

PRESENTATION DE LA DEMARCHE DES LIGNEURS DE LA POINTE DE BRETAGNE

Seafood Champion 2009



Historique :

En 1993, quelques pêcheurs, confrontés à la montée en puissance progressive de l'aquaculture méditerranéenne et menacés par l'irruption sur leurs pêcheries traditionnelles de grands chalutiers, prennent l'initiative de cette démarche collective.

Refusant la disparition annoncée de leurs pêcheries traditionnelles, ces pêcheurs vont aller chercher auprès du consommateur les facteurs de différenciation leur permettant de s'imposer sur le segment très particulier de la restauration festive.

Volume d'activité :

Les ligneurs de la Pointe de Bretagne sont près de 200, répartis sur l'ensemble des côtes bretonnes. Ils ciblent une espèce principale, le bar et quelques espèces accessoires : dorades, lieu jaune et merlan. Ils ne pêchent qu'à la ligne et aux palangres et naviguent le plus souvent seuls à bord de leur bateau qui doit faire moins de 12 mètres.

Les poissons font l'objet d'un marquage individuel à vocation commerciale et plus de 500.000 poissons sont identifiés chaque année pour un chiffre d'affaires de l'ordre de 10 millions d'euros.

Philosophie de la démarche :

Quelques principes simples conditionnent la démarche, et le collectif ne s'est guère éloigné des fondamentaux énoncés par ses membres fondateurs.

Militer :

La démarche des ligneurs ne doit pas être une affaire d'argent mais une affaire de cœur. Vouloir gagner sa vie au 21^{ème} siècle avec un bout de fil et quelques hameçons est en soit une gageure, et faire ce choix, c'est inscrire sa démarche dans un rapport intime avec la nature : « ne rien prendre à la mer qu'elle ne veuille nous donner ».

Gérer pour durer :

Les techniques de pêche opérant par séduction (lignes, casiers, nasses) ont une capacité à s'autoréguler dès lors que l'espèce cible se détournera des leurres et des appâts dans l'hypothèse d'un stock dégradé pour se consacrer aux proies naturelles alors proportionnellement plus abondantes.

Montrer l'exemple :

Ne pouvant se satisfaire de seulement dénoncer les abus, le collectif doit mettre en œuvre ses propres efforts de gestion. Il en va ainsi de l'arrêt biologique de 45 jours non indemnisé pendant la période de frai, de la taille de la dorade rose choisie à 32 cm au lieu des 25 cm de taille européenne.

Dialoguer :

Engager la concertation parce que les enjeux sont transversaux : rencontrer agriculteurs et ostréiculteurs sur le thème de la qualité de l'eau, développer des solidarités avec les communautés de pêcheurs de la zone sud (Madagascar, Seychelles...) ou bien encore travailler avec d'autres pêcheurs sur des stratégies de reconquête des niveaux de ressources (AMP « langouste » sur près de 100 Km² sur la Chaussée de Sein).

Créer du lien :

Rapprocher les pêcheurs entre eux, mais aussi rapprocher le producteur du consommateur : grâce à cette étiquette fixée à l'ouïe du poisson, le consommateur accède en 3 clics sur Internet à une information complète lui permettant de savoir QUI a pêché le poisson, OU et COMMENT.



Communiquer :

Pour exister, le pêcheur doit être vu. Profitant de l'intérêt des médias pour les choses de la mer, le collectif doit porter un message utile aux consommateurs : qualité, sécurité, respectabilité citoyenne.

S'auto suffire :

L'association s'est délibérément placée hors du domaine du fonctionnement aidé, et hormis le cas d'investissements lourds tels que la conception du site Internet, les pêcheurs assument seuls le coût de leur démarche.

Limiter son empreinte écologique :

La technique de la ligne en elle-même est garante de respectabilité. Prises accidentelles ou non désirées inexistantes, rejet des poissons immatures, absence d'impact sur les fonds marins, rejet de CO2 quasi nul en action de pêche, il n'y a guère que l'acheminement vers les lieux de pêche qui soit « coûteux » en termes écologiques.

Un futur à construire :

La démarche produit aujourd'hui ses effets, et alors que les effectifs de petite pêche déclinent, la corporation des ligneurs renforce régulièrement ses effectifs. Pour autant rien n'est acquis et chaque année, les stocks de bar sauvage subissent, pendant le frai, les assauts de pêcheurs hauturiers préoccupés par leur seul profit immédiat.

Pendant des années encore, les ligneurs devront se battre pour que les idées avancent, pour que petit à petit la raison l'emporte. Pour relever ce défi, ils ont plus que jamais besoin du soutien réitéré des consommateurs et des acteurs de la société civile.



Association des Ligneurs de la Pointe de Bretagne - www.pointe-de-bretagne.fr