

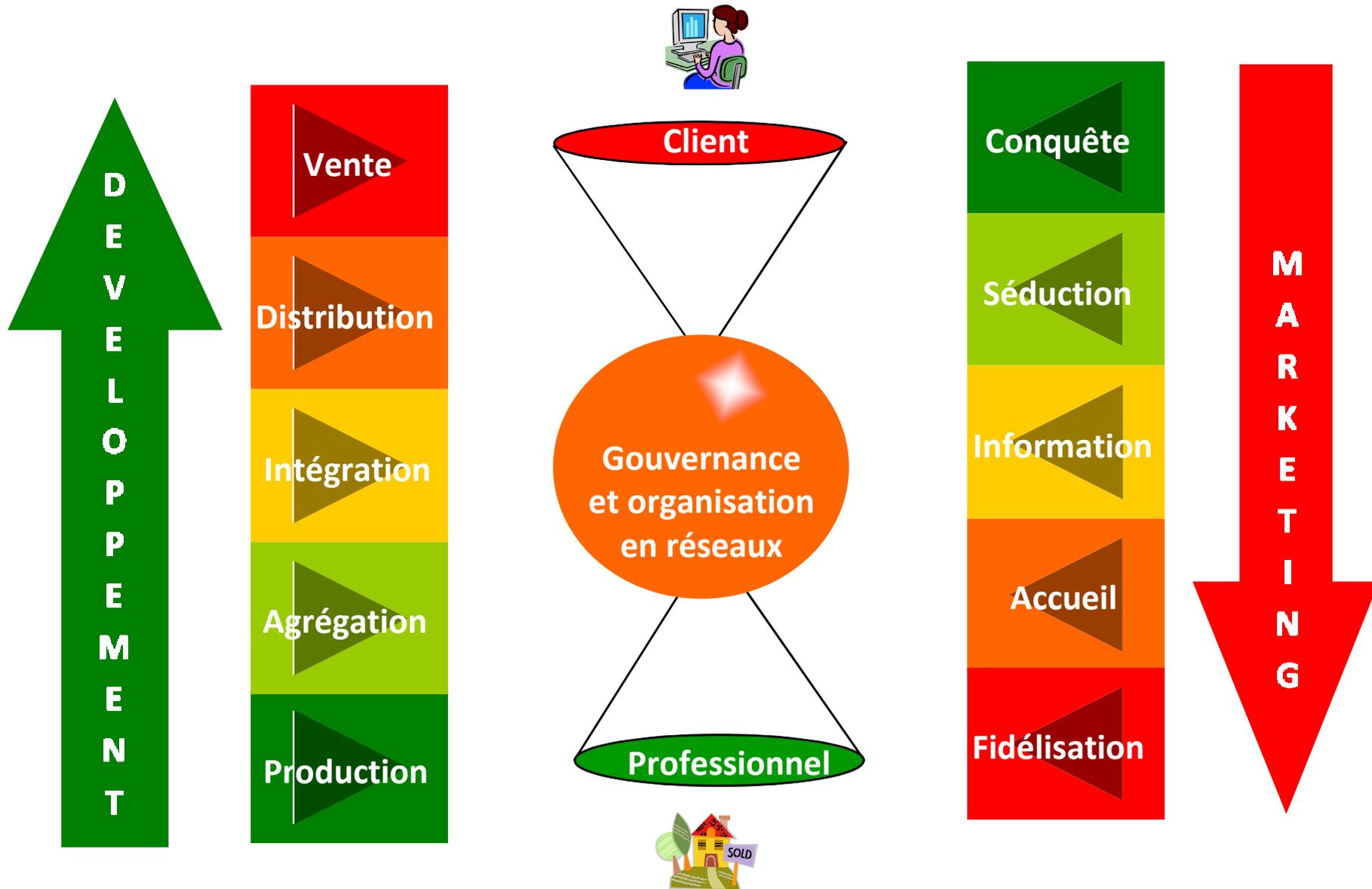


# Plan marketing du tourisme halieutique

---

Diagnostic et orientations stratégiques

# Un cadre de référence à partager



## Sommaire

---

- Diagnostic de la filière
  - La demande
  - L'offre
  - L'organisation
- Orientations stratégiques
  - Enjeux et axes de la stratégie marketing
  - Orientations de prospection
  - Orientations de production
  - Orientations d'organisation



# Plan marketing du tourisme halieutique

---

## 1 - Le diagnostic marketing de la filière

# La demande

## Forces

- 5 millions de pêcheurs en Europe
  - Plusieurs millions au Japon, 60 millions aux USA
- Une véritable « communauté d'audience »
  - 15 revues spécialisée en France
  - 2 chaînes TV dédiées
  - Une communauté très active sur le [web 2.0](#) et des sites web à forte audience
  - Des magasins spécialisés
  - Des agences de voyages spécialisées, dont une dizaine en France
- La Corrèze en [3<sup>ème</sup> position](#) des destinations pêche pour les français
- Une population de [pêcheurs locaux](#) plutôt dynamique
  - Taux de pêcheurs / population totale
  - Evolution des Cotisations de Pêche
- Les performances commerciales des (rares) professionnels qui se sont spécialisés
  - Chalets du Bord du Lac (Neuvic) : 35 semaines/an

## Faiblesses

- L'absence de données de cadrage sur le marché du tourisme de pêche
- La France n'est pas référencée au sein des destinations pêches à l'international
  - A fortiori la Corrèze (+ou- 90% des pêcheurs sont des « locaux »)
- Les agences de voyages « pêche » françaises ne programment pas la France
- La Corrèze, une destination pêche confidentielle
  - Pas de promotion vers les clientèles cibles
  - Pas d'accueil des pêcheurs-touristes, digital, physique ou print
  - Pas de sites de séjour pêche « intégrés » pouvant accueillir de gros volumes de pêcheurs
  - Pas d'évènement majeur sur le territoire
  - Au final, un territoire de pêche qui reste très difficilement pénétrable pour les non initiés

## La demande

### Opportunités

- Une véritable communauté de « pêcheurs passionnés mobiles »
  - Constituant un marché en expression à l'échelle française et internationale
  - Investissant fortement dans leur passion
  - Disposés à parcourir de longues distances
- Le développement des ventes de cartes « loisirs » depuis 2007
  - Et l'élargissement vers un public plus jeune et plus féminin
- La faible notoriété de l'ensemble des destinations pêche françaises... et l'opportunité de se positionner
- Les pêcheurs, une clientèle touristique porteuse pour le territoire
  - Séjours longs et souvent hors saison, des clients fidèles
- La poursuite de l'investissement du CRT dans le marketing communautaire qui pourrait intégrer la thématique pêche
  - Refonte du site portail régional (début 2015)
  - Relations presse...

### Menaces

- La puissance du « bad buzz » si le produit n'est pas de qualité
- Le risque de se faire dépasser par des territoires concurrents si la Corrèze tarde à se positionner
  - Dynamisme modéré des ventes de [cartes journalières](#) pour l'Union Régionale Auvergne Limousin

# L'offre

## Forces

- Un réseau de rivières, lacs et plans d'eau riche et diversifié
  - 5 000km de ruisseaux et rivières, 4000ha de lacs de barrage
  - La Dordogne, rivière réputée
  - La quasi absence de pression de pêche pour certaines espèces (carpe, poisson blanc...)
  - Des spécificités « identitaires » à potentiel (ex. coqs de pêche)
- Une qualité piscicole qui s'est améliorée
- 13 parcours de graciation, 11 parcours de pêche de nuit
- Des initiatives et expérimentations porteuses
  - Frayères, création de réservoirs de pêche (bassins)
- L'accès « ouvert » aux sites de pêche privé (droits de pêche aux AAPPMA)
- Une environnement préservé et de qualité
- Une offre complémentaire [de loisirs et de visites](#) intéressante

## Faiblesses

- Un patrimoine piscicole qui reste limité et fragile
- Un potentiel halieutique inégal sur le territoire
- Un accès à l'eau pas toujours garanti (marnage), signalisation insuffisante
- Absence de véritables produits thématiques à forte identité compétitive
  - Étangs carnassiers, offre « mouche » construite...
- Une réglementation complexe (cartes, droits de pêche, dates d'ouverture...)
- Des interlocuteurs multiples... aux intérêts divergeant, le poids des lobbys
  - La difficulté à faire « bouger les lignes »
- La cohabitation locaux / touristes parfois difficile
- Un nombre de guides de pêche limité
  - 9 guides limousins affiliés à la Fédération française des moniteurs guides de pêche (sur 200)
  - Un professionnalisme variable et des guides peu qualifiés pour l'accueil de pêcheurs étrangers
- Une offre de « services complémentaires » (location de bateaux...) insuffisante
- Une offre d'hébergements adaptés et identifiables faible
  - 26 labélisés « [gites de France pêche](#) » sur 101 en Limousin et 1 500 en France
  - Le label « hébergement pêche » n'est pas déployé en Corrèze (versus 141 hébergement labélisés en Pyrénées Atlantiques, 52 en Ariège, 33 dans le Lot...)

## L'offre

### Opportunités

- La mise en mouvement du territoire et des acteurs initiée par le Plan Départemental de Développement du Loisir de Pêche
- L'engagement d'EDF au titre de la RSE
  - Protection du milieu et pêche de loisir
- Les ressources complémentaires qui seraient apportées par le développement des cartes « loisirs »
- Le potentiel pour se positionner sur des thématiques à faible intensité concurrentielle et/ou à forte valeur ajoutée identitaire
  - Pêche au poisson blanc
  - Coqs de pêche
- Des sites privés ou publics à potentiel pour développement de séjours pêche intégrés

### Menaces

- Un milieu qui continuerait à se dégrader, une gestion non durable des ressources halieutiques
- Un développement du tourisme de pêche non maîtrisé qui viendrait déstabiliser un écosystème naturel, humain, social et économique complexe et fragile
- La « concurrence d'usage de l'eau » entre pêche et loisirs nautiques

# L'organisation

## Forces

- L'expérience acquise par l'ADT sur le marketing communautaire et le digital
  - Et en gestion de projets partagés
- La performance et le dynamisme de la Fédération Départementale de Pêche
- Le Plan Départemental de Développement du Loisir de Pêche, un outil partagé et arbitré de développement de la qualité de l'offre
  - Cartographie et diagnostic précis de l'ensemble du territoire
  - Priorisation des sites et des actions à conduire
- L'expérience de la CCI de Corrèze sur l'accompagnement des acteurs du tourisme
  - Et les RH mobilisables en 2015 sur le tourisme de pêche

## Faiblesses

- Des AAPPMA culturellement tournées vers leurs adhérents
  - Et des pêcheurs locaux qui voient les touristes comme des « concurrents »
  - Les relations parfois difficiles entre les guides et les associations
- L'absence de communication interne entre les acteurs du milieu et l'atomisation des ressources informatives
- Les guides ne sont pas fédérés localement
- Des collectivités locales (Comocom, communes...) insuffisamment impliquées dans l'aménagement et la valorisation des lieux de pêche

# L'organisation

## Opportunités

- Les plateformes technologiques partagées de la région Limousin
  - LEI, réservations en ligne, usine à sites
- Les plans de formation des acteurs du tourisme portés par le CRT et par la CCI
- Le potentiel des [Stations Sports Nature](#), le nouveau schéma d'organisation des stations et la Charte de Développement des Sports de Nature en Limousin
- Des outils mobilisables en lien avec les territoires de projet (Pays, Agglo et Comcom, parc...)
  - Contrats de projets territoriaux 2017 / 2020
  - Programmes Leader
  - SCOTs...
- Le CRT prêt à soutenir un élargissement territorial de la démarche à partir du « pilote corrézien »
- Les ressources informatives de la FDP 19 (topoguides des lacs et sites, photothèque...), d'EDF...

## Menaces

- La complexité et les risques inhérents à toute organisation de gestion de projet partagée
  - Si le projet n'est pas piloté
- Le temps nécessaire à la mise en œuvre des aménagements et actions prévues dans le PDDPL
- La concurrence des autres territoires français qui ont su structurer les acteurs de la pêche de loisir
  - Béarn Pays Basque, Lot, Cantal...

# Plan marketing du tourisme halieutique

---

## 1 - Le diagnostic marketing de la filière

### Discussion



# Plan marketing du tourisme halieutique

---

## 2 - Proposition d'orientations stratégiques

# Les enjeux du plan marketing tourisme halieutique

---

## ➤ Enjeux de prospection

- Installer la Corrèze comme une destination pêche visible, crédible et désirable
- Conquérir et fidéliser de nouveaux touristes affinitaires pour développer la fréquentation, notamment hors saison
- Promouvoir l'offre « pêche » au sein de la gamme des activités nature proposés aux touristes en séjour

## ➤ Enjeux de production

- Contribuer au développement des aménagements et des actions propices à l'essor de la pêche, en général, et la pêche de loisir, en particulier
- Adapter l'offre touristique et les services d'accueil pour des clientèles pratiquant la pêche

## ➤ Enjeux d'organisation

- Mobiliser, fédérer et organiser l'ensemble des partenaires sectoriels

## Les axes de la stratégie marketing

---

- Une stratégie de conquête et d'image hyperspécialisée
  - Ciblant prioritairement les pêcheurs passionnés
  - Segmentée et priorisée en termes de pratiques
  - Appuyée sur un positionnement différenciant et identitaire
  - Portée par des spécialistes qui parlent à des passionnés-experts
  - Basée sur trois leviers de communication prioritaires
    - Le web et le web 2.0
    - Les relations presse
    - Les magasins de pêche
  - Soutenue par l'organisation d'évènements pêche
- Complétée par une communication vers les « touristes pêcheurs »
  - Intégrée dans la communication touristique générale des partenaires de promotion
- Relayée par une stratégie d'accueil dédiée
  - Un dispositif en ligne pour la préparation du séjour
  - Des outils d'information pour donner l'accès aux sites de pêche
  - Un réseau de relais d'accueil disposant de personnel formé
  - Un réseau d'hébergement spécialisés

## Les axes de la stratégie marketing

---

- Une montée en puissance progressive de la ligne de produits
  - La spécialisation et la priorisation de la « mise en marketing » des sites de pêche
  - La création d'une collection de séjours pêche
  - La sensibilisation et la labellisation des hébergements
  - La professionnalisation des acteurs
    - Guides
    - Accueil
    - Hébergement
  - L'élargissement progressif de la « gamme » des sites de pêche touristiques par un conseil aux porteurs de projets et collectivités basé sur la valorisation des meilleures pratiques

## 2 - Proposition d'orientations stratégiques

---

### 2.1 – Les orientations en matière de prospection

## **2.1 – Les orientations en matière de prospection**

---

### **2.2.1 – Les cible de clientèle prioritaires**

## Une segmentation par type de pratique

---

- La pratique de la pêche de loisirs a pour objectif la capture d'une ou plusieurs espèces de manière spécifique
  - Même si de nombreux pêcheurs alternent les types de poissons et de techniques, d'autres sont hyperspécialisés
- La pêche de loisirs est un univers complexe, recouvrant des pratiques très segmentées et spécialisées
  - Lieux de pratique
  - Type de matériel
  - Média d'information spécifiques par type de pratique
  - Composition du groupe, hébergement et potentiel de consommation de services annexes ...
- La clef d'entrée pour le choix d'un lieu de pêche reste toujours liée à la [pratique](#)

## Les cibles de prospection prioritaires

---

- Segmentation et priorisation des clientèles cibles de la Corrèze par type de pratique
  - Conditionnant la structuration des dispositifs de conquête, la hiérarchie des investissements marketing et la sélection des « produits » en support de promesse
  - 1. Ciblage par type de poisson
    - 1. Carnassiers
    - 2. Salmonidés
    - 3. Poissons blancs
    - 4. Carpes
  - 2. Ciblage par type de pêcheur
    - 1. Pêcheurs passionnés mobiles
    - 2. Vacanciers pêcheurs
  - 3. Le type de technique est une sous catégorie du ciblage par type de poisson

## Les marchés de prospection prioritaires

---

- Hiérarchisation des marchés géographiques à prospecter en priorité, en fonction du potentiel de clients, du degré de maturité de l'offre pêche et de la « capacité à agir » des partenaires
  1. Le marché France et Europe francophone
    - Ile de France, le quart nord est et façade ouest
    - Belgique francophone
    - Suisse francophone
  2. Le marché britannique
  3. Les marchés lointains à fort potentiel, dans une logique de sensibilisation sur des sujets emblématiques forts (ex. coqs de pêche, gastronomie / bien vivre, sites de visite...) par le canal des relations presse
    - USA, Japon, Australie
  4. Puis à moyen terme
    - L'Italie
    - Les Pays Bas (avec un accent mis sur la carpe)
    - Et éventuellement Scandinavie et Allemagne (sous réserve d'investigations plus poussées)
- Les « spécificités de pêche » mises en avant seront adaptées aux attentes des différents marchés

## 2.1 – Les orientations en matière de prospection

---

### 2.1.2 – Le positionnement compétitif de la pêche en Corrèze

## Le positionnement, kesako ?

---

- C'est l'**image voulue**, ce que l'on veut être dans l'esprit de ses clients
- C'est **un choix** qui met en avant les avantages compétitifs forts
- Ce sont des propositions claires de **valeurs** pour ses clients
- Le positionnement met en avant les **avantages compétitifs** forts du territoire
- Le positionnement doit
  - Répondre aux motivations et attentes des clients
  - S'appuyer sur les composantes réelles de l'offre, actuelles ou en devenir
  - Être distinctif par rapport aux offres concurrentes
  - Être partagé par tous les acteurs du territoire
- Il se définit donc à partir
  - Des attentes des clientèles cibles
  - Des atouts du produit
  - Du positionnement des produits concurrents
- Réussir un positionnement nécessite de **faire des choix...** et de s'y tenir dans la durée

## Ce que vous pouvez revendiquer

---

- La Corrèze est une destination pêche
  - Une destination que l'on choisit exclusivement pour y vivre sa passion
  - Une destination qui garantit une qualité et une diversité de pêche « comme les grandes », ainsi que des services annexes à la hauteur des exigences d'un pêcheur passionné
- La Corrèze est une nouvelle destination pêche
  - L'opportunité de vivre une expérience de pêche différente, inédite, riche de plaisirs renouvelés, en découvrant lieux « vierges » et des spécificités qui n'existent nulle part ailleurs (les coqs de pêche, les plus beaux villages, les plaisirs gastronomiques...)
  - Une destination à découvrir en « avant première »
- En Corrèze, la pêche est 100% nature
  - Un environnement naturel de grande qualité, authentique et préservé, l'assurance de renouer avec les plaisirs simples de la vraie campagne
- En Corrèze, le milieu de pêche est sauvage
  - L'opportunité unique de pêcher dans les grands lacs sauvages et dans les gorges, de découvrir les mille vache et les mille rivières et la Vallée de la Dordogne
- La Corrèze, c'est la pêche au cœur de la France
  - Venir en Corrèze pour pêcher c'est aussi profiter de la richesse du patrimoine et savourer l'art de vivre à la française

## Le positionnement compétitif de la Corrèze

---

- Ce que vous voulez être
  - La Corrèze, une nouvelle destination pêche, 100% nature sauvage (au cœur de la France)
  
- Ce que vous allez affirmer à vos clients
  - La Corrèze, la pêche 100% nature sauvage

## Installer le positionnement dans l'esprit des clients

---

- Apporter la preuve par l'exemple
  - Des témoignages, des vidéos, des photos
- Affirmer le « professionnalisme » de la destination
  - Une communication et des contenus très spécialisés
  - La prise de parole par des pêcheurs avertis, qui attestent de la qualité de l'expérience de pêche
- Conjuguer rêve et précisions technique
  - Un style direct, qui interpelle
  - Un story telling qui fait vivre l'expérience à l'avance, qui affirme la promesse des plaisirs de pêche, les découvertes et les émotions...
  - Etre très précis des les modalités pratiques et techniques

## 2.1 – Les orientations en matière de prospection

---

### 2.1.3 – La stratégie opérationnelle de conquête et d'accueil

## Agir sur les influenceurs pour installer et crédibiliser la destination

---

- Faire parler de l'expérience « pêche en Corrèze » sur les blogs phares de la communauté, [premiers média sociaux](#) de la communauté pêche
- Développer les relations avec la presse spécialisée, avec des titres et chaînes TV très ciblés
- Développer l'évènementiel
  - Evènements pêche en partenariat avec des marques et / ou des médias : compétitions, festival mondial du film de pêche aux carnassiers...
  - Organisation d'un concours annuel de la plus belle prise pour les 3 carnassiers
- En soutien
  - Publications et prise de parole sur les média sociaux (youtube, facebook, pinterest, forums...)
  - Achat de visibilité en ligne (display sur sélection de sites, facebook ads, adwords)

## Développer la visibilité de l'activité pêche au sein de la promotion touristique du territoire

---

- Enrichir les outils de promotion de l'ADT Corrèze d'un contenu consacré à la pêche en famille
  - Site web, éditions...
- Disséminer ces contenus sur les outils de promotion des partenaires du territoire
  - Comité Régional de Tourisme, offices de tourisme...

## Organiser l'accueil en ligne

---

- Créer un site web dédié à la pêche en Corrèze
  - Appuyé sur les plateformes technologiques partagées tourisme en Limousin
  - Organisé autour des « portes d'entrée » des différentes pratiques
  - Rassemblant en un point unique l'ensemble des ressources informatives des partenaires, existantes ou à produire
  - Ouvrant l'accès à l'ensemble des services en séjour
    - Cartes de pêche, idées séjours, hébergements adaptés pêche, guides, info débits...
    - Impression / téléchargement des parcours
  - Co-alimenté par les partenaires de la pêche en Corrèze
    - Spécialisation des rôles et planification des publications
    - Mobilisation de l'ensemble de la communauté pêche corrézienne, dont les guides de pêche
    - Montée en contenus progressive, en fonction de l'avancée des « chantiers de mise en production de l'offre »

## Organiser l'accueil sur site

---

- Produire des outils spécifiques d'accueil sur site
  - Carte + guide papier et/ou fiches parcours imprimables
  - Version mobile du site web dédié, voir application mobile
  - Ventes de cartes de pêche...
- Développer et animer un réseau volontaire de relais d'accueil « tourisme de pêche en Corrèze »
  - Sensibiliser et former le personnel des points d'accueil existants volontaires (offices de tourisme, stations sports nature, magasins de pêche, hébergeurs, restaurateurs...)
  - Animer et informer régulièrement le réseau des relais d'accueil sur l'actualité du tourisme de pêche en Corrèze
  - Signaler les « relais d'accueil tourisme pêche »
- En soutien, sensibilisation et diffusion large des outils d'accueil (print et/ou digital) vers l'ensemble des prestataires impliqués dans la filière

## 2 - Proposition d'orientations stratégiques

---

### 2.2 – Les orientations en matière de production

## **2.2 – Les orientations en matière de production**

---

### **2.2.1 – Les sites prioritaires**

## Une gamme de « sites phares » pour soutenir la conquête

---

- Comme l'a très justement pointé le PDPL, tous des sites de pêche de Corrèze n'ont pas la même vocation (pratique) ni la même maturité (qualité halieutique, d'aménagement et/ou de services)
- Pour tenir son objectif d'installation d'une « nouvelle destination pêche » le marketing de conquête de la Corrèze doit s'appuyer sur les fleurons du territoire

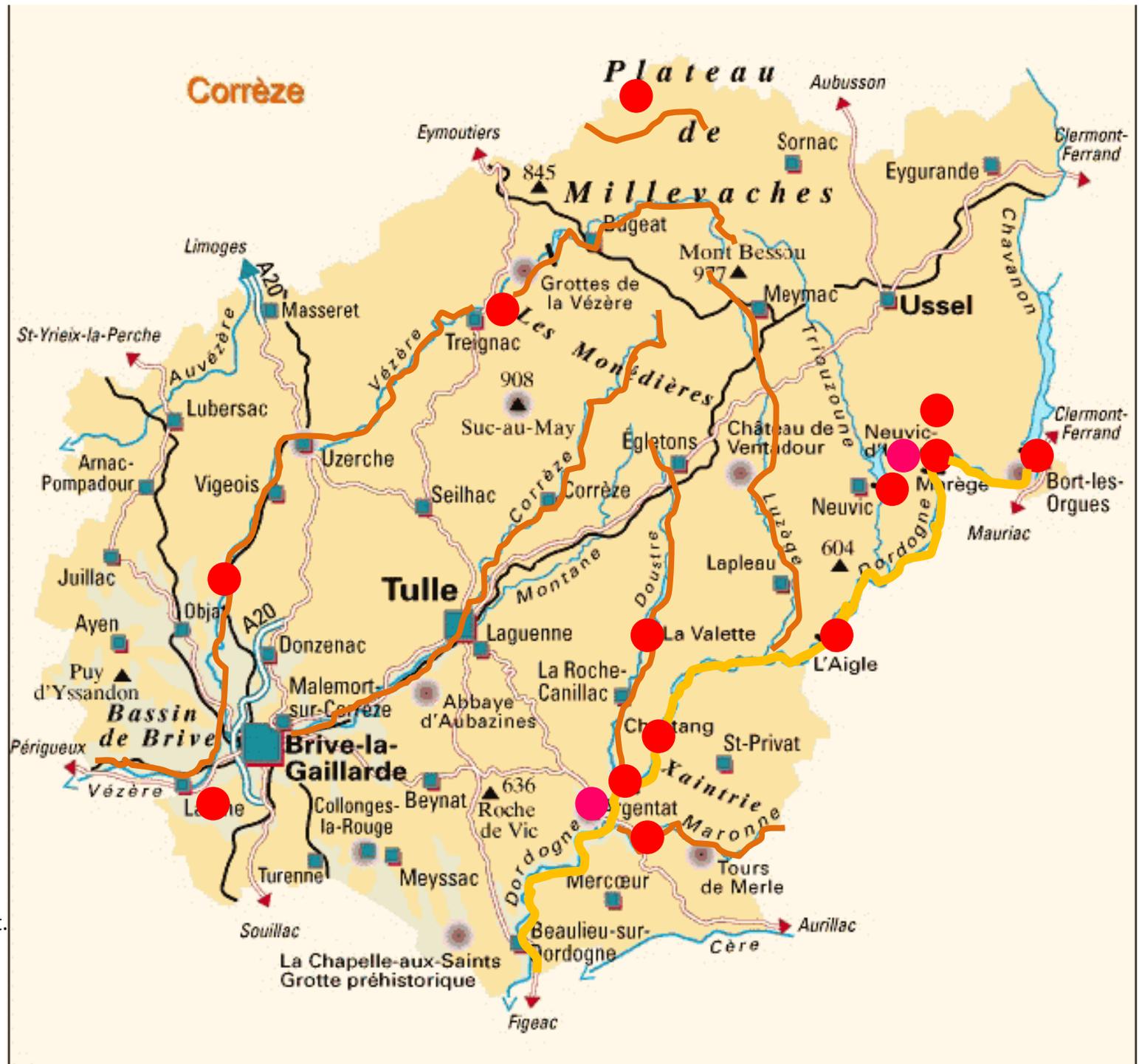
## Une gamme de « sites phares » pour soutenir la conquête

---

### ➤ Trois atouts maîtres

- Les « spots » des lacs et barrages, axés prioritairement « carnassiers »
  - Bort, Marège, l'Aigle, le Chastang, le Sablier, Hautefage, Neuvic, Marcillac, Viam, Treignac, le Chammet et quelques petits lacs sur la Vézère et le bassin de la Dordogne
- La richesse de la Dordogne (salmonidés et poissons blancs)
  - Rivière large riche en truites et ombres, bénéficiant d'une réglementation spécifique particulièrement favorable à la pratique de la pêche à la mouche en arrière saison
  - Complétée par des rivières de 1<sup>ère</sup> catégorie de belle taille susceptible de supporter un certain niveau de pression de pêche
    - La Corrèze, la Vézère, la Liège, la Diège, la Maronne, le Doustre, la Luzège, la Vienne
- Les coqs de pêche : un potentiel identitaire de renommée internationale !
  - Des élevages de coqs de pêche, dont les plumes sont connues dans le monde entier. Un patrimoine unique (on ne retrouve cette tradition que dans 6 petits villages du Leon en Espagne) et complètement inexploité

# Les sites phare du marketing pêche



## L'élargissement de la gamme

---

- La montée en qualité progressive des sites de pêche « secondaires », notamment via les actions fléchées dans le PDPL, permettra d'enrichir progressivement la qualité et la gamme des sites et parcours phares de la pêche associative
  - L'exploitation des indicateurs de suivi des premières actions phares permettra de mieux calibrer les projets... et de motiver les partenaires locaux impliqués
- Une action complémentaire de conseil aux porteurs de projet privés et publics serait susceptible d'accélérer l'émergence de sites de pêche « intégrés »
  - A même d'accueillir de plus gros volumes de pêcheurs
  - Permettant d'absorber une « pression de pêche touristique » supérieure

## L'élargissement de la gamme

---

- Des « cartes » complémentaires à moyen terme
  - Des étangs de belles tailles (> 10 ha) appartenant au Conseil Général ou des communes, et susceptibles d'accueillir des « produits thématiques » (réservoirs de pêche à la mouche, pêche du brochet aux leurres et / ou mouche...) et/ ou d'être encore développé
  - Une multitude d'étangs privés ou communaux, intéressant pour développer des sites de pêche au coup, des réservoirs mouche, surtout intéressant pour la clientèle « pêcheurs vacanciers »

## Une collection de séjours pêche en Limousin

---

- Capitalisant sur le modèle et la méthodologie des « [séjours en Limousin](#) »
- Valorisant les sites phares ou les « trésors cachés » de la pêche en Limousin
- S'appuyant sur des prestations existantes (hébergements adaptés, stages, offres des Stations Sports Nature...)
- Combinant
  - Des produits packagés (hébergement, guidage, matériel...)
  - Des séjours « en liberté » (hébergement + suggestion de parcours )

## **2.2 – Les orientations en matière de production**

---

### **2.2.2 – Les prestations associées**

## Le déploiement du label hébergement pêche

---

- Disposer une palette suffisante d'hébergements adaptés aux attentes des pêcheurs
- Par le développement du label « hébergement pêche » de la Fédération Nationale de Pêche
  - Des critères justement dimensionnés
  - Une « garantie » éprouvée par le tiers labellisateur
  - Une démarche éprouvée par un nombre croissant de départements (Ariège, Pyrénées Atlantiques, Lot, Touraine, Ardèche, Landes...)
- Venant compléter l'offre existante du label Gites de France Pêche

## L'implication des guides de pêche

---

- Identification et sélection des guides de pêche « au niveau »
- Enrichissement de l'offre en guides de pêche
- Mise de en place de formations des guides
- Implication des guides comme « correspondants » du dispositifs marketing
  - Rédaction de billets pour le site web et/ou les relations avec les blogueurs influents, prise de parole sur les média sociaux, participation au tournages de vidéos, à l'accueil de blogueurs et journalistes, production de séjours packagés...
- Développement de prestations « journées d'initiation »
  - Synergie possible avec les Stations Sports Nature

## **2.3 – Les orientations en matière d'organisation**

---

## La gouvernance

---

- Le pilotage stratégique du plan marketing pêche doit être assurée par une instance collégiale réunissant l'ensemble des parties prenantes du projet
  - Les partenaires impliqués à la phase d'étude
  - Un élargissement progressif à d'autres partenaires
  - La coordination du pilotage sera assurée par l'ADT
- L'évaluation des pratiques et de la performance des actions mise en place doit être assurée par la mise en place et le suivi d'indicateurs ad hoc

## L'équipe projet et les groupes de travail



### Equipe projet

Agence de Développement Touristique  
Fédération Départementale Pêche  
Chambre de Commerce et d'Industrie  
EDF

Conseil Général  
Conseil Régional  
Comité Régional de Tourisme  
... / ...

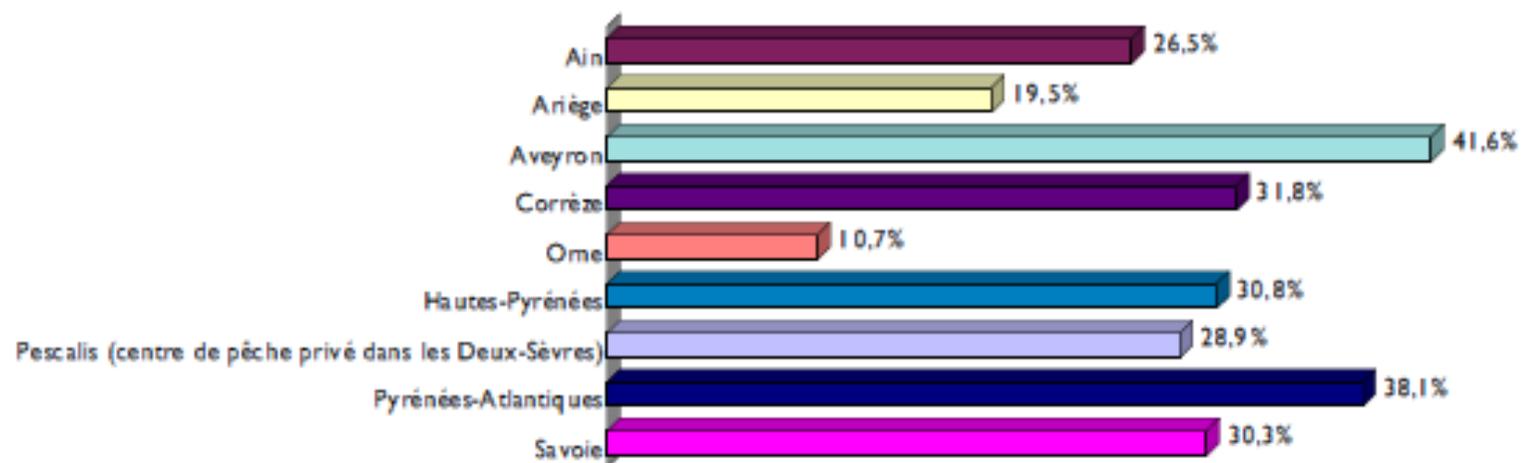


## Annexes

---

# Notoriété des destinations pêche françaises

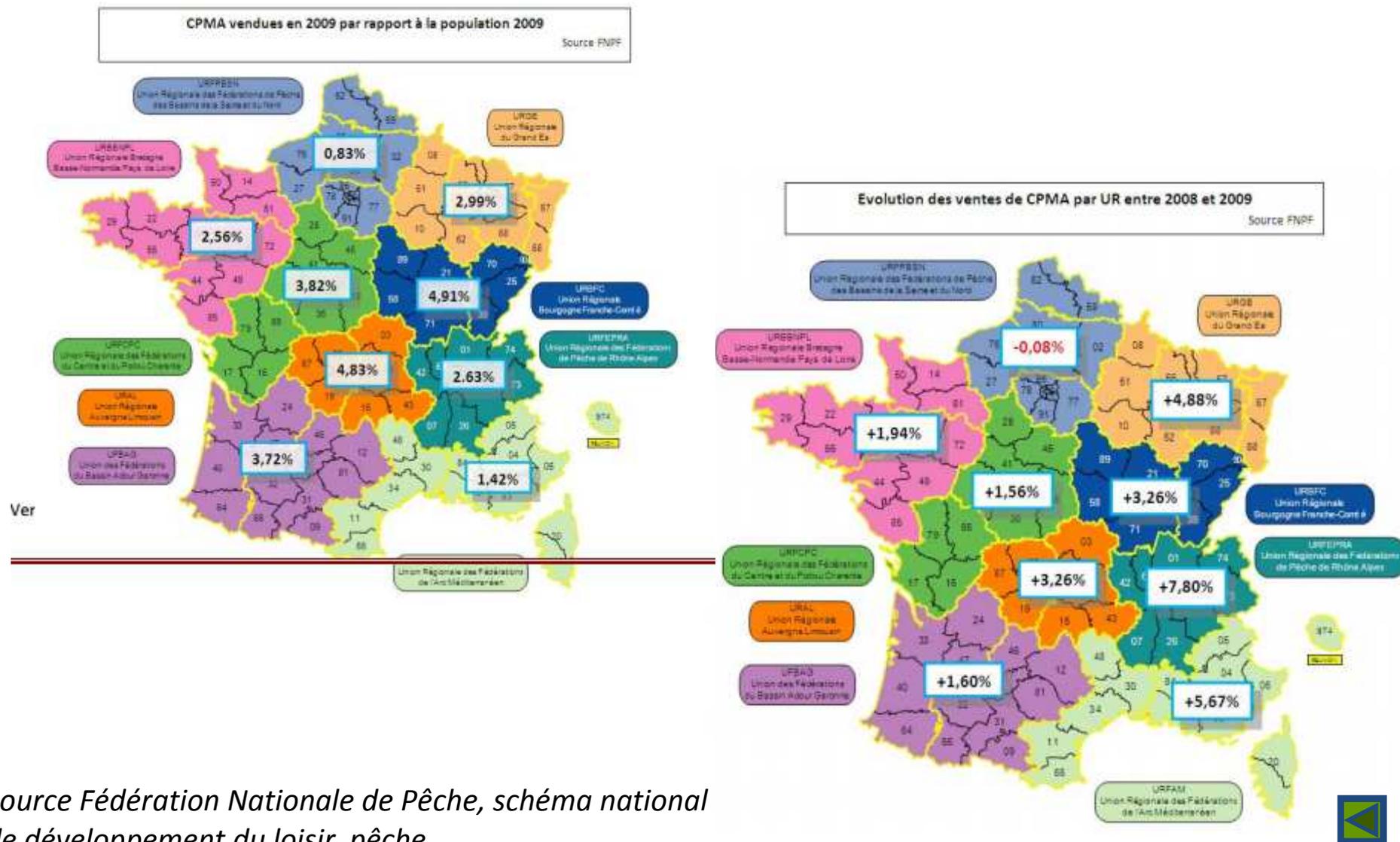
## 1. Notoriété des « destinations pêche » dans notre étude



Source CDT Béarn Pays Basque 2008, enquête en ligne auprès de 2 750 pêcheurs deuxième catégorie



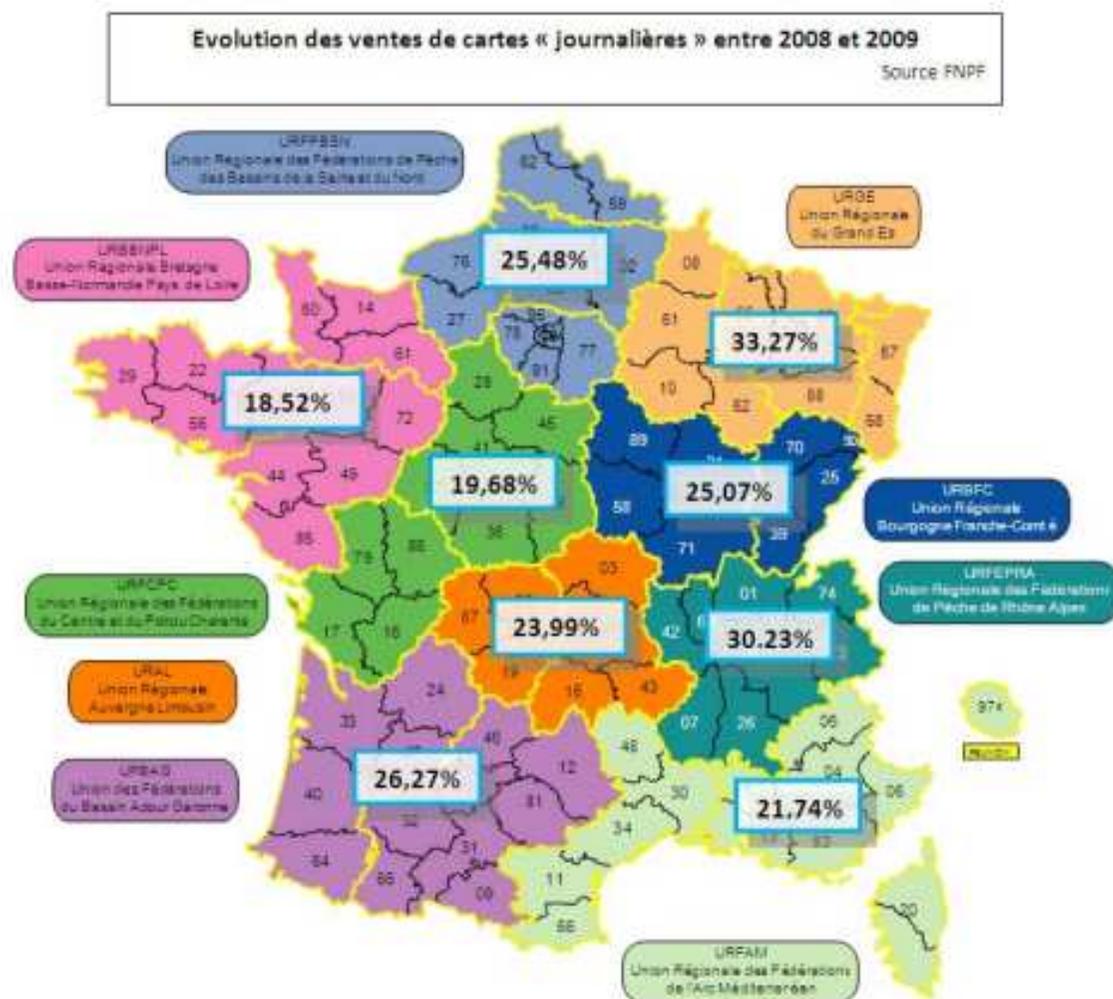
# Cotisation de Pêche en Milieu Aquatique



Source Fédération Nationale de Pêche, schéma national de développement du loisir pêche



# Dynamisme modéré des ventes de cartes journalières Auvergne et Limousin

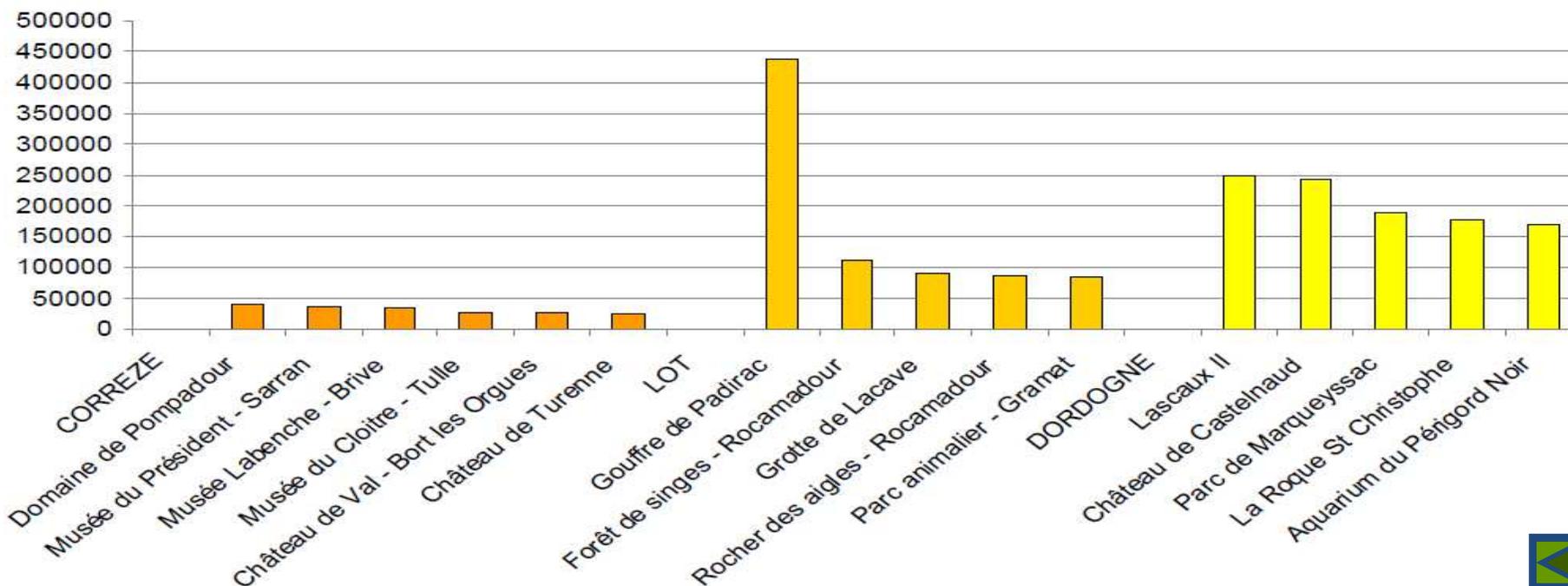
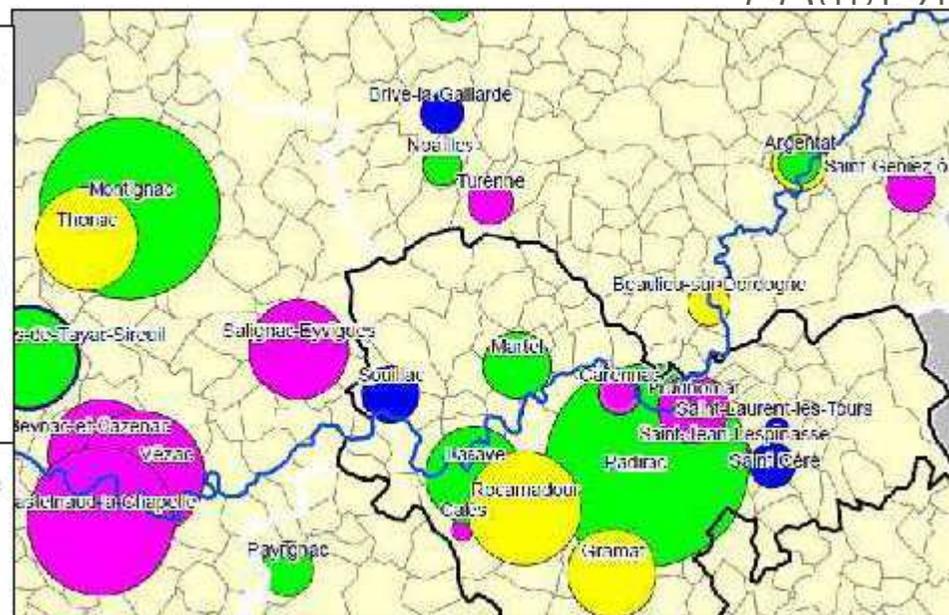


Source Fédération Nationale de Pêche, schéma national  
de développement du loisir pêche



La carte présentée ci-contre illustre la densité touristique sur les départements de la Corrèze, du Lot et de la Dordogne.

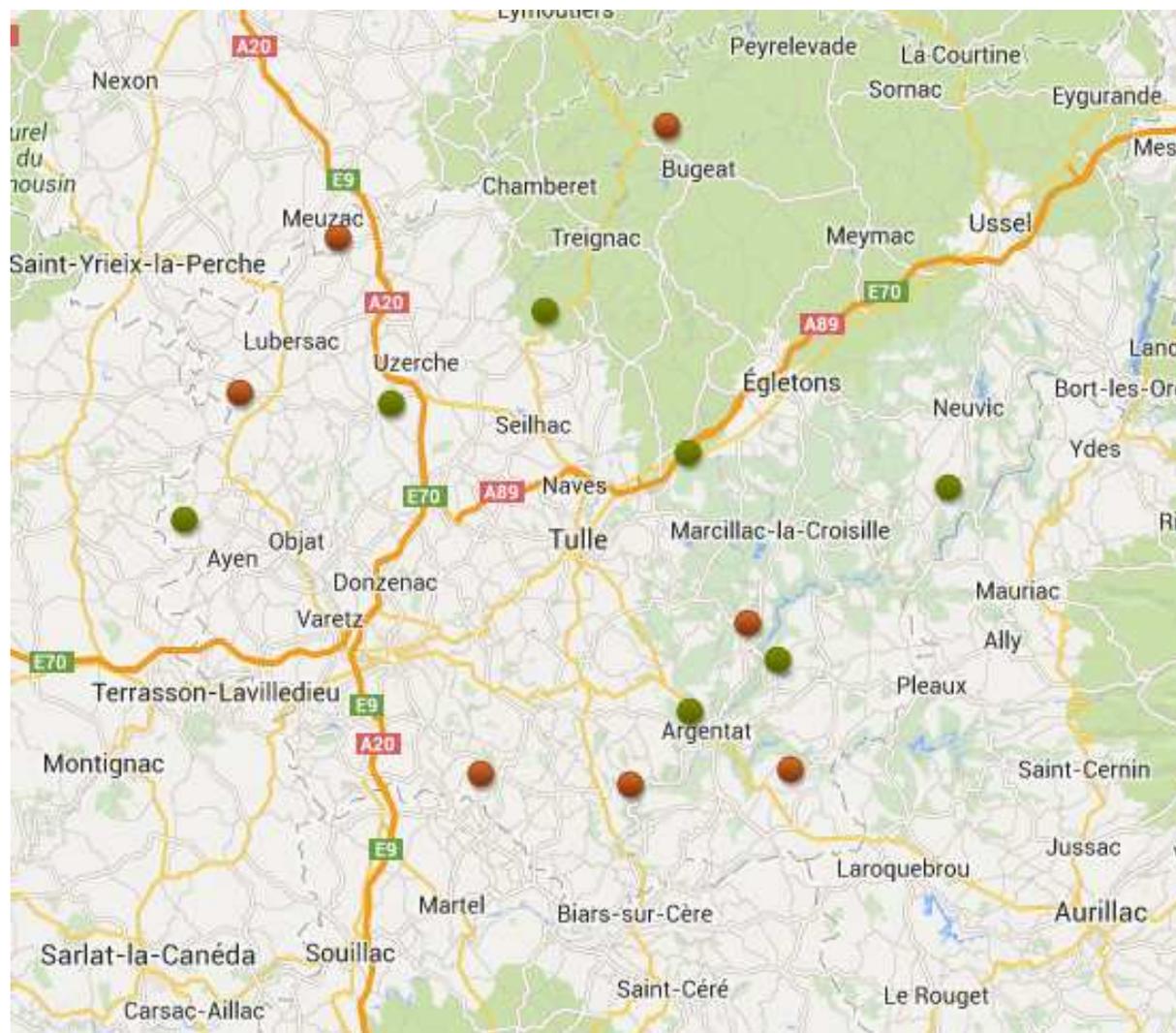
Bien que basée sur des données 2005, cette carte illustre qu'à l'échelle des trois départements, l'offre se concentre principalement sur le Nord du Lot et l'Est de la Dordogne. Les sites présents sur ces deux départements attirent un nombre de touristes nettement plus conséquent que les sites Corrèziens. En effet, les principaux sites touristiques du Quercy et du Périgord Noir accueillent plus de 170 000 visiteurs par an alors qu'en Corrèze, aucun site ne dépasse les 35 000 visiteurs.



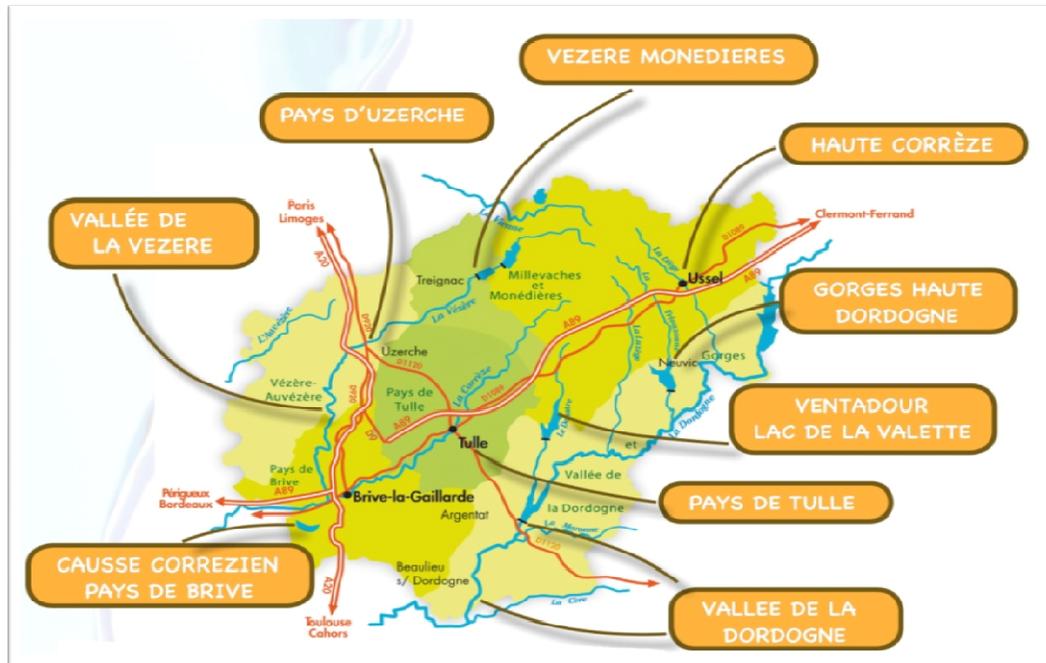
Graphique 3 : Fréquentation des sites touristiques



## Gîtes de France « pêche » en Corrèze



## Le réseau des Stations Sports Nature



- 45 permanents, 102 saisonniers, 80 bénévoles
- 15 activités, dont la pêche
- 10 000 nuitées générées, 150 000 demi-journées d'activités multi-sports

- 2015, un nouveau schéma d'organisation pour plus d'efficience
  - L'agence des Stations Sports Nature => stratégie, coordination, labellisation, montage de produits
  - 9 stations Sports de Nature => accueil et prestations sur site





# Particularisme de consommation touristique par typologie de pêcheurs / les pêcheurs passionnés mobiles

- Profil général des pêcheurs passionnés mobiles
  - Un choix de séjour entièrement motivée par la qualité de l'expérience de pêche
  - Globalement plus jeune et plus urbains que les pêcheurs traditionnels
  - Consommateurs de séjours touristiques pêche en France et à l'étranger (week end et semaine)
  - Disposés à parcourir 600 à 800 km pour se rendre sur un « spot »
  - Aspiration à découvrir de « nouveaux territoires de pêche » où s'adonner à la capture d'une ou plusieurs espèces spécifiques
  
- Pêcheurs de carnassiers (perche, brochet, sandres, silures)
  - La clientèle la plus rentables en terme de retombées touristiques induites : hébergement en hôtel ou en gîte, repas au restaurant, recours au services de guides de pêche ou encore location d'un gîte avec étang privatif
  - Souvent constitués en groupes d'amis
  - Saison de pêche du printemps à fin janvier, période haute en mai-juin et septembre-décembre
  
- Pêcheurs de salmonidés (truite, ombre, saumon)
  - A noter : la catégorie spécifique des « moucheurs », aux revenus supérieurs , celle qui dépense le plus en hébergement et restauration
  
- Pêcheurs de poisson blancs (friture, brème, gardon, tanche)
  - Une demande importante, notamment chez les anglais, un créneau très peu exploité en France
  - Des attentes spécifiques pour la conservation des appâts
  
- Carpistes
  - Une clientèle qui génère peu de retombées économiques (camping au bord de l'étang et achats alimentaires au super marché), hormis pour les étangs privés.
  - Attente de parcours no kill et pêche la nuit



## Particularisme de consommation touristique par typologie de pêcheurs / les vacanciers pêcheurs

---

- Des vacanciers avant d'être des pêcheurs
- Pratique occasionnelle de la pêche, essentiellement durant leurs vacances et à la journée
- Le choix de la destination prime sur « l'expérience de pêche »
  - Découverte touristique et gamme d'activités annexes pour les non-pratiquants
- La pêche est perçue comme un loisir ludique, en famille ou en séjour encadré
  - C'est avant tout l'occasion d'un moment de convivialité et de partage de valeurs communes de respect de l'environnement



## Focus sur les techniques de pêche

### ➤ Techniques de pêche par poisson

	Carnassiers	Salmonidés	Carpe	Poissons blancs
Leurres	Leurres souples et durs : pêche à la vertical, drop shot, power fishing	Ultra léger, leurres durs	NON	NON
Appâts naturels	Vif, tirette, poisson mort manié	Toc, vairon mort manié	Techniques modernes	Pêche au coup Anglaise
Mouche	Brochet et black – bass au streamer	Sèche, noyée et nymphe	NON	NON

### ➤ Techniques de pêche par typologie de pêcheur

	Carnassiers	Carpe	Salmonidés	Poissons blancs
Pêcheurs vacanciers	Toutes techniques	Techniques modernes	Toutes techniques	Toutes techniques
Pêcheurs passionnés mobiles	Leurres Compétition Autres techniques	Techniques modernes	Mouches leurres	Compétition



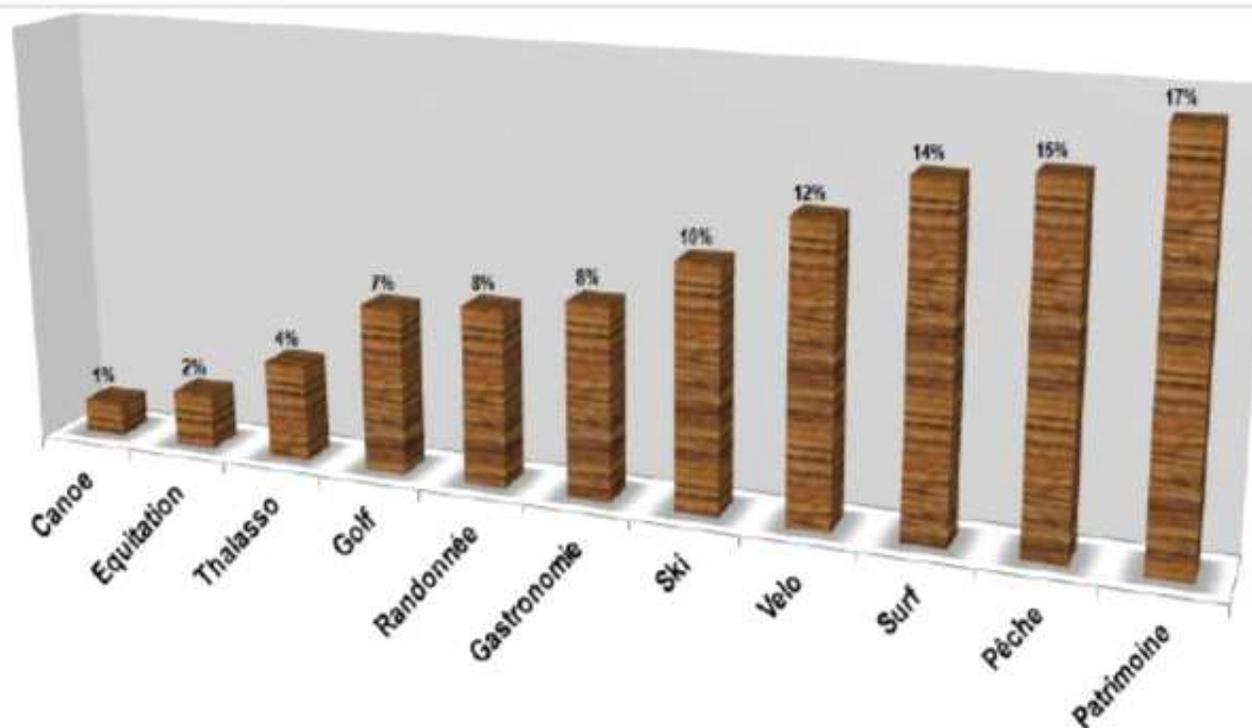
## Poissons et techniques prisés par nationalités

	Salmonidés	carnassiers	carpe	Poissons blancs
Belges	Mouche et autres techniques	Toutes techniques Gros potentiel	Techniques modernes	Toutes techniques
Suisses	Mouche et autres techniques	Toutes techniques	Techniques modernes	Toutes techniques
Anglais	Mouche	Non	Techniques modernes Gros potentiel	Toutes techniques Potentiel à exploiter avec compétiteurs
Hollandais	Non	Toutes techniques	Techniques modernes	Toutes techniques
Allemands	Mouche et autres techniques	Toutes techniques	Techniques modernes	Toutes techniques
Scandinaves	Mouche	Non	Non	Non
Italiens	Mouche et autres techniques	Toutes techniques Bon potentiel	non	Toutes techniques
Américains	Mouche Potentiel avec les coqs de pêche du Limousin	Non	Non	Non
Australiens	Mouche Potentiel avec les coqs de pêche du Limousin	Non	Non	Non
Japonais	Mouche et autres techniques	leurres	Non	Non
Russes	Mouche et autres techniques	Toutes techniques	Techniques modernes	Toutes techniques

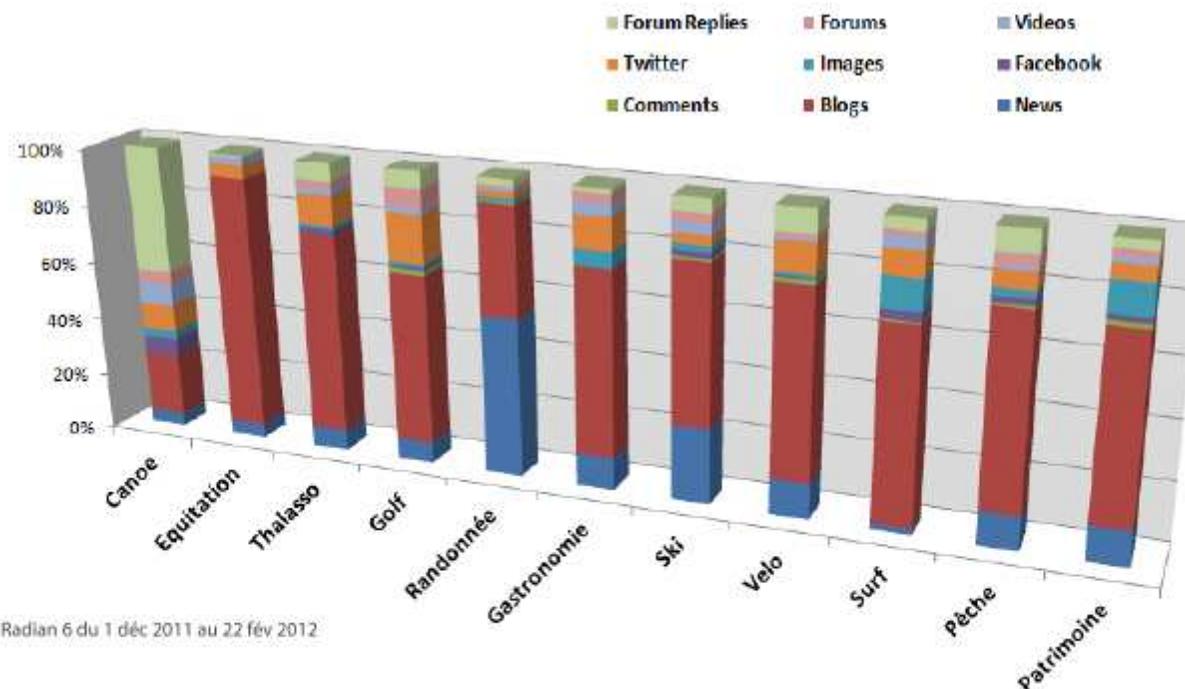


# La pêche, une des communautés web 2.0 les plus actives de l'Aquitaine

## THÉMATIQUES & AQUITAINE



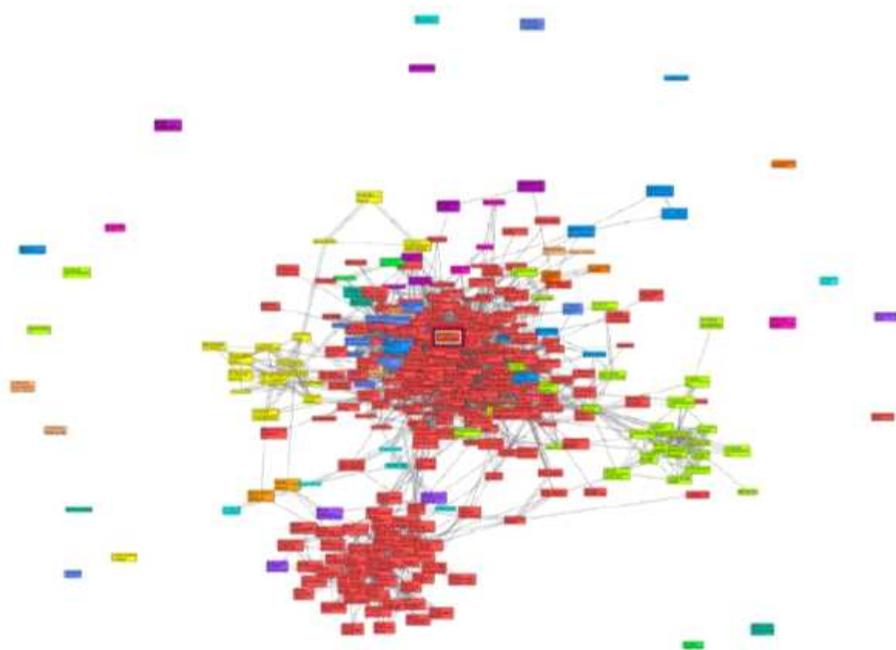
Source : Radian 6 du 1 déc 2011 au 22 fév 2012



Source : Radian 6 du 1 déc 2011 au 22 fév 2012

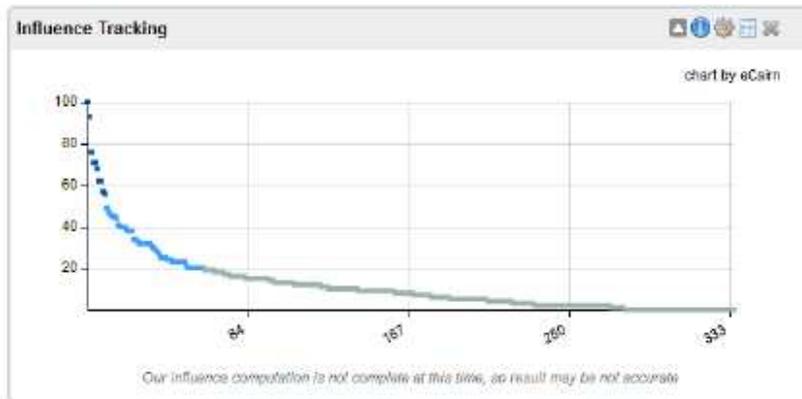
- Sans surprise, les blogs représentent le support le plus utilisé (sauf randonnée)
- Surfeurs et amateurs de patrimoine sont plus friands d'images tandis que les golfeurs « twittent » volontiers.
- Ces caractéristiques dessinent les contours de possibles ciblage.

## FOCUS SUR LA COMMUNAUTÉ PÊCHE



- Communauté française composée de 300 à 500 blogs

# LES INFLUENCEURS



Source (sorted by descending influence)

<input type="checkbox"/>	<a href="#">Le blog de French Touch Fishing</a>
<input type="checkbox"/>	<a href="#">Flanatack.com - La peche des carnassiers aux leurres, tests, photos, videos,...</a>
<input type="checkbox"/>	<a href="#">Bassmatazz's Blog</a>
<input type="checkbox"/>	<a href="#">Ankh's Fishing...</a>
<input type="checkbox"/>	<a href="#">Blog de honneurs - Obtiens les honneurs ! - Skyrock.com</a>
<input type="checkbox"/>	<a href="#">Quand l'adrénaline monte...</a>
<input type="checkbox"/>	<a href="#">LFJ</a>
<input type="checkbox"/>	<a href="#">Welcome to the Bass Academy</a>
<input type="checkbox"/>	<a href="#">Pêche aux leurres et à la mouche - 24leures.com</a>
<input type="checkbox"/>	<a href="#">Breizh Angler</a>
<input type="checkbox"/>	<a href="#">Power-fishing34 par Flo34</a>
<input type="checkbox"/>	<a href="#">BBF   Black Bass France : l'Association des Passionnés du Bass</a>
<input type="checkbox"/>	<a href="#">Le blog de theau</a>
<input type="checkbox"/>	<a href="#">Le blog de filfish.over-blog.com</a>
<input type="checkbox"/>	<a href="#">NoStressFishing</a>
<input type="checkbox"/>	<a href="#">CARNADDICT</a>
<input type="checkbox"/>	<a href="#">FISH ME IF YOU CANNE</a>
<input type="checkbox"/>	<a href="#">Le Mouching   Deluxe Flyfishing blog &amp; much more ! Pêche à la mouche et plus...</a>
<input type="checkbox"/>	<a href="#">Somanyfish Blog</a>
<input type="checkbox"/>	<a href="#">Naturellement Pêche - Blog pêche de la truite et pêche des carnassiers aux le...</a>

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ digits other all



Nos saumons sont mordus  
d'art contemporain.

Site officiel de la pêche en eau douce en Béarn Pays basque



🔍 votre recherche  OK

POISSONS & TECHNIQUES

- Truites
- Saumons & Aloses
- Carnassiers
- Carpes & Poissons blancs
- La pêche au Tenkara

LES +

- Photos & Vidéos
- Récits de pêche
- Facebook Pêche 64
- Sorties pêche : 10 €
- Pêcher en Navarre
- Jouez et gagnez

ORGANISER SON SÉJOUR

- Guides de pêche
- Parcours de pêche
- Séjours
- Hébergements
- Côté pratique

TOURISME DURABLE

- La démarche Pêche 64
- Le blog Pêche 64

en direct



Tous les récits de pêche.

TOUTS LES DIRECTS

actus



Toutes les actualités

TOUTES LES ACTUS

vidéo



Les dernières images de la  
pêche dans le 64

TOUTES LES VIDEOS

SÉLECTIONNEZ UN PARCOURS DE PÊCHE

Type de parcours	Indifférent ▼
Poissons recherchés	Indifférent ▼
Lieux de pêche	Indifférent ▼

- Parcours Jeunes
- Parcours No-kill
- Parcours Carpe de nuit
- Parcours Labellisés Pêche64

LANCER LA RECHERCHE

Recevez la newsletter  
pêche : idées de parcours,  
coups de cœur, promos...

ici votre email  OK



# Les lacs de barrage

---

## ➤ Atouts

- 14 lacs de 100 à 1250 ha
- Beauté des sites, lacs très sauvages et grands, pouvant accepter une certaine pression de pêche
- Relative richesse en carnassiers assez facilement améliorable
- Mises à l'eau bateau créées par la Fédération de pêche
- Possibilité de travailler avec les gestionnaires des lacs (EDF, sauf pour Marège : Suez) pour améliorer la reproduction des poissons : contrôle des marnages, construction de retenues sur les zones de fraye, frayères artificielles...
- Présences d'hébergements à proximité sur certains lacs, voir même de restaurants

## ➤ Faiblesses

- Mauvaise reproduction due aux marnages : frayères asséchées
- Prélèvement des plus gros géniteurs par les pêcheurs amateurs aux engins
- Manque de moyens pour contrôler le respect de la réglementation par les pêcheurs
- Difficulté d'accès aux mises à l'eau bateau : signalisation à améliorer
- Pas de location de bateaux équipés pour la pêche des carnassiers
- Hébergement spécialisé « pêche » à développer
- Manques de moniteurs – guides professionnels sur place

## Bort les Orgues

---

- Le premier et plus grand lac de la chaîne des barrages de la Dordogne : 1100 ha et environ 21 km de longueur. Sa position géographique attire beaucoup de pratiquant de sports nautiques durant l'été (jet-ski, bateaux...), ce qui peut être gênant pour la pêche.
- En dehors de cette période, le lac retrouve sa tranquillité et est essentiellement fréquenté des pêcheurs.
- Plusieurs mises à l'eau permettent de mettre son bateau à l'eau assez facilement.
- Depuis quelques années, la Fédération de pêche y organise une compétition de pêche aux carnassiers de renommée nationale, « l'Aquabort challenge ».
- Cet évènement attire de nombreux pêcheurs – compétiteurs de toute la France.
- Sa population piscicole est riche en carnassiers, carpes et poissons blancs.
- Le lac renferme des poissons trophées : des brochets de plus de 20 kg et sandres supérieur à 1 mètre y ont été pris. Des captures passées sous silence, ce qui est dommage car les photos de tels poissons constitueraient la meilleure des publicités.
- Depuis quelques années le silure y est présent, et à terme on peut s'attendre à la présence de poissons dépassant les 1,50 m de longueur. Si les conséquences néfastes ou non de ce carnassier sur les autres espèces ne sont pas encore connues, il s'agit toutefois d'un attrait supplémentaire pour la pêche sportive

## Bort les Orgues

---

### ➤ Atouts

- Grande surface permettant une pression de pêche
- Accès bateaux et à certaines berges pour la pêche du bord
- Présence de poissons trophées
- Hébergements et restauration sur les rives du lac
- Loisirs annexes pour les accompagnants non pêcheurs
- Beauté du site, avec les montagnes d'Auvergne en arrière plan, et le château de Val
- Un magasin de pêche à Bort les Orgues
- Accès facile depuis l'A89
- Volonté politique locale de développer le tourisme pêche

### ➤ Faiblesses

- Activités nautiques gênantes en été
- Marnages perturbant la reproduction des poissons, milieu pauvre
- Pas vraiment de guides de pêche exerçant sur le site
- Pas de location de bateaux pour la pêche des carnassiers
- Interrogation quand à l'impact du silure sur les populations d'autres carnassiers

## Les Chaumettes

---

- 7 km de long, environ 100 ha. Peu connu et interdit aux moteurs thermiques (pourquoi ?), ce lac est pourtant très intéressant et totalement sous pêché de par cette interdiction et sa difficulté d'accès. Il mériterait d'être plus connu
- Atouts
  - Pas de pression de pêche
  - Sauvage
  - Bonne population de carnassiers
- Faiblesses
  - Interdiction moteur thermique
  - Pas vraiment de mise à l'eau

## Marèges

---

- Environ 200 ha pour 15 km. Très sauvages et difficilement accessible, c'est le seul barrage de la Dordogne à ne pas être géré par EDF, mais la la SHEM, une filiale de SUEZ.

La gestion de la SHEM pose clairement problème car elle ne tient aucunement compte de l'environnement et du tourisme : l'opérateur procède à des marnages journaliers pouvant excéder les 8 mètres ! Les conséquences sur la reproduction des poissons sont catastrophiques.

Quand à la pêche, le lac est peu fréquenté à cause de ces baisses soudaines et de grandes amplitudes : les pêcheurs ne peuvent plus remonter leur bateau en fin de journée, la mise à l'eau étant devenue inaccessible. Cet état de fait empêche actuellement tout développement touristique sur ce lac, le réservant à des pêcheurs possédant de petites embarcations légères. Pourtant Marèges est très apprécié des pêcheurs pour son côté sauvage difficile d'accès.

- Atouts

- Lac très sauvage
- Relativement bonnes populations de carnassiers
- Faible pression de pêche

- Faiblesses

- Gestion des niveaux d'eau par la SHEM catastrophique pour la reproduction des poissons et la pratique de la pêche en bateau
- Peu de mises à l'eau
- Difficulté d'accès
- Interdiction du moteur thermique > 6 cv

# L'Aigle

---

- Avec ses 25 km pour environ 750 ha traversant des gorges profondes ponctuées de nombreux bras, c'est l'un des joyaux des lacs Corrèziens. La pression de pêche y est présente mais relativement raisonnable. Malheureusement des pêcheurs amateurs aux engins sont autorisés à y tendre leurs filets, capturant les plus beaux spécimens de brochets, sandres et truites. Il a défrayé les chroniques halieutiques il y a une quinzaine d'années avec la capture d'un brochet record de France de plus de 20 kg. Suite à sa vidange en 2001, la pêche y avait été interdite durant 4 ans. Les densités de poissons, surtout brochets, présentent à sa réouverture constituent la meilleure preuve qu'une limitation du nombre de capture est essentielle si nous voulons conserver un patrimoine piscicole de qualité.
- Atouts
  - Grande superficie permettant la pression de pêche
  - Beauté du site
  - Présence de poissons trophée
  - Assez bonnes densités de carnassiers
- Faiblesses
  - Difficulté d'accès aux mises à l'eau
  - Marnages
  - Présence de pêcheurs amateurs aux engins
  - Pression de pêche sur certains secteurs (vers Lanaud essentiellement).

- 
- C'est le plus long des lacs de la Dordogne avec 31 km pour 700 ha. Tout comme l'Aigle, il est très sauvage et offre des paysages magnifiques, mais des pêcheurs amateurs aux engins y sont autorisés à poser leurs filets, prélevant les plus gros spécimens.
  - Atouts
    - Beauté et immensité du site
    - Faible pression de pêche
    - Présence de poissons trophées
    - Quelques hébergements sur ses rives (Spontour, Pont du Chambon...)
    - Plusieurs mises à l'eau à différents niveaux du lac
  - Faiblesses
    - Présence de pêcheurs amateurs aux engins
    - Marnages
    - Difficulté d'accès aux mises à l'eau

- 
- Environ 100 ha pour 7 km. Dernier barrage sur la Dordogne, il fait office de « tampon » pour les barrages amont, du coup son niveau fluctue énormément. Peu pêché à cause des marnages et de la difficulté de mettre un bateau à l'eau, pourtant abrite des poissons trophées.
  - Atouts
    - Faible pression de pêche
    - Proche d'Argentat
    - Hébergement et facilité d'accès
    - Présence de poissons trophées
  - Faiblesses
    - Marnages
    - Pas vraiment de mises à l'eau

- 
- 220 ha pour 8 km de long. Très connu des corréziens, la pression de pêche y est assez soutenue car c'est le lac situé le plus près des bassins de populations que sont Tulle et Brive. En été les activités nautiques peuvent être gênantes. Il est toutefois très agréable à pêcher et facile d'accès
  - Atouts
    - Facilité d'accès sur une bonne partie des berges
    - Hébergement et restauration au bord du lac
    - Proximité du village de Marcillac
  - Faiblesses
    - Activités nautiques gênantes dès les beaux jours
    - Pression de pêche soutenue
    - Marnage entraînant de la mortalité de sandre chaque hiver

## Neuvic

---

- 300 ha et 7 km de long. Assez touristique et pêché, il abrite néanmoins une bonne densité de poissons trophées. En mai dernier un brochet d'1,32 m y a été capturé et remis à l'eau
- L'aménagement d'une frayère de 13 ha devrait permettre d'améliorer la reproduction du lac. Un exemple à suivre pour les autres lacs corréziens. Ce lac se prête également bien aux compétitions et stages de part les hébergements et restaurants situés sur ses berges
- Atouts
  - Facilité d'accès
  - Hébergements et restaurations sur place
  - Proximité Neuvic
  - Présence de gros poissons
- Faiblesses
  - Activités nautiques gênantes dès les beaux jours
  - Pression de pêche sur les carnassiers

## Hautefage

---

- Ses 115 ha sur 11 km sont réputés pour abriter les plus gros sandres de la région. Des spécimens de près de 12 kg y ont été capturés. La fédération de pêche vient d'y construire une mise à l'eau, mais la route d'accès est problématique. Les 2 autres mises à l'eau sont quasi inaccessibles.
- Atouts
  - Très gros spécimens de sandres
  - Beauté du site
- Faiblesses
  - Interdiction du moteur thermique > 6 cv gênante pour la pratique de la pêche
  - Difficulté d'accès aux mises à l'eau (route d'accès nécessitant un 4x4)
  - 2 mises à l'eau quasi inutilisables (trop pentue ou pas stabilisé)
  - Marnages

## Le gour noir

---

- Ce petit lac d'une trentaine d'hectares classé en 1<sup>ère</sup> catégorie ne dispose pas de mise à l'eau et est très difficile d'accès. Il possède une bonne population de gros brochets et perches
- Atouts
  - Sauvage
  - Gros brochets
  - Pression de pêche faible
- Faiblesses
  - Pas de mise à l'eau
  - Classement en 1<sup>ère</sup> catégorie entraînant une fermeture anticipé de la pêche des carnassiers, et l'obligation de tuer les brochets

- 
- 183 ha et 7 km de long, sur la Vézère. Très découpé mais assez facile d'accès, ce lac est assez riche en carnassiers, mais les activités nautiques peuvent être gênantes en été.
  - Atouts
    - Profil découpé offrant beaucoup de postes de pêche
    - Possibilités de créer des frayères à brochets de par la faible déclivité de certaines zones
    - Mise à l'eau assez facile
    - Restaurant et hébergement près du lac
  - Faiblesses
    - Activités nautique en été
    - Marnages
    - Parking de la mise à l'eau trop petit

## Lac des Bariousses (Treignac)

---

- 100 ha pour 4 km de long. Très fréquenté des touristes durant l'été, ce lac est très intéressant car riche en carnassiers et proche de Treignac. Seul le moteur électrique y est autorisé
- Atouts
  - Accès faciles
  - proximité de Treignac et présence d'hébergements et restaurants sur ses rives
- Faiblesses
  - Activités touristiques pouvant être gênantes en été
  - Interdiction du moteur thermique

- 
- Alimenté par la Vienne, il étend ses 100 ha sur 4 km à 700 mètres d'altitude (attention l'hiver !) Situé dans un cadre magnifique, à proximité d'un golf, il est assez peu pêché.
  - Atouts
    - Paysages magnifiques sur le plateau de Millevaches
    - Faible pression de pêche
    - Proximité du golf
  - Faiblesses
    - Mise à l'eau compliquée par niveau bas
    - Hébergements et restauration compliquée sur place
    - Population de carnassiers à améliorer (brochet)

## Lac du Causse

---

- Environ 100 ha pour 3 km de long. Aux portes de Brive, ce lac est avant tout destiné au tourisme et sports aquatiques (aviron). Sur place une école de pêche permet de créer une dynamique pêche intéressante. Peu profond et chaud, herbeux, il est propice à la reproduction du brochet et du black – bass
- Atouts
  - Proximité de Brive
  - Accessibilité facile tout le long du lac
  - Hébergement, activités pour la famille et restauration sur place
  - Productivité piscicole du lac
- Faiblesses
  - Activités nautiques et touristiques gênantes, principalement l'été
  - Pression de pêche importante
  - Difficulté de pêcher en bateau à cause des sports nautiques (lignes d'aviron)



# La Dordogne

---

## ➤ Atouts

- Rivière large et puissante pouvant supporter une certaine pression de pêche
- Renommée nationale, voir européenne
- Remontée des populations de salmonidés depuis l'instauration du « défi éclusées »
- Périodes de pêche particulière permettant la pêche à la mouche après la fermeture de la 1<sup>ère</sup> catégorie : un atout pour le tourisme pêche avec les pêcheurs d'ombres en automne. Très peu de rivières permettent ça en France
- Présence de poissons trophées
- Hébergements labellisés pêche dans la vallée
- Présence de plusieurs moniteurs – guides de pêche exerçant sur la rivière
- Volonté politique locale de développer le tourisme pêche
- Existence de photos et vidéos de qualité sur la rivière

## ➤ Faiblesses

- Activités nautiques durant les beaux jours (canoës) très gênante pour la pratique de la pêche et entraînant des conflits d'usage, voir une modification du comportement des poissons. Les horaires de navigation ne sont pas toujours respectés. Les loueurs de canoës ne payent rien pour utiliser la rivière
- Lâchés de barrage rendant la rivière dangereuse et nuisant à la pêche. Pas de calendrier prévisionnel des lâchés, donc impossible de connaître les niveaux d'eau à l'avance pour un séjour
- Pression de pêche forte sur certains secteurs
- Peu de secteurs « no kill » sur la rivière



# Le réseau de rivières de 1<sup>ère</sup> catégorie

---

## ➤ Atouts

- Nombreuses rivières d'assez belles tailles permettant d'étaler la pression de pêche: Corrèze, Vézère, Liège, Diège, Maronne, Doustre, Luzège, Vienne...
- Paysages magnifiques et sauvages, pureté de l'eau, faune rare
- Populations de truites sauvages assez bonnes selon les rivières
- Pression de pêche faible en général
- Certaines rivières se prêtent bien à la pratique de la pêche à la mouche = complémentarité avec la Dordogne, et continuité avec la Corrèze « capitale mondiale de la pêche à la mouche »
- Plusieurs parcours « no kill » et « touristiques »
- Enorme travail de la Fédération de pêche pour restaurer et entretenir les rivières et conserver l'accès libre aux parcours = pêche accessible économiquement

## ➤ Faiblesses

- Atteintes au milieu préoccupantes : enrésinement entraînant de l'acidification et du comblement des frayères par le sable, eutrophisation dans certains site (engrais ou assainissement)
- Milieux acides et fragiles ne supportant pas une énorme pression de pêche
- Croissance lente et taille de poissons assez petites de par l'acidité du milieu
- Difficulté d'accès dans certaines zones, encombrement de la rivière
- Nombre de salmonidés autorisé trop élevé (10 !)
- Sur certaines rivières, impacte des barrages / micro centrales hydroélectriques sur le milieu, et problèmes concernant les débits réservés
- Impactes des milliers d'étangs sur la ressource en eau : perte en volume, réchauffement...



# Les coqs de pêche

---

## ➤ Atouts

- Un patrimoine quasi unique au monde et au potentiel totalement méconnu des acteurs locaux
- Une renommée internationale des plumes de coqs du Limousin : même Robert Redford achète des plumes chez nous !
- La présence en Corrèze de personnes ressources compétentes, reconnues et volontaires pour contribuer au renouveau de cette tradition ancestrale : éleveurs, artistes, journalistes, pêcheurs...
- Des millions de pêcheurs à la mouche à travers le monde représentant un énorme marché potentiel d'un point de vue touristique et économique
- Une image de marque « terroir », authentique et vraie valorisante pour l'image du département
- Un festival national des coqs de pêche à Neuvic chaque 1<sup>er</sup> mai
- Une race répertoriée pouvant bénéficier d'aides agricoles pour son développement

## ➤ Faiblesses

- Faibles nombres d'éleveurs professionnels
- Absence de motivations et implication dans le projet de la part de certains éleveurs
- Aucune structuration de la filière, pas vraiment d'informations sur le nombre de coqs, d'éleveurs...
- Aucune valorisation de ce patrimoine à l'heure actuelle, à part la vente des plumes
- Absences de films, voir de livres traitant de ce patrimoine et le mettant en valeur. En règle générale, aucune communication sur ce patrimoine autre que quelques articles dans des magazines halieutiques français
- Arrêt de l'élevage expérimental du lycée agricole de Neuvic
- Ignorance totale des acteurs locaux du potentiel économique représenté par cette activité



## Et si la route 66 passait en Corrèze !

WEEK-END MOTO EN LIMOUSIN DANS UNE CHAMBRE D'HÔTES SPÉCIALISÉE MOTARDS EN CORRÈZE



à partir de  
**138 €**  
pour 2 personnes  
2 jours / 1 nuit

Disponibilité  
Réservation

Hébergement situé à SALLIAC

Même si la route qui mène aux Eyrials en Corrèze n'est pas en brique rouge et que l'ancienne grange restaurée n'a rien à voir avec le motel de Bagdad Café, on retrouve dans ce relais motos quelque chose de l'ambiance de la mythique route 66, dès lors que vous décidez de faire étape, seul ou avec d'autres motards, dans ce petit coin de campagne corrézienne avec votre grosse cylindrée !

En passionnée de moto, Isabelle et François ont mis un point d'honneur à ne pas oublier leurs amis motards lorsqu'ils ont jeté leur dévolu sur une jolie grange du limousin qu'ils ont restaurée pour vous accueillir, en toute complicité !

[Lire la suite](#)

### LIMOUSIN VERS UN AUTRE VOYAGE

Nos petits plus qui font la différence

Propose un garage  
Mise à disposition d'un local pour le matériel  
Marché de Pays le vendredi soir en juillet et août en compagnie des propriétaires  
Partenaire Eco système - Ecotabel

### Ce prix comprend :

- L'hébergement pour 1 nuit en chambre d'hôtes de charme
- Les diners
- Le petit déjeuner
- Le linge de maison

### Ce prix ne comprend pas :

- Le transport, les déjeuners



### COORDONNÉES DU PRESTATAIRE

Isabelle et François MATTON/STEVENS  
Les Eyrials  
19500 SALLIAC  
Tel : 05 55 25 40 76  
<http://www.leseyrials.com>

### PAROLE D'HÔTES



Isabelle Matton et François Stevens, propriétaires  
"Mais sommes un couple franco-belge tombés amoureux d'un petit coin de Corrèze : Salliac. Nous avons voulu partager notre coup de cœur en ouvrant des gîtes et chambres d'hôtes. Passionnés de moto nous allons tout mettre en œuvre pour faire un véritable relais moto."

## Randonnée au pays des grands espaces corréziens

WEEK-END RANDONNÉE EN LIMOUSIN DANS UN HÉBERGEMENT INSOLITE EN PLEINE NATURE EN CORRÈZE



à partir de  
**215 €**  
pour 2 personnes  
3 jours / 2 nuits

Disponibilité  
Réservation

Hébergement situé à SAINTE-FÉREOLE

En duo ou en groupe, conjuguez les balades à l'infini ! Vous découvrirez les joies d'un extraordinaire espace de liberté où les émotions les plus douces côtoient des paysages surprenants.

Réveillez tous vos sens pour un retour aux sources total en Limousin ! Au détour d'une randonnée, tant de plaisirs simples sont retrouvés le temps des vacances : humer l'herbe fraîchement coupée, goûter les myrtilles sauvages, surprendre un chevreuil en pleine balade ou redécouvrir le chant mélodique des oiseaux.

[Lire la suite](#)

### LIMOUSIN VERS UN AUTRE VOYAGE

Nos petits plus qui font la différence

La dépose des bagages se fait en voiture électrique.  
Piscine chauffée. Les lits sont déjà faits à votre arrivée (couettes moelleuses...), le linge de toilette est fourni.  
Pas besoin de penser ménage au moment de partir, on s'en occupe pour vous !

### Ce prix comprend :

- l'hébergement en lodget 1/2 personne en résidence 4\* écotabel
- les lits faits à l'arrivée, les serviettes de toilettes, le ménage final
- téléphone, wifi, tv sat, lave-vaisselle
- accès à la piscine selon température

### Ce prix ne comprend pas :

- le transport, les repas
- la taxe de séjour : 1€50/pers/jour



### COORDONNÉES DU PRESTATAIRE

Centrale de réservation Office de Tourisme  
place du 14 juillet  
19100 BRIVE LA GAILLARDE  
Tel : 05.87.01.60.02  
<http://www.residencelescollines.com>

### PAROLE D'HÔTES

Élodie Lozano, réceptionniste  
« Au départ de la résidence, vous pourrez déjà partir sur la randonnée des Saulières, c'est un circuit très apprécié, on y trouve des pins maritimes, une végétation rare pour la région, ce sentier est aussi un voyage dans le temps, une mémoire aux maquisards dont vous découvrirez les traces avec le trou du roc ou la cabane du chat haïant, un vrai parcours de mémoire ! Et après cette bonne marche, n'hésitez à revenir vers moi si vous souhaitez d'autres conseils très vite ! »

CES SÉJOURS POURRAIENT AUSSI VOUS PLAIRE

LES EMPLOIS

# Hébergement pêche, des critères adaptés aux attendus du client



## QUALIFICATION « HEBERGEMENT PÊCHE » - CHARTRE DE QUALITE

Le Label « Hébergement Pêche » est attribué par le Président de la Fédération Départementale de Pêche ou son représentant dûment mandaté à des hébergements ouverts à la location touristique : chambres d'hôtes, meublés de tourisme, hôtels, résidences de tourisme, villages de vacances, parcs résidentiels de tourisme, campings, centres internationaux de séjours, colonies de vacances et classes de découvertes pour lesquels les propriétaires ou les exploitants en font la demande. Ces hébergements doivent répondre aux critères ci-dessous.

### 1 – ACCUEIL

#### 1.1 – Distance des lieux de pêche

L'hébergement touristique doit être situé à proximité d'un cours d'eau ou d'un plan d'eau présentant un intérêt certain pour la pêche ainsi qu'une bonne qualité environnementale.

#### 1.2 – Période d'ouverture

Le propriétaire doit justifier de l'ouverture de sa location durant la période de pêche (6 mois minimum pour les campings).

#### 1.3 – Personnalisation de l'accueil

Toutes les informations relatives à la réglementation en vigueur, les spécificités locales (AAPPMA locale, location de barques, guide de pêche, détaillants d'articles de pêche...) doivent être mises à disposition du pêcheur locataire.

#### 1.4 – Proposition d'activités pour les « accompagnants »

Un recensement des possibilités d'activités pour les accompagnants du pêcheur doit être établi en collaboration avec l'Office de Tourisme local et la Fédération Départementale de Pêche. Une documentation touristique à jour (de type classeur thématique) est mise à disposition des locataires.

#### 1.5 – Fond documentaire Halieutique

Le propriétaire met à disposition du client : revues, ouvrages techniques, DVD... se rapportant à la pêche sur le site et/ou dans le département.

### 2 – SERVICES

#### 2.1 – Local matériel (local pouvant être commun à plusieurs locations)

Mise à disposition d'un local spécifique sécurisé (stockage matériel, séchage...) d'accès facile depuis l'extérieur, d'un point d'eau, d'un réfrigérateur permettant la conservation des appâts.

#### 2.2 – Conservation d'appâts vivants

Mise à disposition d'un dispositif permettant au pêcheur de conserver ses appâts vivants (bac à vil) et accessible à toute heure.

#### 2.3 – Pour les Chambres d'Hôtes

Le propriétaire doit accepter de fournir et/ou de servir le petit déjeuner à une heure très matinale (flexibilité des horaires) ainsi que le panier repas pour le déjeuner si la loi et/ou la réglementation l'y autorisent.

#### 2.4 – Pour les Tables d'Hôtes

Le propriétaire doit prévoir de fournir des paniers repas à la demande et/ou d'adapter les horaires du service du dîner.

### 3 – ACCESSIBILITÉ À LA PRATIQUE

#### 3.1 – Délivrance de la carte de pêche

Le pêcheur pourra, sur demande préalable, obtenir dès son arrivée sa carte de pêche, lui permettant ainsi de pratiquer aussitôt. A cet effet, et dans le cadre de l'évolution de la distribution des cartes de pêche, un accès internet doit être rendu possible sur place.

#### 3.2 – Documentations spécifiques

Toute l'information liée à la pratique de la pêche sur le secteur et sur le département doit être fournie.

#### 3.3 – Guide diplômé de pêche

Il doit être possible de proposer une liste des guides de pêche communiquée par la Fédération Départementale de Pêche.

#### 3.4 – Matériel et appâts

Recenser les détaillants de matériels de pêche à proximité en collaboration avec la Fédération Départementale de Pêche.

#### 3.5 – Location de bateau et de matériel de pêche

Si le loueur n'est pas en mesure de proposer bateau et matériel de pêche au locataire, il doit être en mesure de fournir une liste de loueurs.

### 4 – CRITERES D'ENGAGEMENT

Cette charte de qualité « Hébergement Pêche » sera adressée aux Fédérations Départementales de Pêche qui, dans la mesure où elles souhaitent développer ce concept au sein de leur département s'engageront par la signature d'une convention entre elle-même et la FNPF.

- Elles auront ainsi en charge les démarches nécessaires auprès des hébergeurs potentiels,
- Elles s'engageront :
  - ✓ à vérifier l'admissibilité des hébergements et le maintien de ces critères dans le temps, (les unions régionales peuvent effectuer des visites),
  - ✓ à informer, par l'intermédiaire des Unions régionales, la FNPF régulièrement de toute nouvelle qualification,
  - ✓ à mettre en outre toute action de promotion pour favoriser le développement du concept dans leur département, en particulier sur leur site internet, et participer aux actions portées par la FNPF en ce domaine,
  - ✓ à utiliser le logo et faire état de leur appartenance à la qualification « Hébergement Pêche » sur tous supports de promotion complémentaires à ceux réalisés par la FNPF.

