



MASTER SML

SCIENCES DE LA MER ET DU LITTORAL

MENTION

**EXPERTISE ET GESTION DE
L'ENVIRONNEMENT LITTORAL**

Mélinée Sainleger Entreprendre dans les îles du Ponant : analyse comparative

Mémoire de stage de Master 2

Année Universitaire 2014-2015

Structure d'accueil : **Laboratoire GEOMER**

Tuteur universitaire : **Louis Brigand**

Maître de stage : **Eric Foulquier**



ID-îles

TABLE DES MATIERES

Remerciements.....	4
Liste des abréviations	5
I. Introduction.....	6
ID-Îles 2	6
Les îles du Ponant	7
Objectifs de l'étude.....	8
II. Méthode.....	9
1. Recherche bibliographique.....	9
2. Bases de données	9
3. Collecte des données.....	11
III. L'entrepreneuriat dans les îles du Ponant.....	16
1. Un contexte démographique défavorable	16
2. Une économie tournée vers le tourisme.....	18
3. Un micro-entrepreneuriat dont le rôle est essentiel dans l'économie locale.....	19
IV. Les anciens entrepreneurs	22
1. Typologie des anciennes entreprises	22
2. Parallèle avec les néo-entreprises	26
3. Comparaison inter-îles.....	39
V. Limites	43
VI. Conclusion	44
Bibliographie.....	48
Table des illustrations.....	49
Annexes	50

REMERCIEMENTS

Je tiens dans un premier lieu à remercier l'ensemble des personnes rencontrées sur les îles de Sein, Ouessant, Batz, Hoëdic, Ile-aux-Moines et Groix. Merci de m'avoir accueilli aussi chaleureusement et d'avoir pris le temps pour ces échanges d'une grande richesse.

Je tiens à remercier tout particulièrement et à témoigner toute ma reconnaissance aux personnes suivantes, pour leurs conseils enrichissants durant ces cinq mois :

Les maires rencontrés lors de mes visites sur les îles pour s'être rendu disponibles et avoir répondu à mes questions, Guy Cabioch, maire de l'île de Batz, Jean-Luc Chiffolleau, maire de Hoëdic, Denis Palluel, maire d'Ouessant, Dominique Salvart, maire de l'île de Sein et Dominique Yvon, maire de l'île de Groix.

L'équipe de recherche ID-Îles 1 et 2 : Hélène Blossier, Marie Guingot, Laura Corsi et Gaël Lavialle, pour m'avoir fait partager leur expérience.

Mes relectrices : Alice, Céline et Vinvella ainsi que mes collègues de bureau, Julie, Lisa et Louis pour leur soutien et leur bonne humeur.

Je tiens également à remercier les personnes qui m'ont hébergée ; Ambroise Menou sur l'île de Sein, Soizic et Marie à Ouessant.

Enfin, je tiens tout particulièrement à remercier mes encadrants, Éric Foulquier et Louis Brigand qui m'ont permis de réaliser ce stage et m'ont suivie durant ces cinq mois.

LISTE DES ABREVIATIONS

AIP : Association des Îles du Ponant

AMURE : Aménagement des Usages des Ressources et des Espaces marins et littoraux

EGEL : Expertise et Gestion de l'Environnement Littoral

GAEC : Groupement Agricoles d'Exploitations en Commun

HLM : Logement d'Habitation à Loyer Modéré

ID-Îles : Initiatives et Développement dans les îles du Ponant

INSEE : Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques

IUEM : Institut Universitaire Européen de la Mer

LETG : Littoral, Environnement, Télédétection, Géomatique

MSA : Mutualité Sociale Agricole

SIRENE : Système Informatique pour le Répertoire des Entreprises et des Etablissements

TIC : Technologies de l'information et de la Communication

UBO : Université de Bretagne Occidentale

I. INTRODUCTION

ID-Îles 2

Le projet de recherche ID-Îles 2 (Initiatives et Développement dans les îles du Ponant) s'inscrit dans la continuité du programme ID-Îles 1 mené de 2011 à 2014. Ce dernier a permis de dresser un bilan démographique, social et économique de chacune des îles habitées du Ponant et d'identifier les acteurs économiques développant de nouveaux projets sur les îles (Louis Brigand, Chailloux, Corsi, & Laviolle, 2014). Il a donc été possible de mesurer leur importance dans l'économie insulaire mais aussi de s'interroger sur leurs difficultés et leurs perspectives.

ID-Îles 1 a également permis de mettre en réseau les entrepreneurs porteurs de nouveaux projets entre eux mais aussi avec les maires des îles, en particulier lors des ateliers mis en place à Groix en octobre 2013 et qui ont réunis 120 personnes autour de la question de l'entrepreneuriat dans les îles du Ponant.

La limite majeure de cette étude est son caractère fragmentaire puisqu'elle s'est principalement intéressée aux néo-entrepreneurs c'est-à-dire aux 1 617 entreprises de moins de six ans lors de l'étude et donc de moins de dix ans aujourd'hui. L'objectif global du programme ID-Îles est de comprendre la dynamique des activités dans les îles du Ponant et d'engager une réflexion sur leur potentiel entrepreneurial. Il est apparu intéressant de compléter ce travail en se penchant plus précisément sur les 1 178 autres entreprises installées sur les îles du Ponant depuis plus longtemps afin de comprendre, non plus les dynamiques d'installation mais les conditions de leur pérennité.

Le travail présenté ici tend à compléter cette étude en englobant l'ensemble des entreprises insulaires et en étudiant plus particulièrement celles âgées de plus de dix ans. Étudier ces entreprises, ici qualifiées d'anciennes pour les différencier des nouvelles, nous permet d'analyser les similarités et les différences entre ces deux générations d'entrepreneurs et donc de comprendre l'évolution de l'entrepreneuriat insulaire.

De plus, si ID-Îles 1 a permis de mettre en lumière les difficultés de l'entrepreneuriat îlien, les anciens entrepreneurs peuvent, de par leur expérience, apporter des éléments de solutions à ces difficultés spécifiques.

Les programmes ID-Îles 1 et 2 sont élaborés en étroite collaboration entre l'UBO, les laboratoires de recherche Géomer et AMURE et l'Association des Îles du Ponant (AIP) qui rassemble élus et responsables socioprofessionnels des îles.

Ce rapport est le fruit de cinq mois de stage au sein du laboratoire LETG Brest-Géomer de mars à juillet 2015. Il a été mené à bien sous la direction de Louis Brigand et Eric Foulquier, respectivement professeur et maître de conférences à l'UBO.

Les îles du Ponant

Sont rassemblées sous l'appellation « îles du Ponant », les quinze îles formant un ensemble d'îles sur la côte ouest de la France et habitées de façon permanente. Cette étude se limite aux treize de ces îles ayant le statut de communes (Figure 1). Elle ne prend donc pas en compte l'archipel de Chausey et l'archipel des Glénan qui sont rattachés à une commune continentale et qui n'ont pas ou presque pas d'habitants permanents.

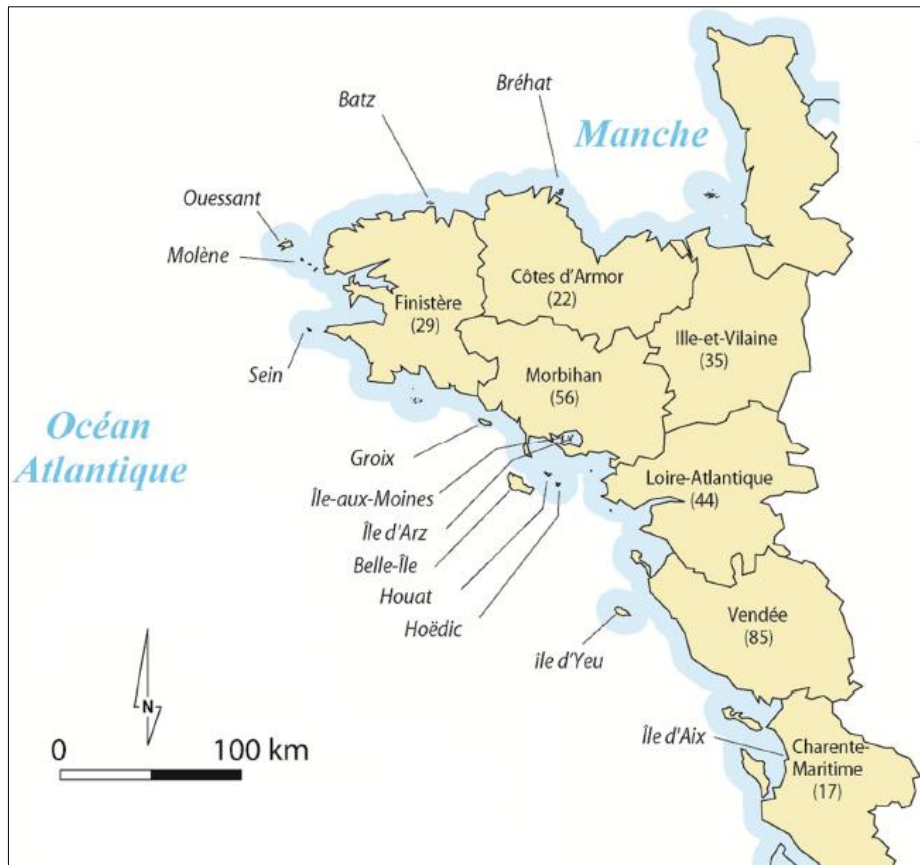


Figure 1 : Les îles du Ponant dotées du statut communal, Peuziat, 2013

Les îles sont des objets géographiques spécifiques, en témoigne la pluralité de définition et de typologie des îles. Il s'agit de territoires clos et isolés mais cet isolement est de plus en plus relatif : évolution de la mobilité (Péron, 2005), des télécommunications...

Les îles du Ponant sont des territoires de petite superficie. La plus grande, Belle-Île s'étend sur 8 563 hectares et quatre communes, alors que la plus petite est l'île de Sein avec 58 hectares.

La superficie et l'isolement des îles sont autant de contraintes qui induisent des dynamiques spécifiques à ces territoires. Les îles ont des difficultés à maintenir des emplois permettant le maintien de la population active et tout particulièrement des classes les plus jeunes.

Le tourisme occupe désormais une place prépondérante dans l'économie insulaire mais n'offre souvent que des emplois saisonniers qui ne permettent pas l'installation d'actifs à l'année. Il s'agit donc d'une sorte d'économie « à temps partiel ».

La part de résidents secondaires est de plus en plus importante et entraîne une hausse des prix du foncier qui s'ajoute au surcoût de la vie insulaire impacté par les coûts de transport. Parmi les impacts de la mise en tourisme on peut également citer la question des infrastructures qui doivent être calibrées en saison estivale (réseau d'eau, gestion des déchets, énergies...)

S'installer ou rester vivre sur une île devient de plus en plus compliqué pour les jeunes et les actifs. Pourtant, comme l'a montré le programme ID-Îles 1, de jeunes entreprises parviennent à s'installer sur ces territoires. On dénombre aujourd'hui 2 795 entreprises dans les îles du Ponant dont 1 617 de moins de 10 ans.

Objectifs de l'étude

Dès lors, on peut se demander comment ces entreprises se sont adaptées aux spécificités de leur environnement économique. Le programme ID-Îles 1 a entamé une réflexion à ce sujet en étudiant le comportement des néo-entrepreneurs dans les îles. Cette étude a donc permis de mettre en avant les principaux atouts (image de l'île, absence de concurrence, solidarité entre les entrepreneurs, bouche à oreille et surtout présence d'un marché touristique) et contraintes (transport, accès au foncier, recrutement, logement des employés) auxquels sont confrontés les entrepreneurs ainsi que leurs stratégies d'adaptations (diversification, exportation, différenciation et coopération).

Il est donc intéressant de comparer ces résultats centrés sur les néo-entrepreneurs avec les entreprises pérennes qui ont dû évoluer en même temps que leur île. S'intéresser aux entreprises plus anciennes permet de mieux comprendre les conditions qui président à leur développement ou leur maintien. Et de là, de fournir des éléments de réflexions en termes de stratégies à la fois aux néo-entrepreneurs et aux édiles chargées de l'aménagement de ces territoires.

Le premier objectif de la présente étude est de replacer l'ensemble des entreprises dans leur contexte démographique, social et économique et d'identifier les contraintes d'implantation en comparant les différentes spécificités insulaires des îles. Et ce, dans le but d'obtenir une vue globale de l'entreprenariat insulaire dans son contexte.

Le second objectif est de s'intéresser aux entreprises les plus anciennes et d'analyser leur évolution au regard de leurs homologues plus récents.

II. METHODE

Cette étude s'inscrivant dans la suite du programme ID-Îles 1 et souhaitant obtenir des données comparables, la méthodologie adoptée est relativement proche. Elle s'appuie sur un premier travail de recherche bibliographique et d'analyse de données statistiques, complétée par un important travail de terrain par le biais d'entretiens semi-directifs et de questionnaires.

1. Recherche bibliographique

Il existe peu d'études spécifiques aux entreprises dans les îles du Ponant ; la bibliographie sur ce sujet se limite donc aux précédents rapports du programme ID-Îles 1. Ce travail s'appuie ainsi sur cinq mémoires de master réalisés dans le cadre du programme ID-Îles :

- *Monographie des îles du Ponant : analyses statistiques comparées*, (Chailloux, 2013)
- *Etat des lieux, dynamiques et perspectives des activités agricoles dans les îles du Ponant*, (Gariglietti-Brachetto, 2013)
- *Structure et comportement de l'entrepreneuriat : analyse comparative des îles du Ponant (France)*, (Lavialle, 2013b)
- *Etat des lieux de l'activité de pêche professionnelle sur les îles du Ponant*, (Tesson, 2013)
- *Entreprendre sur les îles : du constat aux témoignages, de l'expérience au projet*, (Le Gentil, 2012)

A cela s'ajoute le rapport synthétisant les résultats scientifiques d'ID-Îles 1 (Louis Brigand et al., 2014). Ce rapport est présenté sous la forme d'un DVD intégrant à la fois un rapport écrit et des témoignages sous forme de vidéos.

La littérature scientifique traitant des îles du Ponant est plus importante. Il existe, cependant, peu d'études traitant des aspects sociaux et économiques. Les autres articles et ouvrages utilisés pour ce rapport sont répertoriés dans la bibliographie finale.

2. Bases de données

Le répertoire SIRENE :

Il s'agit du répertoire national d'identification des entreprises et des établissements dont la gestion est confiée à l'INSEE, source privilégiée pour le suivi démographique des entreprises.

L'AIP a acquis en août 2012 un extrait de ce répertoire listant l'ensemble des entreprises pour les îles du Ponant ayant un statut communal. Ces données ont été traitées et simplifiées par Gaël Lavialle lors de son stage de master (Lavialle, 2013a). Pour les besoins de cette étude, l'AIP s'est procuré en 2015 une mise à jour de ce répertoire qui a ensuite été traité et simplifié en reprenant la méthode d'ID-Îles 1.

Une des limites de cette base de données est l'existence d'entreprises « fantômes ». Les entreprises sont contraintes de s'inscrire à ce répertoire lors de leur création. En revanche rien ne les oblige à déclarer leur cessation d'activité. Il est donc nécessaire de procéder à une vérification de terrain pour connaître le nombre d'entreprises réellement existantes dans les îles.

Cette vérification a été exécutée directement auprès des maires ou secrétaires de mairies pour les îles du terrain d'étude : Ouessant, Groix, Sein, Batz, Hoëdic et l'Île-aux-Moines. Cette vérification a permis de calculer une marge d'erreur moyenne de 18 % sur l'ensemble de la zone d'étude, avec de grandes disparités entre les îles (Figure 2). A Ouessant par exemple, la marge d'erreur est de 24 %, sur les 122 entreprises recensées, 29 ont disparu alors que sur l'île de Sein la marge est de 8 % avec trois entreprises disparues sur 35 répertoriées. Par manque de temps, il n'a pas été possible de vérifier l'ensemble des données sur la totalité des îles. Il réside donc une marge d'erreur des données Sirene concernant les autres îles.

Les données utilisées dans ce rapport sont les chiffres extraits de la base Sirene mise à jour en 2015 mais sans les vérifications de terrain. Si ces données chiffrées nous permettent d'observer les grandes tendances, il ne s'agit pas des chiffres exacts. Il est donc nécessaire de les manier ces chiffres avec précaution.

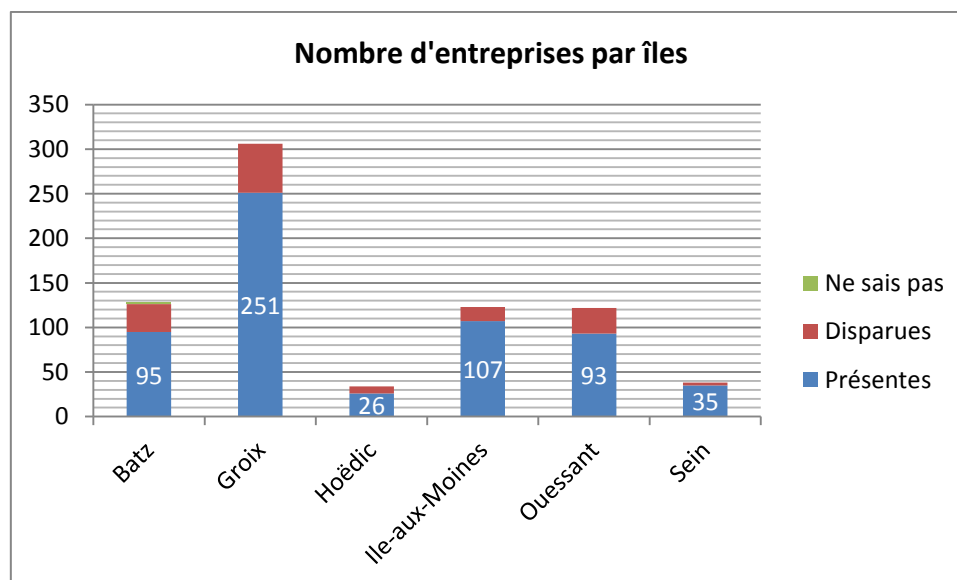


Figure 2 : Vérification terrain de la base Sirene

Les données de l'INSEE

Les données détaillées de l'Insee sont disponibles en ligne et permettent de décrire la démographie, l'emploi, l'habitat, le tourisme et l'entrepreneuriat de chaque commune. Les données relatives aux îles du Ponant ont été rassemblées en 2013 par Alex Chailloux (Chailloux, 2013) et ont été mises à jour pour les besoins de l'étude.

3. Collecte des données

Comme pour les nouvelles entreprises, la collecte des données de terrain s'est appuyée sur des entretiens semi-directifs et des questionnaires. Afin de répondre à l'étude, il a été nécessaire de faire évoluer ce guide d'entretien et de simplifier le questionnaire.

Choix des îles

Au vu du temps imparti, à savoir cinq mois, il était impossible de rencontrer la totalité des entreprises et de se rendre sur chacune des îles du Ponant. Hormis les contraintes de temps, de distance et d'isolement, plusieurs critères ont été pris en compte pour choisir les îles à étudier (Tableau 1).

La typologie des îles du Ponant mise en place par Louis Brigand (Brigand, 1983) permet de distinguer trois groupes d'îles selon deux critères : superficie et éloignement par rapport au continent. Ces critères étant déterminants dans le développement des îles. La taille d'une île peut permettre ou non l'installation d'activités, tout comme la distance par rapport au continent (surcoût, perte de temps, transport).

Il a été décidé de se rendre sur deux îles de chacune des catégories. Afin de déterminer ces îles, est prise en compte l'évolution de la population, en sélectionnant une île en évolution démographique positive et une en négative. Est également prise en compte, la distance par rapport à Brest, le lieu du stage, afin de minimiser les temps et coûts de déplacement. Ces critères ont permis de sélectionner six îles :

- Ouessant et L'île de Groix (Groupe A)
- L'île de Batz et l'île-aux-Moines (Groupe B)
- L'île de Sein et Hoëdic (Groupe C)

Choix des entreprises rencontrées

Afin d'être représentatif de la diversité des activités dans les îles, les entreprises sont choisies dans différents secteurs d'activités : primaire, secondaire et tertiaire, quand cela est possible. Ce qui n'est pas le cas, par exemple, sur l'île de Sein, sur laquelle on a constaté après vérification de la base Sirene qu'aucune entreprise n'exerce dans le secteur secondaire.

Ne sont prises en compte dans ces enquêtes que les entreprises privées créées depuis plus de dix ans. Dans la mesure du possible et selon les disponibilités des entrepreneurs, nous avons essayé de privilégier la rencontre avec les entreprises les plus âgées.

Le choix des entrepreneurs rencontrés a été très libre. Une grande place a été laissée aux recommandations des municipalités et des rencontres fortuites sur l'île. En fonction de notre connaissance du terrain d'étude, les prises de contact se sont faites soit en amont par téléphone soit en allant directement à la rencontre des entrepreneurs.

Création de guide d'entretien

En s'inspirant de la base de données ID-Îles 1, une nouvelle trame d'entretien a été créée. Ce formulaire mêle à la fois questions ouvertes et questions fermées. Il aborde plusieurs thèmes tels que les caractéristiques de l'entreprise, le rapport de l'entrepreneur à l'île ou encore l'évolution de l'entreprise depuis sa création. Les entretiens semi-directifs donnent aux dirigeants d'entreprises l'opportunité de s'exprimer librement sur les sujets abordés.

Tableau 1 : Critères de choix des îles de terrain

Libellé géographique	Superficie (hectares)	Distance du continent (km)	Durée traversée (min)	Population en 2006 ¹	Population en 2011	Evolution depuis 2006 (%)	Nombre d'entreprises ²	Nombre d'entreprises anciennes	Part entreprises anciennes (%)	Pourcentage d'entreprises pour 100 hab	Groupe
Groix³	1 480	14	45	2 226	2 220	-0,4	306	110	36	14	A
Ouessant	1 560	25	90	857	883	0,6	122	60	49	14	A
L'Île-d'Yeu	2 330	18	40	4 880	4 562	-1,3	729	284	39	16	A
Belle-Île	8 560	16	45	5 045	5 249	0,8	986	408	41	19	A
Île d'Aix	119	3	20	215	236	1,9	62	23	37	26	B
Île-de-Bréhat	310	2	15	438	400	-1,8	116	65	56	29	B
Île-de-Batz	310	3	15	606	507	-3,5	128	46	36	25	B
Île-aux-Moines	320	1	5	536	625	3,1	123	51	41	20	B
Île-d'Arz	330	3	15	254	243	-0,9	62	28	45	26	B
Île-de-Sein	60	23	75	238	189	-4,5	38	18	47	20	C
Île-Molène	80	12	60	221	204	-1,6	35	16	46	17	C
Hoedic	209	24	60	111	120	1,6	34	21	62	28	C
Île-d'Houat	290	16	40	311	249	-4,3	54	39	72	22	C
Îles du Ponant				15 938	15 687	-0,8	2 795	1 178	47	21	

¹ Les données relatives à la démographie sont issues de l'INSEE

² Les données relatives aux entreprises sont issues de la base Sirene 2015

³ En rouge, les îles sélectionnées pour l'étude de terrain

Cette méthode permet de mettre en lumière les différentes perceptions des thèmes abordés. L'étude nécessitant également des données quantitatives, sont adjointes à chaque thème des questions fermées.

Chaque grand thème est alors abordé sous forme d'une question générale très ouverte puis d'un système de relance sous forme de questions ouvertes ou fermées (Annexe 1).

Les grands thèmes abordés sont :

- L'entreprise et l'entrepreneur (activité, installation, financements, saisonnalité)
- Le rapport de l'activité à l'île et le rapport de l'île à l'entrepreneur
- L'évolution de l'entreprise
- La perception de l'avenir de l'île

Les îles sont des espaces spécifiques qui font l'objet de nombreuses études et les îliens sont souvent sollicités. Cela peut s'avérer lassant et inciter les îliens à refuser de répondre aux multiples enquêtes. C'est pourquoi, il a été décidé d'ajouter à cette enquête, deux autres études en cours dans le cadre du programme ID-îles.

La première s'intéresse aux Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) dans les îles et est menée par Télécom Bretagne. A donc été ajouté un questionnaire fermé centré sur deux thèmes : les TIC et les relations entre les entreprises insulaires (coopération et concurrence). Ce questionnaire a été élaboré par des économistes de Télécom Bretagne et s'inspire de celui d'ID-Îles 1. Il permet de recueillir des données quantitatives, principalement destinées à des analyses statistiques et permet également de compléter les données qualitatives issues des entretiens.

Dans le cadre de sa thèse en cours sur le thème suivant, « Le comportement spatial des entrepreneurs insulaires du Ponant. Etude de cas autour du concept de rationalité située », Marie Guingot a souhaité ajouter des questions autour du thème des flux entrepreneuriaux (financiers, marchands et humains). Ces questions ont une visée exploratoire et permettent une première approche qui sera approfondie par la suite lors d'entretiens spécifiques.

Déroulement des entretiens

Au cours du stage 23 entretiens ont été réalisés sur les six îles sélectionnées (Tableau 2). L'objectif n'était pas de rencontrer toutes les entreprises mais bel et bien de choisir des entreprises représentatives de l'activité économique sur l'île. Selon les îles, trois ou quatre entrepreneurs issus de secteurs différents ont été enquêtés.

Sur chacune des îles, des visites de deux à quatre jours ont été effectuées. Au total, ce sont treize jours d'enquêtes de terrain qui se sont déroulés du 7 avril au 17 juin 2015.

Les entrepreneurs contactés ont été globalement très accueillants : sur la trentaine de personnes contactées, 23 ont accepté de participer à l'enquête, deux personnes ont refusé de répondre par manque d'intérêt pour l'étude et cinq ont décliné la proposition par manque de temps. Les entrepreneurs étaient plus disponibles les premiers mois de terrain, il a été plus difficile de trouver des personnes disponibles au mois de juin alors que la saison

touristique débutait sur les îles. Les entretiens ont souvent pris la forme d'une discussion libre. En moyenne, les entretiens ont duré 57 minutes.

Tableau 2 : Liste des entretiens ID-Îles 2

Identification ID-îles	Île	Nom de l'entreprise	Activité	Secteur	Date	Durée
192	Île de Sein	Case de Tom	Bar-restaurant	Tertiaire	07/04/2015	55
193	Île de Sein	Café des Sports - Chez Bruno	Débit de boisson	Tertiaire	07/04/2015	60
194	Île de Sein	François Spinec	Pêche en mer	Primaire	07/04/2015	60
195	Île de Sein	Armen	Hôtel-restaurant	Tertiaire	09/04/2015	70
196	Ouessant	Pharmacie Moigne	Pharmacie	Tertiaire	05/05/2015	60
197	Ouessant	Pulsat Ouessant	Électricité-plomberie	Secondaire	06/05/2015	60
198	Ouessant	Avi Mer	Commerce	Tertiaire	06/05/2015	60
199	Ouessant	Ty Korn	Bar-restaurant	Tertiaire	06/05/2015	60
200	Ouessant	Philippe Deniel	Bar-boulangerie	Tertiaire	07/05/2015	45
201	Île de Batz	GAEC Tanguy	Agriculture	Primaire	11/05/2015	60
202	Île de Batz	Armand Glidic	Pêche en mer	Primaire	12/05/2015	70
203	Île de Batz	Aux couleurs du temps	Crêperie	Tertiaire	12/05/2015	75
204	Île de Batz	Chez Thérèse	Épicerie	Tertiaire	13/05/2015	50
205	Île-aux-Moines	Le Pod Bronnek	Débit de boisson	Tertiaire	11/06/2015	45
206	Île-aux-Moines	Agence Paris-Provence	Agence immobilière	Tertiaire	11/06/2015	45
207	Île-aux-Moines	P'tit Louis	Location de vélos	Tertiaire	09/06/2015	45
208	Île-aux-Moines	L'Escale	Commerce souvenirs et divers	Tertiaire	09/06/2015	45
209	Hoëdic	Simon Moisdon	Pêche en mer	Primaire	08/06/2015	60
210	Hoëdic	Philippe Le Palmec	Plombier	Secondaire	08/06/2015	50
211	Île de Groix	Groix et Nature	Conserverie	Secondaire	16/05/2015	60
212	Île de Groix	Hôtel de la Marine	Hôtel-restaurant	Tertiaire	16/05/2015	50
213	Île de Groix	Café de la Jetée	Bar-restaurant	Tertiaire	16/05/2015	60
214	Île de Groix	Groix Haliotis	Conchyliculteur	Primaire	17/05/2015	60

Traitement des entretiens

Afin de garder une trace des entretiens et de faciliter la prise de notes, nous avons pour objectif de départ d'enregistrer les entretiens. Finalement, sur 23 entretiens, seulement trois enquêtés ont été enregistrés. Les raisons sont diverses : mauvaises conditions d'enregistrement (entretiens en extérieur, lieux bruyants) ou refus (timidité, méfiance).

Après réflexion, il est évident que les personnes enquêtées ne se dévoilent pas de la même manière lorsqu'ils sont enregistrés ou filmés. Les personnes entretenues sans enregistrement ont semblé parler plus librement que les personnes enregistrées.

Retranscrire la totalité des entretiens aurait été chronophage et pas forcément pertinent pour les besoins de l'étude. Le traitement des enquêtes a donc été réalisé à l'aide du logiciel Sphinx. Ce logiciel permet la réalisation de questionnaires, le traitement des données et la réalisation de statistiques simples. Ces entretiens ont donc été ajoutés à la base de données ID-Îles 1 réalisée sous le même format.

III. L'ENTREPRENARIAT DANS LES ILES DU PONANT

1. Un contexte démographique défavorable

Depuis le début du 20^{ème} siècle, les populations îliennes n'ont cessé de diminuer. Le recensement de 1911 fait état de 29 483 habitants dans l'ensemble des îles du Ponant. Aujourd'hui, l'Insee ne dénombre plus que 15 687 habitants (recensement de 2011), soit une population divisée par deux en un siècle.

Actuellement, cette tendance est moins significative : entre 2006 et 2011, la population n'a diminué que de 0,8 %, passant de 15 938 habitants en 2006 à 15 687 en 2011 (Tableau 3). Ces chiffres sont à nuancer puisque cinq des îles connaissent un regain de population : Ouessant, Belle-île, Aix, Île-aux-Moines et Hoëdic.

Tableau 3 : Evolution de la population dans les îles du Ponant de 2006 à 2011 (Insee 2012)

Libellé géographique	Population en 2006	Population en 2011	Evolution depuis 2006 (%)
Groix	2 226	2 220	-0,4
Ouessant	857	883	0,6
L'île-d'Yeu	4 880	4 562	-1,3
Belle-île	5 045	5 249	0,8
Île d'Aix	215	236	1,9
Île-de-Bréhat	438	400	-1,8
Île-de-Batz	606	507	-3,5
Île-aux-Moines	536	625	3,1
Île-d'Arz	254	243	-0,9
Île-de-Sein	238	189	-4,5
Île-Molène	221	204	-1,6
Hoëdic	111	120	1,6
Île-d'Houat	311	249	-4,3
Îles du Ponant	15 938	15 687	-0,8

Le maintien de la population s'explique principalement par les soldes migratoires positifs qui dans certains cas contrebalancent les soldes naturels déficitaires sur l'ensemble des îles du Ponant. Certaines îles, comme Belle-île ou Aix, parviennent à attirer de nouveaux îliens et à compenser le déficit naturel. A l'inverse, d'autres, comme l'île de Sein continuent de perdre en population en cumulant un solde migratoire et naturel déficitaires.

N'est évoquée ici que la population résidant à l'année sur l'île. Or, la démographie îlienne est soumise, comme sur l'ensemble des côtes françaises, à une multiplication de sa population en saison estivale. Cela s'explique par la présence des résidents secondaires qui ne sont pas comptabilisés dans les recensements et par le tourisme de passage. L'écart entre la population hivernale et la population estivale est souvent très important.

Si la fréquentation est difficilement chiffrable avec précision, on peut tout de même noter l'ampleur du phénomène sur l'ensemble des îles. Généralement, l'été, les îles voient leur population multipliée par plus de cinq (Louis Brigand et al., 2014), voire par dix pour les îles les plus attractives comme Belle-île. Selon l'Association des Îles du Ponant, le nombre de visiteurs annuel (touristes et résidents secondaires) est estimé à trois millions (Association des îles du Ponant, 2011).

Autre aspect important de la démographie insulaire : la sous-représentation des jeunes. L'indice de vieillissement⁴ des îles du Ponant est en moyenne de 298 (Chailloux, 2013), ce qui signifie que les moins de 20 ans sont trois fois moins nombreux que les plus de 60 ans. La population îlienne est largement plus âgée que dans la plupart des communes de la façade atlantique (entre 120 et 140⁵).

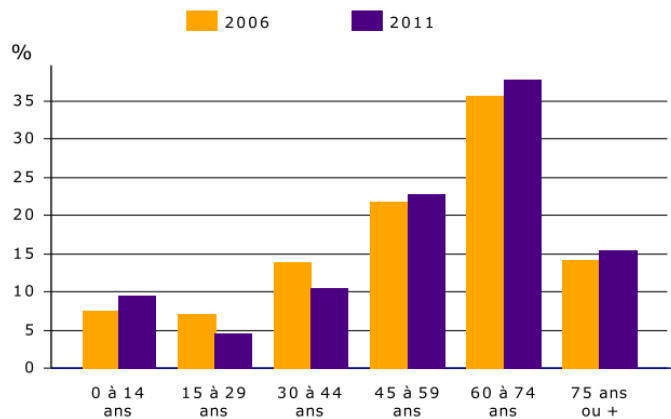


Figure 3 : Population par grandes tranches d'âges à Ouessant en 2011

Ce vieillissement se traduit par un fort déséquilibre dans la pyramide des âges. A Ouessant, par exemple, on remarque un très grand déficit de population dans la tranche des 15-29 ans qui représente moins de 5 % de la population (Figure 3). Les 30-44 ans sont également sous représentés. Cela s'explique par un départ des jeunes pour leurs études ou pour trouver un emploi sur le continent.

Corrélié à la présence de résidents secondaires, le vieillissement de la population joue un rôle majeur sur le prix du foncier. Le prix élevé du logement peut alors devenir une contrainte dans l'installation de jeunes entrepreneurs. Outre le prix élevé du logement, c'est aussi le manque d'habitations ou de terrains disponibles qui accentue ce problème. En effet, de nombreux logements sont convertis en gîtes afin d'accueillir les touristes. Il est donc souvent difficile de trouver à se loger à l'année sur la plupart des îles.

Pour pallier cette difficulté, de nombreuses mairies insulaires construisent des logements sociaux. C'est le cas de la commune d'Hoëdic qui est actuellement en train rénover quatre logements communaux et qui a lancé un programme de construction de huit HLM avec accession à la propriété pour les îliens (Chagnaud & Alami, 2012).

Ce problème est aussi lié à la question plus large de la gestion de l'espace sur les îles. Si certaines communes, comme Hoëdic possèdent et gèrent l'usage de la plupart des terrains de l'île, d'autres mairies sont plus contraintes de ce point de vue. C'est le cas, à Ouessant, où la question du parcellaire pose problème dans l'installation, par exemple, d'une activité agricole (L Brigand & Bioret, 1994). C'est aussi le cas sur l'île de Sein, où l'espace disponible est très restreint au vu de la petite superficie de l'île.

⁴ L'indice de vieillissement est le rapport de la population des 60 ans et plus à celle des moins de 20 ans. Un indice autour de 100 indique que les 60 ans ou plus et les moins de 20 ans sont présents dans à peu près les mêmes proportions sur le territoire. Plus l'indice est faible, plus le rapport est favorable aux jeunes, plus il est élevé, plus il est favorable aux personnes âgées (Définition de l'Insee).

⁵ Observatoire National de la Mer et du Littoral, *Comparaison entre les caractéristiques des communes littorales et le territoire métropolitain, 2006.*

2. Une économie tournée vers le tourisme

Les activités économiques sont inégalement représentées en fonction des îles. Le tourisme est prédominant dans la majorité des îles comme en témoigne la place du secteur tertiaire dans l'économie insulaire (Figure 4). La totalité des emplois du secteur tertiaire n'est pas tournée vers le tourisme mais une grande partie ne pourrait survivre sans l'apport de vacanciers et résidents secondaires. Lors des entretiens, la plupart des personnes interrogées estimaient que leur chiffre d'affaire estival leur permettait de survivre et d'être ouvert à l'année. Aux effets directs du tourisme s'ajoutent les apports indirects.

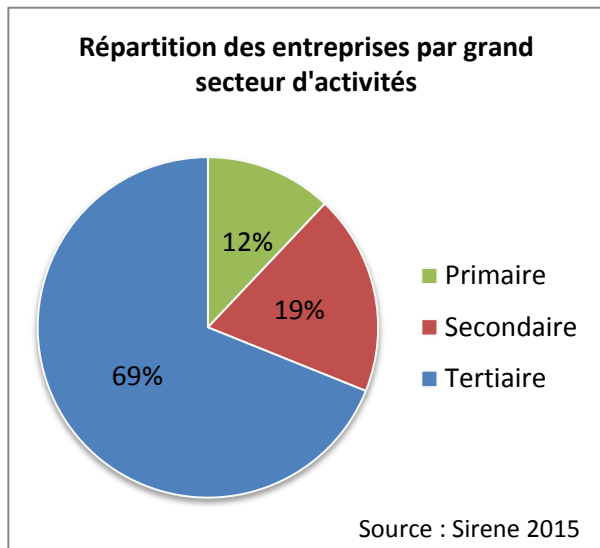


Figure 4 : Répartition des entreprises par grand secteur d'activités dans les îles du Ponant

Pour ce qui est des activités secondaires, elles sont sous-représentées par rapport au continent. La majorité des emplois se concentrent dans le secteur du bâtiment et de nombreux entreprises du continent viennent travailler sur les îles pour répondre aux forts besoins dans le domaine : habitat vieillissant à rénover, nouvelles constructions, travaux de voiries... Ce secteur concerne tout de même 19 % des entreprises, soit deux fois plus que le secteur primaire.



Figure 5 : Les cultures de l'île de Batz vue du phare, 2014

Les activités primaires quant à elles varient d'une île à l'autre. Le secteur agricole est très important sur certaines îles comme Batz alors qu'il est quasi inexistant à Sein ou Ouessant. D'autres activités traditionnelles comme la pêche sont en chute libre dans la majorité des îles depuis les années 1950 (Louis Brigand, 1984). Même si le nombre de pêcheurs a diminué dans l'ensemble des îles, deux îles font figures d'exception et conservent une activité de pêche relativement importante : Batz et Yeu (Tesson, 2013).

Ainsi, l'économie insulaire se tourne de plus en plus vers le tourisme qui permet des retombées économiques à la fois directes et indirectes. Bien qu'il existe une demande et des possibilités, les secteurs primaire et secondaire sont délaissés au profit du secteur tertiaire.

3. Un micro-entrepreneuriat dont le rôle est essentiel dans l'économie locale

Des entreprises de petite taille

Dans les îles du Ponant, la majeure partie des entreprises sont unipersonnelles. En 2015, 69 % des entreprises n'ont pas de salariés. La proportion d'entreprises diminue en fonction de la masse salariale. Ainsi, les entreprises de 1 ou 2 salariés ne représentent que 18 % de l'ensemble des entreprises et celles embauchant entre 3 et 5 salariés 7 %. Aucune entreprise n'embauche plus de 49 salariés. Cette observation n'est pas spécifique aux îles, les microentreprises, c'est-à-dire les entreprises employant moins de 10 salariés représentent 95 % des entreprises à l'échelle nationale (Insee, 2014). Cela s'explique, entre autre par la création en 2009 du statut d'autoentrepreneur⁶ qui facilite la création d'entreprises individuelles.

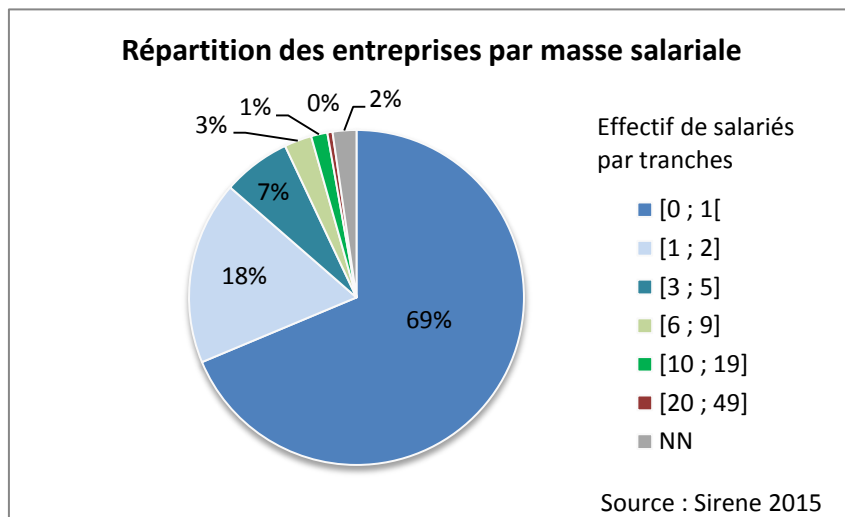


Figure 6 : Répartition des entreprises des îles du Ponant en fonction du nombre de salariés

L'entrepreneuriat insulaire est donc composé de petites entreprises. Sont comptabilisées ici les entreprises privées mais également les entreprises publiques qui représentent 7 % de l'ensemble des entreprises (Figure 7). Rappelons que les entreprises publiques dépendent directement ou indirectement de l'Etat alors que les entreprises privées sont indépendantes. Parmi les entreprises du secteur public, on peut citer les hôpitaux, les écoles, les services de la mairie ou encore les bureaux de poste. Ces entreprises travaillent généralement dans le secteur des services. A l'échelle nationale, le secteur tertiaire représente les quatre cinquième des effectifs de l'ensemble des entreprises publiques.

Elles sont présentes sur la quasi-totalité des îles et sont donc une source d'emploi importante pour les îliens. Cependant, on remarque que la plus grande partie c'est-à-dire 91 % des entreprises des îles du Ponant travaille dans le secteur privé.

⁶ Le régime de l'« auto-entrepreneur » s'applique depuis le 1er janvier 2009 aux personnes physiques qui créent ou possèdent déjà une entreprise individuelle pour exercer une activité commerciale, artisanale ou libérale (hormis certaines activités exclues), à titre principal ou complémentaire (Définition de l'Insee)

Ce chiffre nous montre bien que les entreprises privées participent pleinement à l'économie des îles. Les initiatives privées sont donc source d'emplois mais aussi plus largement, elles participent à la vie sur les îles. Même si ces entreprises privées sont de petites tailles et ne créent pas d'emplois directement elles peuvent jouer un rôle primordiale dans des territoires de petites superficies comme les îles. On constate donc que le secteur privé est dynamique sur les îles. On peut tout de même nuancer ces propos car si les entreprises privées sont de petites tailles, certaines entreprises publiques sont créatrices de nombreux emplois directement ou indirectement. Ces entreprises tertiaires comme les bureaux de poste, les écoles, les hôpitaux, les offices de tourisme ou encore les campings municipaux embauchent des salariés à l'année ou saisonnièrement et participent au maintien de la population sur l'île.

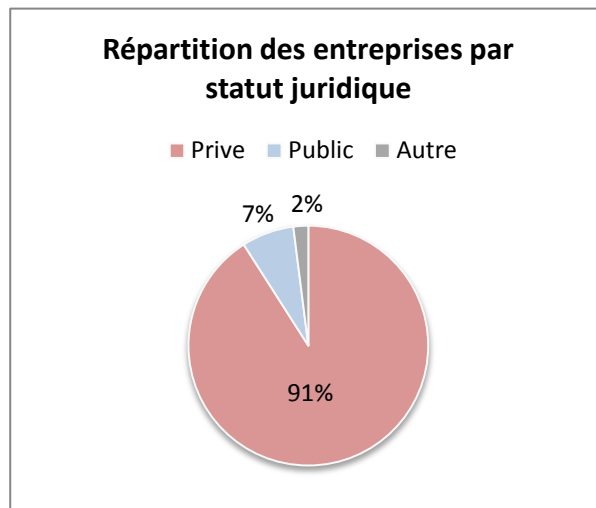


Figure 7 : Répartition des entreprises des îles du Ponant en fonction de leur statut juridique

Un entrepreneuriat jeune

Une des caractéristiques de l'entrepreneuriat dans les îles est sa jeunesse. En effet, 58 % des entreprises ont moins de 10 ans en 2015 (Figure 14). Si l'on regarde dans le détail, on se rend compte que le nombre d'entreprises diminue en fonction de l'ancienneté. On dénombre ainsi, 922 entreprises de moins de cinq ans et seulement 376 âgées de 10 à 14 ans. Le graphique ci-dessous (Figure 8) met bien en avant cette décroissance en fonction de l'âge des entreprises.

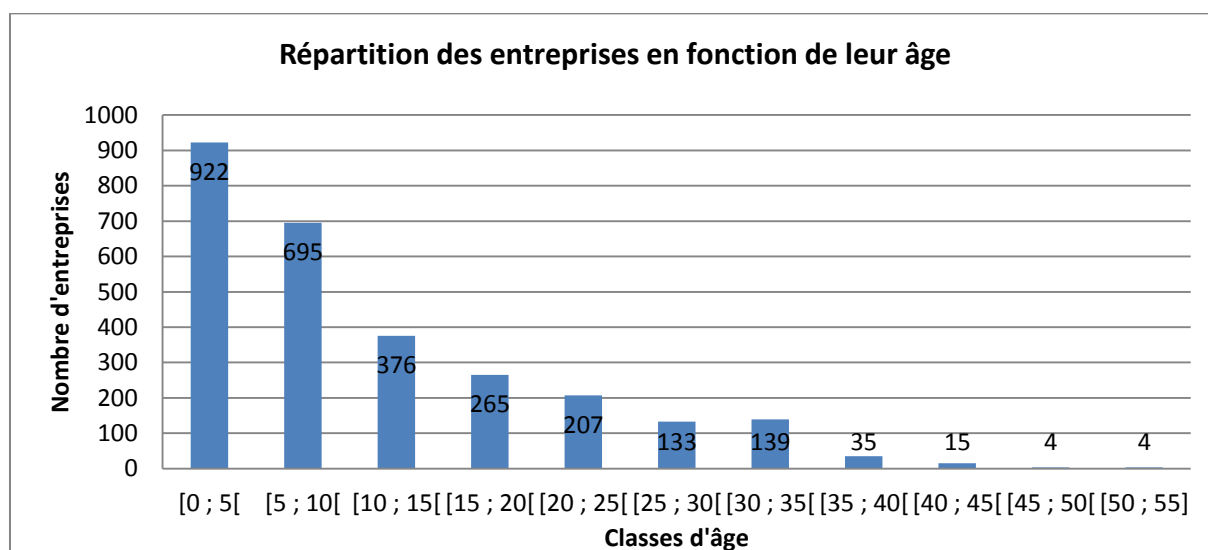


Figure 8 : Répartition des entreprises des îles du Ponant en fonction de leur ancienneté

Cette donnée nous permet d'illustrer le réel dynamisme entrepreneurial sur les îles du Ponant et confirme l'intérêt de l'étude ID-Îles 1 sur les néo-entrepreneurs (Louis Brigand et al., 2014). On peut tout de même nuancer ce propos en supposant que le nombre d'entreprises récentes est également à mettre en relation avec le taux de mortalité des entreprises. En effet, s'il est difficile d'obtenir des données chiffrées, on sait que beaucoup d'entreprises abandonnent dans les premières années de création. C'est d'ailleurs une observation qui a été faite par de nombreux entrepreneurs : « Beaucoup d'entreprises s'installent sur l'île pendant quelques années, quatre-cinq ans, puis repartent sur le continent » (Philippe Deniel, Ouessant).

Ainsi, malgré un contexte démographique défavorable, les îles parviennent toujours à attirer des petites entreprises du secteur privé. Ces entreprises ont pour caractéristique principale d'être relativement jeunes ce qui implique deux constats.

Tout d'abord, une dynamique d'installation de néo-entrepreneurs importante qui reflète la capacité d'attraction des îles du Ponant. Mais on peut également déduire que de nombreuses entreprises sont éphémères et qu'elles ne survivent pas plus de quelques années. Il serait alors intéressant de s'interroger sur les causes de ces échecs. Quelques hypothèses ont déjà été suggérées lors des entretiens : difficulté d'intégration à la communauté îlienne, difficultés d'adaptation à l'isolement, surcoûts liés aux transports ou encore projet en inadéquation avec la demande.

Si l'on a remarqué que le tourisme joue un rôle considérable dans ces installations, d'autres activités traditionnelles ou originales parviennent également à s'implanter dans d'autres secteurs tels que l'agriculture, la pêche ou encore le secteur de la construction.

Enfin, si ces entreprises jeunes insufflent une dynamique dans ces espaces insulaires, les entreprises anciennes tirent également leur épingle du jeu.

IV. LES ANCIENS ENTREPRENEURS

Tandis que le programme ID-Îles 1 s'intéressait plus particulièrement aux néo-entrepreneurs, ID-Îles 2 s'est penché sur la question des entreprises les plus anciennes. Sont appelées anciennes entreprises les entreprises installées depuis plus de dix ans dans les îles du Ponant. La mise à jour de la base Sirene et les 23 entretiens menés auprès des anciens entrepreneurs permettent de dresser une typologie des anciennes entreprises dans l'ensemble des îles du Ponant. Ces données ont ensuite été comparées avec les résultats relatifs aux nouveaux entrepreneurs. Les résultats de l'enquête permettent également une comparaison entre les îles sélectionnées pour le terrain de l'étude.

1. Typologie des anciennes entreprises

On recense 1 178 entreprises de plus de dix ans dans les îles du Ponant (Sirene 2015). Elles sont réparties dans différents secteurs d'activité (Figure 9) avec une domination forte du secteur tertiaire qui représente à lui-seul 65 % des entreprises.

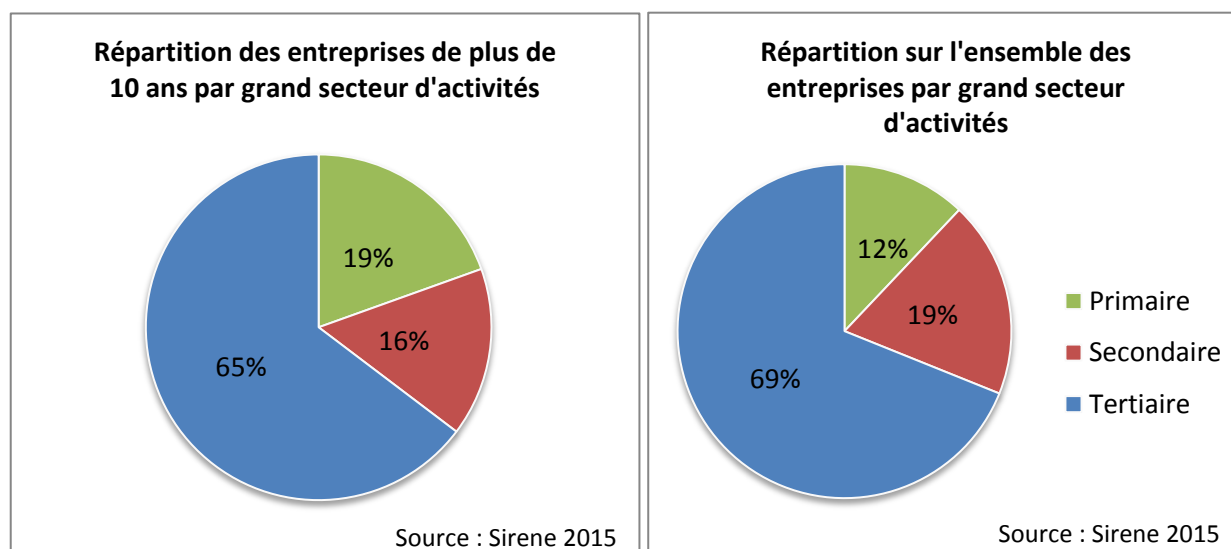
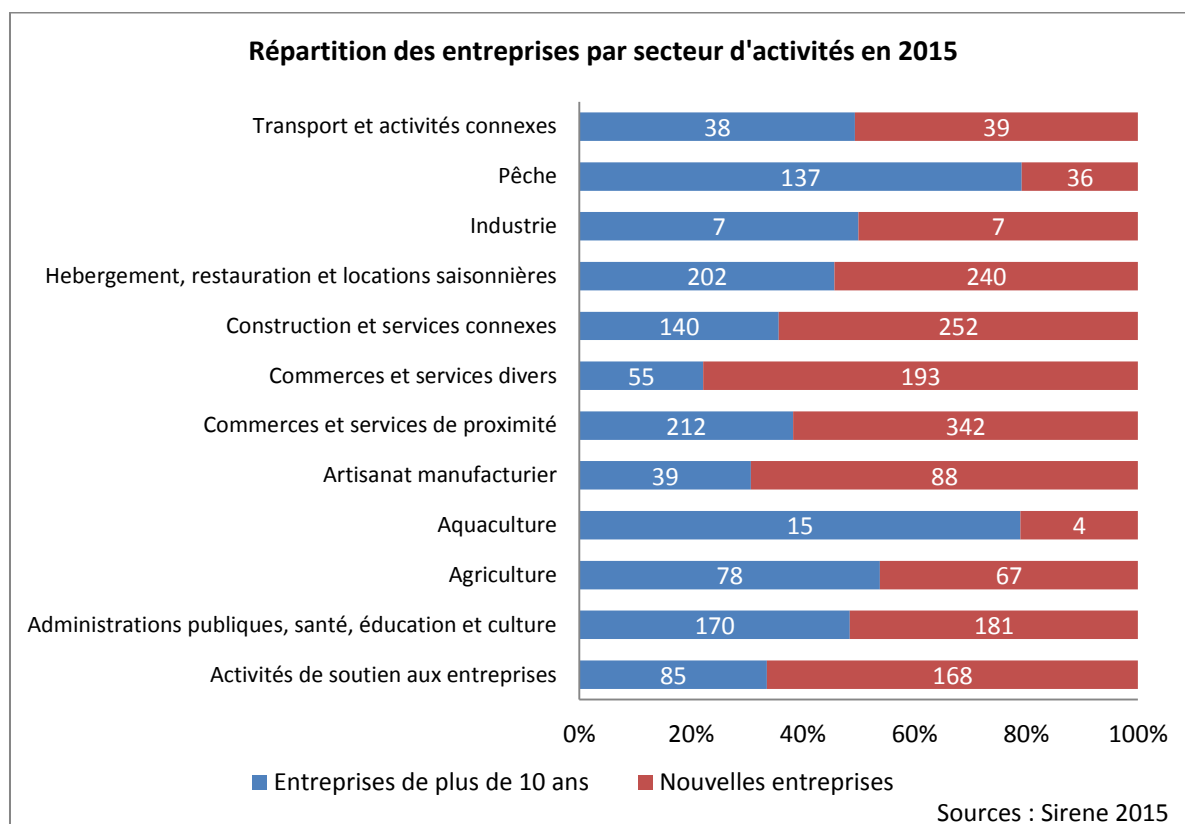


Figure 9: Répartition des entreprises anciennes par grand secteur d'activités dans les îles du Ponant

Cette répartition inégale des entreprises en fonction des trois grands secteurs n'est pas spécifique aux entreprises anciennes. Les proportions d'entreprises du secteur tertiaire sont relativement équivalentes lorsque l'on observe l'ensemble des entreprises des îles du Ponant. La répartition des entreprises de plus de dix ans est donc représentative de l'ensemble des entreprises des îles du Ponant avec secteur tertiaire dominant et des entreprises du secteur primaire et secondaire sous-représentées. On peut tout de même noter que le secteur primaire est légèrement plus important chez les anciens entrepreneurs que chez les nouveaux.

Lorsque l'on considère plus précisément les secteurs d'activités des entreprises de plus de dix ans (Figure 9), on se rend compte que le secteur tertiaire domine clairement les autres secteurs. Les trois classes dépassant les 150 entreprises en font partie : les commerces et services de proximité, les activités directement liées au tourisme (hébergement, restauration

et locations saisonnières) et les services publics (administrations publiques, santé, éducation et culture). On constate également que ces secteurs sont tous les trois dominés par les nouvelles entreprises, en particulier en ce qui concerne les commerces.



N.B. : Les « Activités de soutien aux entreprises » désignent diverses activités sur lesquelles s'appuient les entreprises telles que les activités de comptables, de conditionnement, d'imprimerie, d'assurance, de sécurité privée, de conseils ou encore de gestion.

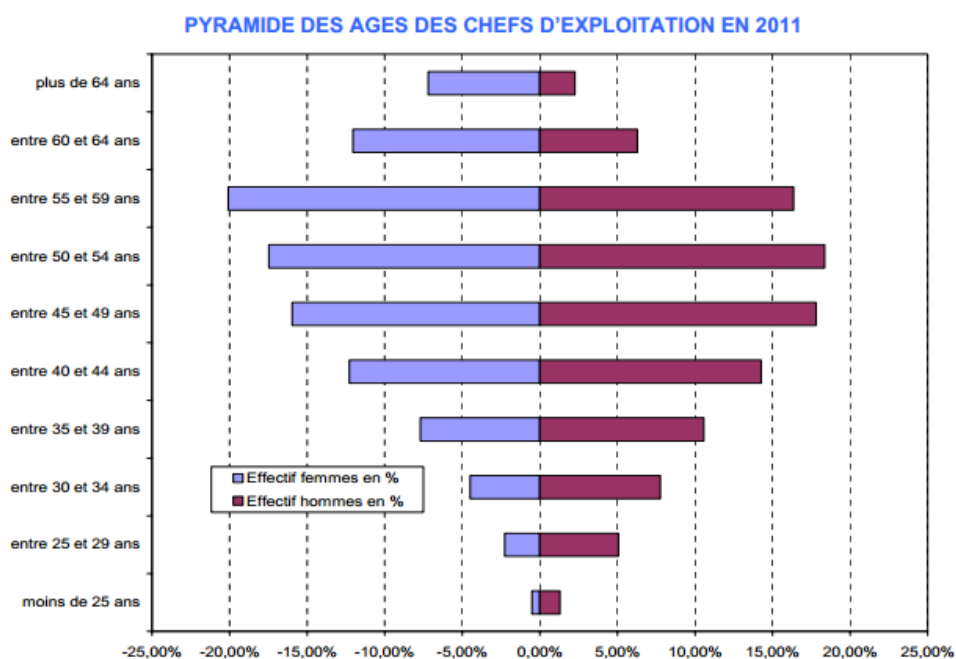
Figure 10 : Répartition des entreprises insulaires par secteurs d'activités sur les îles du Ponant

Dans le secteur primaire, la pêche domine avec 137 entreprises contre 78 pour l'agriculture et 15 pour l'aquaculture. Même si la pêche a connu une baisse considérable dans l'ensemble des îles depuis les années 1950, la tradition de pêche y est toujours forte. En revanche, si l'on regarde plus précisément le secteur pêche, on se rend compte qu'il s'agit d'une activité vieillissante puisque seules 36 entreprises ont moins de dix ans dans ce secteur. Il en est de même pour l'aquaculture et, dans une moindre mesure, pour l'agriculture, deux secteurs qui comptent tous deux plus d'entreprises anciennes que nouvelles.

En effet, l'agriculture et la pêche sont deux activités traditionnelles qui ont connues une régression dans la majeure partie des îles du Ponant. Ces deux activités connaissent un déclin depuis le tournant des années 1950 (Louis Brigand, 1984), plusieurs raisons à cela : pénibilité du travail, manque de rentabilité, absence de débouchés locaux. Ces deux métiers ont également dû faire face à l'industrialisation de la profession.

Si le vieillissement des activités traditionnelles est constaté sur les îles du Ponant, c'est aussi le cas au niveau national, selon la MSA, l'âge moyen d'un agriculteur en 2011 était de 47,8

ans (MSA, 2012). Comme on peut le voir sur la pyramide des âges des agriculteurs en France (Figure 11), les 2/3 des exploitants se situent dans la tranche des 40-60 ans.



Source : MSA

Champ : France Métropolitaine

Figure 11 : Pyramide des âges des agriculteurs en France en 2011 (MSA, 2012)

Il en est de même pour le secteur pêche qui connaît une diminution de ses effectifs aussi bien sur les îles du Ponant que sur l'ensemble de la façade atlantique. Si l'on regarde la répartition des marins-pêcheurs de la petite pêche dans l'ensemble de la Bretagne, on se rend également compte du vieillissement de l'activité. La tranche d'âge la mieux représentée est celle des 41-50 ans qui représente 29 % de l'ensemble des pêcheurs et plus de la moitié des marins-pêcheurs sont âgés de plus de 41 ans (Figure 12).

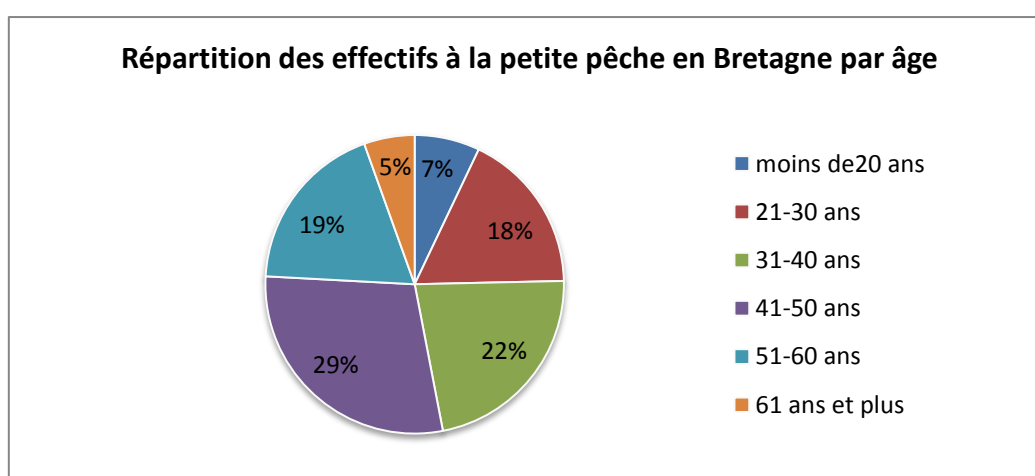


Figure 12 : Répartition des marins-pêcheurs en Bretagne par tranche d'âges (Direction interrégionale de la mer Nord Atlantique-manche Ouest, 2010)

Ainsi le secteur primaire est vieillissant sur les îles du Ponant mais l'on constate que cette tendance est également remarquable à l'échelle régionale et nationale. Cette observation nous rappelle que le potentiel naturel des îles reste encore à être exploité, en particulier dans le domaine de l'agriculture.

Cette tendance s'inverse dans le secteur secondaire. Le secteur de l'artisanat ne rassemble que 39 entreprises de plus de dix ans soit 30 % du nombre total d'entreprises. De manière analogue, le secteur du bâtiment (construction et services connexes) se rajeunit avec plus de 60 % de néo-entreprises.

Lorsque l'on regarde la répartition des entreprises anciennes et nouvelles en fonction de leur masse salariale (Figure 13), on se rend compte que les entreprises de plus de dix ans sont plus grandes que les néo-entreprises.

Si 75 % des néo-entreprises n'embauchent aucun employé ce chiffre descend à 59 % pour les entreprises de plus de dix ans. Bien que le nombre d'entreprises unipersonnelles restent important, on peut tout de même noter que 34 % des entreprises anciennes embauchent entre un et cinq salariés.

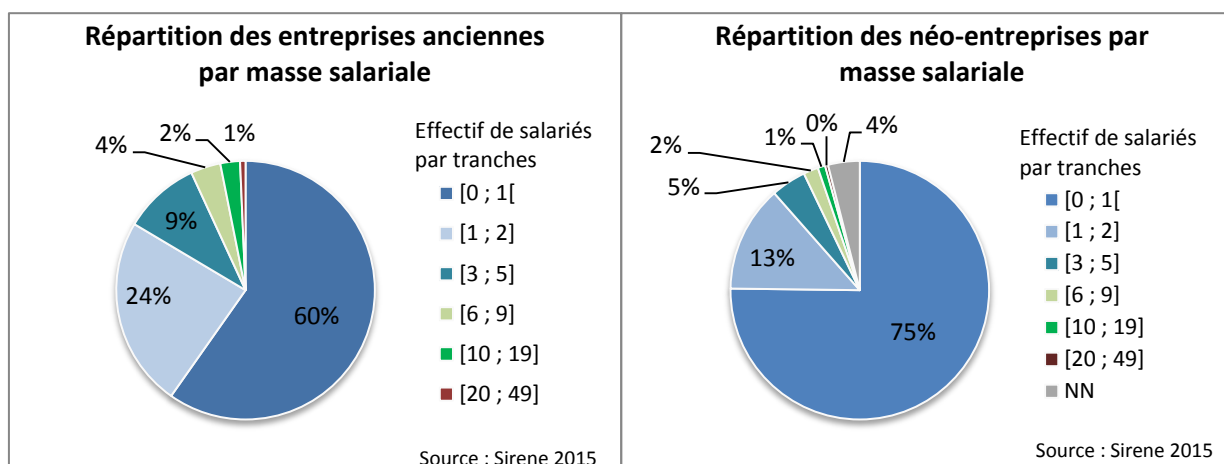


Figure 13 : Répartition des entreprises des Îles du Ponant en fonction du nombre de salariés

Ainsi, une entreprise ancienne crée plus d'emplois qu'une entreprise nouvelle. On peut évidemment nuancer ces propos en estimant que les entreprises nouvelles ont un potentiel d'embauche dans les prochaines années.

2. Parallèle avec les néo-entreprises

En 2015, on recense 2 795 entreprises installées dans les îles du Ponant. Parmi ces entreprises, 42 % sont des entreprises anciennes c'est-à-dire âgées de plus de dix ans (Figure 14). Ce chiffre nous montre que la dynamique entrepreneuriale est actuellement forte dans les îles et que les îles attirent toujours de nouvelles entreprises. Mais l'on remarque également que de nombreuses entreprises sont pérennes puisque installées depuis longtemps. Les anciens entrepreneurs ont donc su s'adapter aux évolutions des espaces insulaires.

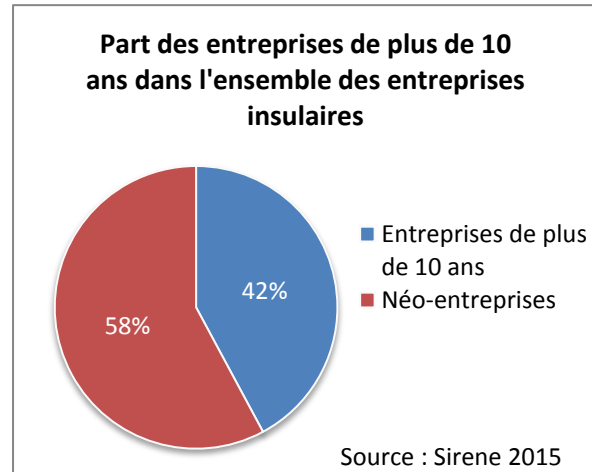


Figure 14 : Proportion des anciennes entreprises par rapport à l'ensemble des entreprises des îles du Ponant

Ce chiffre est à mettre en relation avec la dynamique d'installation des néo-entrepreneurs étudiée dans le programme ID-îles 1. L'enquête menée auprès des anciens entrepreneurs permet de comparer ces deux générations d'entreprises en se basant sur les mêmes caractéristiques : profil et origine de l'entrepreneur, implantation sur l'île, évolution de l'activité, perception de l'insularité.

A noter que le programme ID-îles 1 s'est déroulé sur près de cinq ans et a permis de réaliser 110 entretiens sur l'ensemble des îles du Ponant. L'échantillon d'anciens entrepreneurs ne regroupe que 23 entreprises réparties sur six îles : Batz, Groix, Hoëdic, l'Île-aux-Moines, Ouessant et Sein. Cette étude permet donc un aperçu des dynamiques liées aux anciens entrepreneurs mais demande à être approfondie par la suite. L'enquête ID-îles 2 ne porte que sur les entrepreneurs installés depuis plus de dix ans, c'est-à-dire depuis 2005. L'échantillon d'entreprises sélectionnées regroupe des entreprises installées entre 1980 et 2003 auxquelles s'ajoute une GAEC créée en 2009 mais existant sous une autre forme auparavant.

Une comparaison entre les nouveaux et les anciens entrepreneurs a donc été possible. Les résultats d'Id-Îles 1 ont alors été mis en balance avec les observations d'ID-Îles 2.

Profil de l'ancien entrepreneur

Dans la même proportion que les nouvelles entreprises, deux tiers des entreprises plus anciennes sont dirigées par des hommes. La grande différence entre ces deux générations d'entrepreneurs est leur âge. Si les néo-entrepreneurs sont plutôt jeunes, plus de 60 % ont moins de 42 ans, Logiquement, cette caractéristique s'inverse pour les entreprises anciennes où les moins de 42 ans ne représentent plus que 13 % des entrepreneurs interrogés. La tranche d'âge la plus représentée est celle des 49-55 ans qui rassemble 48 % des enquêtés. Plus généralement, 74 % des enquêtés avaient plus de 49 ans.

Tout comme les néo-entrepreneurs, les anciens entrepreneurs ont élu domicile sur l'île, c'est le cas dans 96 % des cas. Seuls deux entrepreneurs interrogés à l'Île-aux-Moines ont décidé de vivre sur le continent. Le premier a décidé d'y vivre à plein temps pour « préserver son intimité ». Le second vit une semaine sur deux sur l'île ou à Lorient en fonction de la garde alternée de son fils scolarisé sur le continent. Il n'est pas étonnant que ce choix soit fait sur l'Île-aux-Moines, une île proche du continent, environ cinq minutes de traversée en bateau, et très bien desservie avec des navettes toutes les demi-heures. Cela renforce l'hypothèse selon laquelle on entreprend sur les îles pour y vivre, la qualité de vie étant le premier paramètre d'installation.

A l'inverse des néo-entrepreneurs, qui étaient à 60 % non-îliens lors de leur installation, les anciens entrepreneurs sont natifs de l'île à 65 %. A cela s'ajoutent 22 % de personnes qui avaient un lien fort avec l'île avant de s'y installer : enfants d'îliens, en couple avec un îlien. Seule une personne a répondu être venue s'installer sur Ouessant par pur hasard suite à un coup de cœur lors de vacances sur l'île.

L'ancien entrepreneur type est donc un homme d'une cinquantaine d'années originaire de l'île et qui a choisi d'y habiter.

L'installation de l'activité

Les enquêtes ID-îles 1 ont mis en évidence des choix d'ordre affectif avec une réflexion importante avant de reprendre ou créer une activité sur l'île. Les raisons d'installation des personnes rencontrées lors des enquêtes ID-Îles 2 sont plus nuancées. Dans 70 % des cas ces personnes ont commencé une activité principalement pour pouvoir rester ou revenir sur leur île. Seulement 30 % des personnes interrogées ont choisi l'activité en question pour son intérêt. Ce qui explique que 52 % estiment qu'ils n'auraient pas pu la pratiquer ailleurs.

Ouessant, Philippe Deniel, Bar-boulangerie

Originaire de l'île, Philippe s'est d'abord installé à son compte en tant que menuisier. Lorsqu'il apprend que le bar-boulangerie est à vendre, il décide dans la journée de le reprendre. Il met alors sa maison en vente et travaille durant deux années comme salarié de l'entreprise afin de se former puis le rachète en 1992.

Si les débits de boissons sont nombreux sur l'île, il s'agit de la seule boulangerie qui fournit aussi bien les particuliers (îliens, résidents secondaires et touristes) que les entreprises de la restauration.

Depuis 2003, Philippe a embauché un boulanger et s'occupe de la partie bar tandis que sa seconde employée gère le service en boulangerie. En saison estivale, il embauche deux saisonniers supplémentaires dans la partie boulangerie.

A 52 ans, Philippe a aujourd'hui décidé de quitter l'île pour reprendre un bar à Brest. C'est son neveu qui reprend l'entreprise à partir du mois de juin.



Figure 15 : Philippe Deniel, mai 2015

Le choix de l'activité est donc souvent dû à un hasard, à une opportunité, une rencontre. La majorité des personnes rencontrées n'avait jamais pensé à travailler dans leur domaine actuel. On comprend donc que 32 % des personnes interrogées n'aient pas suivi de formation en lien avec leur emploi. Parmi les 68 % d'entrepreneurs formés, beaucoup ont suivi une formation après s'être installé. Citons l'exemple de Philippe Deniel (Figure 15), le propriétaire de la boulangerie de l'île d'Ouessant qui a racheté l'entreprise suite à un coup de tête et s'est formé à posteriori à la boulangerie-pâtisserie.

On peut également noter que certains entrepreneurs originaires de l'île ne souhaitent pas spécifiquement y revenir mais que c'est l'opportunité d'un emploi sur l'île ou la perte d'un emploi sur le continent qui les incitent à revenir.

Le choix de l'activité semble donc secondaire dans beaucoup de cas. En particulier dans le secteur tertiaire : commerce, débit de boisson, hôtel, restaurant, boulangerie, salon de thé, location de vélo, boutique de souvenirs... En revanche, les activités du secteur primaire, agriculture, pêche, aquaculture, font généralement l'objet d'un choix réfléchi et lié à une réelle passion pour le métier. Le choix du lieu de travail est alors dû principalement à deux aspects : la tradition familiale, en particulier pour la pêche et l'agriculture, et les atouts naturels de l'île.

C'est, par exemple, le cas pour l'entreprise conchylicole Groix Haliotis qui s'est installé sur l'île de Groix en 1996. Erwan Tonnerre, le dirigeant de l'entreprise était originaire de l'île, mais avance surtout des raisons environnementales à son installation : qualité de l'eau et présence d'algues rares. De la même manière, les pêcheurs installés dans les îles expliquent qu'ils ont choisi de s'y installer pour être directement sur les lieux de pêche plutôt que sur les lieux de vente.

L'environnement naturel est donc un atout pour les activités du secteur primaire mais l'environnement culturel est également souvent mis en avant par les entrepreneurs qui estiment profiter, dans 74 % des cas, de l'image de l'île. Les espaces insulaires ont depuis longtemps bénéficié d'une certaine mystification dans l'imaginaire collectif. L'île fait rêver, l'île fait vendre et les entrepreneurs l'ont bien compris. Erwan Tonnerre estime que son chiffre d'affaire est dû à 30 % à l'image de l'île. L'entreprise de conserverie Groix et Nature (Figure 16) joue également pleinement la carte du produit inscrit dans le développement durable en choisissant d'installer sa production sur l'île : « S'embêter à produire sur une île crée une belle image pour l'entreprise » (Erwan Dubois). D'autres productions s'organisent sous la forme de labels. On peut alors citer les « Produits de l'île de Batz » pour l'agriculture.



Figure 16 : Bandeau publicitaire de l'entreprise Groix et Nature

Les entrepreneurs interrogés ont donc bien conscience de l'avantage marketing de produire sur une île. Les pêcheurs déplorent d'ailleurs le manque de précision quant à l'origine de leur pêche qui est souvent vendue directement à la Criée sans que ne soit spécifiée sa provenance îlienne. Armand Glidic, pêcheur à l'île de Batz, nous donne l'exemple du homard breton qui, pêché aussi bien autour de l'île de Batz qu'au large de l'Angleterre, est vendu sous la même appellation. Les pêcheurs profitent donc de la présence d'un marché touristique en saison estivale pour vendre leurs produits directement sur l'île et ainsi bénéficier de la plus-value îlienne.

Ainsi, si le choix de l'île semble être important pour les entrepreneurs qui entretiennent souvent un attachement particulier à cet espace, le choix de l'activité est lui bien souvent arbitraire.

Les domaines d'activités

L'enquête ID-Îles 1 a mis en avant la quasi mono-spécification des îles vers le tourisme avec des activités profitant directement ou indirectement de ce secteur. C'est également le cas pour les anciens entrepreneurs interrogés qui considèrent tous que le tourisme est favorable à l'île et qui n'imaginent que rarement un autre mode de développement. Cette affirmation est tout de même à nuancer. Certains entrepreneurs estiment que le tourisme est trop saisonnier et qu'il devrait être limité en période estivale. Ce problème de la surabondance de touristes a été émis sur des petites îles comme Sein, Batz ou encore l'île-aux-Moines.

D'après les entrepreneurs, la période de très haute fréquentation touristique se concentre généralement du 15 juillet au 15 août. Cependant, la saison touristique s'étale de juin à septembre et aux vacances scolaires le reste de l'année avec des visiteurs différents. Si ce sont principalement des familles qui visitent les îles durant les vacances scolaires, les mois de juin et de septembre sont prisés par les retraités. Certaines îles connaissent également des pics de fréquentation lors d'événements particuliers : événements nautiques, festivals ou encore période de migration de certains oiseaux. Ces événements participent donc pleinement à la vie des îles et à leur économie.

Les îles sont donc des espaces fortement soumis à la saisonnalité. Les îliens évoquent d'ailleurs souvent la forte dichotomie entre l'été où les îles sont envahies de touristes et l'hiver, période à laquelle même certains îliens, en particulier les personnes âgées, désertent leurs îles pour le continent. Si la période hivernale est souvent synonyme de baisse du chiffre d'affaire pour les entreprises, une grande partie des entrepreneurs insulaires estiment qu'il

est agréable d'être entre îliens : « l'hiver, l'ambiance est différente, on travaille moins, on est plus tranquille » (Bruno Millinier, barman à Sein). Si la saisonnalité est à 74 % jugée comme positive pour l'activité, 13 % des entrepreneurs estiment qu'elle est négative et compliquée à gérer.

La majorité des entreprises est concernée par cette saisonnalité et 77 % des entrepreneurs embauchent un à trois salariés supplémentaires en été. Le recrutement est d'ailleurs souvent un problème de taille sur les îles : difficulté à se loger, main-d'œuvre îlienne peu formée. De plus, comme nous l'explique Agnès Tonnerre, gérante d'un bar-restaurant à Groix, il est difficile d'estimer la charge salariale nécessaire en période estivale car les flux de touristes sont très irréguliers en fonction des conditions météorologiques.

Si 70 % des entreprises travaillent toute l'année, d'autres se voient contraintes de fermer en hors-saison ou de diminuer leurs horaires d'ouverture. C'est principalement le cas pour les activités directement liées au tourisme comme les hôtels ou les restaurants (Figure 17).

Ces fermetures hivernales entraînent généralement des difficultés financières généralement jugées de plus en plus difficiles à cause du contexte économique actuel. Cependant, d'autres entrepreneurs estiment qu'ils gagnent assez en saison estivale et profitent de l'hiver pour prendre des vacances ou réduire leurs horaires de travail. Seul un entrepreneur rencontré sur l'île de Sein, Christine Poilvet, a fait le choix de pratiquer une autre activité en hors-saison.

Contrairement aux résultats d'ID-îles 1 qui a montré la présence de nombreuses activités originales dans les îles, on remarque ici que la quasi-totalité des activités sont traditionnelles : plombier, électricien, pêcheurs, agriculteurs, restaurateurs, tenanciers de bars, restaurateurs, hôteliers, loueur de vélos, agent immobilier, épicière, boulanger, pharmacienne... Se démarquent deux entreprises

Sein, Christine Poilvet, « La Case de Tom »

C'est en 1997 que Christine installe son restaurant « La Case de Tom » et sa boutique des souvenirs « Tom Pouce » sur l'île de Sein.

Au départ, lorsque Christine rachète le restaurant de manière à pouvoir vivre sur l'île avec ses enfants, elle ne s'imagine pas rester plus d'une année. Cela fait finalement, 18 ans qu'elle travaille sur l'île.

Sa clientèle étant principalement composée de touristes, les deux entreprises ne sont ouvertes que durant la période allant des vacances de Pâques à la fin septembre et durant les vacances scolaires. Le reste de l'année, elle complète ses revenus par un second emploi en vendant des vêtements sur les marchés de La Baule (44).

Selon elle, gérer une entreprise sur une île « c'est comme partout, le secret de la réussite c'est le travail, il ne faut pas glisser dans la vie îlienne et fermer quand il n'y a personne ».



Figure 17 : Le restaurant le Tom Pouce, Sein 2015

installées sur l'île de Groix : « Groix et Nature » et « Groix Haliotis ».

Groix, Erwan Tonnerre, « Groix Haliotis »

Issu d'une famille de pêcheurs de l'île, Erwan a toujours souhaité travailler dans le milieu de la mer. Il réalise donc un BTS aquacole et une licence de biologie afin de se former à l'aquaculture. Il est alors amené à exercer en Irlande où il devient responsable d'une éclosierie d'ormeaux.

En 1996, il installe une petite exploitation ostréicole puis se lance en 2007 dans l'élevage d'ormeau. Erwan ne souhaitait pas particulièrement revenir sur Groix cependant, l'île regorge d'atouts pour son activité : qualité de l'eau, présence d'algues rares, image de l'île, marché touristique...

Erwan souligne également la richesse de la vie associative de l'île. Il fait partie de l'association des producteurs de Groix mais aussi de l'association « Entreprendre à Groix » qui regroupe environ 500 actifs sur l'île.

Aujourd'hui, Erwan embauche deux salariés à l'année auxquels s'ajoutent quatre saisonniers. La vente sur le continent représente 70 % de sa production, le reste de ses produits est vendu dans le restaurant familial qu'il a repris avec sa femme, le « Café de la jetée ».



Figure 18 : Erwan Tonnerre, juin 2015

Groix et Nature est une usine de transformation de produits de la mer créée en 2000. Historiquement, l'île de Groix abritait de nombreuses conserveries de thon, c'est d'ailleurs une des raisons qui a poussé Christian Guyader à y installer la sienne. L'originalité de la production réside dans la diversité des productions (rillettes variées, soupes, huile de homard, plats préparés...). Comme nous l'explique, Erwan Dubois (Figure 19), le responsable de production, « le succès dépend de l'innovation ». C'est pourquoi l'entreprise souhaite développer davantage son secteur recherche et développement.



Figure 19 : Erwan Dubois et son produit phare : l'huile de homard

Quant à Groix Haliotis (Figure 18), il s'agit au départ de l'installation en 1996, d'une activité traditionnelle : l'ostréiculture, à laquelle est venue se greffer, en 2007, une activité plus originale : l'halioticulture c'est-à-dire l'élevage d'ormeaux. Dans ce cas, c'est la rareté et la notoriété du produit qui

permet de vendre facilement la production à des prix plus intéressants. A noter qu'il n'existe aujourd'hui qu'une seule autre exploitation d'ormeaux en France (France Haliotis à Plouguerneau). Erwan Tonnerre ne compte pas s'arrêter là et étudie les possibilités d'installation de nouveaux élevages tels que celui des oursins.

Les stratégies d'adaptations

Lors des enquêtes ID-îles 1 ont été mis en avant différentes stratégies d'adaptations au contexte insulaire. Nous avons donc cherché à savoir si les anciens entrepreneurs s'étaient adaptés de la même manière à ce contexte (Tableau 4).

Tableau 4 : Stratégies d'adaptations des entrepreneurs insulaires

Stratégies d'adaptations	Néo-entrepreneurs	Anciens entrepreneurs
Diversification	30 %	35 %
Exportation	23 %	39 %
Différenciation	36 %	23 %

La diversification

Au vu de ces résultats, on peut constater que la diversification d'activités ou de produits est une stratégie d'adaptation utilisée par l'ensemble des entrepreneurs insulaires. Ces entreprises s'adaptent donc à la petite taille du marché économique que représente le territoire insulaire. Lorsque l'on parle de diversification d'activités, il s'agit en général, d'activités similaires ou complémentaires. On peut par exemple citer le cas de Christine Poilvet sur l'île de Sein qui possède trois entreprises : une crêperie, un restaurant « La case de Tom » et une boutique de souvenirs attenante « Tom Pouce ». Il s'agit donc d'activités complémentaires qui touchent la même clientèle : les touristes.

De la même manière, sur l'île de Batz, Anne Diraison (Figure 20) possède un salon de thé-crêperie « Aux couleurs du temps » mais également un hôtel-restaurant. Ce sont ainsi quatre activités qui sont installées dans deux établissements et qui lui permettent d'élargir son offre touristique et donc sa clientèle.

Batz, Anne Diraison, « Aux couleurs du temps »

C'est en 1990, qu'Anne Diraison installe sa crêperie « Aux couleurs du temps » sur l'île de Batz. Au départ, il s'agissait d'un moyen de financer ses études de droit à la faculté de Brest. Lorsqu'elle termine ses études en 2005, elle s'installe sur l'île et déménage son entreprise dans l'ancienne maison de sa grand-mère. Puis elle investit en achetant un restaurant, le « Bigorneau langoureux » et un hôtel situé sur le port.

En 2012, elle décide de transférer le restaurant dans les locaux de l'hôtel. Elle emploie alors quatre personnes à l'année et trois saisonniers. Bien que sa crêperie lui tienne à cœur, elle envisage d'arrêter l'activité dans les années qui viennent pour se concentrer sur les deux autres entreprises.

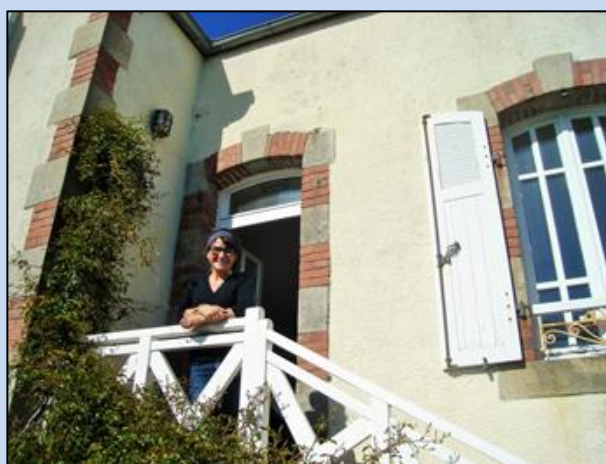


Figure 20 : Anne Diraison, Batz, juin 2015

Ce phénomène ne se limite pas au tourisme. De nombreux services de proximité sont également concernés, citons la boulangerie-bar d'Ouessant, l'épicerie-bar « Chez Thérèse » à Batz ou encore la boutique de souvenirs « l'Escale » à l'île-aux-Moines qui fait également librairie et jardinerie. Dans ce dernier cas, il s'agit d'une diversification de clientèle. La boutique propose d'une part des articles pour les touristes (souvenirs, cartes postales, glaces...) et d'autre part des articles de jardinage pour les îliens et résidents secondaires. C'est également la technique dente utilisée par Hélène Le Gall et sa boutique « Avi Mer » spécialisée à la fois dans la vente de prêt-à-porter et de matériel de pêche (Figure 21). Cela permet donc un élargissement de la clientèle : ces commerces sont à la fois destinés aux touristes, résidents secondaires et îliens.

Cette diversification d'activités est également récurrente dans le secteur secondaire. Le secteur de la construction est particulièrement concerné par cette diversification. Ainsi de nombreux entrepreneurs de ce secteur se sont diversifiés. C'est le cas de l'entreprise Pulsat à Ouessant qui réunit divers services du domaine de la construction et de l'aménagement : vente et dépannage d'électroménager, travaux d'électricité, de plomberie et de chaufferie. Lorsqu'il reprend l'entreprise en 1993, Thierry Rolland ne faisait que de la vente d'électroménager et des travaux d'électricité mais comme il nous l'explique : « il est nécessaire d'être polyvalent pour ne pas perdre un chantier ».

Ouessant, Hélène Le Gall, « Avi Mer »

Avi Mer est une ancienne coopérative maritime reprise par Hélène Le Gall en 1996. Aujourd'hui, la boutique s'est orientée vers la vente de prêt-à-porter mais conserve un rayon d'articles de pêche.

Au vu du petit nombre de pêcheurs plaisanciers et professionnels, environ une trentaine, il n'était pas envisageable pour Hélène de se restreindre à cette clientèle. Elle a donc mis à profit sa formation dans l'industrie de l'habillement en diversifiant l'entreprise dans la vente de vêtement. Cela lui permet désormais de toucher une nouvelle clientèle : les locaux, les touristes mais surtout les résidents secondaires qui lui permettent de rester ouverte toute l'année.

En revenant à Ouessant, Hélène avait pour objectif de « changer les modes, de mettre plus de gaieté et de couleurs dans l'habillement des Ouessantins ».

Originaire de l'île et habituée à l'isolement insulaire Hélène ne voit pas d'inconvénients à l'insularité. La seule difficulté réside dans l'inégalité des saisons touristiques qui sont plus ou moins bonnes selon les conditions météorologiques et le contexte économique.

Malgré une saisonnalité très marquée à Ouessant, Hélène a fait le choix de rester ouverte toute l'année pour les Ouessantins. La survie de l'entreprise étant dépendante du tourisme, Hélène a du mal à se projeter dans l'avenir de son activité, en particulier dans la vente de vêtement qui est plutôt réservée à une clientèle relativement aisée.



Figure 21 : Hélène Le Gall, mai 2015

Hoëdic, Philippe Le Palmec, électricien

Après une vingtaine d'années dans la restauration sur le continent, en 2000 Philippe décide de changer de vie et se lance dans une formation d'électricien. En 2003, Philippe revient à Hoëdic et monte son entreprise multi-services dans le secteur du bâtiment.

Lors de son installation, Philippe se partageait la clientèle de Hoëdic mais aussi de Houat avec un autre électricien-plombier de l'île depuis parti à la retraite. Sa clientèle se compose aussi bien de particuliers, résidents secondaires et principaux, que d'entreprises et de la mairie qui tente d'employer au maximum des entreprises de l'île plutôt que des continentaux.

Pour satisfaire sa clientèle et travailler toute l'année, Philippe a dû se diversifier. Il pratique aujourd'hui des travaux d'électricité, de plomberie mais aussi de carrelage, peinture et jardinage.

Un des avantages de l'activité c'est qu'elle n'est pas saisonnière même si la nature des travaux change en fonction des saisons : il s'agit plutôt de dépannage en période estivale et de travaux le reste de l'année.

Les contraintes de l'insularité sont les délais et frais de livraisons mais qui sont compensés par l'absence de frais de déplacement sur l'île.

Philippe est optimiste quant à la suite de son activité qu'il pense prospère sur l'île : « il y aura toujours besoin d'artisans dans le secteur du bâtiment aussi bien pour les résidents secondaires que principaux ».

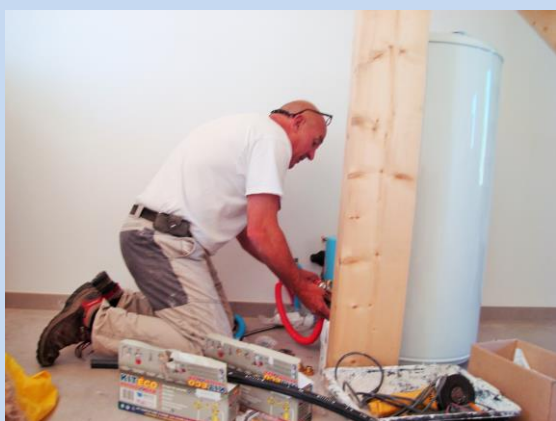


Figure 22 : Philippe Le Palmec, Hoëdic, juin 2015

En effet, sur les îles, les entreprises du secteur du bâtiment sont souvent en concurrence avec celles du continent qui viennent régulièrement effectuer des travaux de construction et de rénovation. De plus, la clientèle est en grande partie constituée de résidents secondaires qui sont souvent absents lors des travaux et qui préfèrent donc diminuer le nombre d'interlocuteurs ; être une entreprise multiservice simplifie alors la coordination des travaux.

A l'image de l'entreprise ouessantine, la majorité des entrepreneurs du secteur du bâtiment se sont donc diversifiés. Aujourd'hui, Thierry Rolland gère une équipe de cinq salariés : deux électriciens, un dépanneur, un plombier et un plombier chauffagiste. A plus petite échelle, Philippe Le Palmec (Figure 22) à Hoëdic a débuté avec des travaux de plomberie et d'électricité et réalise aujourd'hui une pluralité de travaux annexes : plomberie, électricité mais également des travaux de peinture, carrelage et jardinage.

Les entrepreneurs du secteur primaire pratiquent également la diversification d'activités. C'est le cas, par exemple, dans la pêche où la flottille a été adaptée de manière à être polyvalente. Sur l'île de Batz, Armand Glidic pratique la pêche aux crustacés au large de l'île la majeure partie de l'année puis la pêche à la Saint-Jacques en baie de Morlaix en saison hivernale. De la même manière, dans le secteur aquacole, Erwan Tonnerre (Figure 18) a diversifié sa production conchylicole en se lançant dans l'halioticulture en plus de l'ostréiculture qu'il pratiquait traditionnellement. Dans le secteur agricole, la diversification de produits est l'essence même du maraîchage pratiqué par exemple sur l'île de Batz. Ainsi, en fonction des saisons, des

demandes et des modes de consommation, les maraichers, tels que David Tanguy à Batz vont adapter leur production de manière à rentabiliser leur activité tout au long de l'année.

La diversification d'activité ou de produits est donc une stratégie d'adaptation fréquemment utilisée par les entrepreneurs aussi bien anciens que nouveaux qui permet de compenser le manque de clientèle.

L'exportation

Autre technique de vente, l'exportation est largement utilisée par les anciens entrepreneurs puisque 39 % des entrepreneurs de plus de dix ans interrogés ont affirmé exporter leurs produits sur le continent ou à l'étranger. Rappelons que ce chiffre descendait à 23 % pour les néo-entrepreneurs qui semblaient privilégier les circuits courts (Tableau 4).

L'exportation de produits ne concerne que les entreprises productives telles que l'agriculture, la pêche, l'artisanat ou encore l'industrie. La totalité des entrepreneurs du secteur primaire interrogés exportent leur production sur le continent. Si certains producteurs exportent la totalité de leur production d'autres alimentent également le marché îlien au moins en saison estivale.

Les trois pêcheurs interrogés, Armand Glidic à Batz, François Spinec à Sein et Simon Moisdon à Hoëdic adoptent la même stratégie de vente. La majeure partie de leur pêche est envoyée par bateau directement à la Criée, respectivement à Roscoff, au Guilvinec et à Lorient. Souvent, les pêcheurs vendent une partie de leur production directement sur l'île soit aux particuliers soit en fournissant les professionnels de la restauration. En période estivale, la vente directe sur l'île est plus importante. L'afflux de touristes et de résidents secondaires permet d'écouler une plus grande partie de la pêche sur l'île. Cependant, de manière générale, le nombre d'habitants annuel ne permet pas aux pêcheurs de privilégier des circuits courts.

Le constat est le même dans l'agriculture. David Tanguy, agriculteur sur l'île de Batz exporte la totalité de sa production sur le continent. Il appartient à une organisation de producteurs, la SICA de Saint-Pol-de-Léon qui rachète la totalité de ses légumes et organisent leurs mises en marché sur le territoire nationale. Afin de bénéficier du label « île de Batz », cet agriculteur a investi de manière à pouvoir réaliser le conditionnement lui-même. Il envoie donc la totalité de ses légumes emballés via la barge de l'île (Figure 23) et son label lui permet de vendre sa production à des prix plus importants.



Figure 23 : La barge François-André assure le transport de fret de l'île de Batz, 2014

Dans le secteur de la transformation, l'entreprise Groix et Nature a décidé de baser sa production sur l'île et vend une partie de sa production dans une boutique située sur le port de l'île. Cependant, la majeure partie de la production est envoyée sur le continent, soit dans la nouvelle boutique de Lorient soit aux autres entreprises qu'elle fournit. Ces entreprises sont diverses, il peut s'agir de grandes surfaces, de distributeurs, de grande maison d'épicerie fine mais l'export se fait également à l'étranger. Si l'Europe (Allemagne, Belgique, Angleterre et Irlande) est une des destinations principales des marchandises, l'export se fait également dans des pays plus lointains tels que la Malaisie, le Japon ou encore la Russie. Actuellement, l'entreprise est en train de préparer son entrée sur le marché des Etats-Unis.

L'exportation ne concerne pas uniquement les produits. Certains entrepreneurs exportent également leurs services sur les îles voisines. C'est particulièrement le cas dans le secteur de la construction où l'on remarque des échanges entre Ouessant et Molène et entre Houat et Hoëdic. C'est également le cas pour certains services. On peut alors citer le cas de Muriel Le Port qui est agent immobilière et qui s'occupe à la fois du marché immobilier de l'île-Aux-Moines sur laquelle elle est installée et de l'île voisine d'Arz.

L'exportation, qu'elle soit destinée aux îles voisines, au continent ou à l'étranger, est donc un moyen d'élargir son marché fortement utilisé par les entreprises anciennes des îles du Ponant. Néanmoins, exporter sa production signifie également un surcoût qui peut-être important pour certaines entreprises. Certaines d'entre elles parviennent à compenser ces surcoûts, c'est le cas par exemple des produits à forte valeur ajoutée tels que les ormeaux de Groix Haliotis, d'autres entrepreneurs, tels que les agriculteurs ont du mal à faire face aux surcoûts de transport.

La différenciation

Autre mode d'adaptation évoqué par les entrepreneurs insulaires, la différenciation. Cette stratégie consiste à se démarquer de la concurrence ou à attirer des clients par la création d'un concept original ou la valorisation d'un produit. Si 36 % des néo-entrepreneurs interrogés lors de l'enquête ID-îles 1 estiment avoir recours à la différenciation, seulement 23 % des enquêtés d'ID-îles 2 sont concernés.

C'est le cas du GAEC Tanguy sur l'île de Batz qui se différencie de ses concurrents en apposant un label sur leurs légumes. Mais aussi d'Erwan Tonnerre à Groix qui se différencie des autres conchyliculteurs en produisant un produit rare et donc à forte valeur ajoutée : les ormeaux.

De la même manière, Hervé Hubert, gérant de l'Hôtel de la Marine à Groix souhaite se différencier de ses concurrents en améliorant le standing de son hôtel et en installant un spa afin d'attirer une clientèle plus « sophistiquée ».

Enfin, on peut citer, Louis Le Port (Figure 24) qui, lors de l'installation de son entreprise de location de vélos en 1991 a su se démarquer des autres loueurs. Alors que ces collègues proposaient un matériel vieillissant, il a acheté des vélos de dernière génération qui lui ont permis de se faire une place dans ce domaine d'activités.

La dernière stratégie d'adaptation au contexte insulaire qui avait été mise en avant par l'enquête ID-îles 1 est la coopération qui « permet de mutualiser les frais et de gagner en visibilité » (Louis Brigand et al., 2014). Cette coopération peut prendre la forme d'une entraide ponctuelle entre les entreprises îliennes cependant seulement 30 % des anciens entrepreneurs estiment qu'il existe une solidarité entre les professionnels. Certains vont même jusqu'à démentir fortement cette fameuse « solidarité îlienne » et mettent plutôt en avant l'individualisme des entreprises.

Sur les six îles enquêtées, seule l'île de Groix semble se démarquer avec une vie associative forte. Erwan Tonnerre évoque deux associations : celle des producteurs de Groix mais aussi l'association « Entreprendre à Groix » qui regroupe à la fois les associations de producteurs et d'artisans de l'île soit environ 500 actifs. Cette association a pour but de défendre les intérêts économiques de l'île et a été créée en 2014 suite aux augmentations des tarifs de la Compagnie Océane assurant les liaisons Groix-Lorient.

Outre, ce cas précis, la coopération ne semble pas réellement être une stratégie d'adaptation adoptée par les anciens

Ile-aux-Moines, Louis Le Port, P'tit Louis

L'entreprise de location de vélos P'tit Louis a été créée en 1991. Lors de son installation, trois loueurs se partageaient déjà le marché mais Louis Le Port a su innover en proposant à ses clients des vélos neufs.

Louis est originaire de l'île et bien qu'il ne souhaitait plus y vivre, lorsqu'il quitte son emploi dans la Marine Marchande, il décide de revenir pour y travailler. C'est de cette manière que lui est venue l'idée d'installer son stand de locations.

Pour Louis, l'insularité n'est pas contraignante, c'est au contraire, c'est avant tout, un avantage : « pour visiter l'île, les touristes n'ont pas tellement d'autres moyens que de louer un vélo, ils ne peuvent amener de voiture et la taille de l'île est idéale pour la pratique du vélo ».

Louis ne travaille que lors de la saison touristique, d'avril à septembre et prend des vacances durant les six autres mois de l'année : « Je pourrais travailler plus tout en étant rentable, mais je gagne assez bien ma vie de cette manière ».

Si selon lui, l'activité est en hausse, il ne souhaite pas pour autant agrandir son entreprise et préfère continuer sans rien changer jusqu'à ce qu'il prenne sa retraite.

Développer le tourisme sur l'île est selon lui primordiale pour sa survie. Il estime que de efforts sont à faire en matière d'hébergement mais aussi de loisirs et que l'île n'est qu'à « 20 % de ce qu'elle pourrait recevoir ».



Figure 24 : Louis Le Port, île-aux-Moines, juin 2015

entrepreneurs.

Ainsi, cette comparaison entre nouveaux et anciens entrepreneurs nous permet de mettre en lumière des différences aussi bien dans le profil des entrepreneurs que dans le secteur d'activités. Elles sont répertoriées dans un tableau synthétique (Tableau 8) en conclusion.

3. Comparaison inter-îles

Après avoir étudié les différences entre néo et anciens entrepreneurs, nous avons également cherché à comprendre quelles étaient les différences et les points communs entre les entreprises des différentes îles. Pour cela nous nous sommes appuyés sur leurs disparités en fonction de leur situation géographique, de leur taille, de leur distance par rapport au continent mais aussi en fonction des particularités de chaque île.

Pour répondre à cette question nous nous sommes plus particulièrement appuyés sur les enquêtes de terrain menées à Batz, Groix, Hoëdic, l'île-aux-Moine, Ouessant et Sein d'avril à juin 2015.

La superficie de l'île : un critère peu déterminant

Contrairement à ce que l'on pourrait penser, la superficie des îles ne semble pas jouer un rôle prépondérant dans l'installation des entreprises. ID-Îles 1 avait déjà mis en avant cet aspect qui se voit ici confirmé chez les anciens entrepreneurs. Lorsque l'on analyse le nombre d'entreprises en fonction de la taille de chaque île, nous ne faisons aucune corrélation significative, il en est d'ailleurs de même vis-à-vis de la démographie.

Si l'on prend par exemple, deux îles de la mer d'Iroise, à distance équivalente du continent, l'île de Sein et Ouessant, on se rend compte que la quantité d'entreprises n'est pas relative à la taille des îles. A Ouessant, on recense 44 entreprises de plus de dix ans (soit 47 % des entreprises) et 16 à Sein (soit 46 % des entreprises). On dénombre donc seulement trois fois plus d'entreprises à Ouessant alors que la surface de l'île est 26 fois plus importante.

Interviennent donc ici, d'autres questions liées à la gestion de l'espace qui est très variable d'une île à l'autre. Reprenons l'exemple d'Ouessant qui subit un morcellement du parcellaire important avec de multiples propriétaires alors que la commune d'Hoëdic possède, avec le Conservatoire du littoral, l'intégralité des surfaces disponibles. La mairie d'Hoëdic peut donc encourager plus facilement à l'installation et mieux gérer son espace. C'est d'ailleurs ce qui a permis au maire, Jean-Luc Chiffolleau, de mettre en place des projets de maraîchage et d'élevage alors que l'ensemble des projets agricoles d'Ouessant ont échoué.

Les enquêtes menées auprès des anciens entrepreneurs n'ont d'ailleurs jamais mis en avant le manque d'espace mais plutôt le coût des terrains. Et cela est encore à nuancer car seulement 30 % des personnes interrogées ont estimé que l'accès au foncier était une contrainte (Tableau 5). En général, les entrepreneurs déclaraient que trouver un terrain n'avait pas été chose aisée mais que cela était toujours possible, souvent grâce au soutien de la mairie. A noter, que ce sont ici des entrepreneurs qui ont souvent déjà réglé le problème du terrain mis à part ceux souhaitant s'étendre.

Tableau 5 : Contraintes liées à l'activité de l'entreprise

Contraintes	Nombre de citation	Pourcentage
Pénibilité physique	1	4.3 %
Difficultés financières	6	26.1 %
Administratifs/législatifs	4	17.4 %
Saisonnalité	9	39.1 %
Logement des employés	6	26.1 %
Ressources humaines	10	43.5 %
Accès au foncier	7	30.4 %
Transport et approvisionnement	16	69.6 %
Conditions météorologiques	7	30.4 %
Aucune	1	4.3 %
Total des entretiens	23	

N.B : Un entrepreneur peut identifier plusieurs contraintes. Le nombre de citations est donc supérieur au nombre d'enquêtés.

L'éloignement vis-à-vis du continent : une contrainte majeure

La distance de l'île au continent est directement liée à la question de l'accessibilité de l'île. Dans presque 70 % des cas, les anciens entrepreneurs ont identifié le transport et l'approvisionnement comme contrainte de leur activité. C'est la première difficulté exprimée, loin devant le recrutement qui arrive en seconde position avec dix citations (Tableau 5). Les néo-entrepreneurs avaient également mis en avant cette contrainte qui arrivait en première position mais ne concernait que 44 % des personnes entretenues.

Sur le plan du transport les îles sont très inégales aussi bien en ce qui concerne la durée, les fréquences, les horaires, les conditions ou encore le prix des traversées par bateau (Tableau 6).

Or, le bateau est souvent la seule manière pour les îliens de rejoindre le continent. Seule Ouessant et Yeu disposent de liaisons aériennes quotidiennes respectivement par avion ou hélicoptère. De plus, peu d'entrepreneurs possèdent un bateau privé. Sur les 23 entretiens réalisés, seuls trois entrepreneurs ont déclaré avoir leur propre bateau. Ces entrepreneurs étaient installés à l'île-aux-Moines ou sur Groix, on peut donc en déduire que les îles du Golfe du Morbihan dont le plan d'eau est moins soumis aux aléas météorologiques, sont plus propices à l'utilisation d'un bateau privé que les îles de la Mer d'Iroise.

On peut également penser que les entrepreneurs des petites îles proches du continent sont plus nombreux à posséder un bateau que ceux des îles éloignées. Cependant, même les entrepreneurs étant propriétaires d'un bateau ne s'en servent que très rarement pour leur travail. Il s'agit plutôt de navigation de plaisance ou d'un moyen de dépannage. Le mode de transport privilégié par les îliens est donc le service de transport maritime, aussi bien pour les marchandises que pour les passagers.

Tableau 6 : Les transports maritimes dans les îles du Ponant (2014-2015)

	Nombre de liaisons quotidiennes en basse saison	Nombre de liaisons quotidiennes en haute saison	Durée moyenne	Tarif îlien A /R	Tarif normal A/R
Ile de Batz	16	25	15 mn	5 €	9 €
Ile de Groix	2	6	45 mn	6 €	33.65 €
Hoëdic	2	3	60 mn	6 €	33.65 €
Ile-aux-Moines	26	30	5 mn	1.50 €	4.80 €
Ouessant	2	4	60 mn	6.50 €	34.60 €
Ile de Sein	2	2	75 mn	6.50 €	34.60 €

Sur les six îles, les services de transport maritime de passagers et de marchandises sont assurés par des compagnies privées qui ont reçu une délégation de service public par le Conseil général du Morbihan ou du Finistère, auxquelles s'ajoutent des compagnies privées ne fonctionnant que l'été. La desserte des îles Morbihannaises, Hoëdic et Groix, est assurée par la compagnie Océane depuis 2008 et celles du Finistère, Sein et Ouessant, par la compagnie Penn ar Bed. L'île de Batz est quant à elle desservie par trois compagnies îliennes issues de la même entreprise familiale qui se répartissent les traversées de passagers de manière hebdomadaire. Une autre entreprise, basée elle aussi sur l'île, assure le transport de fret plusieurs fois dans la semaine. Enfin, l'île-aux-Moines est également desservie par une compagnie privée de l'île : la compagnie Izenah Croisière.

Les récentes manifestations des îliens de Belle-Île, Groix, Houat et Hoëdic contre la hausse des prix de la compagnie Océane sont révélatrices de l'ampleur du problème lié à l'accessibilité des îles.

Lorsque l'on demande aux entrepreneurs ce qu'ils pensent du prix des traversées de passagers en tarif îlien, plus de la moitié nous ont répondu qu'ils les trouvaient « trop cher ». Ces entrepreneurs estiment que le Conseil Régional a obligation de continuité territoriale et que par conséquent, le prix du bateau ne devrait pas être plus élevé que le prix d'un ticket de bus sur le continent. La quasi-totalité des entrepreneurs estiment que le prix pour les touristes est inabordable mis à part sur l'île-aux-Moines où les prix sont jugés convenables. En ce qui concerne le prix du transport des marchandises, tous les entrepreneurs concernés par la question l'ont jugé trop élevé, en particulier sur Groix, Hoëdic, Sein et Ouessant.

A noter qu'en fonction des produits transportés, le coût du transport est parfois pris en charge par les fournisseurs, c'est le cas par exemple, pour la majeure partie des livraisons de boissons ou encore pour les médicaments.

Les conditions de transport des marchandises sont aussi remises en cause sur les îles de Groix, Hoëdic, Sein et Ouessant. Les entrepreneurs dénoncent le manque de capacité des bateaux qui sont parfois incapables de transporter la totalité de la marchandise. Il n'est donc pas rare que la marchandise soit laissée à quai toute une journée en attendant le bateau

suisant. Le soin apporté aux marchandises est également souvent mis en cause. C'est par exemple, le cas pour les cartons de médicaments qui arrivent régulièrement trempés.

D'une manière générale, ces quatre grandes îles plus ou moins éloignées du continent entretiennent de mauvais rapport avec les deux compagnies les desservant. Les entrepreneurs se sentent de moins en moins écoutés. Beaucoup ont estimé qu'aucune négociation n'était possible avec les compagnies, qu'il s'agisse des horaires ou des tarifs en particulier pour le transport de marchandises.

Les îles d'Ouessant et Sein sont également désavantagées par leur situation géographique. Selon les conditions météorologiques, il n'est pas rare que durant la période hivernale, les bateaux annulent leurs traversées pour raison de sécurité. Dans le cas d'Ouessant, à ces contraintes s'ajoute l'absence de port abrité qui complique l'accessibilité à l'île mais qui limite également des activités comme la plaisance et la pêche.

L'éloignement associé aux problèmes de transport semble être une contrainte majeure dans le développement des îles. Cependant, la majorité des entrepreneurs interrogés estiment qu'il n'y a pas de différence avec un village de campagne ou de montagne du continent. Pour beaucoup d'entre eux l'isolement est certes compliqué à gérer et demande une véritable organisation, mais il permet également une certaine tranquillité mise en avant dans l'ensemble de entretiens.

On peut tout de même nuancer ces propos en s'intéressant aux avantages mis en avant par certains entrepreneurs. A commencer par les pêcheurs, qui dans le Finistère ne payent pas le coût du transport maritime et qui pour Houat et Hoëdic envoient directement leur produit de pêche de l'île à la Criée sans se déplacer eux-mêmes. De nombreux commerçants profitent également d'une livraison à domicile ce qui leur permet un gain de temps non négligeable.

Quand on les interroge sur le sujet des transports de nombreux îliens nuancent eux-mêmes leurs propos en comparant les inconvénients des transports îliens avec ceux de la voiture sur le continent. C'est, par exemple, le cas de Christine, commerçante sur l'île de Sein : « Le plus compliqué c'est l'organisation. Il faut toujours rester organiser et ne rien oublier sinon tout devient très vite compliqué. Mais il y a d'autres aspects qui sont plus faciles que sur le continent : je n'ai pas besoin de voiture (et donc pas de frais associés), pas besoin de chercher à me garer. En ville, on perd beaucoup de temps à s'occuper des déchargements ».

V. LIMITES

Ce travail de recherche s'est déroulé sur cinq mois et s'est appuyé sur un travail de terrain nécessaire aux besoins de l'étude. Le travail d'enquêtes de terrain est très chronophage et n'a pu être réalisé sur l'ensemble des îles. Nous avons donc tenté de choisir six îles dans deux zones distinctes : le Morbihan et le Finistère. Mais ce choix limite les analyses, qui demandent à être complétées par la suite puisque les statistiques provenant des enquêtes ne s'appuient donc que sur 23 individus. Il serait alors intéressant de poursuivre ce travail en rencontrant plus d'entrepreneurs et en se rendant sur la totalité des îles du Ponant.

En s'intéressant aux anciens entrepreneurs, cette étude tente de remédier aux limites du programme de recherche ID-îles 1 sur les néo-entrepreneurs. Il serait également intéressant de poursuivre cette analyse en s'intéressant plus particulièrement aux entreprises qui ont échoué. Une étude sur les abandons et leurs raisons serait une source d'informations riche et serait précieuse aux nouveaux entrepreneurs et aux entreprises souhaitant s'installer dans les îles du Ponant. On peut donc envisager d'aller à la rencontre des dirigeants de ces entreprises afin de comprendre quels ont été les réels motifs d'abandon. On peut pour cela s'appuyer sur la vérification de la base Sirene qui a mis en évidence les entreprises n'étant plus présentes sur les îles. Certains entretiens ont déjà mis en exergue différentes raisons d'abandon : gestion de la saisonnalité, mauvais accueil de l'activité par la population insulaire, projets en décalage avec la demande : « Il y a souvent des essais sur l'île (Groix) mais il s'agit souvent de doux rêveurs qui abandonnent en se rendant compte des difficultés d'entreprendre sur l'île » (Erwan Dubois, Groix et Nature).

En rencontrant les maires des îles visitées, nous nous sommes également rendu compte du manque de fiabilité de la base Sirene. Il s'agit d'une source d'informations privilégiée pour notre étude, or nous avons pu remarquer que cette base n'était pas à jour et qu'elle comportait une marge d'erreur estimée à 18 %. Se pose alors le problème des entreprises « fantômes » qui sont répertoriées dans la base Sirene mais inexistantes sur les îles. Il est donc important de continuer le travail de vérification de cette base avec les maires des îles où nous ne nous sommes pas rendus.

La présente étude s'inscrit dans un programme de recherche plus large qui associe chercheurs et professionnels dans différentes thématiques :

- Le comportement spatial des entrepreneurs insulaires du Ponant (laboratoires Géomer et Amure)
- Les nouvelles technologies au service du développement des îles (Télécom Bretagne)
- Transmettre, partager et communiquer (Tébéo et Géomer)
- La création d'un comptoir des îles (AIP et UBO)

La thématique de l'entrepreneuriat dans les îles du Ponant est donc inscrite dans un programme de recherche de grande ampleur qui se poursuit actuellement.

VI. CONCLUSION

Les îles du Ponant sont des territoires spécifiques avec de nombreuses contraintes géographiques liées à l'isolement par rapport au continent. L'ensemble des îles connaissent des difficultés plus ou moins similaires qui n'ont pas la même intensité selon les îles : baisse et vieillissement de la population pour la majeure partie d'entre elles, hausse du nombre de résidents secondaires, hausse du prix du foncier, manque de logements...

Cependant, l'entrepreneuriat reste actif dans ces espaces. Il s'agit principalement de petites entreprises du secteur privé de moins de 10 ans embauchant peu de salariés. La majeure partie des activités sont tournées vers le tourisme ou en dépendent fortement. Les secteurs primaire et secondaire sont sous-représentés mais parviennent à subsister sur de nombreuses îles. Les données acquises pour ID-îles 2 ont permis de compléter les observations du programme de recherche ID-îles 1 centré sur les néo-entrepreneurs. Nous avons alors pu effectuer un parallèle entre ces deux générations d'entrepreneurs (Tableau 7)

Tableau 7 : Synthèse des caractéristiques des anciennes entreprises par rapport aux néo-entreprises

	Anciennes entreprises	Néo-entreprises
Nombres d'entreprises	1 178	1 617
Répartition anciennes/nouvelles entreprises	42 %	58 %
Répartition par grands secteur d'activités		
Primaire	19 %	12 %
Secondaire	16 %	19 %
Tertiaire	65 %	69 %
Répartition par secteur ID-îles		
Activités de soutien aux entreprises	85	168
Administrations publiques, santé, éducation et culture	170	181
Agriculture	78	67
Aquaculture	15	4
Artisanat manufacturier	39	88
Commerces et services de proximité	212	342
Commerces et services divers	55	193
Construction et services connexes	140	252
Hébergement, restauration et locations saisonnières	202	240
Industrie	7	7
Pêche	137	36
Transport et activité connexes	38	39
Répartition des entreprises par masse salariale		
[0 ; 1[704	1 216
[1 ; 2]	280	215
[3 ; 5]	113	71
[6 ; 9]	44	30
[10 ; 19]	29	15
[20 ; 49]	8	6
NN	0	64

Tout d'abord, il est important de noter que les néo-entrepreneurs représentent 58 % de l'ensemble de l'entreprenariat insulaire et que les anciennes entreprises sont donc minoritaires sur les îles. Ce constat nous permet de penser que le taux d'échec est probablement fort lors des premières années d'installation.

Cependant, on peut noter des différences dans les secteurs d'activités. Si le tourisme est également dominant chez les anciens entrepreneurs, ces entreprises sont plus tournées vers les activités traditionnelles telles que l'agriculture et la pêche qui attirent peu les jeunes.

De plus, le profil de l'entrepreneur type n'est pas le même. A la tête des anciennes entreprises, se trouvent généralement des hommes d'une cinquantaine d'années originaires de l'île et qui ont choisi une activité pour pouvoir rester ou revenir sur l'île. Alors que les enquêtes ID-îles 1 ont plutôt présenté des entrepreneurs venant de l'extérieur et ayant généralement muri leur projet.

Les entretiens réalisés nous ont également permis de constater des différences au niveau des contraintes, des atouts et des stratégies d'adaptation au contexte insulaire (Tableau 8).

La première contrainte exprimée par les entrepreneurs insulaires est celle du transport et de l'approvisionnement qui est citée dans 70 % des cas pour les anciens entrepreneurs. Pour ces derniers viennent ensuite le recrutement et la saisonnalité alors que les néo-entrepreneurs citent, dans l'ordre l'accès au foncier puis la saisonnalité. Il est assez compréhensible que les nouvelles entreprises sites avant tout la difficulté d'accès au foncier puisqu'il s'agit souvent d'un problème non résolu pour eux alors que les anciens entrepreneurs ont généralement déjà réussi à s'installer et ne cherche plus de terrain ou de local. De la même manière il est logique que les problèmes de recrutement frappent plus les anciens entrepreneurs que les nouveaux puisque la majorité des néo-entrepreneurs n'embauchent pas de salariés (Tableau 7).

La saisonnalité est par contre un problème récurrent dans les îles et concernent aussi bien les nouvelles que les anciennes entreprises, en particulier celles travaillant directement dans le secteur du tourisme.

Enfin, la contrainte majeure semble être les difficultés de transport et d'approvisionnement. Les îles sont très inégales face à cette contrainte, rentrent alors en jeu : la distance vis-à-vis du continent, le temps de traversée, les coûts de transport de marchandises et de passagers, les fréquences et horaires des bateaux. Toutes ces caractéristiques varient d'une île à l'autre : les petites îles proches comme l'Île-aux-Moines ou Batz sont largement favorisées par rapport aux îles éloignées comme Sein, Ouessant ou encore Houat. Les îles les plus défavorisées revendiquent d'ailleurs de plus en plus leur droit à la continuité territoriale et tentent de négocier de meilleures conditions avec les compagnies maritimes assurant ce service public.

Tableau 8 : Synthèse des atouts, contraintes et stratégies d'adaptations des anciennes et nouvelles entreprises

Contraintes	Anciens entrepreneurs		Néo-entrepreneurs	
	Nombre de citation	Pourcentage	Nombre de citation	Pourcentage
Pénibilité physique	1	4 %	12	11 %
Difficultés financières	6	26 %	20	18 %
Administratifs/législatifs	4	17 %	17	16 %
Saisonnalité	9	39 %	29	26 %
Logement des employés	6	26 %	12	11 %
Recrutement	10	44 %	13	12 %
Accès au foncier	7	30 %	29	26 %
Transport et approvisionnement	16	70 %	48	44 %
Conditions météorologiques	7	30 %	16	15 %
Aucune	1	4 %	5	5 %
Atouts				
Image de l'île	17	74 %	18	16 %
Absence de concurrence	6	26 %	15	14 %
Solidarité entre entrepreneurs	7	30 %	10	9 %
Présence d'un marché touristique	15	65 %	81	74 %
Bouche à oreille	13	57 %	5	5 %
Savoir-faire	1	4 %	6	6 %
Ressources naturelles et culturelles	9	39 %	22	20 %
Stratégies d'adaptations				
Diversification	7	35 %	33	30 %
Exportation	9	39 %	25	23 %
Différenciation	8	36 %	40	36 %
Total des entretiens	23		110	

Ces deux générations d'entrepreneurs ne mettent pas en avant les mêmes atouts. Si 74 % des anciens entrepreneurs citent l'image de l'île comme premier atout, il n'arrive qu'en troisième position chez les néo-entrepreneurs. Utiliser l'image de l'île pour vendre n'est pas toujours bien vu par les îliens, on peut supposer que les anciens entrepreneurs, généralement originaires de l'île sont plus à l'aise avec l'idée d'utiliser l'île comme vitrine publicitaire. De plus, les secteurs d'activités privilégiés des anciens entrepreneurs tels que le tourisme, l'agriculture ou encore l'aquaculture sont plus propices à valoriser leur produit par ce biais. Il est difficile d'imaginer qu'une entreprise de la construction, secteur fort des néo-entreprises, mette en avant une plus-value îlienne.

L'atout majeur mis en avant par les néo-entreprises est la présence d'un marché touristique qui arrive en seconde position chez les anciens entrepreneurs. On sait que le secteur du tourisme est important sur les îles et qu'il joue un rôle direct et indirect. Le secteur agricole, par exemple, profite indirectement du tourisme, qui lui permet de faire connaître ses produits.

Enfin, les stratégies d'adaptation au contexte insulaire sont diverses. Si les néo-entrepreneurs semblent privilégier les circuits courts, les anciens entrepreneurs sont 39 % à exporter leur produit hors de l'île. La différenciation est une stratégie commune aux deux générations d'entrepreneurs tout comme la diversification qui permet aux entrepreneurs de compenser le manque de clientèle.

Si l'on compare non plus, les entrepreneurs en fonction de leur ancienneté mais en fonction de leur présence sur telles ou telles îles, on se rend compte que la superficie n'est pas forcément un critère déterminant contrairement à l'éloignement par rapport au continent. Cet isolement, qui dépend fortement des conditions de transport, peut être limitant pour l'installation de nouvelles entreprises et pour la pérennité de celles déjà présentes.

Entreprendre sur une île signifie certes s'adapter aux contraintes inhérentes à l'insularité, cependant, les îles bénéficient d'un avantage majeur : le tourisme. Les îles attirent ainsi à la fois des résidents secondaires et des visiteurs de passage qui permettent une multiplication de la population et donc de la clientèle. Ainsi, les îles sont comparables aux stations balnéaires du continent qui connaissent les mêmes alternances de saison haute et basse. Si l'isolement est un critère permettant de définir une l'île en tant qu'objet géographique, cet isolement est finalement comparable aux villages de montagne ou de région isolée. Dans son étude de l'insularité, Guy Mercier s'interroge : « Le problème de chômage dans les îles du Ponant est-il par essence différent de celui qui touche les communes rurales du centre de la Bretagne ? » (Mercier, 1990).

Afin de mieux cerner les spécificités de l'entrepreneuriat insulaire, il serait donc intéressant de comparer ces îles avec des communes rurales isolées. On peut donc se demander si faire le choix d'entreprendre sur une île est vraiment différent que de choisir de s'implanter dans n'importe quelle autre commune rurale.

BIBLIOGRAPHIE

- Association des îles du Ponant. (2011). *L'essentiel des îles du Ponant*.
- Brigand, L. (1984). Activités traditionnelles et tourisme dans les îles du Ponant (Bretagne). *Norois*, 63–76.
- Brigand, L., & Bioret, F. (1994). Réflexions sur l'influence du mouton dans les modes de gestion des milieux insulaires: Ouessant (Bretagne-France) et Calre Island (Mayo-Irlande). *Norois*, 41, 559–564.
- Brigand, L., Chailloux, A., Corsi, L., & Laviaille, G. (2014). *Entreprendre sur les îles, du constat aux témoignages, de l'expérience aux projets*.
- Chagnaud, E., & Alami, S. (2012). *Entreprendre sur les îles du Ponant, île d'Hoedic*.
- Chailloux, A. (2013). *Monographies des îles du Ponant : analyses statistiques comparées*.
- Direction interrégionale de la mer Nord Atlantique-manche Ouest. (2010). *Monographie maritime de la façade Nord Atlantique-Manche Ouest*.
- Gariglietti-Brachetto, C. (2013). *Etat des lieux, dynamiques et perspectives des activités agricoles dans les îles du Ponant*.
- Insee. (2014). Tableaux de l'économie française.
- Laviaille, G. (2013a). *Document de travail ID-îles Guide méthodologique des bases de données mises à disposition*.
- Laviaille, G. (2013b). *Structure et comportement de l'entrepreneuriat : analyse comparative des îles du Ponant (France)*.
- Le Gentil, A. (2012). *Entreprendre sur les îles : du constat aux témoignages, de l'expérience au projet*.
- Mercier, G. (1990). Etude de l'insularité. *Norois*, 9–14.
- MSA. (2012). *La population des exploitants agricoles en 2011*.
- Péron, F. (2005). Fonctions sociales et dimensions subjectives des espaces insulaires (à partir de l'exemple des îles du Ponant). *Annales de Géographie*, 114, 422–436. doi:10.3917/ag.644.0422
- Tesson, M. (2013). *Etat des lieux de l'activité de pêche professionnelle sur les îles du Ponant*.

TABLE DES ILLUSTRATIONS

Figure 1 : Les îles du Ponant dotées du statut communal, Peuziat, 2013.....	7
Figure 2 : Vérification terrain de la base Sirene	10
Figure 3 : Population par grandes tranches d'âges à Ouessant en 2011	17
Figure 4 : Répartition des entreprises par grand secteur d'activités dans les Îles du Ponant	18
Figure 5 : Les cultures de l'île de Batz vue du phare, 2014	18
Figure 6 : Répartition des entreprises des îles du Ponant en fonction du nombre de salariés	19
Figure 7 : Répartition des entreprises des îles du Ponant en fonction de leur statut juridique	20
Figure 8 : Répartition des entreprises des îles du Ponant en fonction de leur ancienneté	20
Figure 9: Répartition des entreprises anciennes par grand secteur d'activités dans les Îles du Ponant	22
Figure 10 : Répartition des entreprises insulaires par secteurs d'activités sur les îles du Ponant.....	23
Figure 11 : Pyramide des âges des agriculteurs en France en 2011 (MSA, 2012).....	24
Figure 12 : Répartition des marins-pêcheurs en Bretagne par tranche d'âges(Direction interrégionale de la mer Nord Atlantique-manche Ouest, 2010).....	24
Figure 13 : Répartition des entreprises des îles du Ponant en fonction du nombre de salariés	25
Figure 14 : Proportion des anciennes entreprises par rapport à l'ensemble des entreprises des îles du Ponant	26
Figure 15 : Philippe Deniel, mai 2015.....	27
Figure 16 : Bandeau publicitaire de l'entreprise Groix et Nature	29
Figure 17 : Le restaurant le Tom Pouce, Sein 2015	30
Figure 18 : Erwan Tonnerre, juin 2015	31
Figure 19 : Erwan Dubois et son produit phare : l'huile de homard	31
Figure 20 : Anne Diraison, Batz, juin 2015	32
Figure 21 : Hélène Le Gall, mai 2015	33
Figure 22 : Philippe Le Palmec, Hoëdic, juin 2015.....	34
Figure 23 : La barge François-André assure le transport de fret de l'île de Batz, 2014	35
Figure 24 : Louis Le Port, Île-aux-Moines, juin 2015	37
Tableau 1 : Critères de choix des îles de terrain	13
Tableau 2 : Liste des entretiens ID-îles 2.....	15
Tableau 3 : Evolution de la population dans les îles du Ponant de 2006 à 2011 (Insee 2012)	16
Tableau 4 : Stratégies d'adaptations des entrepreneurs insulaires.....	32
Tableau 5 : Contraintes liées à l'activité de l'entreprise	40
Tableau 6 : Les transports maritimes dans les îles du Ponant (2014-2015).....	41
Tableau 7 : Synthèse des caractéristiques des anciennes entreprises par rapport aux néo-entreprises	44
Tableau 8 : Synthèse des atouts, contraintes et stratégies d'adaptations des anciennes et nouvelles entreprises.....	46

ANNEXES

Annexe 1: Guide d'entretiens ID-îles 2 - 2015	51
---	----

ID-Îles 2 v.03.04.2015

Lors de votre saisie, si aucune réponse n'est disponible dans l'entretien et/ou l'entrepreneur n'a pas répondu à la question, ne cochez/remplissez rien.

Signalétique

Numéro IDILE <input type="text"/>	Date <input type="text"/>	Heure <input type="text"/>	Durée <input type="text"/>	Lieu <input type="text"/>	Enquêteur <input type="text"/>
---	-------------------------------------	--------------------------------------	--------------------------------------	-------------------------------------	--

Île

<input type="radio"/> Belle-Île	<input type="radio"/> Groix	<input type="radio"/> Batz	<input type="radio"/> Hoëdic
<input type="radio"/> Houat	<input type="radio"/> Arz	<input type="radio"/> Aix	<input type="radio"/> Yeu
<input type="radio"/> Ouessant	<input type="radio"/> Sein	<input type="radio"/> Molène	<input type="radio"/> Bréhat
<input type="radio"/> Île-Aux-Moines			

Groupe d'îles

Grandes îles
 Petites îles proches
 Petites îles éloignées

Nom de l'entreprise

Statut ID-îles

NE E DIV

Secteur

primaire secondaire tertiaire

Domaine d'activité

public privé

Activité INSEE

Agriculture Aquaculture Pêche
 Construction et services connexes Hébergement/restauration/locations diverses Commerces divers et services de proximité
 Artisanat manufacturier Santé, loisirs, éducation et culture

Etat civil et origine

Nom **Prénom** **Age lors de l'entretien :** **Sexe :** Homme Femme

Statut marital : célibataire marié en concubinage

Profession du conjoint :

Enfants oui non **Famille sur l'île** oui non **Lieu de résidence :** Sur l'île Sur le continent **Vit sur l'île depuis :**

Statut de l'entrepreneur lors de son installation :

Natif Îlien non-natif
 Ancien résident secondaire Enfant de résidents secondaires
 En couple avec un(e) îlien(ne) De passage sur l'île
 Aucun Autre(s)

Déroulement de l'entretien

Commentaire déroulement de l'entretien

Activité

Pouvez-vous me présenter votre entreprise et votre activité ?

Origine du fond :

- Création Reprise
 Location-Gérance Autre

Date de la reprise

Date de création de l'activité :

Quel est votre statut professionnel ?

- Chef d'entreprise Commerçant
 Artisan Exploitant agricole
 Autre

Nombre de salariés à l'année :

Êtes-vous libéral ou salarié ?

- libéral salarié oui non

Êtes-vous franchisé ?

L'entrepreneur possède-t-il un ou plusieurs autres établissements dans le même secteur d'activité ?

- Oui Non

Si 'Oui', sont-ils sur l'île ?

- Oui Non

Nombre d'établissements supplémentaires :

Support de l'activité :

- Local Véhicule Navire
 Domicile Autre(s)

L'entrepreneur est-il propriétaire de ses locaux professionnels ?

- En partie Totalemment
 Pas du tout Pas concerné

Nature de la clientèle :

- Touristes Résidents secondaires Continentaux
 Îliens Entreprises Institution(s)
 Autre(s)

Zone de commercialisation

- Sur l'île Sur le continent A l'étranger

Quels sont vos supports (locaux, transport) ?

Pouvez-vous me parler de votre clientèle ?

Saisonnalité

Votre activité est-elle marquée par la saisonnalité ? Quels en sont les effets ? (logement...)

Comment l'entrepreneur qualifie-t-il l'impact de la saisonnalité touristique sur son activité ?

- Positif Négatif Pas concerné NSP

Nombre de salariés saisonniers :

Période d'ouverture :

- Moins de 4 mois Entre 4 et 8 mois
 Entre 8 et 12 mois Toute l'année

Exercez-vous une activité différente hors-saison ?

- oui non

Si "oui" laquelle ?

L'entrepreneur

Comment vous est venue l'idée d'exercer cette profession ?

Avez-vous choisi cette activité :

- pour son intérêt
 pour pouvoir rester sur l'île
 pour les deux

L'entrepreneur travaille-t-il avec des membres de sa famille ?

- Oui Non

A-t-il suivi une formation en rapport avec son activité actuelle ?

- Oui Non

A-t-il déjà exercé cette activité par le passé ?

- Oui Non

Si oui, à quel endroit ?

Avez-vous exercez une autre activité ?

- oui non

Si, oui, laquelle ?

Aides et financements

Comment avez-vous financé votre entreprise à son démarrage ?

Modes de financement au démarrage :

- Apport personnel Emprunt
 Aide(s) financière(s) Autre(s)

Si 'Autre(s)', précisez :

Si 'Aide(s) financière(s)', précisez l'origine :

- Aide(s) Européenne(s) Aide(s) régionale(s)
 Aide(s) départementale(s) Autre(s) organisme(s)
 Familiale(s) Autre(s)

Si 'Autre(s)', précisez :

Aide(s) non financière(s) reçus par l'entrepreneur :

- Pas d'aide(s) non-financière(s) Matériels
 Local Conseil(s)
 Main d'oeuvre Autre(s)

Si 'Autre(s)', précisez :

Provenance de(s) aide(s) non-financière(s) :

- Commune Îlien(s)
 Famille Autre(s)

Si 'Autre(s)', précisez :

Rapport de l'activité à l'île

Pourquoi avez-vous choisi de vous implanter sur cette île ?

Votre activité est-elle associée à des savoir-faire ou des conditions de production spécifiques à l'île ?

oui non

Quels sont les atouts de l'île pour l'activité de l'entrepreneur ?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Savoir-faire | <input type="checkbox"/> Ressource(s) naturelle(s) et culturelles(s) |
| <input type="checkbox"/> Image de l'île | <input type="checkbox"/> Solidarité entre professionnels |
| <input type="checkbox"/> Bouche à oreille | <input type="checkbox"/> Absence de concurrence |
| <input type="checkbox"/> Présence d'un marché touristique | <input type="checkbox"/> Aucun |
| <input type="checkbox"/> Autre(s) | |

Quelles sont les raisons qui le motivent à habiter sur l'île ?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Cadre et qualité de vie | <input type="checkbox"/> Amour de l'île |
| <input type="checkbox"/> Esprit de communauté | <input type="checkbox"/> L'activité exercée |
| <input type="checkbox"/> Autre(s) | <input type="checkbox"/> NSP |

Comment les îliens ont-ils perçu votre installation sur l'île au démarrage ? aujourd'hui ?

Principales contraintes liées à l'activité :

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Pénibilité physique | <input type="checkbox"/> Difficultés financières |
| <input type="checkbox"/> Administratifs/législatif | <input type="checkbox"/> Saisonnalité |
| <input type="checkbox"/> Logement des employés | <input type="checkbox"/> Recrutement |
| <input type="checkbox"/> Accès au foncier | <input type="checkbox"/> Transport et approvisionnement |
| <input type="checkbox"/> Conditions météorologiques | <input type="checkbox"/> Aucune |
| <input type="checkbox"/> Autre(s) | |

Auriez-vous pu envisager d'exercer cette activité ailleurs ?

Oui, sur le continent Oui, sur une autre île du Ponant Non

Rapport à l'île de l'entrepreneur

Comment vivez-vous l'insularité ?

L'entrepreneur a-t-il déjà vécu sur le continent ?

Oui Non

Quelles ont été les motivations de son départ de l'île ?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Etudes | <input type="checkbox"/> Raisons professionnelles |
| <input type="checkbox"/> Raisons personnelles | <input type="checkbox"/> Autre(s) |

Quelles sont les raisons de son installation/retour sur l'île ?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Opportunité professionnelle | <input type="checkbox"/> Rejoindre/suivre son conjoint |
| <input type="checkbox"/> Choix de vivre sur une île | <input type="checkbox"/> Attachement à l'île |
| <input type="checkbox"/> Autre(s) | |

Evolution de l'entreprise

Comment a évolué votre entreprise depuis sa création ?

Quels ont été les grands changements dans l'histoire de l'entreprise ?

Avez-vous effectué des investissements importants depuis la création de l'entreprise ?

La clientèle a-t-elle évolué ?

Pouvez-vous me citer 3 facteurs importants pour la pérennité d'une entreprise sur l'île ?

Diversification d'activité :

Oui Non

Commentaires sur la diversification d'activité :

Activité initiale :

Activité issue de la diversification :

Diversification de produits :

Oui Non

Commentaires sur la diversification de produits :

L'entrepreneur cherche-t-il à différencier ses produits/services ?

Oui Non

Quels sont les freins et les contraintes liés à l'évolution de votre entreprise ? Avez-vous rencontré des problèmes particuliers ?

Comment voyez-vous l'avenir de cette activité ?

Que pensez-vous de l'évolution de l'entreprenariat sur l'île de manière générale ? (profil des entrepreneurs, type d'activité, conditions pour se lancer...)

Quels conseils donneriez-vous à un jeune souhaitant s'installer ?

ID-Îles 2 v.03.04.2015

Lors de votre saisie, si aucune réponse n'est disponible dans l'entretien et/ou l'entrepreneur n'a pas répondu à la question, ne cochez/remplissez rien.

Activité et flux

Pour les services bancaires, faites-vous appel à une banque :

- Sur l'île Sur le continent En ligne Autre(s)

Si 'Autre(s)', précisez :

Déplacements professionnels sur le continent

- Jamais Moins de 6 fois/an Entre 6-24 fois/an Au moins une fois/semaine

Quels en sont les motifs ?

- Amont Activité Aval Support Formation Autre(s)

Si 'Autre(s)', précisez :

Déplacements sur d'autres îles

- Jamais Moins de 6 fois/an Entre 6-24 fois/an Au moins une fois/semaine

Motif(s) professionnel/perso

- Professionnel Personnel

Si 'professionnel', quels en sont les motifs professionnels ?

- Amont Activité Aval Support Formation Autre(s)

Si 'Autre(s)', précisez :

Avez-vous une idée du coût annuel des traversées (€/an)
(entrepreneur + salariés) (hors dépl.strict. perso.) ?

Que transportez-vous depuis le continent (import) ? Comment ?

Que transportez-vous vers le continent (export) ? Comment ?

Avez-vous une idée du coût de transport annuel pour vos
marchandises (€/an) ?

Que pensez-vous de la fréquence et des horaires de traversée ?

Fréquence des traversées ?

- Suffisante
 Insuffisante
 NSP

Que pensez-vous du prix de la traversée ?

Prix de la traversée ?

- Trop cher
 Abordable
 NSP

Que pensez-vous des conditions de traversée pour les marchandises ? (avaries...)

Conditions de transport
(marchandises) ?

- Satisfaisantes
 Insatisfaisantes
 NSP

En complément des navettes régulières, avez-vous ou envisagez-vous d'avoir recours à des alternatives (votre propre bateau, bateau-taxi, navette privée, partage de bateau, cabotage à la voile...) ?

ID-Îles 2 v.03.04.2015

Lors de votre saisie, si aucune réponse n'est disponible dans l'entretien et/ou l'entrepreneur n'a pas répondu à la question, ne cochez/remplissez rien.

Perception de l'avenir de l'île

Comment voyez-vous l'avenir de l'île ?

Positivement Négativement NSP

Commentaires sur l'avenir de l'île :

Que pensez-vous du tourisme ?

Comment perçoit-il le tourisme sur l'île ?

Positivement Négativement NSP

Comment envisagez-vous l'avenir des jeunes ?

Comment envisagez-vous l'avenir des jeunes sur l'île ?

Positivement Négativement Ni l'un, ni l'autre NSP

Quels sont le(s) frein(s) à leur ancrage sur l'île ?

Emploi Logement Motivation Autre(s) NSP

Si 'Autre(s)', précisez :

Selon l'entrepreneur, quelles activités sont à développer pour l'amélioration de la vie sur l'île ?

Commerces Services administratifs
 Services de santé et d'éducation Productions locales
 Loisirs Aucune
 Autre(s)