

GOLF - COMMUNICATION.



ffgolf®

Fédération française de golf



PLAN.

1/Les valeurs du golf , histoire, charte éthique.

2/La communication:
le golf se démocratise vers le grand public
mais reste peu médiatique en FRANCE.

3/Le marché du golf en croissance liée à
l'augmentation de l'offre des golfs .

4/L'environnement:la maîtrise des ressources en eau.

5/Le développement de l'offre des Resorts Français
pour la clientèle internationale.

1.LES VALEURS DU GOLF et HISTOIRE.

A/VALEURS.

B/CHARTE ETHIQUE.

C/HISTOIRE -ORIGINE.

A/ «VALEURS «INTEGRITE.RESPECT.SOLIDARITE.EXCELLENCE.

Principe 1.1 : Avoir l'esprit sportif, dans le sport et dans la vie, c'est : Être respectueux du jeu, des règles, de soi-même, des autres et des institutions, Être honnête, intègre et loyal Être solidaire, altruiste, fraternel et tolérant.

Principe 1.2. : Les valeurs fondamentales du sport sont : D'être ouvert et accessible à tous, quelle que soit la forme de pratique ou la discipline. De favoriser l'égalité des chances De favoriser la cohésion et le lien entre tous les acteurs du sport De refuser toute forme de discrimination.

Principe 1.3. L'esprit sportif et les valeurs du sport doivent être enseignés, promus et défendus.

SPONSORS

Principe 1.1 : Avoir l'esprit sportif, dans le sport et dans la vie, c'est : Être respectueux du jeu, des règles, de soi-même, des autres et des institutions, Être honnête, intègre et loyal Être solidaire, altruiste, fraternel et tolérant

Principe 1.2. : Les valeurs fondamentales du sport sont : D'être ouvert et accessible à tous, quelle que soit la forme de pratique ou la discipline De favoriser l'égalité des chances De favoriser la cohésion et le lien entre tous les acteurs du sport De refuser toute forme de discrimination.

Principe 1.3. L'esprit sportif et les valeurs du sport doivent être enseignés, promus et défendus.

B/ La Charte d'éthique élaborée par Swiss Olympic et l'Office fédéral du sport (OFSPO) s'articule autour de ces mêmes valeurs et doit obligatoirement figurer dans les statuts des fédérations membres de Swiss Olympic.

Ces fédérations sont par ailleurs tenues de nommer un responsable de l'éthique chargé de veiller à l'application de la Charte et de répondre aux défis éthiques qui se présentent à elles.

A cet égard, le Code de Conduite et les différents programmes mis sur pied par Swiss Olympic sont des instruments tout à fait essentiels pour appliquer les valeurs olympiques et la Charte d'éthique de la meilleure façon possible dans le quotidien des fédérations et dans le cadre des manifestations sportives.

1. Traiter toutes les personnes de manière égale =

2. Promouvoir l'harmonie du sport avec l'environnement social

3. Renforcer le partage des responsabilités-

4. Respecter pleinement les sportifs au lieu de les surmener

5. Éduquer à une attitude juste envers les autres et la nature

6. S'opposer à la violence, à l'exploitation et au harcèlement

7. S'opposer au dopage et à la drogue

8. Renoncer au tabac et à l'alcool pendant le sport

9. S'opposer à toute forme de corruption

L'éthique du golf:

Le golf est un sport très complexe, autant sur le plan technique que par ses règles de jeu. Et il en va ainsi pour l'éthique, c'est-à-dire les règles qui régissent le comportement des golfeurs sur le parcours de golf.

Ces règles sont d'autant plus importantes que nous parcourons une grande distance en répétant plusieurs fois les mêmes gestes qui, s'ils sont posés de la mauvaise façon, pourront avoir de nombreux impacts, et en particulier sur le temps de jeu qui est déjà le talon d'Achille de ce merveilleux sport que nous aimons tant.

Nous pouvons regrouper ces règles sous quatre grands thèmes qui sont: 1/la courtoisie 2/le temps de jeu 3/l'entretien du parcours 4/la tenue vestimentaire

1/Courtoisie :La courtoisie, comme dans toute autre activité, a toujours sa place. Elle vise à permettre à chacun de pratiquer ce sport dans une atmosphère agréable et dans les meilleures conditions favorisant la concentration nécessaire pour de bonnes performances.

2/Temps de jeu:Le temps de jeu est sans contredit l'aspect le plus important de l'éthique. Il n'est pas nécessaire de se hâter, il suffit de ne pas perdre de temps. Je vous propose un petit calcul pour bien illustrer la chose: Supposons un quatuor dont le pointage moyen de chacun de ses membres serait 100. Si, à chaque coup 5 secondes sont perdues, il faudra compter plus de 30 minutes supplémentaires pour compléter le 18 trous. Et il y a plusieurs façons dans chacune des phases de jeu pour sauver de ce temps précieux.

3/Entretien:L'entretien du parcours est, selon moi, le deuxième thème en importance. Il risque d'ajouter au temps de jeu, mais ne doit pas être négligé pour autant. Nous nous devons de laisser le parcours derrière nous dans les mêmes conditions qu'il était et que nous souhaiterions le trouver.

4/Tenue vestimentaire :Quant à la tenue vestimentaire, qu'il suffise de dire qu'elle est plus ou moins réglementée selon les clubs de golf. Les parcours publics ont souvent des règles plus libérales alors que ces règles sont plus encadrées pour les clubs privés ou semi-privés. Il est donc prudent de s'informer au moment de demander une heure de départ.

Si vous avez des questions, des commentaires ou des sujets à proposer sous le thème de l'éthique, il nous fera plaisir d'y donner suite dans la mesure du possible

C/ Histoire

1297 : le golf (ou son ancêtre) est pratiqué en **Hollande** où l'on tapait une balle avec un bâton vers un but précis.

1457 : 1ère fois que le mot « golf » est attesté sur un document.

Les historiens du golf pensent que ce jeu s'est développé simultanément en **Ecosse** et aux **Pays-Bas**. Les plus anciennes archives relatent le pratique du...**Kolf dès le début du 14e siècle aux Pays-Bas**, et en Angleterre (sous le nom de Cambuc).

L'origine du golf se perd dans la nuit des temps. Ce jeu de princes (ce sport, maintenant), n'existerait plus si les francs-maçons anglais, golfeurs passionnés, ne l'avaient soutenu et développé entre 1750 et 1850. Depuis, ce sport, rempli de traditions, a su évoluer à travers le temps sans perdre son identité profonde.

Les terrains, les règles, le matériel, les compétitions sont autant de domaines délicats ayant chacun évolué à leur façon, suivant un chemin personnel au cours de deux siècles qui jalonnent l'histoire du golf.

D'où vient le golf ? Nul ne le saura sans doute jamais. Si l'on en croit le poète latin du 1er siècle, Martial, il existait à l'époque de l'Empire Romain un jeu populaire, le *paganica, qui devait se pratiquer avec une balle en cuir remplie de plumes et un bâton de forme courbe*.

Les règles du jeu furent codifiées en 1764 par le club de **St Andrews**, le fameux Royal and Ancient, qui est en quelque sorte « **La Mecque du Golf** »

En France, le parcours le plus ancien est celui de Pau, créé en 1856, le premier en EUROPE.

Mulligan, nom masculin Possibilité pour un joueur d'avoir une deuxième chance pour réaliser une action. En golf, un Mulligan permet de refaire le même coup du même endroit, sans pénalité, ce qui est toutefois interdit en compétition.



Les plus beaux golfs de FRANCE:

Le golf, bien que n'étant pas le sport le plus accessible qui soit, s'est très largement développé en France : le premier golf fut fondé à Pau (fréquenté par de nombreux Anglais évidemment), en 1856. Aujourd'hui, il existe plus de 500 parcours de golf à travers l'Hexagone... pour les amoureux du green et de parcours mémorables, voici les **10 plus beaux golfs de France:**

1/MORTFONTAINE 2/LES BORDES 3./CHANTILLY 4/FONTAINNEBLEAU 5/PROVINCE DE PROVENCE 6/ST GERMAIN 7/TERRE BLANCHE 8/SEIGNOSSE

9.HARDELOT



LE TOUTQUET .



2.LA COMMUNICATION DANS LE GOLF.

A /GOLF SANTE.= se dépenser, se concentrer, se muscler, s'oxygener, s'apaiser.

B/ MARKETING dans le GOLF.

C/FAIBLE MEDIATISATION en FRANCE.

A /GOLF SANTE.= se dépenser, se concentrer, se muscler, s'oxygener, s'apaiser.

ARTICLE SANTE GOLF MAG 1/1/20.

OLIVIER ROULLION -MEDECIN FFG.

LES BIENFAITS DU GOLF
augmente l'espérance de vie de 5 ANS
diminue les risques cardio-vasculaires
ralentit l'apparition d'arthrose
ralentit le vieillissement neurologique
diminue les effets nocifs du stress
favorise les relations sociales
améliore la concentrat



LES BIENFAITS DU GOLF

Considéré comme l'un des quatre ou cinq sports « santé » par excellence, le golf offre de nombreux bienfaits en termes d'espérance de vie, de ralentissement du vieillissement physiologique ou de prévention de maladies.

1 Est-ce que le golf est bon pour la santé ?

On peut répondre sans l'ombre d'un doute par l'affirmative. En effet, comme les golfeurs, et notamment les golfeurs seniors, représentent un marché très important dans de nombreux pays, plusieurs études scientifiques ont été menées récemment. La première qui a révélé une relation entre golf et bonne santé a été réalisée en Suède et date de 2008. Cette étude a comparé la population des golfeurs de ce pays, environ 300 000 personnes, à la population totale, sachant que ces populations étaient comparables en termes d'âge, de répartition homme-femme et de niveau socio-économique. Et il a été démontré que les personnes qui pratiquaient régulièrement le golf avaient un gain d'espérance de vie de cinq ans par rapport au reste de la population !

2 Comment un tel résultat s'explique-t-il ?

Il a été prouvé que le golf a un impact positif sur plusieurs facteurs relatifs à la santé des personnes. Premier facteur, l'aspect cardio-vasculaire et notamment la prévention des maladies cardio-vasculaires. Une étude a démontré que les facteurs de risque cardio-vasculaires comme la masse grasse ou le cholestérol étaient globalement améliorés par la pratique du golf. De la même façon, il a été prouvé que le golf avait des vertus sur le plan ostéoarticulaire. Ce n'est pas une surprise ! Le golf demande de conserver de la force, de la souplesse et de la proprioception, c'est-à-dire la capacité de contrôler des mouvements dans l'espace tout en étant en équilibre. Ces trois

éléments sont très importants pour prévenir le vieillissement du cartilage, autrement dit l'arthrose. En continuant à jouer au golf, un senior va conserver de la force musculaire dans les jambes, les abdominaux et le bas du dos, mais aussi de la souplesse et, de façon très importante, un grand sens de l'équilibre. Une étude a même prouvé que les golfeurs d'un certain âge conservaient davantage de qualités proprioceptives que des pratiquants de tai-chi !

3 Le golf a-t-il un impact sur les maladies neurologiques ?

Le vieillissement neurologique est inévitables. Cela dit, le golf demandant une concentration intense par intermittence pour préparer chaque coup, mais aussi de l'imagerie mentale pour visualiser des trajectoires, il permet, grâce à ces éléments, de ralentir l'apparition du vieillissement neurologique ou de maladies de type Alzheimer. Enfin, le golf a également un impact positif sur le stress. Il permet d'évoluer dans un espace agréable, toujours vert, une couleur bien connue pour ses vertus apaisantes, mais aussi, grâce à la concentration qu'il demande, de se déconnecter de ses soucis professionnels ou quotidiens. En termes de concentration, d'ailleurs, le golf est aussi très intéressant pour les jeunes. Ce n'est pas une activité à récompense immédiate, au contraire de beaucoup de jeux proposés sur les consoles ou les tablettes par exemple. Il y a des règles à respecter et il faut du temps pour avoir la récompense de ses efforts. C'est donc une activité très positive pour l'apprentissage et la maturation cérébrale des adolescents.

Avec Olivier Rouillon
Médecin fédéral national de la FFGolf
et des équipes de France de golf.
Service de médecine du Sport,
hôpital de l'Hôtel-Dieu AP-HP



LE GOLF, VÉRITABLE « SPORT SANTÉ »

Augmente l'espérance de vie de cinq ans.

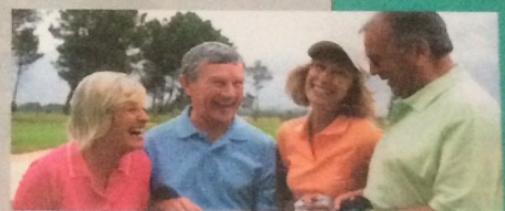
Diminue les risques cardio-vasculaires.

Ralentit l'apparition d'arthrose.

Renforce et améliore les qualités proprioceptives.

Ralentit le vieillissement neurologique.

Diminue les effets nocifs du stress.



5 Le golf est-il aussi positif en termes de relations sociales ?

Tout à fait. Des études effectuées aux États-Unis montrent que les seniors choisissent de pratiquer une activité sportive en fonction des relations sociales que ce sport va pouvoir leur offrir. Le golf, qui a l'avantage de pouvoir être débuté à n'importe quel âge de la vie, permet cette sociabilisation en donnant l'occasion aux joueurs de nouer de nouvelles amitiés et de lutter contre l'isolement, notamment s'il est pratiqué dans le cadre d'un club ou d'une association. *

Favorise le développement des relations sociales.

Favorise l'apprentissage et la maturation cérébrale chez les adolescents.

B/ MARKETING dans le GOLF.

1/GOLF ENTREPRISE.

Séminaire- Team building- Naming

2/GOLF LOISIR-FAMILLE.

3/GOLF HANDISPORT.

Exemple: Au Saint-Omer Golf Club, sur la Côte d'Opale, le président Jean-Jacques Durand à quant à lui choisi de s'adresser aux personnes en situation de handicap. Après avoir créé la première école de handigolf, le club s'est porté candidat à l'organisation de l'Open de France handigolf, avant de créer le "Pas-de-Calais handigolf" dont la troisième édition s'est tenue fin avril.

« De 28 joueurs lors de la première édition, notre compétition a attiré 78 handigolfeurs de 11 nationalités différentes cette année », témoigne non sans fierté Roger Mortier.

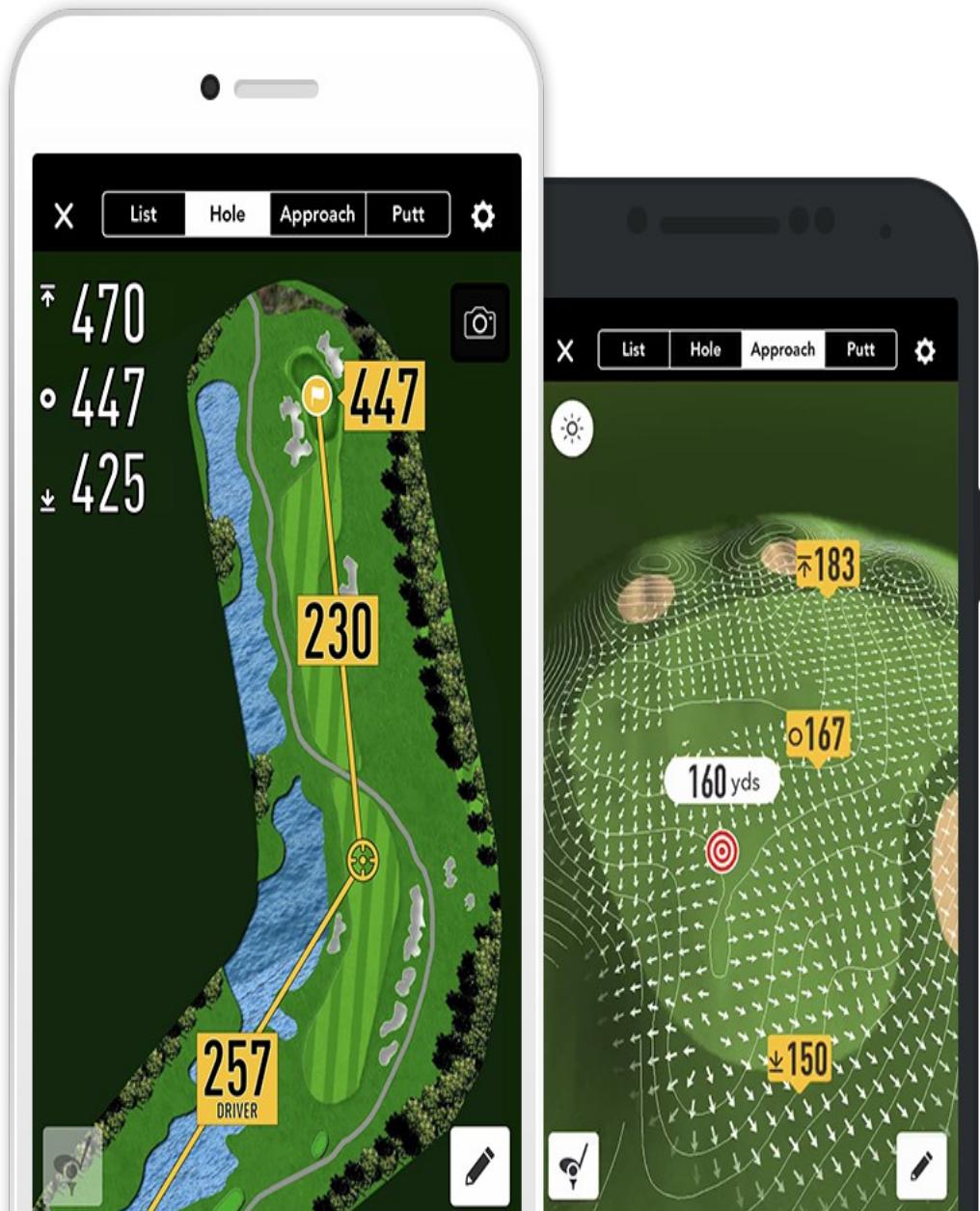
4/ GOLF NTC

LE golf virtuel= réalité augmentée.





GOLF LA NUIT.



APPLICATIONS

5/ MEDIATISATION.

Faible exposition dans les télévisions en FRANCE avec [1% du SPORT diffusé à la télévision.](#)

Gain en notoriété et image avec la STAR TIGER WOODS à la RYDER CUP!!

UNE STAR dans le TOP 10 mondial est un vecteur d'identification pour une nation, les sportifs, la jeunesse. Aux ETATS UNIS, le golf est très médiatisé et plus pratiqué.

Pour séduire le GRAND PUBLIC, la RYDER CUP DE 2018 organisée près de PARIS a permis une exposition médiatique vecteur d'une communication positive.

Tiger a inspiré d'autres golfeurs professionnels qui ont compris que ce sport devait prendre une tournure plus athlétique. [La popularité de Woods a largement contribué à rendre ce sport accessible.](#) Les tournois internationaux sont à présent diffusés à la télévision non seulement sur des [chaînes spécialisées](#) mais aussi sur celles à plus grande audience comme Canal+ Sport en France.



Au cours de la dernière décennie le golf a su conquérir le cœur des adolescents et des retraités. Les premiers, surtout [les jeunes de 17 ans et moins](#), y ont pris goût, sans doute influencés par Tiger Woods et [les jeux vidéo disponibles sur Playstation ou Xbox](#). Les seconds, ayant retrouvé du temps libre, profitent de la multiplication des parcours de par le monde pour combiner leur passion avec les voyages.



DATES:

1900 = PANAM

1904 = RETRAIT DES JEUX OLYMPIQUES

2016 = RIO -BRAZIL

2024=PARIS

Le **golf** fait son entrée aux **Jeux olympiques** en **1900 à Paris**.

Après une deuxième apparition lors des **JO de 1904**, ce sport est retiré du programme olympique.

Une assemblée générale du CIO à **Copenhague** le **9 octobre 2009** réintègre le golf parmi les sports olympiques

Pour la réintroduction du golf au programme olympique en **2016 à Rio**, la fédération internationale de golf a proposé, pour les hommes comme pour les femmes, un tournoi en **stroke-play** sur 4 jours (4 x 18 trous).

Le tournoi opposera 60 joueurs, puis 60 joueuses.

En avant-première de ce retour au programme, et selon la même formule en *stroke-play*, une compétition de golf a été disputée lors des **Jeux olympiques de la jeunesse d'été de 2014 à Nankin**.



LE GOLF NATIONAL

CLASSEMENT MEILLEURS JOUEURS FRANCAIS-M- 2020

PEREZ (46e)

LORENZO-VERRA (67e)

HEBERT (91e)

LANGASQUE (113 e)

CLASSEMENT MEILLEURS JOUEUSES FRANCAIS-F- 2020

Céline Boutier (90e)

Karine Icher (188e)

Céline Herbin (225e)

Classement mondial Homme TOP 5	NATIONALITE	Nombre tournois
1. KOEPKA	USA	41
2.MC LLROY	BRITISH	50
3. RAHM	SPAIN	49
4. THOMAS	USA	47
5.JOHNSON	USA	42

Classement mondial FEMME- TOP 5	NATIONALITE	Nombre tournois
1.KO JIN-YOUNG	COREAN	22
.SEI-YOUNG	COREAN	25
3. JEOJEUN	COREAN	25
4. BROKE	CANADA	27
5.NELLY	USA	20

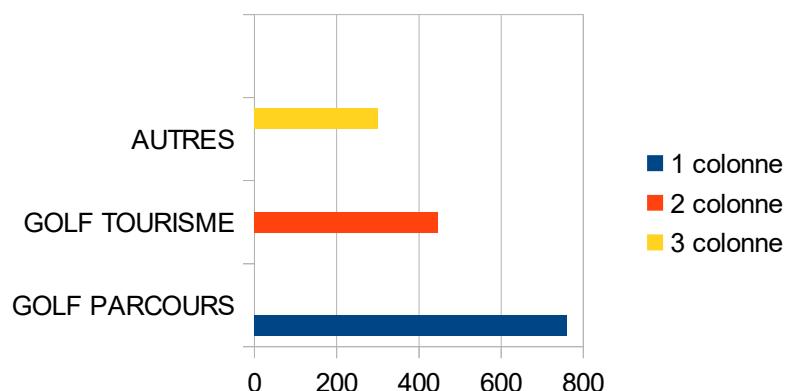
TOP 50 HOMMES GOLF = 21 AMERIQUAINS.

TOP 50 FEMMES GOLF = 23 COREAN.

3. LE MARCHE du GOLF.

	Chiffres	
MARCHE EN FRANCE	1,5 milliards	Croissance de l'offre. Augmentation des formules et des prestations
Nombre golfs	732	
Diffusion SPORT TV	3,00%	
PARCOURS GOLFS	759 millions EU	50,00%
Tourisme golf	446 millions Eu	30,00%
SPORT INDIVIDUEL		1-TENNIS 2-EQUITATION 3-JUDO. 4-GOLF

	Chiffres	
NOMBRE GOLFS en FRANCE 18 trous	1980	2018
	140	732
LICENCIES FFG	1970	2018
	20000	410000



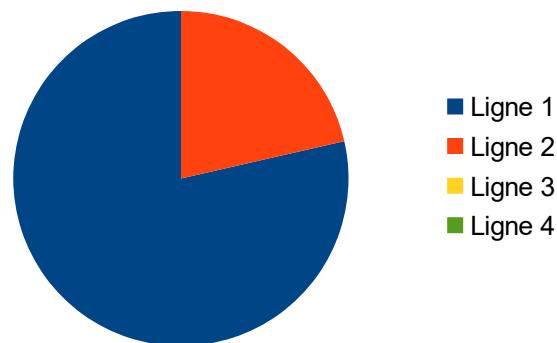
GRAPHISME CA en Millions EUROS.

GOLF ELITE -COMPETITION .

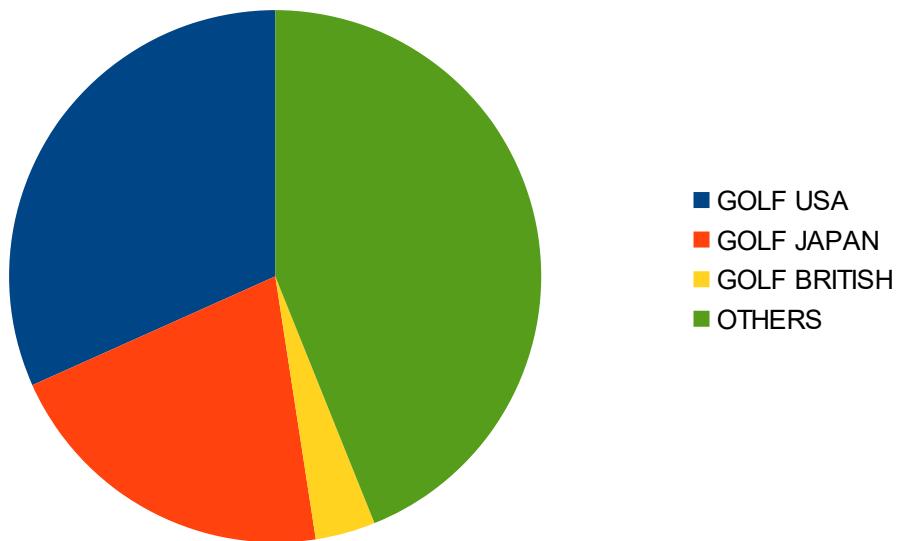
GOLF ENTREPRISE: séminaire,TB: Team Building, coaching ,golf santé et loisir

GOLF TOURISME marque Franque

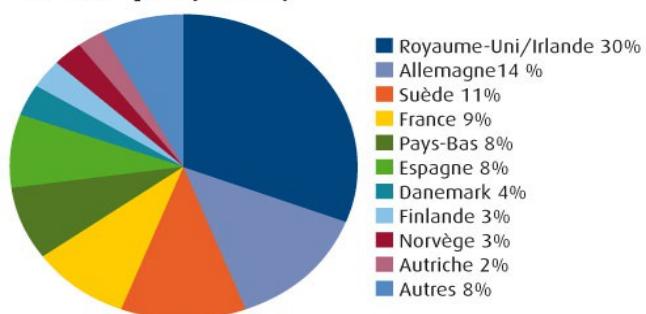
GOLF EN FRANCE-FFG	CATEGORIES
410. 000 Licenciés	
112.000	Femmes
300.000	Hommes
40.000	Jeunes - 18ans



GOLFEURS dans le monde	82 millions
USA	26 millions
JAPAN	17 millions
BRITISH	3 millions
OTHERS	36 millions



Répartition de la demande en Europe (2011)



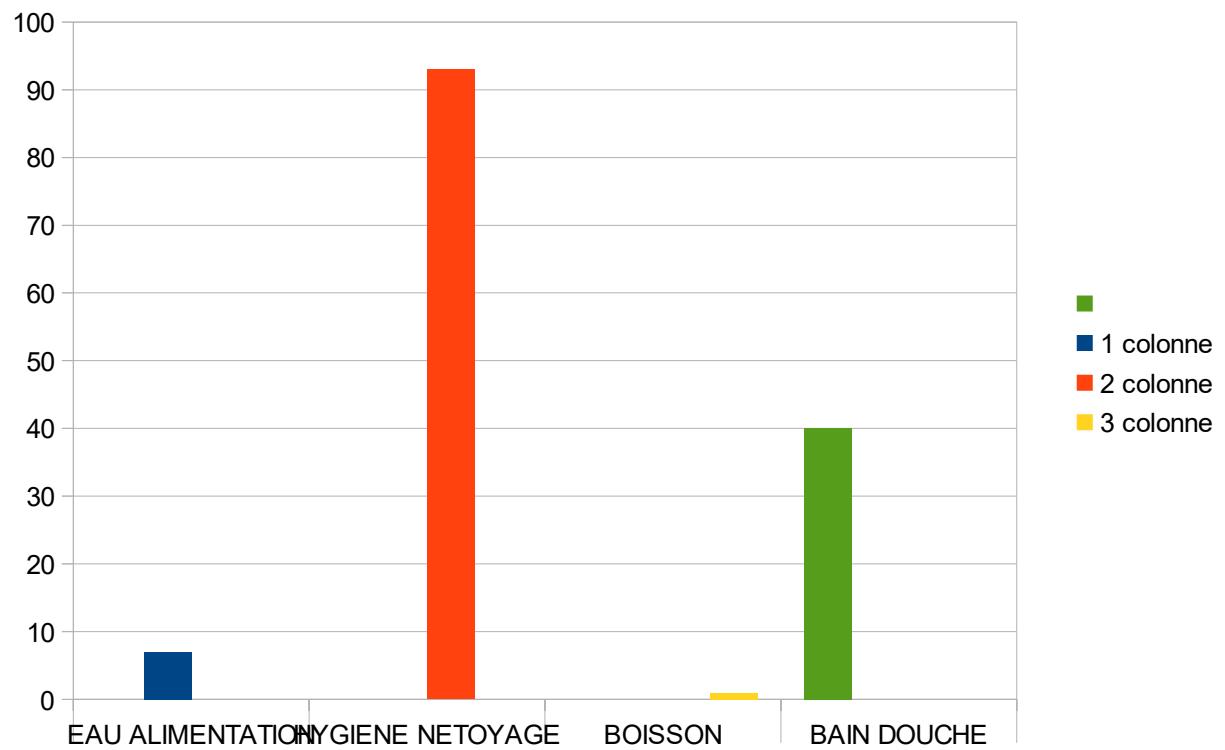
(Source : Golf participation in Europe 2011, KPMG)



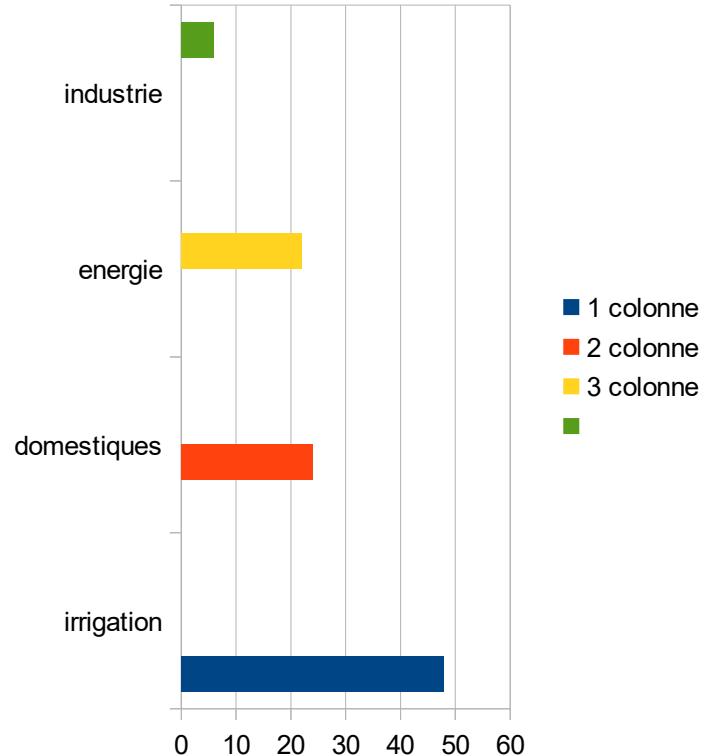
4. ENVIRONNEMENT -GOLF.

GOLF 18 TROUS MOYENNE
5800M
50 Hectares
4h30 de parcours

EAU POTABLE POUR L HOMME.



Répartition de la consommation d'eau



Volume d'eau pour la production des biens et des services.

En France par secteurs =

48% pour l'irrigation (2,88 milliards de m³)

24% pour les usages domestiques (1,44 milliards de m³)

22% pour la production d'énergie (1,32 milliards de m³)

6% pour l'industrie (hors énergie) (0,36 milliards de m³)

*Quel est le pourcentage d'eau douce ? Sur Terre, 97,5% de l'eau est salée et contenue dans les océans.

5.LE DEVELOPPEMENT.

A/ DEMOCRATISATION

B/ GOLF TOURISME -MARQUE FRANCE

C/ ETUDE CONCURRENTIELLE - MAJOR EVIAN .

A/ DEMOCRATISATION.

1/ USA= les MASTERS 2/ JAPON 3/ CHINE ET AFRICA

Perçu par les uns comme une activité de loisir pépère et chronophage, le golf est considéré par les autres comme un *sport élitiste, coûteux, disputé par une population aisée*, vivant dans une bulle inaccessible.

Cette vision n'est pas totalement erronée si l'on se réfère au **budget annuel moyen du licencié** qui s'élève à **1 190 euros**, hors équipement. Mais elle ne correspond plus à la réalité d'une discipline qui a su diversifier son offre pour tenter de la rendre abordable au plus grand nombre.

Durant le cours de la dernière décennie étaient des practices ou des « pitch and putt », permettant de jouer une partie en 2h en moyenne, la moitié d'un parcours classique. Sans parler des coûts de construction, ramenés dans une fourchette comprise entre 0,7 à 1,2 M€

***FFG -GOLF et ECOLES = développement de l'enfant par le sport.**

Les intérêts éducatifs du golf à l'école Activité riche par la pratique d'activités motrices spécifiques et la démarche de formation au respect des autres et de l'environnement, le golf a sa place dans la programmation de l'Éducation Physique et Sportive de nos classes en trouvant sa justification dans le projet de la classe et /ou de l'école Mobilisation de ressources pour mieux réussir : - Adresse et coordination, - Motricité fine, - Rythme, Concentration Accès à la citoyenneté : - Construction de la règle : se conformer à la règle imposée - Maîtrise de soi, - Respect de l'environnement



La démocratisation : handicap gagnant pour Inesis Park.

Dès l'entrée de son temple golfique à Marcq-en-Baroeul, Décathlon affiche clairement son ambition :

"We make golf easier". Comprenez "**Nous facilitons le golf**". Inesis Golf Park est un peu **un labo** destiné à **rendre la discipline accessible à tous**. « En France, **le golf a encore une image très select**, souligne le directeur de la marque Inesis Jean-Lin Puren. Notre voulons le démocratiser en le rendant plus facile à tous les étages, dans l'achat des équipements, des vêtements et dans la pratique. » Une trentaine d'ingénieurs, chefs de projet ou designers dessinent, prototypent et testent, sur place, l'ensemble des vêtements et accessoires golfiques de l'enseigne nordiste. Avant une commercialisation dans les 1 500 magasins Décathlon dans le monde, dont un **sur le site marcquois**. En rayon, tout est pensé pour faciliter le choix - et donc l'acte d'achat. Les vêtements hommes, femmes et enfants sont disposés en trois gammes en fonction des températures extérieures. Avec aussi une gamme spécial pluie. Sans oublier les accessoires de tout golfeur qui se respecte : chaussures, clubs pour tous les niveaux, sacs, entre autres.

Tous les ans, Décathlon renouvelle environ 30% de l'offre textile et équipement. Comptez environ 250€ pour l'attirail complet et en moyenne 600€ par an pour les cours animés par deux pros. « Le golf fait face à quatre freins majeurs : **trop long, trop cher, trop compliqué et trop éloigné du domicile** », poursuit le directeur de la marque. Des raisons qui expliquent en partie, selon lui, **le peu de licenciés en France (420 000**, contre près de 2,5 millions en Angleterre). « Inesis Golf Park en solutionne deux : trop cher et trop compliqué », poursuit-il. Si bien qu'en local, Décathlon aurait multiplié par 3 le chiffre d'affaires de l'activité golfique. Véritable concept hybride, Inesis Golf Park c'est aussi **un practice intérieur de 3 000 m², un putting green extérieur** deux parcours de 6 et 9 trous, **un « pitch & putt » de six trous** mais également **un practice extérieur** sur deux niveaux et un restaurant avec vue sur le golf. Le lieu est ouvert 7j/7 et compte près de 600 membres.

B/ LA MARQUE FRANCE TERRITOIRE PATRIMOINE REGION GASTRONOMIE

Le golf reste en effet un vrai moteur de développement pour les territoires, notamment ruraux.

Le cabinet EY évalue à 29 Millions ,€ les retombées de ce sport dans les Hauts-de-France,

Nous comptons près de 284 golfs touristiques en FRANCE qui attirent 17 % étrangers.

La France est une destination touristique pour le golf. Essentiellement en région, ILE DE FRANCE , AQUITAINE et en RHONES ALPES. (PACA)

MARQUE FRANCE

≡≡≡

«Esprit d'ouverture sur le monde»

La notoriété et l'image de la franque est bonne.

1/Savoir faire à la française dans les métiers traditionnels

2/ préserver son patrimoine culturel et exporter

3/ cuisine française inscrite à l'UNESCO

4/ 1 organisation des événements culturels- ingénierie culturelle.

5/rêve à la française =luxe et mode -valorisation de l'individu

6/**sens et utilité** dans le travail et le monde de l'entreprises

7/dessin et dessein

8/surprise- décalage- rien n est impossible-»je ne sais quoi »-dépassement de soi

valeurs = le goût, le droit, le respect

(source marque France)

EVIAN CHAMPION SHIP- MARQUE EVENEMENTS FRANCE-

LE GOLF doit attirer une clientèle internationale étrangère avec des complexes de RESORT, la stratégie marketing est de faire rêver avec le goût et l'esprit français.

Le charme des Régions et le prestige de la cuisine française doit séduire les golfeurs de la planète.

Cette clientèle aisée et souvent fortunée dépense en moyenne 60% de plus qu'un visiteur

classique . La dépense moyenne est 500 euros / jour dans une destination golfique en France.

Le tourisme en FRANCE apporte de nombreuses devises et permet la création de nombreux emplois (restauration-hôtellerie- métiers bouches...)

Cela a un fort impact pour les économies locales mais également pour le PIB français.

Le tourisme représente 42 milliards d'euros en 2016 et 7% du PIB.

Les régions les plus touristiques sont = PARIS, AQUITAINE, RHONE ALPES,PACA.OCCITANIE.

On compte 65 millions de touristes en 2016, dont 2 millions de chinois.



Golf- Évian Championship : la richesse d'un tournoi

L'Évian Championship n'est pas seulement un événement sportif, c'est aussi une manne touristique qui contribue au rayonnement de la région.

Vos régions ont du talent : l'idée commence à faire son chemin. À chacune ses atouts et, dans un contexte économique déprimé depuis plusieurs années, le tourisme demeure (encore) un fleuron. Au pays d'Évian, on partage les mêmes ambitions en ce domaine que les stations balnéaires. Coincé entre lac et montagne, Évian offre un panorama de choix, un potentiel sur lequel l'Évian Championship s'est appuyé pour bâtir sa renommée et son attractivité. Une responsabilité

« En 1994, nous étions une quinzaine, avec environ 300 000 euros de budget, contre 12 à 13 millions d'euros aujourd'hui », se souvient Yannick Le Hec, directeur général de l'Évian Resort. « C'est la construction d'un modèle pérenne qui nous permet cette évolution, la relation de confiance avec les partenaires, et un bon retour sur investissement en termes d'image et de couverture média. » À l'entendre, la mise en place de cet événement à échelle internationale aurait des effets notables sur l'environnement local. « À l'instant t, la marque Évian, le territoire d'Évian, le pays d'Évian rayonnent dans 170 pays, et cette exposition a un prix inestimable. »

Frank Riboud, PDG de Danone et de l'Évian Championship, n'est pas moins formel sur l'apport du tournoi à l'économie régionale. « Par nature, en tant qu'entreprise, nous faisons plus qu'impacter l'environnement régional, nous le générons ! Si j'additionne les emplois que le groupe Danone suscite sur la région, les usines, les parties administratives, l'activité hôtelière, les casinos..., en haute saison, ça peut représenter jusqu'à 2 500 emplois », détaille-t-il. « C'est donc un impact très concret, mais c'est aussi une responsabilité. Bien que notre activité principale, c'est de vendre de l'eau, et qu'à ce titre, le tournoi demeure périphérique, rappelle-t-il. Ça ne nous empêche pas de prendre tout ça très au sérieux. Aujourd'hui, à l'hôtel Royal, l'un des plus beaux palaces de France, on a des jeunes qui travaillent, à qui on donne des responsabilités, on tisse des liens avec l'école hôtelière de Thonon. On est complètement dans notre rôle social au niveau local. »

Prolongement de la saison estivale

Un constat que complète à son niveau Yannick Le Hec : « On est un acteur important dans l'économie locale, on a une responsabilité, en termes d'empreinte sur l'écosystème et l'économie. Que ce soit au niveau des nuitées que l'événement génère sur le bassin du lac à Annemasse, sans compter les presque 1 000 personnes qui sont engagées pour l'organisation, le montage, la restauration, l'accueil, précise le directeur du resort. Cela permet aussi de faire venir une clientèle différente, étrangère, asiatique, avec une vraie ouverture.

L'empreinte golfique sur le business des hôtels était bien moindre il y a 10 ou 15 ans. Aujourd'hui, environ 25 % des clients de nos hôtels viennent pour le golf. Jouer le parcours de l'Évian Championship est devenu une vraie étape. »L'apport du tournoi apparaît donc indéniable, tant et si bien qu'il a même bouleversé certaines habitudes. Frank Riboud déclare : « Avant, ce tournoi avait lieu en juillet. Pour des raisons de calendrier principalement, pour se caler par rapport aux dates américaines, on a pris le risque de le décaler à septembre. Économiquement, le fait d'avoir décalé le tournoi en septembre a rallongé l'activité estivale, qui devrait

normalement stopper autour du 20 août. On a prolongé la saison économique, les hôteliers de la région sont maintenus dans une activité, prévisible qui plus est, contrairement à une activité de tourisme plus classique. »

Un poumon économique et écologique

Ce sens aigu des affaires, conjugué à l'intérêt régional, n'a pas pour autant fait perdre leur bon sens à ces hommes du cru. Certes, le potentiel et le cadre de la région sont des atouts, mais tous les principes ne sont pas sacrifiés sur l'autel du sacro-saint business. « Nous avons une responsabilité environnementale et une approche très spécifique sur le sujet, insiste Yannick Le Hec. Nous avons sous les pieds l'eau minérale d'Évian. La manière dont on manage le foncier, le terrain, le gazon est très différente de ce qui peut se faire aux États-Unis, par exemple. Ce golf est un poumon économique, mais aussi un poumon vert dans le territoire, au même titre que le parc du Royal Golf ou de l'académie. Notre mission est aussi de pérenniser cet héritage. »

Un souci de préservation également mis en avant par Frank Riboud, lequel s'appuie sur un exemple assez inattendu : celui des vers de terre. « Il y en a un peu partout sur le parcours, avec toutes les nuisances que ça peut induire pour la qualité des greens, explique le patron du tournoi. Pour autant, et aussi parce que c'est interdit de les tuer, nous ne voulons pas mettre de produits chimiques puisqu'il y a les sources en dessous ! C'est l'avenir de ce sport que de faire des parcours des laboratoires écologiques. Loin de l'image actuelle. Notre centre d'entraînement est écocertifié, avec un système de récupération des eaux et aucune trace de produits chimiques. C'est important de pousser cette logique aussi loin. » Un équilibre entre respect de l'héritage et désir d'évolution. La recette a, en tout cas, permis au tournoi de se hisser vers l'excellence.

[MAGAZINE LE POINT-2016](#)

C/ CONCURENCE.

1/ L' INTERNATIONAL:LES MAJORS.

<u>MAJEURS HOMMES:</u> <u>3 US +1 GB:</u>
1/MASTERS-AUGUSTA GEORGIE.
2/US OPEN
3/THE OPEN
4/PGA CHAMPIONSHIP

MAJEURS FEMMES.
1/ le ANA Inspiration.
2/ le KPMG Championnat.
3/ l'US Open, l'Open britannique.
4/ EVIAN Championnat.

2/ NATIONALE.

JUIN -EVIAN -CHAMPIONSHIP MAJOR
JUIN -OPEN DE FRANCE =GOLF NATIONAL
OCTOBRE - LACOSTE LADIES OPEN FRANCE

GOLF GRENOBLE
GOLF LYON
PACA

3/ REGIONALE -: GOLF SUISSE.

GOLF CLUB DE GENEVE
GOLF IMPERIAL
COUNTRY CLUB BOSSEY
GOLF MONTREUX
GOLF DE LAVAUX
GOLF LAUSANNE

4/ LOCALE -GOLF HAUTE SAVOIE.

EVIAN
ESERY
AVORIAZ
BOSSEY
CHAMONIX
GIEZ
ANNECY
GETS
MEGEVE
FLAINE

=CONCLUSION=

Si les Néerlandais et les Anglais ont débuté la pratique de ce jeu il y a des siècles, la tradition sportive s'est transmise. Les valeurs du golf doivent toujours respecter la charte éthique.

Ce sport maintient le lien social entre sportifs et permet aux retraités de conserver une bonne santé grâce à la marche . Le golf est devenu le 4ème sport individuel en FRANCE mais reste peu exposé médiatiquement. Les stratégies marketing peuvent accroître la notoriété de cette discipline en orchestrant des gammes selon diverses segmentations = élite et compétition, golf loisir et touristique,golf entreprise (séminaire et team building), golf handisport (st Omer).Les nouvelles technologies peuvent séduire la jeunesse et de nouvelles populations grâce à l'aspect ludique (jeux virtuels, applications... °)

Le marché du golf représente 1,5 milliards EUROS chaque année, le nombre de Licenciés FFG est 410.000, la plus part des joueurs sont des hommes adultes. Dans le monde, les AMERICAINS (26 millions) et les JAPONAIS (17 millions)sont les principaux acteurs de ce marché. En EUROPE, les ALLEMANDS, les SUEDOIS devancent les habitants du ROYAUME - UNI.

En France , la consommation d'eau pour l'irrigation se chiffre à 2,8Milliards de Milliards de M3, ce loisir sportif doit prendre en compte la rareté de l'eau ,maîtriser sa consommation en utilisant des puits et utiliser un faible pourcentage d'engraiss chimique.

Le développement du golf passe par l'apprentissage des jeunes générations en créant des partenariats entre les écoles et la FFG. La démocratisation du golf rend le golf accessible , elle se fait par une politique du prix plus abordable. Les formules pitch and put ,sur un temps de jeu plus court et à proximité des centres urbains, permettent de découvrir ce sport qui porte encore une étiquette « select. «

Vecteur économique dans les économies locales, le tourisme golfique doit attirer la clientèle internationale en développant des complexes hôteliers dits «RESORTS ».Le tourisme en FRANCE pèse un poids important dans le PIB et le golf peut être moteur économique.

Le MAJOR d' EVIAN est un modèle de réussite sportive, environnementale , économique sur le tissu local car cette compétition internationale de golf féminin véhicule une identité idyllique de la France à travers le monde entier. La marque EVIAN rayonne dans 170 pays, les touristes , viennent à EVIAN pour: « un je ne sais quoi » ?

1/Les valeurs du golf , histoire, charte éthique.

A/VALEURS.
B/CHARTE ETHIQUE.
C/HISTOIRE -ORIGINE.

2/La communication: le golf se démocratise vers le grand public mais reste peu médiatique.

A /GOLF SANTE.
B/ MARKETING dans le GOLF.
C/FAIBLE MEDIATISATION en FRANCE.

3/Le marché du golf en croissance liée à l'augmentation de l'offre des golfs

4/L'environnement:la maîtrise des ressources en eau.

5/Le développement de l'offre des Resorts Français pour la clientèle internationale.

A/ DEMOCRATISATION
B/ GOLF TOURISME -MARQUE FRANCE
C/ ETUDE CONCURENTIELLE - MAJOR EVIAN .