canal de communication

Dans quel environnement agis-je ?	
Où puis-je identifier les opportunités, les dangers, la compétition et les activités complémentaires ? À quels marchés publics dois-je m'adresser ?	
Combien de groupes différents peuvent être intéressés par mon produit et quelles sont leurs dimensions ?	
Quelles sont leur caractéristiques ?	
Par quels canaux de communication les segments de clientèle veulent-ils être atteints ?	
Comment sont-ils actuellement atteints ?	
Comment les différents canaux de communication sont-ils intégrés ?	
Quels canaux de communication sont les plus efficaces ?	
Quels sont les canaux de communication les plus pratiques ?	
Comment s'intègrent-ils aux habitudes des clients ?	

### Caractéristiques des outils de communication

Sensibilisation aux services et produits	Comment pouvons-nous sensibiliser le public aux services offerts dans notre activité de pêche ?
Ils aident les clients dans l'évaluation des produits et services	Comment pouvons-nous aider les clients à nous évaluer afin d'avoir nous améliorer en continue selon le segment de clientèle ?
Ils permettent au client	Comment donnons-nous l'opportunité aux clients d'acheter nos

d'effectuer l'achat	services ?
Ils offrent une proposition de valeur aux clients	Comment distribuons-nous notre valeur aux clients ?
À travers l'assistance, ils assurent la satisfaction après-vente	Comment entretenons-nous la relation avec les clients après l'expérience de la pêche afin de favoriser leur retour ou de les encourager à devenir nos meilleurs distributeurs pour obtenir de nouveaux clients ?

OUTILS HORS LIGNE	OUTILS EN LIGNE
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Brochures, affiches, dépliants, cartes et autres imprimés</li> <li>• Présence dans des publications spécialisées en tourisme</li> <li>• Programmes de visites de la presse et des professionnels du tourisme</li> <li>• Marque pour identifier l'activité de pêche</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Site web : pour fournir informations et pour vendre</li> <li>• E-mail : pour faire du marketing direct et pour contacter les clients et s'adapter à leurs préférences</li> <li>• Publicité en ligne</li> <li>• Réseaux sociaux : utiliser Facebook pour en savoir plus sur les préférences des clients, ou pour communiquer avec des potentiels clients, promouvoir des événements... Twitter peut aider à augmenter la visibilité. Il est important de garantir l'interactivité et d'investir sur la création de contenus.</li> <li>• Communautés en ligne : communications en ligne, forums et réseaux sociaux.</li> </ul>

## Construire le Business Model : canaux de communication et vente

D'un point de vue du *Canvas* personnel du business model, la question à se poser est la suivante :

*Que peux-je faire pour que les clients me connaissent ? Comment ma proposition de valeur peut-elle atteindre les clients ?*

Par conséquent, la question contient cinq phases du processus de vente dans le marketing direct, à savoir :

- Comment les potentiels clients peuvent-ils découvrir comment vous pouvez les aider à satisfaire leurs besoins
- Comment décident-ils d'acheter les services que nous voulons leur vendre
- Comment peuvent-ils les acheter
- Comment pouvons-nous leur livrer ce qu'ils achètent
- Comment la satisfaction du client est-elle assurée à travers le service post-vente

Comment mes clients découvrent-ils les produits que je propose ?	<input type="radio"/> Télévision <input type="radio"/> Radio <input type="radio"/> Brochures <input type="radio"/> Site-web <input type="radio"/> E-mail <input type="radio"/> Appels téléphoniques <input type="radio"/> Bouche à oreille <input type="radio"/> _____
Comment décident-ils si acheter ou pas mes produits / services ?	
Comment décrivez-vous et comment communiquez-vous autour du service que proposez ?	
Comment les achètent-ils ?	<input type="radio"/> Du site-web <input type="radio"/> D'un tour-opérateur <input type="radio"/> Dans un hôtel <input type="radio"/> En parlant avec vous <input type="radio"/> _____
Comment fournissez-vous le service acheté ?	<input type="radio"/> Ils doivent venir vers vous <input type="radio"/> En les accompagnant <input type="radio"/> _____
Comment vous vous assurez qu'ils soient satisfaits ?	

## Construire le Business Model : la relation client

*Comment interagissez-vous avec les clients?*

- acquérir des clients
- Les fidéliser
- Augmenter les ventes

Quel type de relation chaque segment de nos clients compte-t-il établir et maintenir avec vous ?	
Quel type de relation avons-nous établie ?	
Ces relations sont-elles chères ?	
Comment ces relations s'intègrent-elles avec votre Business Model ?	

- Recherches sur les segments de clientèle ;
- Maintenir de multiples lignes de communication ;
- Être le plus clair possible lors de l'interaction avec le client ;
- Toujours demander un feedback ;
- Éviter les discussions avec les clients ;
- Toujours être honnête avec le client.

## Relation client dans le business model personnalisé

J'interagis principalement :	<input type="radio"/> Face à face <input type="radio"/> Par mail <input type="radio"/> Par téléphone <input type="radio"/> _____
Développement des relations au cours du temps	<input type="radio"/> Occasionnel <input type="radio"/> En cours <input type="radio"/> Pour fournir assistance <input type="radio"/> Pour donner des renseignements <input type="radio"/> Pour proposer de nouveaux services <input type="radio"/> _____
vous avez tendance à vous occuper des clients que vous avez déjà, en vous concentrant surtout sur leurs demandes	
Avez-vous la tendance à augmenter le nombre des nouveaux clients ?	

**Construire le Business Model : partenaires clés***Qui vous aide ?*

- alliances entre non-concurrents
- concurrence collaborative : partenariat entre concurrents
- développement de nouvelles entreprises
- relations acheteur-fournisseur pour assurer des fournisseurs fiables

Qui sont mes partenaires clés ?	
Qui sont mes fournisseurs ?	
Quelles ressources clés obtiens-je de mes partenaires ?	
Quelles activités clés sont effectuées par les partenaires ?	

Les raisons pour créer des partenariats :

- optimisation et économies d'échelle
- réduction des risques et d'incertitudes
- acquisition de ressources ou activités particulières

**Construire le Business Model : sources de revenus***Qu'est-ce que vous obtenez ?*

Pour quelle valeur chaque segment de clientèle est-il vraiment disposé à payer?

- Vente du service
- Frais d'inscription

- Location
- Vente de biens
- Publicité

Bien évidemment, des avantages personnels et tangibles doivent également être inclus.

La valeur génère revenus

Pour quelle valeur sont les clients réellement disposés à payer ?	
que paient-ils pour l'instant ?	
Comment paient-ils ?	
Comment préfèrent-ils payer ?	
Comment la source de revenus contribue-t-elle au revenu général ?	

Détermination du prix et de la liste des prix sur la base de certaines variables

<b>Liste de prix :</b>  Les prix fixés pour chaque produit, service ou d'autres propositions de valeur	<i>Dépend des caractéristiques du produit</i> : le prix dépend du nombre, de la qualité ou des caractéristiques de la proposition de valeur
	<i>Dépendant du segment de clientèle</i> : le prix dépend du type et des caractéristiques d'un segment de clientèle
	<i>Dépendant du montant</i> : le prix varie en fonction de la quantité achetée

## Construire le Business Model : la structure des coûts (SC)

Qu'est-ce que vous donnez ?

Les coûts doivent être soustraits aux revenus pour créer des profits.

Quels sont les coûts les plus importants de votre <i>Buesiness Model</i> ?	<input type="radio"/> _____ <input type="radio"/> _____
Quelles sont les ressources clés les plus chères ?	<input type="radio"/> _____ <input type="radio"/> _____
Quelles sont les activités clés les plus chères ?	<input type="radio"/> _____ <input type="radio"/> _____

La structure des coûts peut avoir des caractéristiques différentes :

- Coûts fixes
- Coûts variables
- Économies d'échelle

## Identification des principaux coûts comparés aux différents domaines d'activité

Que devez-vous faire pour que votre activité continue?

Quels sont vos coûts ?

	Coût des Ressources clés Actions clés Partenaires clés	Évaluation des coûts mensuels
<b>Coûts fixes :</b> Les coûts qui restent inchangés quelle que soit la valeur des biens ou des services produits	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Salaires</li> <li>○ Location</li> <li>○ Dépenses liées au bateau</li> <li>○ _____</li> </ul>	
<b>Coûts variables :</b> Coûts qui varient proportionnellement à la quantité de biens ou services produits	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ _____</li> <li>○ _____</li> <li>○ _____</li> </ul>	
<b>Économie d'échelle :</b> Possible réduction des coûts lorsque les activités se développent	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ _____</li> <li>○ _____</li> <li>○ _____</li> </ul>	

## PROJECT PARTNERS

