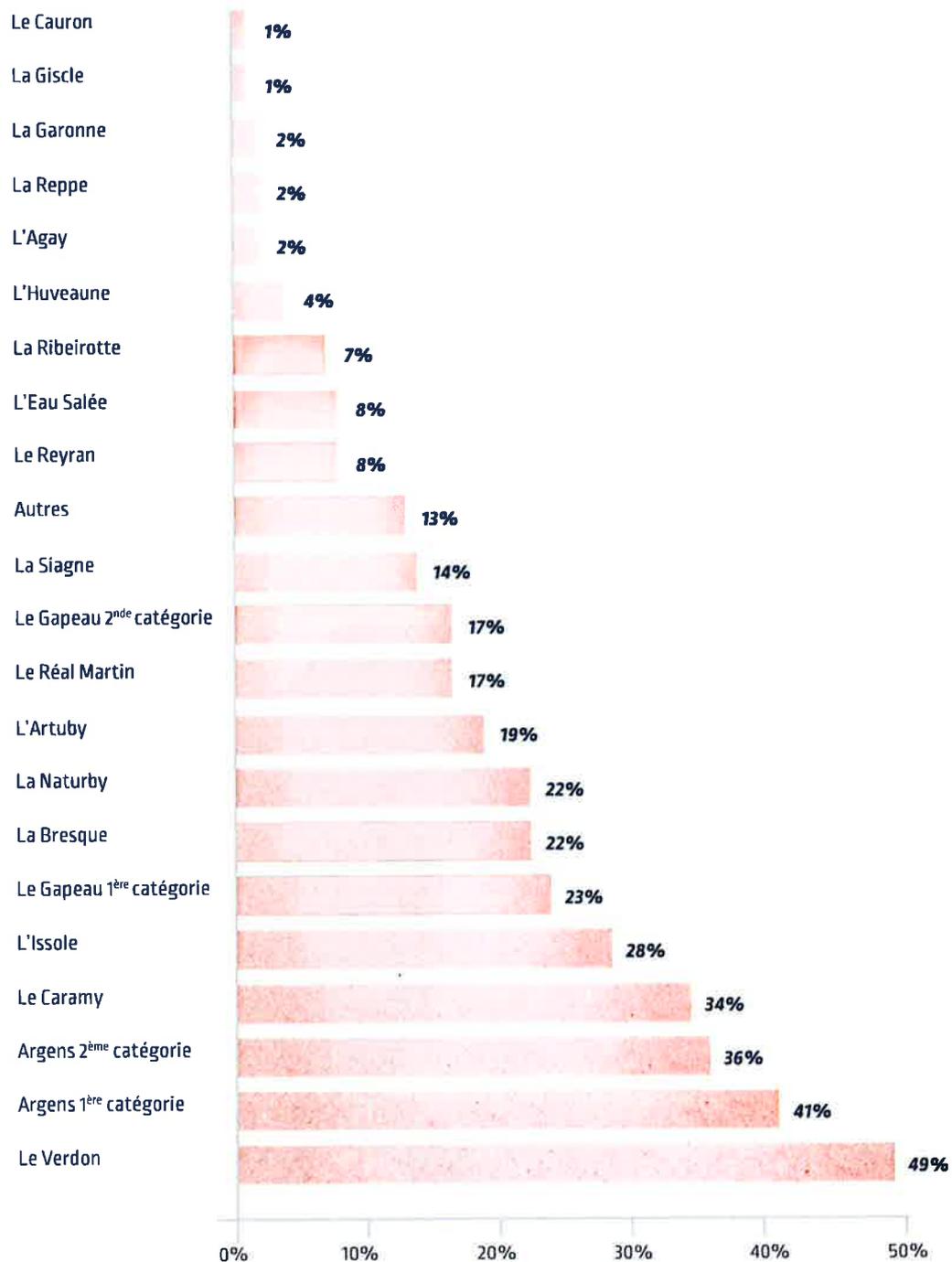


Où pêche-t-il ?

> Les cours d'eau fréquentés par le pêcheur varois sont les suivants (choix multiples)

A noter : ces pourcentages ne signifient pas que le pêcheur fréquente chaque année le cours d'eau cité, mais qu'il l'a déjà fréquenté.

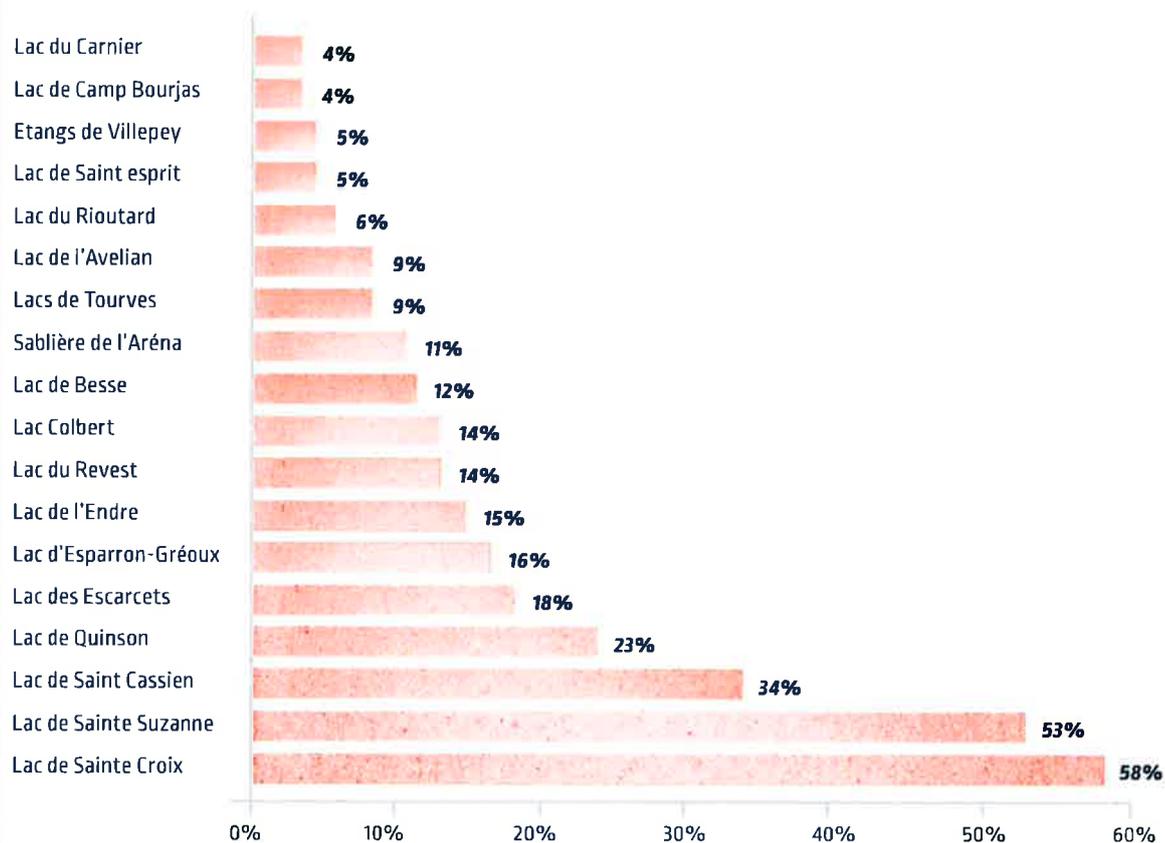
Cours d'eau fréquentés



> **Les plans d'eau fréquentés par le pêcheur varois sont les suivants : (choix multiples)**

A noter : ces pourcentages ne signifient pas que le pêcheur fréquente chaque année le plan d'eau cité, mais qu'il l'a déjà fréquenté.

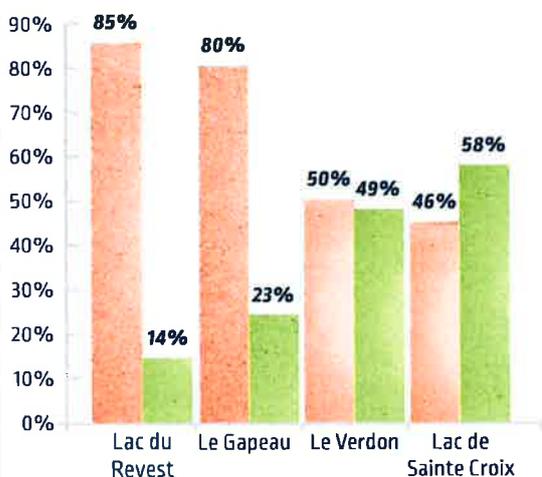
Plans d'eau fréquentés



> Le pêcheur affectionne les cours d'eau/plans d'eau près de son domicile et les grands lacs et rivières

Sites de pêche fréquentés par les pêcheurs

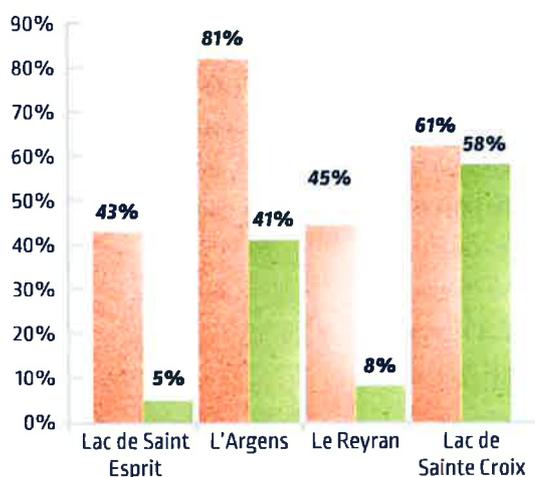
domiciliés dans le secteur d'influence de l'AAPPMA le Gardon de Toulon et ses environs



Pêcheur de Toulon, Six Fours, La Seyne, la Valette **Pêcheur Varois**

Sites de pêche fréquentés par les Pêcheurs

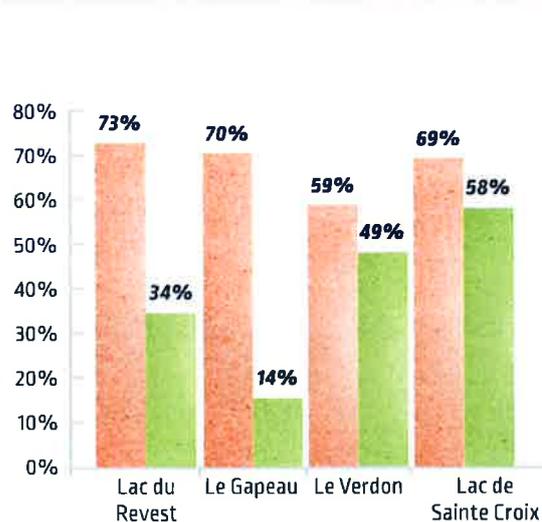
domiciliés dans le secteur d'influence de l'AAPPMA « La Gaule de l'Estérel »



Pêcheur de Fréjus, St Raphaël, les Arcs sur Argens **Pêcheur Varois**

Sites de pêche fréquentés par les Pêcheurs

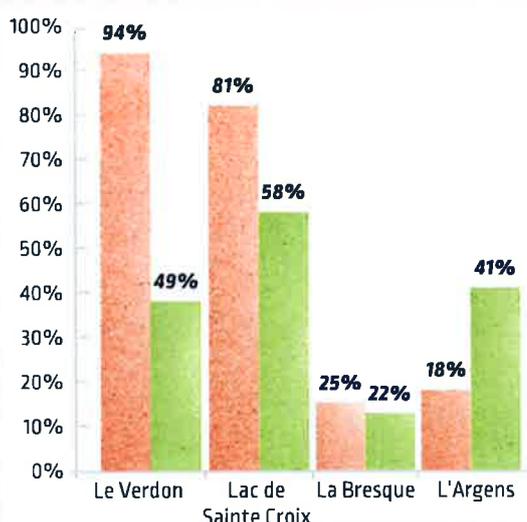
domiciliés dans le secteur d'influence La Fario et La Belle Mouchetée du Canton de Fayence



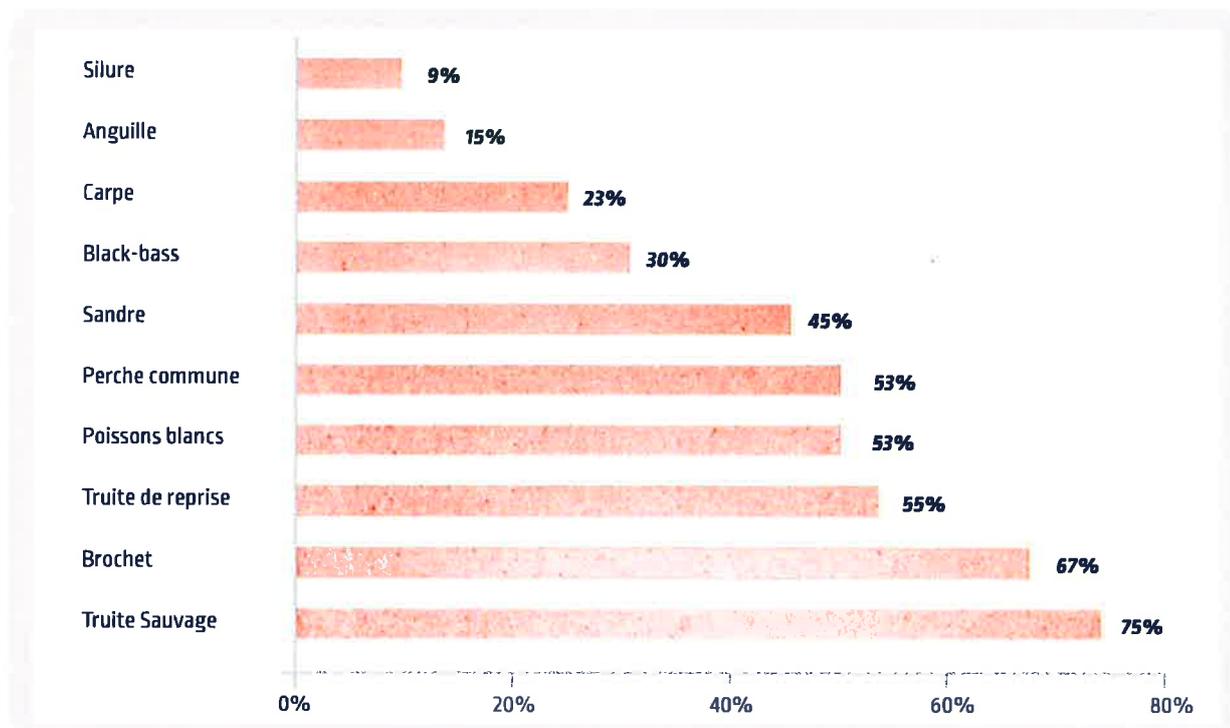
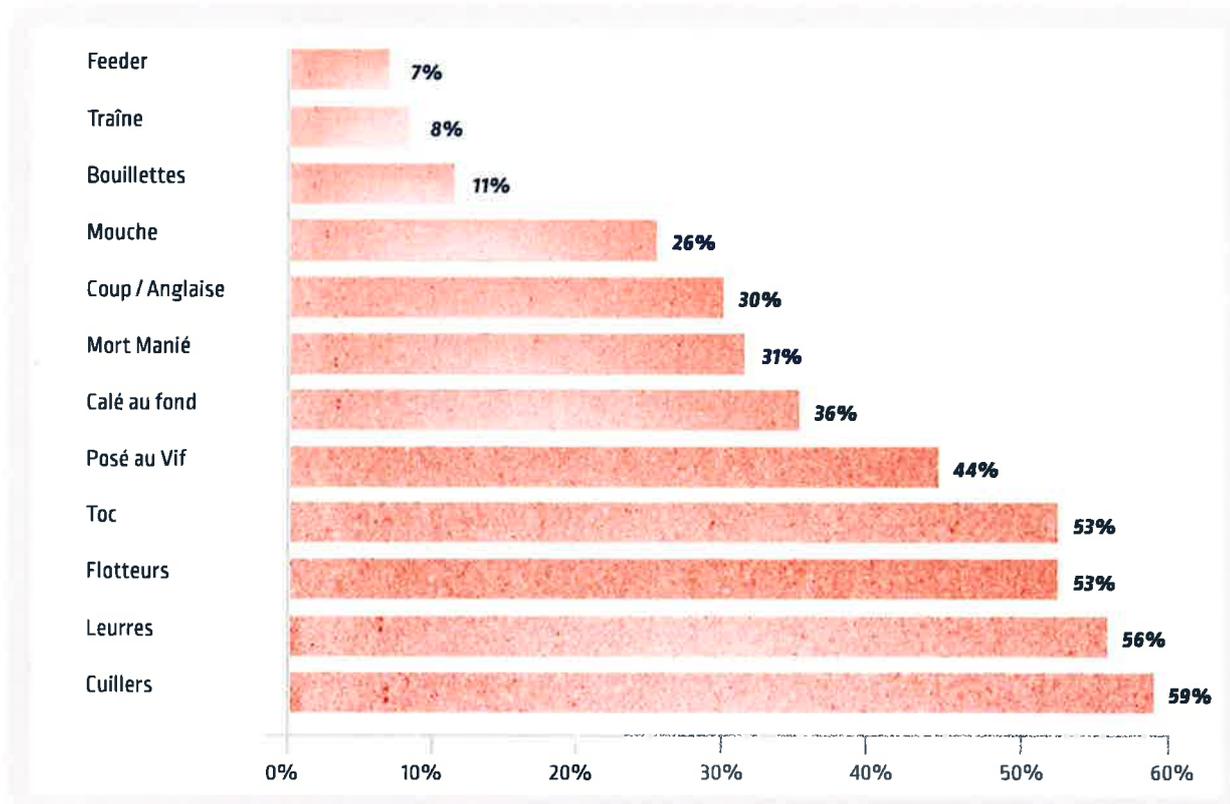
Pêcheur de Montauroux, Fayence, Callian, Mons, Tanneron... **Pêcheur Varois**

Sites de pêche fréquentés par les Pêcheurs

domiciliés dans le secteur d'influence de l'AAPPMA « La Truite Varoise du Verdon »



Pêcheur d'Artignosc, Aups, les Salles, Aiguines, Bauduen... **Pêcheur Varois**

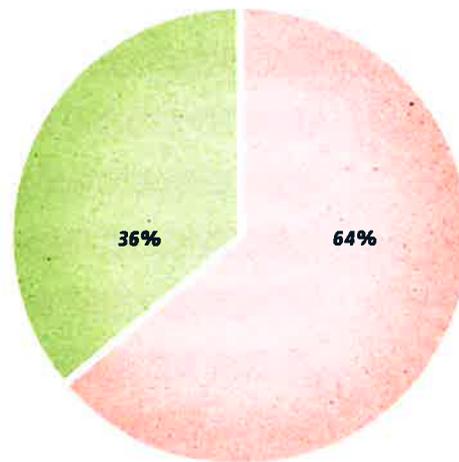
Quels poissons recherche le pêcheur varois (choix multiples)?**Quelle technique de pêche pratique le pêcheur varois (choix multiples)?**

Pêche-t-il de manière occasionnelle ou régulière ?

64% sont des pêcheurs réguliers (+ de 10 sorties par an)

36% sont des pêcheurs occasionnels (carte « journalière », « hebdomadaire » ou « découverte enfants » achetée à partir de Juillet, annuelle pour ceux qui font moins de 10 sorties par an...)

Pêche-t-il de manière occasionnelle ou régulière ?



Est-il fidèle au loisir pêche ? L'exemple du pêcheur ariégeois

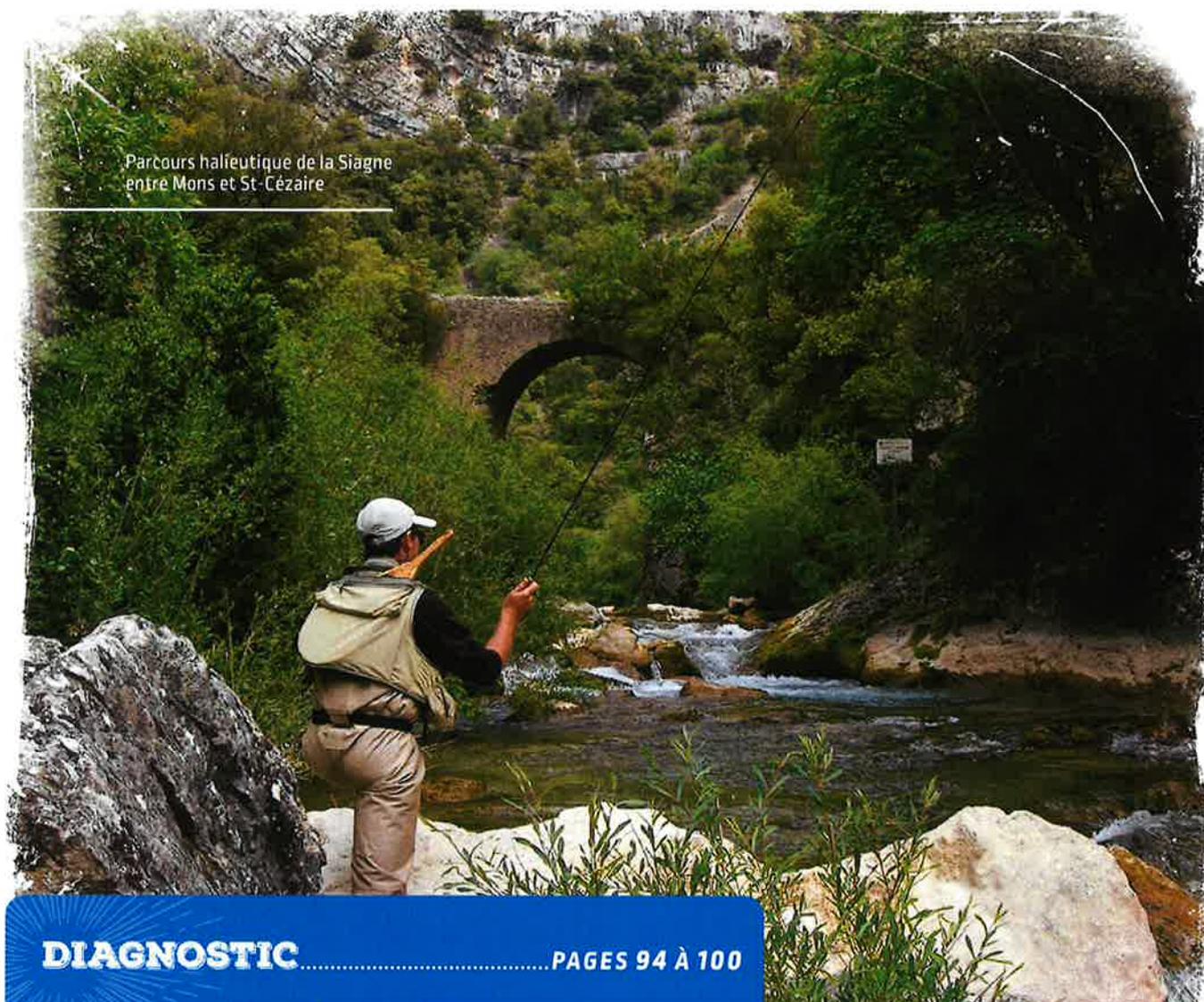
Aucune donnée n'est actuellement disponible pour le Var. Cependant, La FPPMA de l'Ariège, précurseur dans la vente « tout internet » des cartes de pêche (depuis 2010), a mené une étude analytique du fichier des adhérents des cartes de pêche (2010/2014). Celle-ci démontre un taux de renouvellement du public pêcheur extrêmement important pour les cartes « Majeur » et « Interfédérale » :

- > 36% de nouveaux entrants de n à n+1
- > 22% de nouveaux entrants sur 5 ans.

La pêche de loisirs connaît un fort renouvellement de ses effectifs. L'idée répandue d'une activité à forte inertie avec des adhérents largement fidélisés est fausse.



Parcours haléutique de la Siagne
entre Mons et St-Cézaire



DIAGNOSTIC PAGES 94 À 100

Thème

Portrait général du
pêcheur varois

Atouts

- > La pêche attire toutes les classes d'âges et les catégories socio-professionnelles
- > Toutes les techniques de pêche sont représentées
- > Le pêcheur exerce à la fois près de son domicile mais demeure mobile
- > Bonne représentation des effectifs de pêcheurs mineurs
- > Le réseau « famille/amis », vecteur de transmission et de développement de la pêche

Faiblesses

- > Peu d'informations / formations auprès des jeunes
- > Peu d'animations pour les débutants
- > Perte des effectifs féminins avec l'augmentation de l'âge
- > Faible proportion des 18/40 ans : concurrence des activités de loisirs, temps libre réduit, budget...
- > La forte proportion de pêcheurs itinérants renforce l'importance de l'entretien et de l'accès aux berges
- > Sous-représentation des femmes
- > Une offre de pêche de proximité pas toujours avérée

B / CLASSIFICATION PAR TYPE DE CLIENTÈLE

Le pêcheur régulier

> Pêcheur adulte homme

Identité : Le pêcheur adulte confirmé pratique la pêche majoritairement seul (72%), ou entre amis (50%). 1/3 des pêcheurs la pratique en famille. La majorité des effectifs masculins pêche depuis plus de 20 ans (54% des effectifs) puis depuis 10 ans, ce qui explique la stabilité des effectifs depuis 2000.

Le pêcheur varois pratique autant la pêche en rivière qu'en lac (90% et 84%) principalement dans les grands lacs (Ste Croix, Carcès, St Cassien) et les cours d'eau (Verdon, Argens, Caramy) du département, avec une fréquence de sorties de pêche allant de 10 à 30 par an (70% des effectifs), principalement le week-end (76%), puis en semaine (65%) et en période de vacances (54%). Il est ainsi mobile et se déplace dans les départements voisins ; cette tendance est encore plus marquée si le pêcheur réside en limite administrative d'un autre département. La haute saison de pêche se situe au printemps (94% des effectifs), puis l'été (84%) et l'automne (62%). La pêche se pratique de manière itinérante (76% des effectifs), voire sportive (40%), mais aussi de manière statique (62%). Il est à noter la part importante de pêcheurs en barque (30%).

La majorité des pêcheurs varois réguliers semble également maîtriser au moins 4 techniques de pêche : la cuiller, les leurres, le flotteur et le Toc. Viennent ensuite pour 1/3 des pratiquants les techniques au poser, caler, manié, coup/anglaise, mouche... De ce fait, de nombreuses espèces piscicoles sont recherchées par le même pêcheur, dont en premier lieu la truite sauvage (75% des effectifs), le brochet (67%), la truite de déversement, le poisson blanc et la perche commune. Néanmoins, sur une période de

10 ans, une part de ces pêcheurs tend à se spécialiser dans une technique ou un poisson (carpiste, « leurriste », « siluriste »...). Pour s'informer, il utilise principalement internet. La majorité des pêcheurs réguliers considère que la carte de pêche est trop chère (75%). Enfin, le non renouvellement de son adhésion est principalement causée par le manque de temps libre.

> Pêcheur Adulte Femme

Identité : Les femmes pratiquent la pêche principalement en famille. Elles pêchent plus fréquemment les mêmes cours d'eau et plans d'eau que les hommes mais effectuent moins de sorties dans l'année. Cependant, elles privilégient également des parcours de pêche plus proches du lieu de domicile. Contrairement aux hommes, elles pratiquent plutôt une pêche statique (75%). Les techniques de pêche sont majoritairement le flotteur, le coup et le toc. Les poissons principalement recherchés sont la truite arc-en-ciel (81%), devant le poisson blanc et la truite fario (60%). Les femmes envisagent la pêche comme une pratique familiale et un moment de détente dans la nature. Elles sont moins enclin à la pêche en No-Kill (18% de pratique seulement contre 45% tout pêcheur confondu), et un peu moins désireuses de le pratiquer que les autres catégories de pêcheurs. Tout comme les hommes, on note une légère tendance à la spécialisation de la pêche autour d'une technique ou d'un poisson.

> Le pêcheur « enfant »

Identité : Agé de moins de 12 ans, le pêcheur « enfant » régulier pratique une pêche familiale (2/3 des effectifs), mais également solitaire (1/2). Les enfants pêchent autant en lac qu'en rivière, notamment le lac de Sainte-Croix (66%), le lac de Carcès (58%), le Verdon (40%) et le lac de St Cassien (31%). Les sorties de pêche sont aussi fréquentes que les pêcheurs adultes hommes, mais les enfants privilégient clairement le week-end et les vacances (70% contre 56% en général). Ils sont également plus nombreux que la moyenne à pratiquer une pêche statique



La part des pêcheurs enfants augmente sensiblement depuis 2007

(75%), puis itinérante (50%). 3 techniques de pêche se dégagent distinctement : la cuiller, le flotteur et le leurre. Les poissons recherchés sont la truite fario (75%), la truite arc-en-ciel (70%). Viennent ensuite le brochet (50%), le poisson blanc et la perche commune. Leur motivation diverge également des tendances classiques : la capture de poissons prend plus d'importance (60% contre 36%), avec le partage d'un moment en famille. Cette catégorie de pêcheur semble aussi plus fidèle que les autres publics, avec un taux de renouvellement de la carte de pêche qui culmine à 85% contre 73% en général.

> Le pêcheur « Mineur »

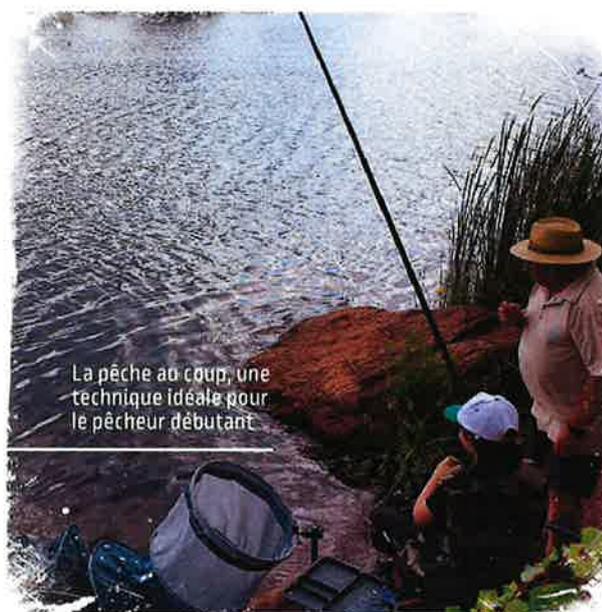
Identité : Agé de 12 à 18 ans, le pêcheur « Mineur » régulier pratique une pêche solitaire, bien qu'il ne soit pas réticent à pêcher en famille (53%). Il pratique autant en rivière qu'en lac et les mêmes cours d'eau et plans d'eau que la moyenne. Leur fréquence de pêche est beaucoup plus importante puisque 60% effectuent plus de trente sorties par an (contre 15% en moyenne). Comme le pêcheur « enfant », il pratique essentiellement le week-end (90%) et les vacances (86%), beaucoup moins fréquemment en semaine. Contrairement aux autres catégories de pêcheurs, les « Mineurs » pratiquent équitablement durant trois saisons (Printemps, Été mais également Automne pour 75% des effectifs), contre deux saisons principales (Printemps, Été) pour les autres effectifs. Leur mode de pêche est itinérant mais aussi statique (77% et 62%). Concernant les techniques de pêche, deux sont très nettement pratiquées : la cuiller et le leurre (80% contre 57% pour les autres catégories). Viennent ensuite la pêche au flotteur et le Toc. De ce fait, les pêcheurs « Mineurs » recherchent les carnassiers (Truite fario, brochet, perche commune et truite arc-en-ciel). La pêche du silure et du black-bass est également plus pratiquée (+5 points par rapport à la moyenne), tout comme la pêche de la carpe (37%, +14 points).

De même que les enfants, ils donnent majoritairement plus d'importance à la capture de poissons que la tendance générale (+16 points). Cette catégorie de pêcheurs est également plus fidèle que les autres effectifs avec un taux de renouvellement de 82% (contre 73%). Bien qu'ils ne pratiquent pas plus la pêche en No-Kill, ils seraient plus enclins à le tenter (75% contre 55%).

Le pêcheur « débutant »

L'analyse résulte des réponses à l'enquête « Pêcheurs » ceux ayant 1 année de pratique.

Identité : Le pêcheur débutant semble pratiquer autant la pêche entre amis, seul ou en famille. Bien qu'il pêche plus fréquemment des parcours plus proches de son lieu de domicile



que la moyenne, le pêcheur débutant affectionne les mêmes cours d'eau et plans d'eau que les autres catégories. Il effectue néanmoins moins de sorties que les autres pêcheurs et privilégie le week-end pour ses sorties principalement le printemps et l'été, et moins l'automne. Le mode de pêche est plus statique qu'itinérant. Les techniques de pêche sont le flotteur et la cuiller (66%) puis le leurre (50%). Les poissons recherchés par le pêcheur débutant sont la truite arc-en-ciel (70% contre 55%), la truite sauvage et le brochet. Les motivations du pêcheur débutant sont le partage d'un moment entre amis/famille et un moment de détente.

D'après l'étude menée par la FPPMA09, il est peu fidèle à cette activité (36% de non renouvellement de N à N+1). Les raisons évoquées⁽³³⁾ sont diverses : manque de poissons (17%), accès aux berges (16%), temps libre, prix de la carte et manque d'informations sont les principales causes d'une désaffection notable de ce public.

Le pêcheur « occasionnel »

Il s'agit du pêcheur ayant acquis une carte de pêche « Journalière » ou « Hebdomadaire ».

Identité : Il représente un public de jeunes adultes puisque 65% des effectifs ont moins de 44 ans⁽³⁴⁾ et que l'on retrouve en faible proportion dans les effectifs de cartes de pêche annuelles. Il s'agit très certainement d'un public « familial » au vu de l'âge du client. Le taux de fidélisation étant très faible d'une année sur l'autre, de l'ordre de 13%⁽³⁵⁾, il consomme donc une activité sans chercher à s'y abonner par la suite. Il ne s'agirait pas non plus, comme certains pourraient le penser, d'un public

(33) Enquête pêcheurs 83 réalisée en 2013

(34) Statistiques des ventes de cartes de pêche « Janvier/Août 2015 »

(35) Chiffres FPPMA09 « Etude Analytique du fichier des adhérents de cartes de pêche du département de l'Ariège (2010/2014) »

anciennement abonné à la carte de pêche annuelle (Majeure ou Interfédérale) qui aurait migré vers une autre fréquence de pêche. Les données recueillies par la FPPMA09 montrent que seuls 1,9% des effectifs adultes ont migré d'une carte de pêche annuelle vers une carte de pêche occasionnelle (Journalière, hebdomadaire). Ce constat se vérifie certainement dans le Var puisque la carte de pêche « Journalière » dans l'Ariège est moins chère que dans le Var (12€ contre 15€).

A contrario, les résultats de l'étude de la FPPMA09 montrent que 9% de ces pêcheurs occasionnels migrent vers une adhésion annuelle (n+1), avec un taux de rebond de 44% l'année suivante.

Il n'habite majoritairement pas le Var puisque 59% des effectifs ne sont pas issus du département. Il pêche de préférence entre Juillet et Septembre (55% des effectifs) même si l'avant et l'arrière-saison estivale constituent une période également favorable (20% des effectifs chacun). Une part de ces pratiquants (non quantifiable à ce jour mais estimée selon les retours des agents de développement de la Fédération en charge de la police de la pêche) est un public d'accompagnants qui s'initient au contact d'un pêcheur confirmé (famille ou ami).

Le public non pêcheur⁽³⁶⁾

> Méthodologie et Fiabilité de l'enquête

Elaboré par la FPPMA du Var en collaboration avec le Pôle Observation de Var Tourisme, le questionnaire non pêcheurs a été proposé sur le site internet de la Fédération de la pêche en eau douce du Var et la page Pêche du site internet de Var Tourisme.

L'échantillon concerné représente le public non pêcheurs susceptible d'être intéressé par la pêche. L'échantillon interrogé est empirique, c'est-à-dire qu'il n'est pas basé sur une liste de population mère. C'est un échantillon par convenance, c'est-à-dire que répond qui veut.

Avec un taux de remplissage proche de 90%, et une homogénéité des réponses, les résultats de l'enquête sont fiables, selon les services spécialisés dans ce domaine⁽³⁷⁾.

> Carte d'identité du public non pêcheur

L'âge moyen des répondants est de 45 ans. Bien qu'au-dessus de la moyenne du public pêcheur, il est à nuancer car les enfants de moins de 12 ans ne faisaient pas partie de l'échantillon recherché dans le cadre de l'enquête. Trois catégories socio-

professionnelles se dégagent clairement : les fonctionnaires, les employés et les retraités (17% chacun), qui ne disposent pas des plus forts pouvoirs d'achat.

> Le manque d'information, principal facteur limitant à l'activité pêche

75% des répondants n'ont jamais pratiqué la pêche en eau douce par méconnaissance de l'activité. Parmi ceux-ci, 40% mettent en avant le fait de ne pas être informés des « bons coins » de pêche, 20% ne connaissent pas de personne qui pourrait les initier à cette activité et 16% ne savent pas où se procurer la carte de pêche.

> Des parcours de pêche de proximité, en lac ou rivière...

Pour plus des ¾ des répondants, la pêche se pratiquerait avant tout dans un rayon de 30 kilomètres du lieu de domicile. Néanmoins, 40% seraient prêts à se déplacer de cette distance, notamment vers les grands lacs, voire à pratiquer la pêche dans d'autres départements (20%).

Avec 70% de citations, le lac serait le lieu de pêche privilégié, mais la rivière attire également les convoitises (60%).

> Une forte saisonnalité de la pratique de la pêche...

L'enquête confirme les résultats déjà avérés dans l'enquête « Pêcheurs », le loisir pêche offre une grande saisonnalité. Une large majorité du public pratiquerait la pêche au printemps (80%), mais aussi en été et automne (60% chacun).

> Pêcher le week-end, en priorité :

¾ des personnes privilégieraient le week-end pour aller à la pêche, délaissant ainsi ce loisir la semaine (30%) principalement à un public de retraités.

Néanmoins, près d'1 personne sur 2 serait susceptible de pratiquer la pêche lors des vacances (43%).

> Une pratique majoritairement statique dans tous types de parcours aménagés et thématiques

Le public non pêcheur favoriserait une pratique statique (60%), mais également itinérante pour une quasi-majorité des répondants (47%).

Autre élément non négligeable, la pêche en barque attirerait 1/4 des effectifs potentiels.

Sur la question des parcours de pêche aménagés et thématiques (Découverte, passion, famille), les 3 thèmes sont convoités (40% chacun).

Enfin, la pratique de la pêche en No-kill (capturer-relâcher le poisson) est possible pour 56% des répondants.

(36) Qui souhaiterait s'initier au loisir pêche en eau douce

(37) Pôle Observation de Var Tourisme



Développement de la pêche en float-tube,
lac des Escarcets (Le Cannet des Maures)

DIAGNOSTIC.....PAGES 102 À 104

Thème	Atouts	Faiblesses
Typologie du public pêcheur	<ul style="list-style-type: none"> > Des attentes désormais connues selon le type de pêcheur (régulier, occasionnel, non pêcheur...] > Une forte saisonnalité de l'activité pêche > Une offre de cartes occasionnelles qui répond aux besoins > Les parcours « labellisés » semblent répondre aux besoins de la clientèle > Diversité de la demande sur les sites de pêche (lacs, rivières] > Le tarif de la carte « hebdomadaire » n'est pas un frein au développement du loisir pêche > Présence identifiée du public occasionnel autour des grands lacs 	<ul style="list-style-type: none"> > Un site internet qui n'est pas à la hauteur des besoins > Une offre de pêche de proximité à développer > Initier pour fidéliser > Tarif élevé des cartes de pêche selon certains pêcheurs > Manque d'information > Peu d'offre de pêche en embarcation au regard de l'attrait pour cette pratique > Une catégorie de pêcheurs à la recherche de produits pêche « clefs en main », pas encore disponibles
Public non pêcheur	<ul style="list-style-type: none"> > Les attentes du public pêcheur désormais identifiées > Un public potentiellement attiré par une adhésion annuelle de l'activité pêche 	<ul style="list-style-type: none"> > Un site internet qui n'est pas à la hauteur des besoins > Une offre de pêche de proximité à développer > Tarif élevé des cartes de pêche > Manque d'information > La carte journalière jugée trop chère



LA DEMANDE

ANALYSE DES VENTES DE CARTES DE PÊCHE

Depuis 2006, la Loi sur l'Eau et les Milieux Aquatiques (LEMA) a notamment permis d'élargir et simplifier le choix des cartes de pêche en répondant en grande partie aux besoins du client, qu'il soit pratiquant occasionnel ou régulier. Certaines cartes ont disparu (carte réduite I et II, carte exonérée), d'autres ont évolué (carte personne majeure, carte personne mineure, carte découverte enfant) afin de mieux s'adapter à la demande mais aussi pour gagner en lisibilité. Il en résulte 7 produits différents :

Liste des cartes de pêche

> Les cartes de pêche annuelles

Carte réciprocaire interfédérale personne majeure

Permet de pêcher dans le Var et 90 autres départements réciprocaires du Club Halieutique Interdépartemental (CHI), de l'Entente Halieutique du Grand Ouest (EHGO) et de l'Union Réciprocaire du Nord-Est (URNE).

Carte personne majeure : permet de pêcher dans le Var

Carte promotionnelle « découverte femme »

Permet de pêcher dans le Var et 90 autres départements réciprocaires du CHI, de l'EHGO et de l'URNE. Pêche à 1 seule ligne.

Carte personne mineure

Pour les jeunes de 12 à moins de 18 ans au 1^{er} janvier de l'année, permettant de pêcher dans le Var et 90 autres départements réciprocaires du CHI, de l'EHGO et de l'URNE.

Carte « découverte enfants »

Pour les jeunes de moins de 12 ans au 1^{er} janvier de l'année, permettant de pêcher dans le Var et 90 autres départements réciprocaires du CHI, de l'EHGO et de l'URNE. Pêche à 1 seule ligne.

> Les cartes de pêche occasionnelles...

Carte hebdomadaire

Valable 7 jours consécutifs, entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre, permettant de pêcher dans le Var et 90 autres départements réciprocaires du CHI, de l'EHGO et de l'URNE.

Carte journalière

Valable 1 jour, entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre, permettant de pêcher dans le Var.

Les vignettes de réciprocaité...

> **Vignette de réciprocaité du Club Halieutique Interdépartemental (CHI)**

Permet de pêcher dans 90 autres départements pour ceux qui ont acheté la carte personne majeure.

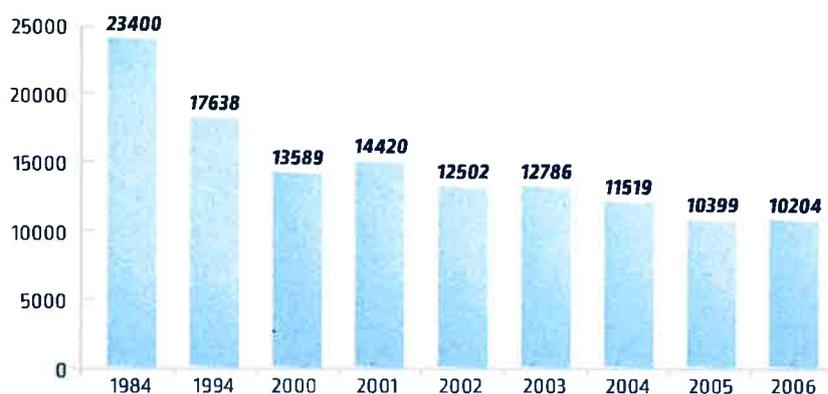
> **Vignette de réciprocaité de l'Union Réciprocaire du Nord-Est (URNE)**

Offre la possibilité aux membres du CHI et de l'EHGO de pêcher dans les départements de l'URNE et réciproquement.



Cartes de Pêche

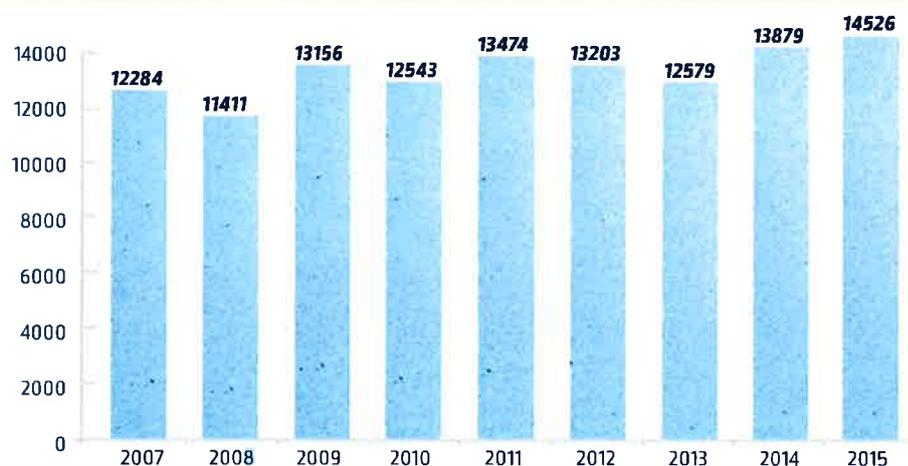
ÉVOLUTION GLOBALE DES VENTES DANS LE VAR (TOUTES CARTES CONFONDUES)

Evolution générale des ventes de cartes de pêche avant la LEMA⁽³⁸⁾

ÉVOLUTION
2000 / 2006
-25%

Source : FPPMA83

Evolution générale des ventes de cartes de pêche après la LEMA



ÉVOLUTION
2007 / 2015
+18%

Source : FPPMA83

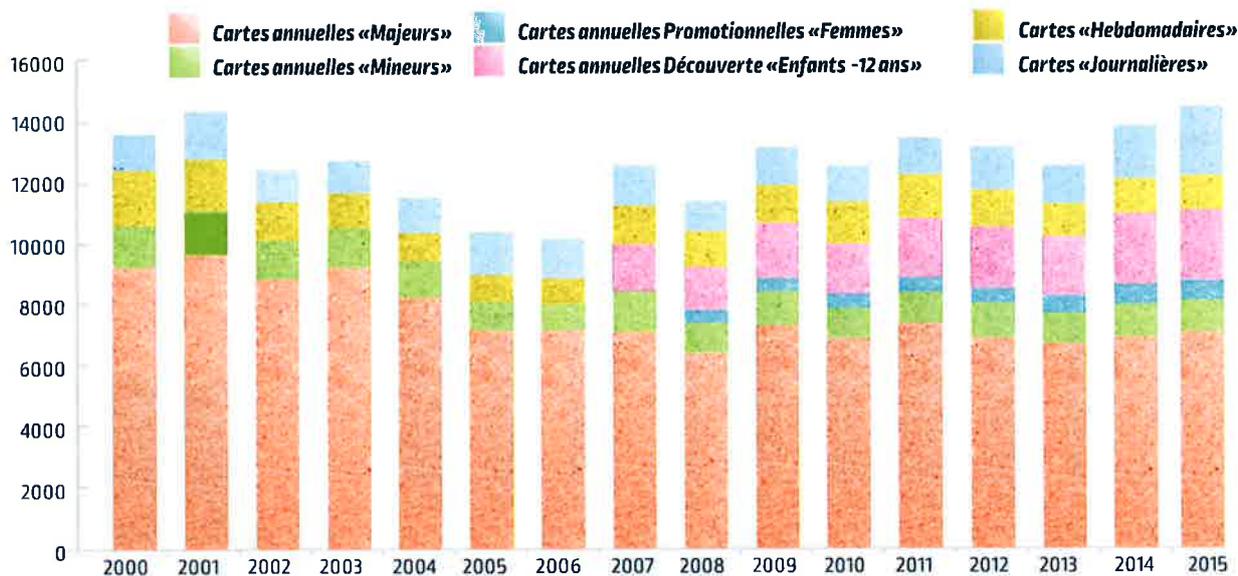
A partir de la mise en place de la Loi sur l'Eau et les Milieux Aquatiques (2007) et la création de la Fédération Nationale de la Pêche en France (FNPF), les ventes de cartes ont fortement augmenté la première année pour se stabiliser autour de 13 000 cartes chaque année (2009/2013) puis d'augmenter sensiblement (2014/2015).

Rang National de la FPPMA83 par cartes de pêche (2015)

TYPE DE CARTE	Majeur et Interfédéral	Découverte FEMMES	Mineur	Découverte -12 ANS	Journalière	Hebdomadaire	Toutes Cartes confondues
RANG NATIONAL	63^{ÈME}	29^{ÈME}	63^{ÈME}	47^{ÈME}	55^{ÈME}	11^{ÈME}	59^{ÈME}

(38) LEMA : Loi sur l'Eau et les Milieux Aquatiques, qui a notamment établi de nouvelles cartes de pêche

Ventes cumulées des cartes de pêche (2000/2015) par produits



Source : FPPMA83

La part des ventes de cartes annuelles adultes a sensiblement diminué entre 2000 et 2009 pour se stabiliser entre 2010 et 2015 au profit des cartes « occasionnelles ».

DIAGNOSTIC

PAGES 106 À 108

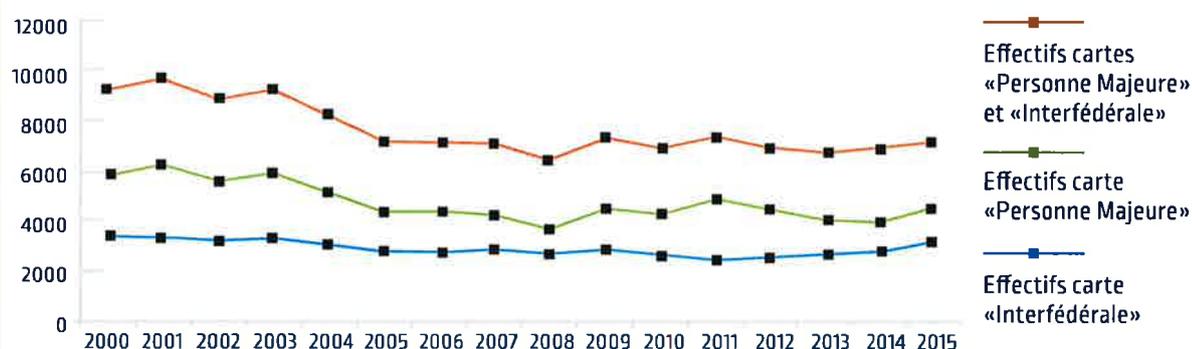
Thème	Atouts	Faiblesses
Liste des cartes de pêche	<ul style="list-style-type: none"> > Une offre de cartes de pêche adaptée au pêcheur > Pêcheur « voyageur » favorisé par les offres des cartes de pêche réciprocitaires 	<ul style="list-style-type: none"> > Rapport tarifaire carte « journalière » / carte « hebdomadaire » en défaveur de la première nommée > Augmentation régulière des tarifs des cartes de pêche > Complexité de l'offre réciprocitaires sur le plan national > Pas de carte « nationale »
Evolution des ventes globales de cartes de pêche	<ul style="list-style-type: none"> > Augmentation des ventes de cartes depuis la LEMA qui confirmerait un retour des activités de pleine nature > Les ventes cumulées par produit montrent une part de plus en plus importante de pêcheurs occasionnels 	<ul style="list-style-type: none"> > Forte baisse des ventes de cartes de pêche durant les années 90 > Classement national des ventes globales peu valorisant > La Fédération ne dispose pas actuellement d'outils de statistiques qui permettent d'interpréter les évolutions en termes de ventes de cartes

Evolution des ventes de cartes de pêche dans le Var par produits

Cartes de Pêche

"PERSONNE MAJEURE" ET "INTERFÉDÉRALE"⁽³⁹⁾

Effectifs des cartes «Personne Majeure» et «Interfédérale»



Source : FPPMA83

ANNÉE	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	ÉVOLUTION 2000 / 2007
Effectifs « Personne Majeure »	5817	6253	5614	5900	5162	4342	4378	4216	-28%
Effectifs « Interfédérale »	3423	3396	3236	3338	3095	2813	2763	2883	-16%
EFFECTIFS TOTAUX	9240	9649	8850	9238	8257	7155	7141	7099	-23%

ANNÉE	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	ÉVOLUTION 2008 / 2015
Effectifs « Personne Majeure »	3672	4481	4255	4880	4340	3997	4038	4056	+10%
Effectifs « Interfédérale »	2729	2849	2635	2448	2605	2718	2838	3111	+12%
EFFECTIFS TOTAUX	6401	7330	6890	7368	6945	6715	6876	7167	+12%

Comparatif sur le plan national (2007/2015)

FPPMA83 : -2%

FNPF : -21%

Synthèse: Ces données montrent une forte chute des effectifs après 2003, année caniculaire et jusqu'en 2007, dernière année de sécheresse chronique. La FPPMA83 a connu (avec la FPPMA34) la plus faible baisse d'effectifs durant la période 2007/2015. Elle se classe au 63ème rang national au niveau des effectifs de pêcheurs « Personne Majeure » en 2015. Sur la période 2000/2015, la part des pêcheurs qui pratiquent dans le Var et hors département (carte interfédérale) a sensiblement augmenté, passant de 37% à 41,3%.

(39) La carte Interfédérale a été créée en 2011. Les effectifs « Interfédérale » comptabilisés entre 2000 et 2010 représentent ceux qui ont acheté la vignette Interdépartementale du Club Halieutique.

Période
d'acquisition de
la carte de pêche
«Personne Majeure»
ou «Interfédérale»
[Estimations 2015]

Taux mensuel des ventes de
carte «Personne Majeure»
et «Interfédérale»



Source : admin.cartedepêche.fr, 2015

Synthèse : La carte de pêche « Personne Majeure » ou « Interfédérale » est acquise par 90% des adhérents lors des 5 premiers mois de l'année (post-ouvertures 1ère et 2nde catégorie). L'ouverture de la pêche en première catégorie est la période principale d'achat.

Evolution des ventes de cartes «Personne Majeure» et «Interfédérale» par AAPPMA [2007/2015]

AAPPMA	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	Différence [volume]
FREJUS	874	876	754	812	838	748	776	734	842	+32
BRIGNOLES	701	628	625	608	556	490	493	409	386	+315
TOULON	566	585	569	632	685	732	667	700	745	-179
SOLLIES-PONT	546	457	440	331	346	342	436	214	257	+289
TRANS	518	523	493	508	507	304	424	370	396	+122
VIDAUBAN	471	442	470	460	462	414	499	392	423	+48
ARTIGNOSC	458	501	515	545	579	471	511	551	591	-133
MONTAUROUX	444	324	318	405	386	541	575	315	196	+248
CARCES	318	262	264	229	274	287	317	287	318	0
DRAGUIGNAN	288	360	316	379	420	450	511	426	473	-185
VINON	270	245	230	242	268	217	202	187	209	+61
FAYENCE	268	249	292	419	542	410	414	638	874	-606
BRAS	238	218	228	201	212	214	195	118	188	+50
PIERREFEU	230	233	250	215	242	239	242	202	235	-5
SALERNES	203	186	209	203	226	215	220	179	208	-5
BARJOLS/L'EAUSALEE	126	116	132	151	193	171	183	159	172	-36
LE MUY	123	89	88	93	77	70	77	65	58	+65
CABASSE	105	110	95	75	72	70	61	33	36	+69
COMPS	69	86	74	75	74	76	77	78	80	-11
GAREOULT	68	84	96	93	124	120	115	81	102	-34
SAINT-ZACHARIE	66	59	54	38	47	44	36	29	29	+37
LE VAL	60	71	64	88	91	117	122	94	104	-44
ROQUEBRUNE	56	55	49	40	45	45	63	56	53	+3
ENTRECASTEAUX	51	57	51	53	45	46	52	43	37	+14
LA MOTTE	36	41	29	35	35	36	34	28	39	-3
TOTAL	7167	6869	6705	6930	7346	6869	7302	6388	7051	+68

Source : FPPMA83

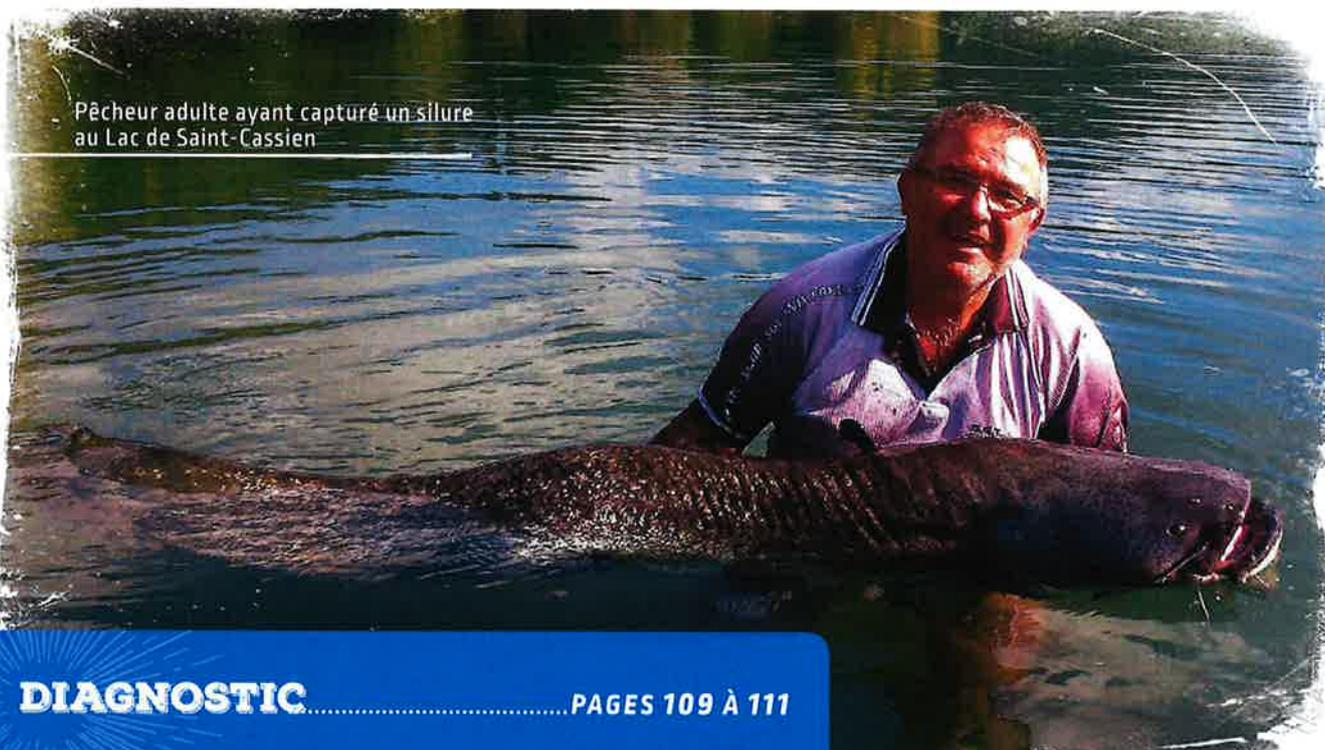
Synthèse: Les AAPPMA gestionnaires des 3 grands plans d'eau sont en forte baisse et représentent un déficit de 491 cartes de pêche entre 2007 et 2015. Les autres baisses sont certainement consécutives à l'installation d'un revendeur dans un grand magasin d'articles de sport et qui dispose d'un rayon pêche (Intersport Brignoles) et ce au dépend des revendeurs des AAPPMA voisines (Garéoult, le Val, Barjols...). Les autres AAPPMA dressent un bilan positif de leurs effectifs entre 2007 et 2015.

Les plus fortes ventes de cartes de pêche « Personne Majeure » sont rassemblées autour des grandes villes et agglomérations (Fréjus, Draguignan, Toulon, Brignoles, Vidauban...).

Parmi les 10 AAPPMA qui vendent le plus de cartes de pêche « Personne Majeure », les plus fortes progressions s'organisent autour de revendeurs spécialisés dans la grande distribution d'articles de pêche (Décathlon, Intersport, Gamm'vert...), à l'exception de l'AAPPMA de Montauroux (La Fario) qui semble bénéficier de la forte baisse des effectifs de l'AAPPMA de Fayence (La Belle Mouchetée du canton de Fayence).

Autour des 3 grands plans d'eau du département (Lac de Ste Croix, St Cassien et Ste Suzanne), les effectifs « Personne Majeure » représentent 21% des adhérents du Var. Ces effectifs ont connu une baisse très sensible de 30%.

Pêcheur adulte ayant capturé un silure au Lac de Saint-Cassien



DIAGNOSTIC..... PAGES 109 À 111

Thème

Les cartes de pêche « Personne Majeure » et « Interfédérale »

Atouts

- > Moins de pertes de cartes qu'au niveau national
- > Stabilité des effectifs depuis la LEMA, voire légère augmentation
- > Un attachement à l'ouverture de la pêche de la truite
- > Bonne résistance des AAPPMA non gestionnaires des grands lacs de barrage, notamment les « petites » AAPPMA
- > Une part plus importante de « pêcheurs nomades » qui pratiquent leur loisir au-delà du département

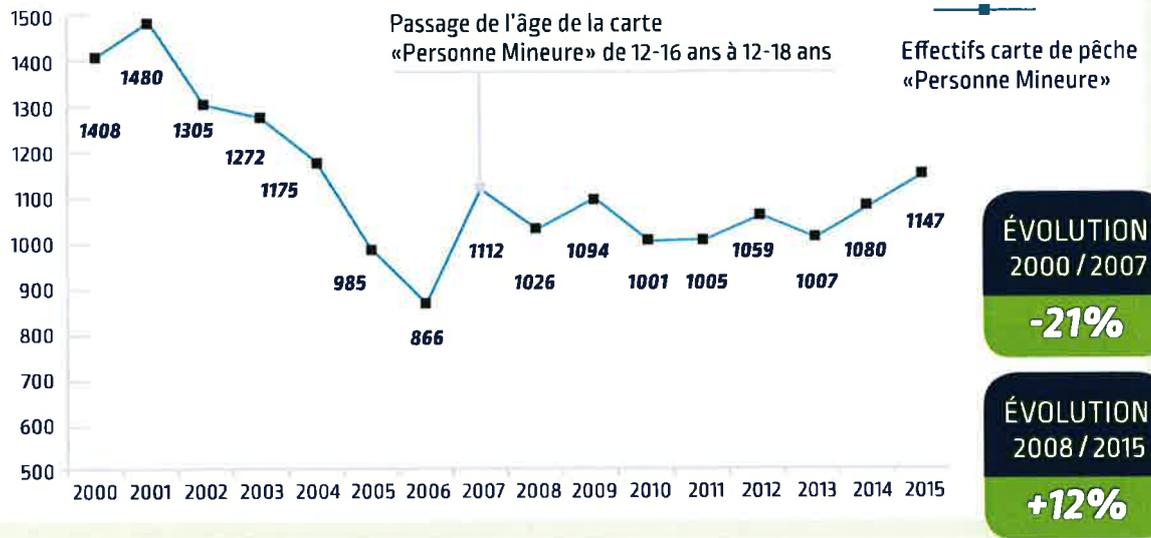
Faiblesses

- > Une baisse de 22% des effectifs sur la période 2000/2015
- > Les cartes « Personne Majeure » sont les principales responsables de la perte de vitesse des ventes générales de cartes de pêche
- > Forte baisse des effectifs des AAPPMA gestionnaires des grands plans d'eau

Cartes de Pêche

"PERSONNE MINEURE"

Effectifs de la carte de pêche «Personne Mineure»

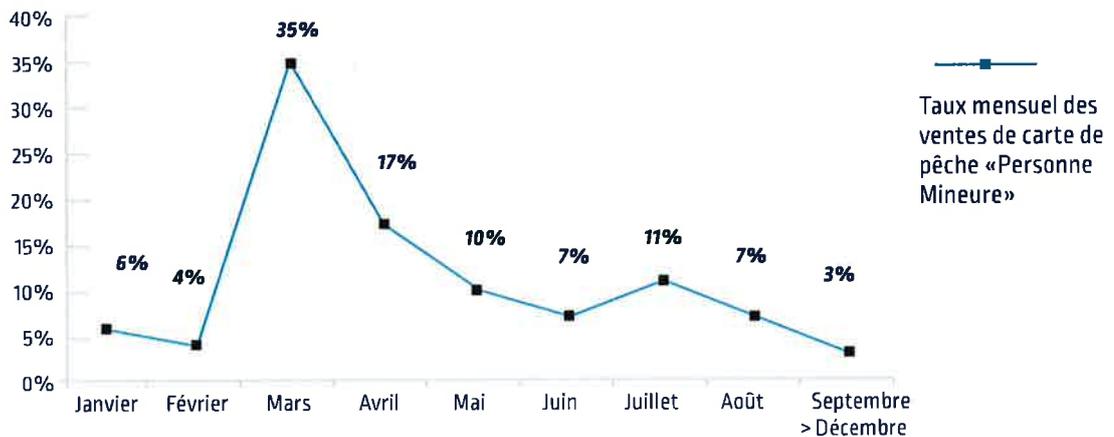


Source : FPPMA83

Comparatif sur le plan national (2007/2015) : FPPMA83 : -3% / FNPF : -18%

La FPPMA83 a connu une légère baisse, bien inférieure à la moyenne nationale. Elle se classe au 63^{ème} rang national au niveau des effectifs de pêcheurs « Personne Mineure ».

Période d'acquisition de la carte de pêche «Personne Mineure» (Estimations 2015)



Source : admin.cartedepeche.fr, 2015

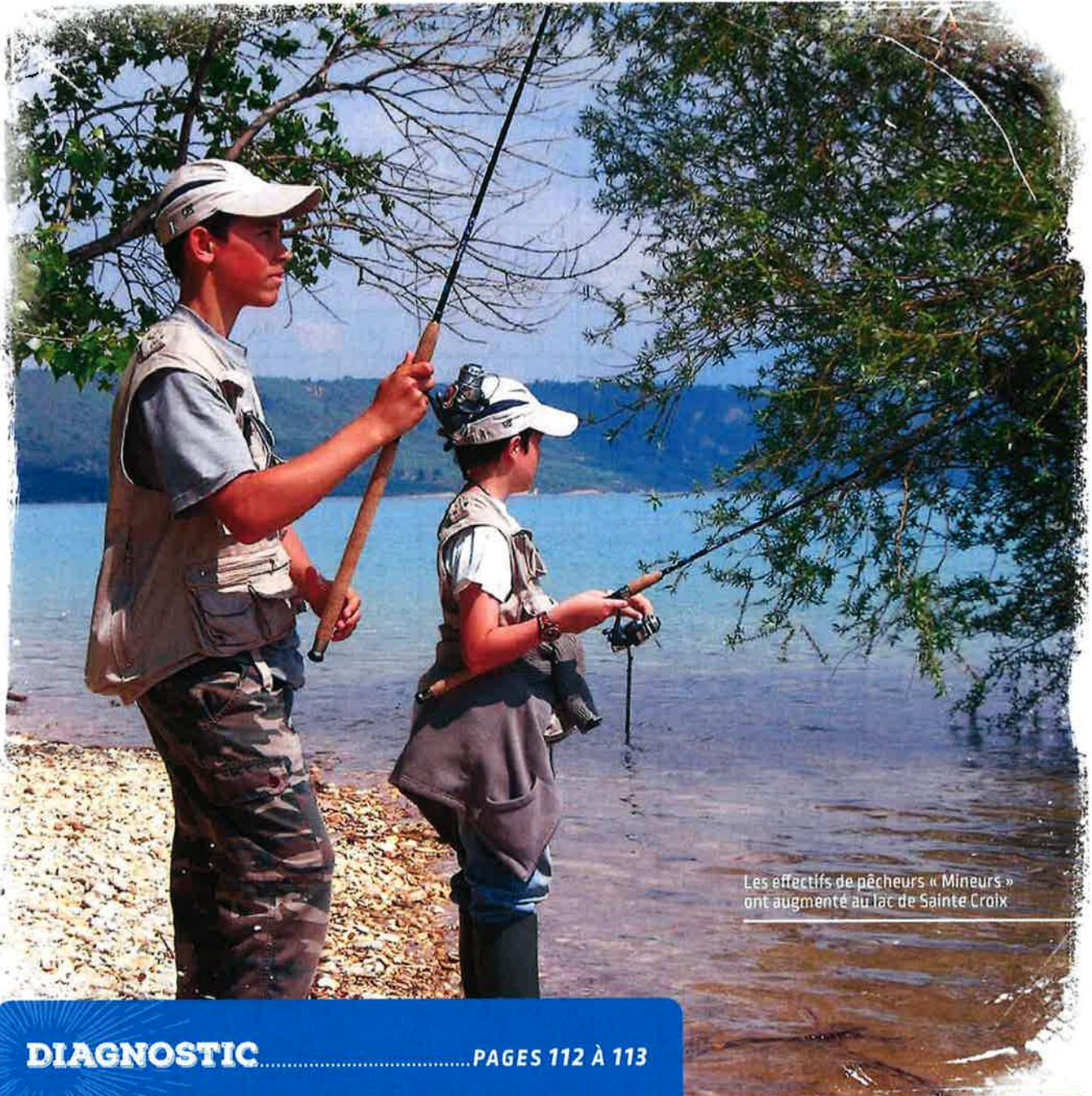
Synthèse: La carte de pêche «Personne Mineure» est acquise par 72% de ses adhérents lors des 5 premiers mois (post-ouvertures 1^{ère} et 2^{nde} catégorie). La première catégorie marque la principale période d'achat de ce produit. Cependant, la période d'achat est plus étalée que pour la carte de pêche « Personne Majeure » avec notamment 18% des ventes réalisées pendant les vacances scolaires de Juillet/Août.

Evolution des ventes de carte de pêche «Personne Mineure» par AAPPMA (2007/2015)

AAPPMA	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	Différence [volume]
ARTIGNOSC	143	139	148	134	121	112	118	116	127	+16
BRIGNOLES	128	112	115	115	108	90	86	87	63	+65
FREJUS	120	95	80	83	64	62	72	67	85	+35
SOLLIES-PONT	78	53	53	50	50	65	71	51	46	+32
VIDAUBAN	66	68	58	64	66	64	60	70	81	-15
MONTAUROUX	63	54	55	47	41	62	68	57	16	+47
CARCES	59	51	43	38	52	52	60	42	54	+5
PIERREFEU	57	67	54	49	51	37	41	35	37	+20
VINON	56	63	43	77	73	63	62	69	51	+5
FAYENCE	47	40	30	42	47	31	31	41	72	-25
BRAS	46	41	53	43	40	35	37	31	49	-3
TRANS	42	44	40	43	44	60	64	62	84	-42
TOULON	42	43	47	66	50	61	43	63	65	-23
SALERNES	39	31	28	25	25	22	27	32	47	-8
DRAGUIGNAN	37	50	30	42	37	40	69	63	67	-30
BARJOLS/L'EAU SALEE	35	24	27	31	36	30	50	48	50	-15
GAREOULT	18	22	14	18	14	20	23	17	28	-10
CABASSE	15	17	17	18	14	18	23	9	11	+4
LE VAL	14	10	10	13	16	17	19	16	26	-12
COMPS	14	24	20	21	10	9	14	8	5	+9
SAINT-ZACHARIE	8	11	16	17	16	9	19	12	17	-9
ROQUEBRUNE	7	5	10	7	2	3	5	3	4	+3
ENTRECASTEAUX	5	4	7	7	10	8	8	2	2	+3
LE MUY	3	3	8	6	14	16	13	12	7	-4
LA MOTTE	2	6	1	2	3	11	11	12	15	-13
TOTAL	1147	1077	1007	1058	1004	997	1094	1025	1109	+38

Source : FPPMA83

Synthèse: On retrouve 8 des 10 AAPPMA qui vendent le plus de cartes « Personne Majeure », en dehors des AAPPMA de Pierrefeu (Le Roseau du Réal Martin) et Bras (L'Argens). Ces 2 AAPPMA disposent notamment de sites « Pêche en famille » accueillants. Autour des 3 grands plans d'eau du département (Lac de Ste Croix, St Cassien et Ste Suzanne), les effectifs « Personne Mineure » représentent 27% des adhérents du Var. Les effectifs sont quasi-stables durant la période 2007/2015.



Les effectifs de pêcheurs « Mineurs » ont augmenté au lac de Sainte Croix

DIAGNOSTIC.....PAGES 112 À 113

Thème

Les cartes de pêche
« Mineur »

Atouts

- Stabilisation des effectifs depuis la LEMA
- Des ventes des cartes de pêche plus étalées dans la saison
- Tarif de la carte jugé raisonnable, produit d'appel pour les jeunes vacanciers

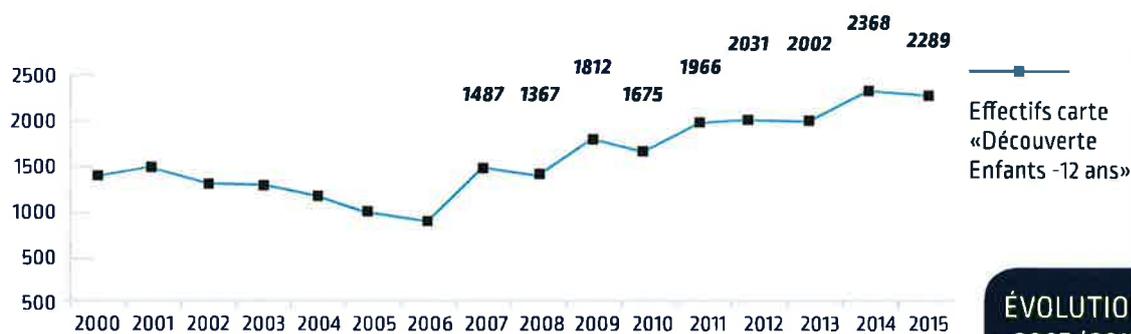
Faiblesses

- Pas de répercussions des fortes ventes de cartes « Découverte Enfants »
- Forte concurrence des activités de loisirs pour cette tranche d'âges
- Une baisse marquée des effectifs dans le bassin de la Nartuby (-40%)
- 2/3 des AAPPMA ont perdu des effectifs

Cartes de Pêche

"DÉCOUVERTE ENFANT -12 ANS"

Effectifs de la carte de pêche «Découverte Enfants -12 ans»

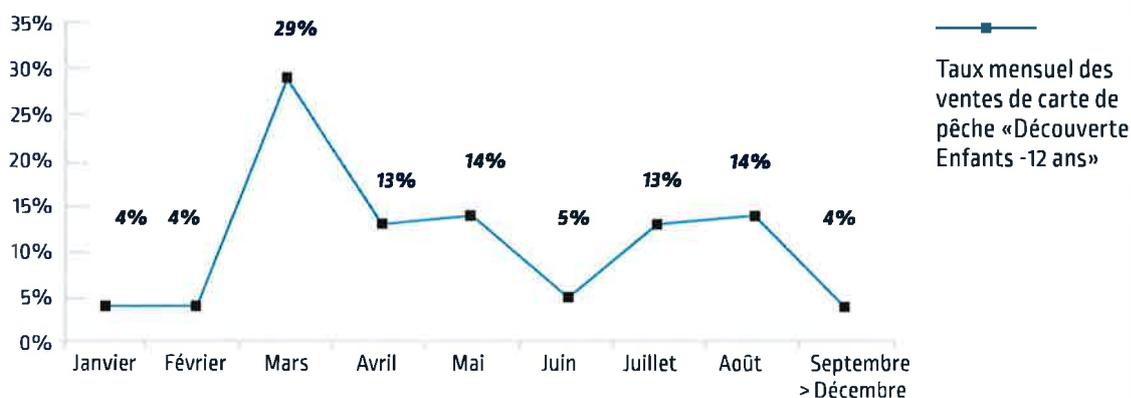
ÉVOLUTION
2007 / 2015

+54%

Source : FPPMAB3

Comparatif sur le plan national (année 2015) :

La FPPMAB3 se classe au 47^{ème} rang national au niveau des effectifs de pêcheurs « - 12 ans ».

Période d'acquisition de la carte de pêche «Découverte Enfants -12 ans»
(Estimations 2015)

Source : admin.cartedepeche.fr, 2015

Synthèse : La carte de pêche «Découverte Enfants -12 ans» est acquise par 64% de ses adhérents lors des 5 premiers mois (post-ouvertures 1^{ère} et 2^{ème} catégorie). L'ouverture de la pêche en première catégorie marque la principale période d'achat de ce produit. Cependant, la période d'achat est plus étalée que pour la carte de pêche « Personne Majeure » avec notamment 27% des ventes réalisées pendant les vacances scolaires de Juillet/Août.

Evolution des ventes de cartes de pêche «Découverte Enfants -12 ans» par AAPPMA (2007/2015)

AAPPMA	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	Différence (volume)
ARTIGNOSC	376	432	430	444	362	322	358	353	357	+19
BRIGNOLES	244	210	183	192	165	119	113	80	77	+167
FREJUS	132	141	112	97	120	102	126	95	115	+17
SOLLIES-PONT	131	143	140	66	116	70	100	28	42	+89
SALERNES	129	108	91	96	89	79	66	76	66	+63
TRANS	127	111	98	86	76	46	68	66	55	+72
CARCES	125	119	86	66	97	93	107	71	95	+30
FAYENCE	118	83	75	91	174	39	62	41	117	+1
VINON	115	116	118	102	142	94	68	65	62	+53
PIERREFEU	104	114	106	84	87	85	90	54	53	+51
VIDAUBAN	100	121	84	99	67	74	115	66	92	+8
MONTAUROUX	95	101	67	81	52	119	113	63	27	+68
TOULON	74	98	81	93	92	80	60	61	86	-12
DRAGUIGNAN	72	108	45	110	61	93	77	60	37	+35
BRAS	67	49	57	51	36	47	39	25	41	+26
COMPS	55	52	16	53	44	40	56	38	26	+29
SAINT-ZACHARIE	50	65	55	47	41	44	43	22	16	+34
BARJOLS/L'EAU SALEE	42	65	60	59	59	34	36	32	37	+5
CABASSE	29	35	14	20	15	15	20	8	11	+18
GAREOULT	28	32	29	7	18	24	30	24	28	0
LE MUY	24	11	13	18	10	5	12	5	6	+18
ROQUEBRUNE	18	19	13	18	4	5	11	5	9	+9
ENTRECASTEAUX	16	13	18	31	19	14	17	11	4	+12
LE VAL	15	12	11	20	17	22	20	16	20	-5
LA MOTTE	3	10	0	0	1	5	3	0	5	-2
TOTAL	2289	2368	2002	2031	1964	1670	1810	1365	1484	+802

Synthèse: Les ventes de cartes de pêche « Découvertes enfants -12 ans » ont augmenté durant la période 2007/2015. Seulement 3 AAPPMA sur 25 ont connu une baisse de leurs effectifs.

Cette tendance à la hausse est constatée au niveau national. 6 AAPPMA sur 10 correspondent à celles qui vendent également le plus de cartes de pêche « Personne Majeure », ce qui tend à confirmer le caractère familial de la pratique de la pêche de loisirs. Néanmoins, ces chiffres démontrent que de nombreux enfants pratiquent leur activité sans l'aide d'un parent pêcheur.

Parmi les 10 AAPPMA qui vendent le plus de cartes de pêche

« Découverte Enfants -12 ans », 5 d'entre elles bénéficient de revendeurs spécialisés dans la grande distribution d'articles de pêche (Décathlon, Intersport, Gamm'vert...) ou des dépositaires qui possèdent un rayon pêche (à Salernes, Carcès, Pierrefeu et Artignosc)

Autour des 3 grands plans d'eau du département (Lac de Ste Croix, St Cassien et Ste Suzanne), les effectifs « Découverte Enfants -12 ans » représentent 33% des adhérents du Var dont 16% pour la seule AAPPMA d'Artignosc (La truite varoise du Verdon).



Le nombre de pêcheurs « Enfants » a bondi de +55% entre 2007 et 2015

DIAGNOSTIC..... PAGES 115 À 117

Thème

Cartes de pêche
« Découverte
Enfants – 12 ans »

Atouts

- > Une progression des ventes marquée de manière homogène
- > Un produit d'appel pour les pêcheurs réguliers mais aussi occasionnels
- > Forte saisonnalité des ventes
- > Les grands lacs de barrage attirent cette clientèle

Cartes de Pêche

"PROMOTIONNELLES FEMMES"

Effectifs des cartes de pêche «Promotionnelles Femmes»

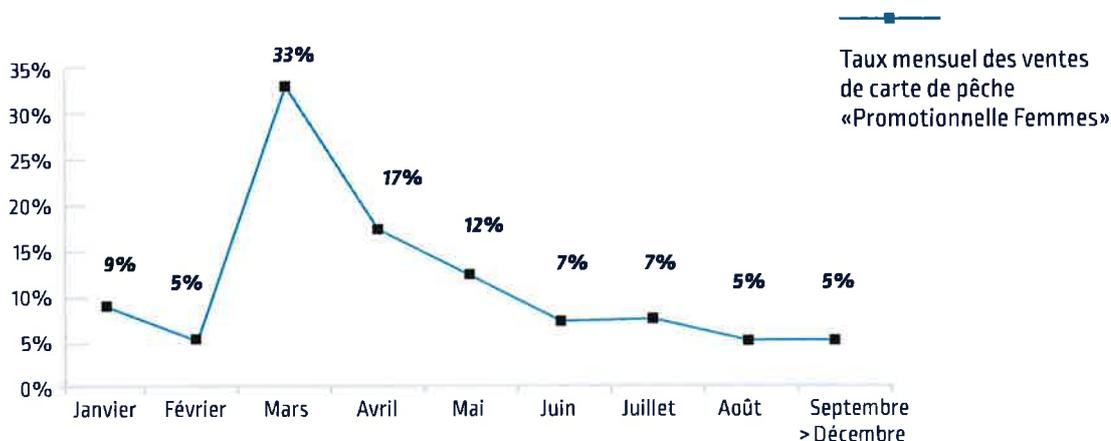


Source : FPPMA83

Comparatif sur le plan national (2008/2015) : FPPMA83 : +75% / FNPF : +20%

La FPPMA83 a connu une progression plus importante que la moyenne nationale. Elle se classe au 29^{ème} rang national au niveau des effectifs de pêcheurs « Découverte Femmes ». La vente des cartes de pêche « Promotionnelle Femmes » n'a cessé d'augmenter depuis sa création.

Taux mensuel des ventes de carte de pêche «Promotionnelle Femmes»



Source : admin.cartedepeche, 2015

Synthèse : la carte de pêche « Promotionnelle Femmes » n'est pas une carte « touristique » mais bien une adhésion annuelle au loisir pêche, et plus particulièrement à partir de l'ouverture de la pêche en première catégorie piscicole, puisque 75% des cartes sont vendues sur les 5 premiers mois de l'année.

Evolution des ventes de carte de pêche « Promotionnelle Femmes » par AAPPMA (2008/2015)

Autour des 3 grands plans d'eau du département (Lac de Ste Croix, St Cassien et Ste Suzanne), les effectifs « Promotionnelle Femmes » représentent 31% des adhérents du Var. 9 AAPPMA sur 10 correspondent à celles qui vendent également le plus de cartes de pêche « Majeurs », ce qui tend à confirmer le caractère familial de la pratique de la pêche de loisirs.

Evolution des ventes de carte de pêche « Promotionnelle Femmes » par AAPPMA (2008/2015)

AAPPMA	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	Différence (volume)
ARTIGNOSC	88	115	85	69	61	65	60	57	+31
BRIGNOLES	65	57	50	45	47	30	31	28	+37
FREJUS	55	72	50	50	52	34	28	28	+27
TOULON	54	45	45	44	57	48	43	39	+15
VIDAUBAN	48	29	28	25	22	16	25	22	+26
SOLLIES-PONT	46	41	21	31	15	20	22	7	+39
TRANS	43	36	31	47	38	24	24	26	+17
FAYENCE	36	29	21	16	17	6	11	9	+27
MONTAOUROUX	33	29	36	21	15	27	29	13	+20
CARCES	27	28	19	6	14	17	21	15	+12
DRAGUIGNAN	26	30	17	32	26	37	31	33	-7
VINON	26	24	13	20	19	18	10	7	+19
BRAS	22	22	20	16	15	15	9	6	+16
PIERREFEU	19	25	18	15	11	5	9	15	+4
SALERNES	12	10	15	10	11	12	10	9	+3
CABASSE	9	6	4	3	4	4	7	10	-1
BARJOLS/L'EAU SALEE	8	11	9	13	11	10	12	11	-3
ROQUEBRUNE	7	7	5	5	2	0	3	5	+2
COMPS	7	9	5	5	8	6	7	7	0
ENTRECASTEAUX	7	6	8	4	5	2	4	4	+3
SAINT-ZACHARIE	6	4	2	5	6	9	4	2	+4
GAREOULT	4	7	8	7	6	6	5	3	+1
LEMUY	3	5	4	10	2	4	5	4	-1
LE VAL	3	2	0	5	4	5	5	3	0
LA MOTTE	1	1	2	2	0	1	3	10	-9
TOTAL	655	650	516	506	468	421	418	373	+281

Source : FPPMAB3

DIAGNOSTIC..... PAGES 118 À 119

Thème

Cartes de pêche
« Promotionnelle
femmes »

Atouts

- > Une carte de pêche à un prix attractif, produit d'appel
- > Augmentation chronique des ventes de cette carte de pêche depuis sa création
- > Classement national plus valorisant que les cartes « Majeurs »
- > Les plus fortes ventes se déroulent au sein des AAPPMA qui connaissent également les plus fortes ventes de cartes « Personne Majeure », ce qui confirme le caractère familial de la pratique de la pêche par les femmes.
- > Développement d'activités pêche à destination du public féminin : animations, associations

Faiblesses

- > Forte disparité des ventes par AAPPMA

Cartes de Pêche

"JOURNALIÈRES"

Effectifs des cartes de pêche « Journalières » (2000 / 2015)

ÉVOLUTION
2000 / 2007

+8%

ÉVOLUTION
2008 / 2015

+107%

Source : FPPMA83

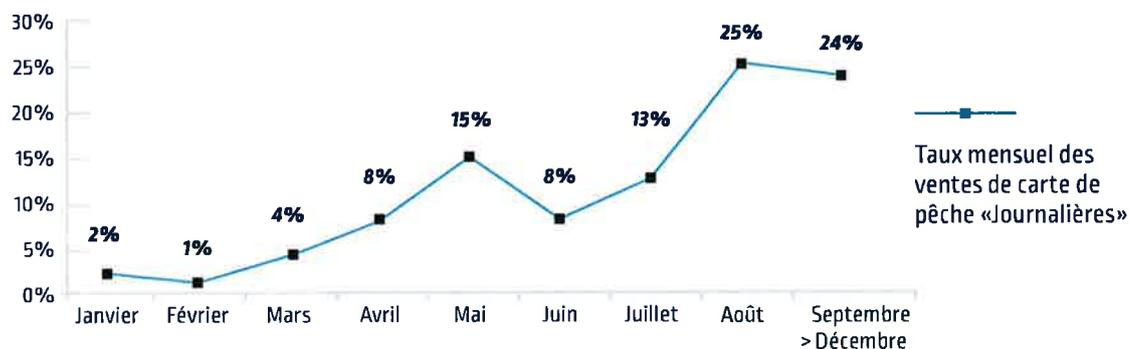
Comparatif sur le plan national (2007/2015) :

FPPMA83 : +57%

FNPF : +61%

La FPPMA83 a connu une augmentation sensible de ses effectifs. Dans le même temps, les ventes ont progressé plus rapidement sur le plan national. La FPPMA83 se classe au 55^{ème} rang national au niveau des effectifs de pêcheurs « journaliers ». Dans le Var, le prix de cette carte (15€) est supérieur au tarif moyen national, proche de 12€ en 2014 (11,83€ sur 90 départements référencés sur www.cartedepeche.fr).

Période d'acquisition de la carte de pêche « Journalière » (Estimations 2015)



Source : admin.cartedepeche.fr, 2015

Synthèse : la carte de pêche « Journalière » est avant tout une carte « estivale » avec plus de la moitié des ventes au troisième trimestre. Elle est également plébiscitée lors des périodes de vacances scolaires du printemps (Pâques) et lors des ponts (Mai). Elle est synonyme des « beaux jours » puisque 75% des ventes se déroulent entre Mai et Septembre. Elle a peu d'impacts lors de l'ouverture de la pêche en première catégorie piscicole. Ses ventes sont plus étalées que les cartes de pêche annuelles. La vente des cartes de pêche « Journalière »

est principalement concentrée dans le secteur d'influence des AAPPMA gestionnaires des grands plans d'eau (48% des ventes globales). Cependant, on assiste à un étalement géographique des ventes avec une augmentation des ventes quasi-généralisée autour des AAPPMA qui ne gèrent pas de grands lacs. La carte de pêche « journalière » est pour certains un produit d'appel vers une consommation plus régulière de l'activité pêche. (cf. étude de la FPPMA09) puisque 9% des effectifs achètent l'année suivante une carte de pêche annuelle.

Le Public pêcheur «Journalier»⁽⁴⁰⁾**D'où vient-il ?**

- > 87% de la région Provence Alpes Côte d'Azur, dont : 57% du Var / 20% des Alpes Maritimes / 8% des Bouches du Rhône / 1% des Hautes Alpes / 1% du Vaucluse
- > 3% étrangers
- > 3% de la région parisienne
- > 9% de 27 autres départements de France

Age moyen

39 ans, ce qui paraît jeune puisque ne sont pas comptabilisés les enfants de -12 ans qui achètent une carte «Découverte Enfants » à 5€.

Quand achète-t-il une carte journalière ?

- > 1^{er} trimestre : 3% des ventes
- > 2^{ème} trimestre : 17% des ventes
- > 3^{ème} trimestre : 56% des ventes
- > 4^{ème} trimestre : 24% des ventes

Où pêche-t-il (2012/2013)?

- > 26% les lacs du Verdon
- > 18% le lac de St Cassien
- > 11% autour de Fréjus/St Raphaël
- > 8% au lac de Carcès
- > 7% AAPPMA de Toulon et ses environs

Evolution des ventes de carte de pêche «Journalière» par AAPPMA (2007/2015)

AAPPMA	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	Différence
ARTIGNOSC	423	396	317	357	336	375	390	309	390	+33
FAYENCE	238	213	82	174	242	146	140	102	319	-81
FREJUS	202	188	146	144	116	132	129	129	105	+97
CARCES	164	120	99	115	92	75	134	128	140	+24
MONTAUROUX	152	228	109	92	61	96	116	63	42	+110
TOULON	123	111	101	86	73	56	60	53	75	+48
DRAGUIGNAN	95	40	52	64	49	51	28	32	56	+39
BRIGNOLES	85	76	41	62	49	30	38	25	17	+68
SOLLIES-PONT	83	54	28	24	17	25	27	14	17	+66
TRANS	83	54	45	49	34	26	26	17	9	+74
VINON	67	45	44	44	36	39	22	20	13	+54
VIDAUBAN	55	69	33	19	7	0	2	0	0	+55
PIERREFEU	40	45	32	20	10	18	14	8	14	+26
BRAS	37	15	28	40	16	17	18	10	14	+23
SALERNES	34	31	29	27	20	31	23	22	20	+14
ROQUEBRUNE	21	22	15	10	10	2	5	7	4	+17
CABASSE	21	20	5	12	11	12	6	0	2	+19
COMPS	19	4	11	8	7	14	11	6	8	+11
LE MUY	16	3	1	5	0	0	0	0	0	+16
LE VAL	16	7	7	6	10	7	2	3	15	+1
GAREOULT	13	6	16	10	4	14	9	10	5	+8
SAINT-ZACHARIE	12	6	2	10	1	0	0	0	0	+12
BARJOLS/L'EAUSALEE	10	5	16	8	9	18	12	14	22	-12
ENTRECASTEAUX	9	2	0	2	1	0	1	5	1	+8
LA MOTTE	6	7	1	3	2	10	5	3	5	+1
TOTAL	2024	1767	1260	1391	1213	1194	1218	980	1293	+731

Source : FPPMA83

(40) Données récoltées dans le questionnaire « Pêcheurs » de la FPPMA (2012) et les statistiques disponibles sur admin.cartedepêche.fr (année 2014)



Pêche estivale dans le lac d'Esparron-Gréoux et St Julien le Montagnier

DIAGNOSTIC.....PAGES 120 À 121

Thème

Cartes de pêche
« Journalière »

Atouts

- > Carte principalement à vocation touristique
- > Forte augmentation des effectifs
- > Les grands lacs de barrage : produits d'appel
- > Etalement des ventes de cartes de pêche à tout le territoire avec le développement de nouvelles pratiques de pêche : pêche à la balance...
- > La vente par internet facilite son acquisition (24/24h, 7/7j)
- > Un produit adapté à la clientèle plus jeune (18/44 ans)
- > Produit qui répond aux attentes de la clientèle occasionnelle consommatrice de loisirs variés
- > Produit d'appel (9% des clients achètent une carte de pêche annuelle en n+1)

Faiblesses

- > Produit encore peu développé dans les secteurs autres que les grands lacs
- > Tarif de la carte de pêche dans le Var le plus cher sur le plan national (moyenne nationale : 12€ en 2014)
- > Progression des ventes de cartes de pêche plus lente que sur le plan national
- > Un classement national des ventes de cartes de pêche peu flatteur au regard de l'affluence touristique
- > Une carte qui séduit peu le public varois, en dépit d'une hausse relative en 2014/2015

Cartes de Pêche

"HEBDOMADAIRES"

Il est important de rappeler que la carte de pêche « Vacances » valable 15 jours consécutifs au prix de 33,50€ a été remplacée en 2011 par la carte « hebdomadaire » valable 7 jours consécutifs au prix de 32€.

Effectifs des cartes de pêche «Vacances / Hebdomadaires» (2000/2015)

ÉVOLUTION
1994 / 2007

-4%

ÉVOLUTION
2008 / 2015

-2%

Source : FPPMA83

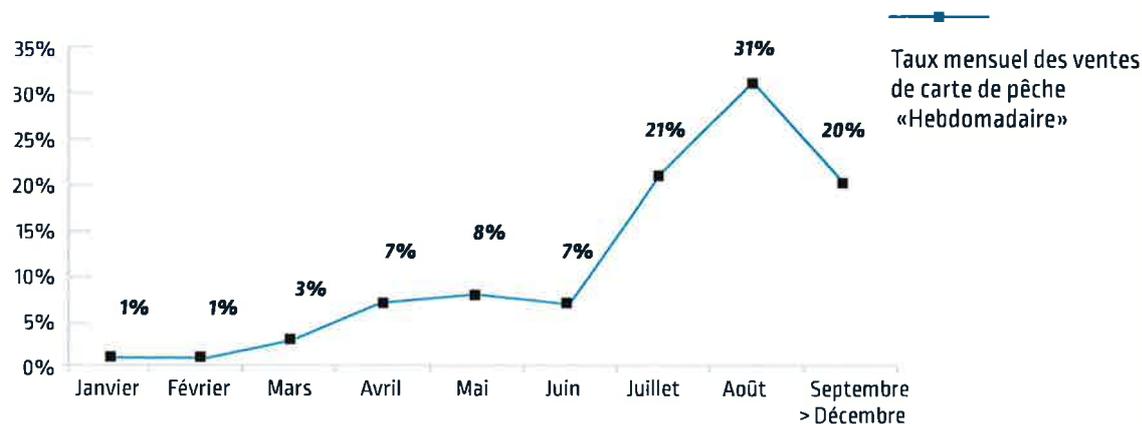
Comparatif sur le plan national (2007/2015) :

FPPMA83 : -4%

FNPF : +0,5%

La FPPMA83 se classe au 11^{ème} rang national au niveau des effectifs de pêcheurs « hebdomadaires ».

Période d'acquisition de la carte pêche «Hebdomadaire» (Estimations 2015)



Source : admin.cartedepeche.fr, 2015

Evolution des ventes de cartes de pêche «Hebdomadaire» par AAPPMA (2007/2015)

AAPPMA	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	Différence (volume)
ARTIGNOSC	415	411	404	510	393	366	327	354	354	+61
MONTAUROUX	198	147	150	185	257	196	240	210	62	+136
FREJUS	132	79	86	83	93	78	83	85	107	+25
FAYENCE	106	103	51	195	405	333	331	341	495	-389
CARCES	105	80	88	79	75	161	72	66	49	+56
BRIGNOLES	34	47	34	29	29	29	28	34	33	+1
VINON	32	33	27	23	27	36	21	24	24	+8
SALERNES	31	28	32	21	17	25	21	22	23	+8
ROQUEBRUNE	30	33	21	23	24	0	25	24	31	-1
VIDAUBAN	28	41	47	34	17	36	48	23	29	-1
TOULON	26	24	27	16	26	29	10	13	15	+11
TRANS	26	23	4	6	23	0	20	14	10	+16
SOLLIES-PONT	22	15	28	9	12	14	8	5	1	+21
BRAS	17	6	7	11	8	4	2	6	5	+12
COMPS	9	4	5	6	6	8	6	6	7	+2
BARJOLS/L'EAUSALEE	8	11	9	2	6	3	6	7	11	-3
PIERREFEU	5	10	4	5	9	4	5	5	7	-2
ENTRECASTEAUX	5	3	3	5	1	0	5	2	0	+5
LE MUY	4	3	7	6	5	3	1	1	9	-5
DRAGUIGNAN	4	16	18	15	13	20	14	9	10	-6
GAREOULT	3	10	11	4	2	9	2	7	5	-7
CABASSE	3	6	13	1	2	4	1	0	1	+2
SAINT-ZACHARIE	1	1	0	1	0	0	0	0	0	+1
LE VAL	0	3	3	1	3	3	7	5	5	-5
LA MOTTE	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	1244	1138	1079	1270	1453	1361	1283	1263	1293	-49

Source : FPPMA83

Synthèse : La carte de pêche « Hebdomadaire » est avant tout une carte « estivale » avec plus de 60% des ventes au troisième trimestre. Elle est synonyme des « beaux jours » puisque 75% des ventes se déroulent entre Mai et Septembre. Elle a peu d'impacts lors de l'ouverture de la pêche en première catégorie piscicole. Tout comme les cartes de pêche « Journalière », ses ventes sont plus étalées que les cartes de pêche annuelles. Autour des grands plans d'eau, ces cartes représentent 65% des ventes globales. Les ventes des AAPPMA proches du lac de St Cassien ont connu la plus forte baisse. On assiste à un léger étalement géographique des ventes avec une augmentation des ventes quasi-généralisée autour des AAPPMA qui ne gèrent pas de grands lacs (+7% sur la période 2007/2015).

Le Public pêcheur «Hebdomadaire»⁽⁴¹⁾**D'où vient-il ?**

60% de France et 40% des pays étrangers

- > 17% du Var
- > 10% d'Allemagne
- > 8% d'Italie
- > 7% de Rhône Alpes
- > 7% de la Région Parisienne
- > 6% de Nord Pas de Calais Picardie
- > 6% d'Alsace Lorraine
- > 5% de PACA
- > 5% de Belgique
- > 5% d'Angleterre
- > 3% de Suisse
- > 3% d'Autriche
- > 3% de République Tchèque
- > 2% d'Hollande

> 13% des autres départements

Age moyen

41 ans, ce qui paraît jeune puisque ne sont pas comptabilisés les enfants de -12 ans qui achètent une carte « Découverte Enfants » à 5€ ainsi que les mineurs (carte annuelle « Mineurs » à 20€)

Quand achète-t-il une carte hebdomadaire ?

- > 1^{er} trimestre : 6% des ventes
- > 2^{ème} trimestre : 22% des ventes
- > 3^{ème} trimestre : 55% des ventes
- > 4^{ème} trimestre : 17% des ventes

Où pêche-t-il (2012/2013)?

- > 41% les lacs du Verdon
- > 25% le lac de St Cassien
- > 7% le lac de Carcès
- > 7% autour de Fréjus/St Raphaël

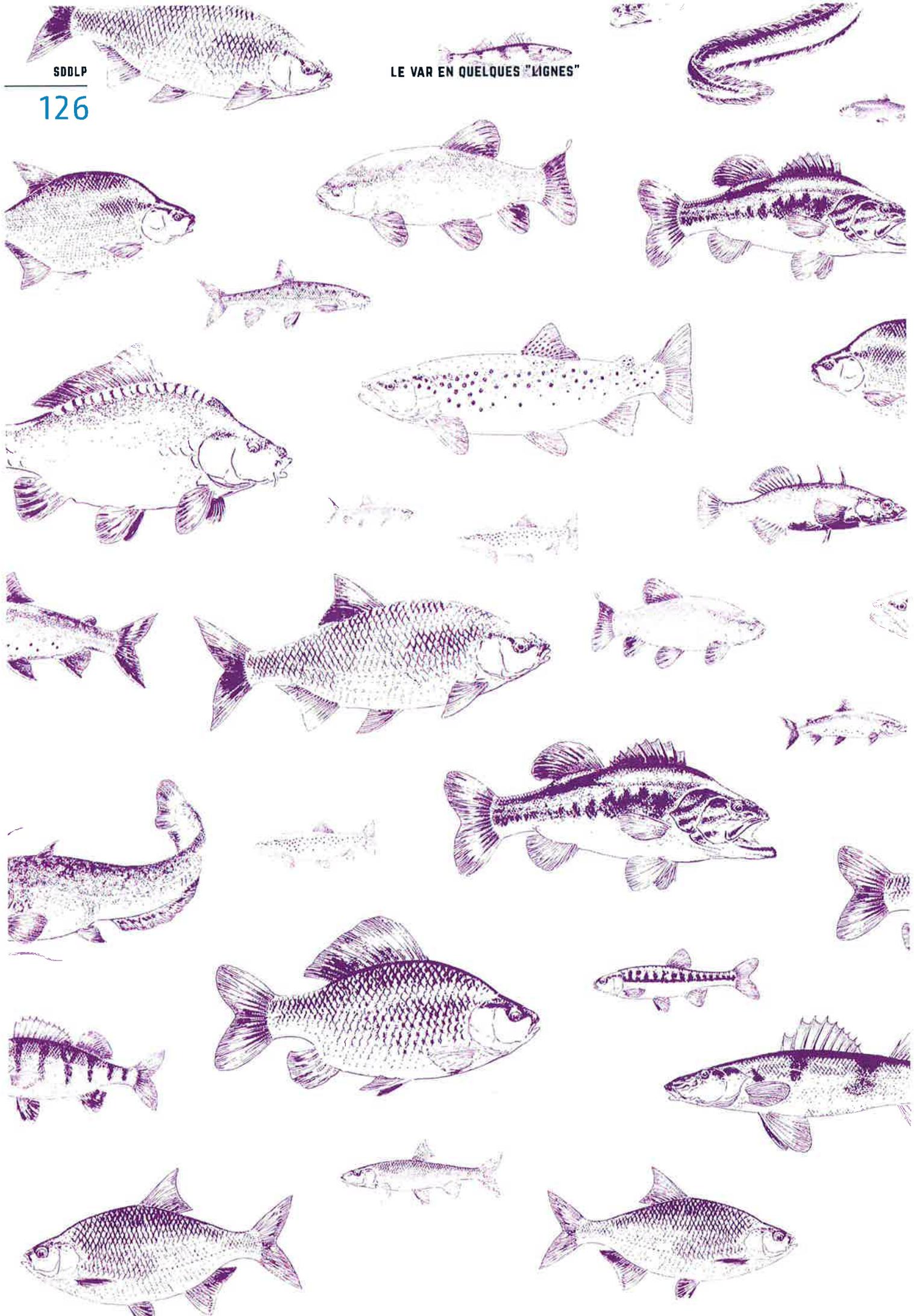


Le lac de Sainte Croix, destination halieutique pour la pêche en embarcation pour les détenteurs d'une carte de pêche « Hebdomadaire »

DIAGNOSTIC.....PAGES 122 À 125

Thème	Atouts	Faiblesses
Cartes de pêche « Hebdomadaire »	<ul style="list-style-type: none"> > Carte principalement à vocation touristique > Les grands lacs, cibles de la clientèle (2/3 des ventes) > Tarif avantageux (4,60 €/jour) > Une clientèle étrangère consommatrice de ce produit > Produit d'appel (9% des clients achètent une carte de pêche annuelle en n+1) 	<ul style="list-style-type: none"> > Hétérogénéité des ventes sur le plan géographique > Progression moins importante que sur le plan national > Baisse importante des effectifs au sein des AAPPMA gestionnaires du lac de St Cassien (-253 cartes de pêche sur la période 2007/2015) > Rapport affluence touristique/vente des cartes assez défavorable > Une carte qui séduit peu le public varois

(41) Données récoltées dans le questionnaire « Pêcheurs » de la FPPMA83 (2012) et les statistiques disponibles sur admin.carledepeche.fr (année 2014)



La Formation Professionnelle

BP JEPS



BP JEPS: HISTORIQUE ET RETOURS D'EXPÉRIENCES

Définition

le BPJEPS (le brevet professionnel de la jeunesse, de l'éducation populaire et du Sport), option pêche de loisirs, est le seul diplôme reconnu par les services de l'Etat par Arrêté Ministériel du 28 mars 2003, et qui permet d'intervenir auprès du public en tant que moniteur-guide de pêche (MGP) indépendant ou animateur salarié d'une structure privée ou publique contre rémunération.

Historique dans le Var

Depuis 2007, la Fédération accueille chaque année la journée de sélection des candidats au BPJEPS, et dont le Président de sélection est le Président de la FPPMA83. La FPPMA83 sélectionne un stagiaire inscrit au BPJEPS selon les besoins.

- > Pour le stagiaire, cette période de stage au sein du PDIPN basé à Pignans lui permet de valider des Unités Capitalisables (UC) nécessaires pour valider l'obtention du diplôme et d'acquérir l'expérience nécessaire à son autonomie dans l'animation.
- > Pour la FPPMA83, il s'agit d'un soutien non négligeable dans l'aide à l'accueil de groupes pour des animations.

Année	Nom du Stagiaire	Activité liée au loisir Pêche suite à l'obtention du diplôme	Si OUI, dans quel domaine	Activité à temps complet / partiel
2008	Jean Christophe BROUET	OUI	Moniteur-guide de pêche en Mer	Non connu
2010	Mike FLORIN	OUI	> Vendeur pêche au sein d'un magasin de vente d'articles de sports. > Formateur pêche pour la Région PACA	COMPLET
2011	Max ROLLAND	NON		NON
2012	Joss ORSONI	NON		NON
2013	Eric LETERRIER	OUI	> Association halieutique > Moniteur-guide de pêche	COMPLET
2014	Patrice FAIST	En attente		
2015	Michael MARTIN	OUI	> Moniteur-guide de pêche	Démarrage de l'activité



Eric Leterrier, ancien stagiaire BPJEPS, désormais agent de développement au sein de la FPPMA83

DIAGNOSTIC.....PAGE 128

<i>Thème</i>	<i>Atouts</i>	<i>Faiblesses</i>
<p>La formation professionnelle BPJEPS</p>	<ul style="list-style-type: none"> > Le BPJEPS, un diplôme reconnu qui a permis de développer un réseau de Moniteurs-Guides de Pêche (MGP) au sein du département > Le MGP participe à la pérennisation du pêcheur > Un diplôme qui professionnalise l'offre d'accompagnement dans la pratique de la pêche de loisir > L'accueil de stagiaires BPJEPS au sein de la FPPMA83 permet de renforcer et faciliter l'organisation des journées d'animations > Un rapprochement nécessaire entre la FPPMA83 et les MGP 	<ul style="list-style-type: none"> > Pas de produits touristiques incluant du guidage dans l'offre de la FPPMA83 > Convention FPPMA83/MGP à développer > Tous les stagiaires ne deviennent pas MGP > Une offre supérieure à la demande actuelle



Les Partenaires

FINANCIERS

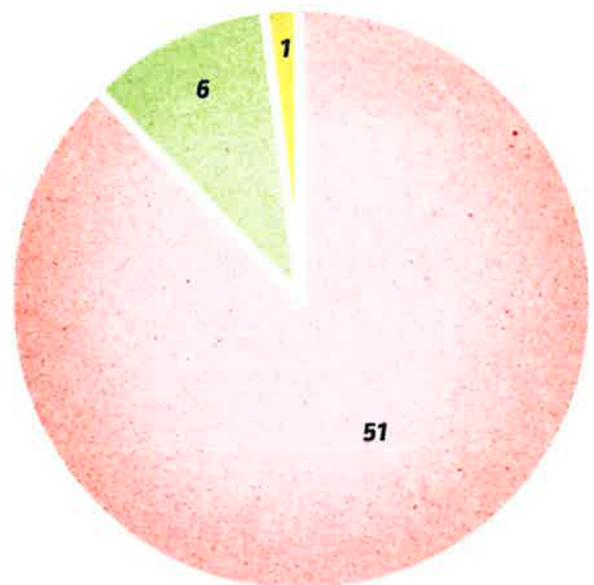
LES COLLECTIVITÉS PUBLIQUES AU SEIN DES AAPPMA

23 AAPPMA du Var sur 25 bénéficient de subventions dotées par les collectivités publiques (Mairie, Canton, Communauté de communes ou d'agglomération...)⁽⁴²⁾.

Les partenariats financiers sous forme de subventions sont bien représentés au niveau local (Mairies) malgré une baisse constante de ces dotations.

Peu de partenariats sont effectués au niveau des Territoires...

Nombre de partenariats publics
avec les AAPPMA



(42) Enquête «Etat des lieux AAPPMA»



LES PARTENARIATS PRIVÉS

Le Mécénat, un dispositif « gagnant/gagnant »

Le mécénat est un engagement libre de l'entreprise au service de causes d'intérêt général, inscrites dans la durée, sous la forme d'un don financier, de produits, de technologie ou d'un apport de compétences, sans recherche d'impact sur ses activités marchandes. Ce phénomène est en forte croissance ces dernières années⁽⁴³⁾.

En France, il a concerné 12% des entreprises pour 2.8 Milliards d'euros⁽⁴⁴⁾, dont 3% de ce budget a été consacré à des projets liés à l'environnement.

Le mécénat n'est pas un acte réservé aux très grandes entreprises : 98 % des entreprises mécènes sont des TPE ou des PME.

Les AAPPMA ou la FPPMA83 sont éligibles au mécénat puisqu'elles remplissent les principaux critères : l'intérêt général et la gestion désintéressée. Peu de projets ont été proposés à des mécènes.

Le mécénat en France est encadré et encouragé par un dispositif fiscal avantageux. Il permet notamment aux entreprises et aux particuliers de déduire respectivement 60 % et 66 % de leurs dépenses de mécénat de leurs impôts, sous certaines conditions.

Des associations ou entreprises privées sont spécialisées dans la recherche de mécènes et la mise en relation avec des structures demandeuses. Pour exemple, Admical, une Association reconnue d'utilité publique, aide à la recherche de mécénat et propose un « Pack Pro » qui permet :

- > Des formations pour améliorer ses connaissances du mécénat d'entreprise et professionnaliser ses démarches (éligible à la formation professionnelle)
- > Un outil pour trouver des mécènes : Le Répertoire du mécénat avec plus de 600 entreprises offrant du mécénat
- > Un magazine trimestriel sur l'actualité du mécénat

(43) Données CSA 2014

(44) Le Mécénat en France, 2014, CSA

3

LE SPONSORING

Le Sponsoring ou Parrainage est une opération commerciale dont l'entreprise attend un bénéfice commercial direct, et proportionné au soutien qu'elle apporte au projet. Cette distinction est importante en pratique car le parrain, ou sponsor, ne bénéficie pas des mêmes avantages fiscaux que le mécène. En d'autres termes, le mécénat est un don, tandis que le parrainage est un achat de service publicitaire. Une entreprise peut bien sûr combiner les deux pratiques. En France, le sponsoring du sport représente à lui seul 5 à 6 milliards d'euros.⁽⁴⁵⁾

Dans le Var, la FPPMA recherche des sponsors dans le

cadre de ses animations : (Partie de Pêche Poissons chat et Perches Soleil, Troc Pêche, Fête de la Pêche, journées de nettoyage...) ou de ses outils de communication (brochures, application mobile...). Ce dernier est ainsi plus développé que la recherche de mécènes. Sur un plan territorial, 7 AAPPMA sur 25 démarchent des sponsors dans le cadre de leurs projets⁽⁴⁶⁾, dont 61% des sponsors sont détenus par une seule AAPPMA.

Pour recruter de nouveaux sponsors, il existe des outils, notamment Internet, qui permettent de mettre en relation les sponsors et l'offre et la demande.



Exemple de partenariat réalisé localement entre une AAPPMA du Var et un partenaire financier

(45) Données CSA, 2014

(46) Enquête «Etat des Lieux AAPPMA 2013»



LES COMITÉS D'ENTREPRISE

Dans le cadre de son Schéma National de Développement du Loisir Pêche, la Fédération Nationale pour la Pêche en France (FNPF) s'est lancée dans la recherche de partenariats notamment avec des Comités d'Entreprises ou Associations diverses.

L'un des plus importants est la convention signée avec le Comité National d'Action Sociale (CNAS) pour le Personnel des Collectivités Territoriales. Les 664 000 agents (et ayant droits)

bénéficient de remises sur des cartes de pêche négociées dans le cadre de cette Convention.

Au-delà de la Fonction Territoriale ; il existe dans le Var près de 260 Comités d'Entreprises (CE), dont certains sont importants : Conseil Départemental du Var, banques, grandes chaînes de distribution...].

Un site internet www.annuaire-comite-entreprise.com référence tous les CE du département.

DIAGNOSTIC PAGES 132 À 135

Thème	Atouts	Faiblesses
Collectivités publiques	<ul style="list-style-type: none"> > Les collectivités locales sont un soutien financier et matériel primordial pour les AAPPMA > Une grande majorité des AAPPMA dispose d'aides financières des collectivités publiques 	<ul style="list-style-type: none"> > Diminution des subventions par les collectivités locales ou territoriales à destination des Associations > Une mobilisation financière des territoires peu valorisée
Partenariats privés	Un partenariat privé pour les AAPPMA à ne pas négliger	Difficulté pour attirer de nouveaux partenaires privés, notamment les grandes enseignes
Sponsoring	<ul style="list-style-type: none"> > Potentiels sponsoring et mécénat facilement exploitables (bases de données existantes) > Sponsoring potentiellement intéressant pour la mise en place de compétitions 	
Comités d'Entreprise	Potentiels comités d'entreprises facilement exploitables (base de données existante)	

