

Bilan carrefour national de la pêche Clermont-Ferrand (15/01/10 au 17/01/10)

- **Point de vue global sur le salon :**

Le Carrefour national de la Pêche est un événement bien installé dans le calendrier des salons français puisqu'il s'agit de celui qui affiche la meilleure fréquentation ces dernières années. Les surfaces utilisées sont sensiblement les mêmes qu'à Paris. Il faut toutefois noter que les allées centrales paraissent moins larges et que cela forme de nombreux « bouchons » au moment des fortes affluences à proximité des stands de marque (Sert, Sakura...).

La thématique pêche des carnassiers est très prégnante (plus qu'à Paris) et le nombre de stand consacré à la pêche à la mouche est faible.

Le public présent semble plus enclin à l'échange qu'à Paris, paraît plus disponible (cf. retours fichiers clients). Il s'agit, pour ceux étant passé par le stand Pêche 64, de pêcheurs habitués du salon connaissant déjà bien les Pyrénées-Atlantiques. La plupart des personnes accueillies sur le stand Pêche 64 étaient originaires du centre de la France (Auvergne, Limousin...) et de Rhône-Alpes.

- **Fréquentation salon/stand Pêche 64 :**

Les organisateurs annoncent une affluence moyenne supérieure à 20 000 pers/an. Si plusieurs participants au salon nous ont indiqué avoir observé une baisse relative par rapport à l'an dernier, il semble toutefois que l'affluence soit bien supérieure à celle de Paris.

Sur le stand, nous avons également ressenti une fréquentation globale supérieure à celle de Paris :

- vendredi 15/01 : affluence correcte. Public constitué de passionnés, qui pour la plupart connaissent bien la destination 64 (pêcheurs de saumon et de truite).
- Samedi 16/01 : grosse affluence (dès 10h jusqu'à 14h non stop). Public mixte (passionnés et famille) qui vient « consommer » sur le salon (moins d'échange que la veille).
- Dimanche 17/01 : affluence plutôt bonne (pour un dimanche !). Public familial qui n'hésite pas à prendre le temps pour faire le tour du salon (parfois plusieurs fois). A noter que l'affluence a été importante en milieu/fin d'après-midi (plutôt rare sur les salons).

Yvon Zill, guide de pêche présent sur le stand a pu concrétiser 5 ou 6 contacts. 1 séjour a été vendu par BPBCM quelques jours après le salon (lien ?).

Il est à noter enfin que le stand n'était pas idéalement placé (aile extérieure).

- **Analyse concurrentielle :**

Plusieurs départements étaient représentés sur le salon. Toutefois seuls quelques-uns bénéficiaient d'un stand spécifique « destination ». En effet, à l'entrée du salon, plusieurs

fédérations de pêche étaient invitées (Auvergne, Rhône-Alpes...). Leur stand était plutôt petit, difficilement identifiable (hormis panneau d'info). Il semble que ces stands avaient plus pour objectif de valoriser la politique fédérale (actions mises en place) que promouvoir une destination.

Pour ce qui concerne les autres, il s'agit, la plupart du temps, des « habitués » : Aveyron, Lozère, Jura... Il faut noter que ces destinations participent par ailleurs à la majorité des salons se déroulant en France, et ce, depuis plusieurs années...

Ces stands étaient soit tenus par des guides (Lozère), soit par des FDAAPPMA (Jura...), et parfois par des CDT et des FDAAPPMA (Aveyron).

- **Logistique:**

- 1) Accueil stand

Pour ce qui est du stand Pêche 64, le « juste » nombre était cette fois-ci atteint (2 personnes). Les connaissances de chacun ont permis de compléter les informations (nives/gaves) apportées aux participants.

Il semble qu'il faille préserver la méthode qui a prévalu pour ce salon à savoir : 1 représentant du réseau des guides + 1 représentant de la démarche ou OT.

La surface réservée pour ce stand semble toutefois un peu grande par rapport aux supports déployés. Une surface de 12m² semble suffisante.

- 2) Supports papiers

Contrairement aux années précédentes à Paris, le stock de documents apportés (pêche, guide loisirs, séjours) était suffisant.

Le flyer « séjour », sans promotion particulière, a été bien distribué.

- 3) Support image

Les kakémonos et le film plaisent toujours autant. Etant donné les problèmes de compatibilité du lecteur DVD loué, nous avons diffusé le film en boucle et non le teaser spécial salon.

Il semble que cela fonctionne tout de même, les passants s'arrêtant souvent (et parfois longtemps) pour regarder une ou plusieurs scènes du film.

- 4) Jeu concours

Comme lors du salon de Paris, la mise en place d'une urne avec inscription par écrit a franchement réussi (plus de 300 retours), et ce, chaque jour. L'expérience est à renouveler.

- **Côté réseau:**

La plupart des rencontres ont pu se faire le dimanche (compte tenu des fortes affluences sur le stand les jours précédents).

Contrairement à Paris, plusieurs personnes sont venues sur le stand pour échanger sur la démarche mise en place dans le département. Il semble que celle-ci soit de plus en plus reconnue.

D'autre part, 2 organisateurs de salons sont venus au stand pour promouvoir ces événements :

- Le salon pêches sportives et nature de Fillings (74), spécialisé pêche à la mouche <http://www.salonpechenature.com>
- Le salon de la chasse, de la pêche et du bon vivre à Toulouse, <http://fr-fr.facebook.com/pages/Gragnague-France/ARTEMIS-PASSION-le-salon-de-la-chasse-de-la-peche-et-du-bon-vivre/274888895897>

En parallèle, la mission pêche a effectué un tour d'horizon des partenaires potentiels :

- accueil presse : contacts avancés avec pêches sportives et pêche au coup magazine
- voyagistes : contact avancé avec planet fly fishing

