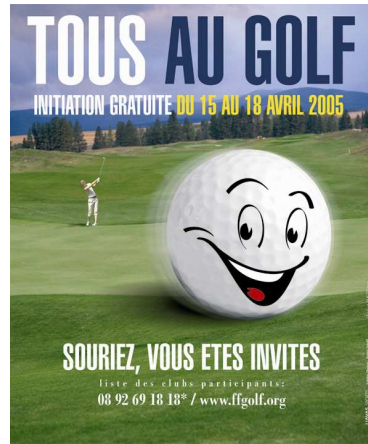


# Le Golf en France 2006

ffgolf®

Fédération Française de Golf



ffgolf®

Fédération Française de Golf

Janvier 2006 réalisé par le Service Communication

# Sommaire

## Introduction

### 1. La place du Golf en France

### 2. L'Offre et la Demande golfique

- \* L'Offre golfique
  - *Évolution du nombre de parcours*
  - *Répartition des parcours par Ligue régionale*
  - *Disponibilité des parcours par rapport à l'Étranger*
- \* La Demande golfique :
  - *Évolution de nombre de licenciés*
  - *Répartition des licenciés par Ligue régionale*
  - *Créations, renouvellements, abandons de licences*
  - *Activités physiques et sportives en France*

### 3. Le profil des pratiquants

- \* Répartition par tranche d'âge et par sexe
- \* Répartition par types d'adhésion
- \* Le golf d'entreprise
- \* Répartition par CSP

### 4. Le coût de la pratique du golf

- \* Coût global annuel moyen du golf comparé
- \* Coût annuel moyen d'une adhésion en club
- \* Les écoles de golf

### 5. Les explications de la hausse de la Demande golfique

- \* L'évolution des mœurs favorable au golf
- \* Les efforts de la FFGolf
  - *priorités, ateliers découverte, Tous au Golf*
  - *équipements et Golf National*
  - *Trophée Étudiant*
  - *opérations caritatives, Handigolf*
- \* La réussite des filières FFGolf
  - *filiale de haut-niveau*
  - *victoires pro en 2005*

### 7. L'attrait des sponsors pour le golf

- \* Attractivité des contacts versus démocratisation
- \* Des valeurs
- \* La visibilité du golf dans les médias ( TV, presse )

## Annexes

Le système golfique français  
Classements 2005 Hommes et Femmes  
Bibliographie

# Introduction

---

Ce document a pour objectif de présenter le golf français 2006 et de mieux comprendre la stratégie de développement de la FFGolf.

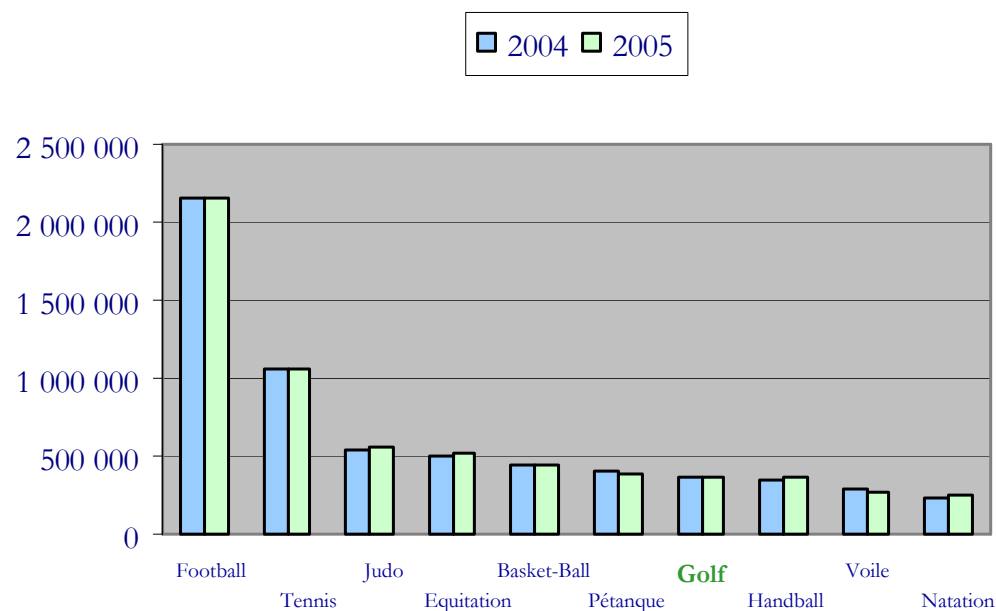
Aujourd'hui notre sport se démocratise. Les actions de promotion (**Tous au Golf, ateliers découvertes**) et de communication réalisées par la FFGolf connaissent un véritable succès auprès d'un **public de plus en plus large** (les femmes et les jeunes notamment). Nos meilleurs compétiteurs flirtent régulièrement avec **l'élite mondiale**, le nombre de licenciés ne cesse d'augmenter, et le coût de la pratique de diminuer.

Il est donc nécessaire de mettre en évidence **les facteurs de cette évolution positive**, au nombre desquels notre politique fédérale en faveur du développement du golf.

Cette présentation recense des données recueillies en interne par la FFGolf ainsi que des informations récoltées auprès d'autres sources. Pour toute information complémentaire, les services de la Fédération Française de Golf se tiennent à votre disposition.

# La place du Golf en France

## \* Nombre de licenciés par sport



	Sport	Nombre de licenciés 2004	Nombre de licenciés 2005	Progression
1	Football	2 146 752	2 162 349	0,7%
2	Tennis	1 065 531	1 054 513	-1,0%
3	Judo	539 733	557 610	3,3%
4	Equitation	490 660	513 615	4,7%
5	Basket-Ball	435 816	447 926	2,8%
6	Pétanque	395 160	375 998	-4,8%
7	<b>Golf</b>	<b>359 141</b>	<b>368 746</b>	<b>2,7%</b>
8	Handball	337 971	364 429	7,8%
9	Voile	279 651	278 800	-0,3%
10	Natation	227 936	246 315	8,1%

La FFGolf, 7ème fédération sportive, reste une référence en terme de régularité de sa croissance.

\* Données recueillies auprès des différentes fédérations

# L'Offre et la Demande golfique

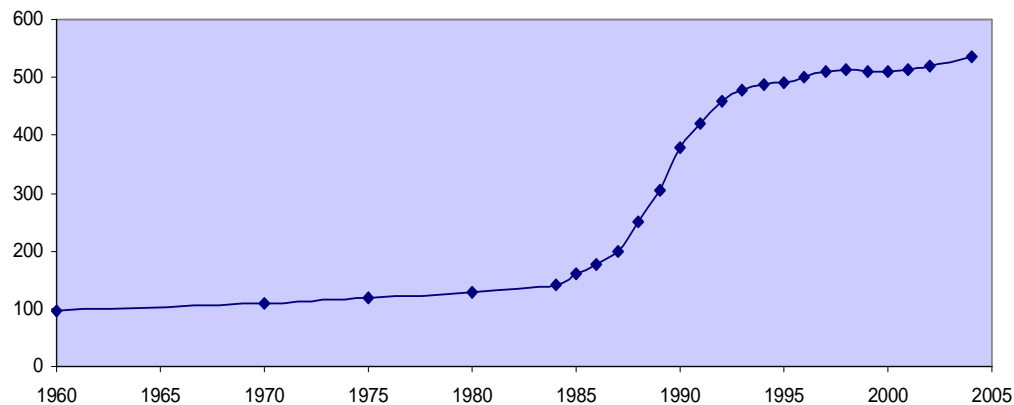
\* L'Offre golfique :

## Evolution du nombre de parcours en France :

Le Golf a connu un fort développement en terme de structures dans les années 80 (+ 195 % d'augmentation du nombre de parcours entre 1980 et 1990).

La croissance du marché s'est par la suite ralentie à partir de 1990 (+ 35,20 % entre 1990 et 2000) pour atteindre une phase de maturité depuis 5 ans.

### **Nombre de parcours en France**

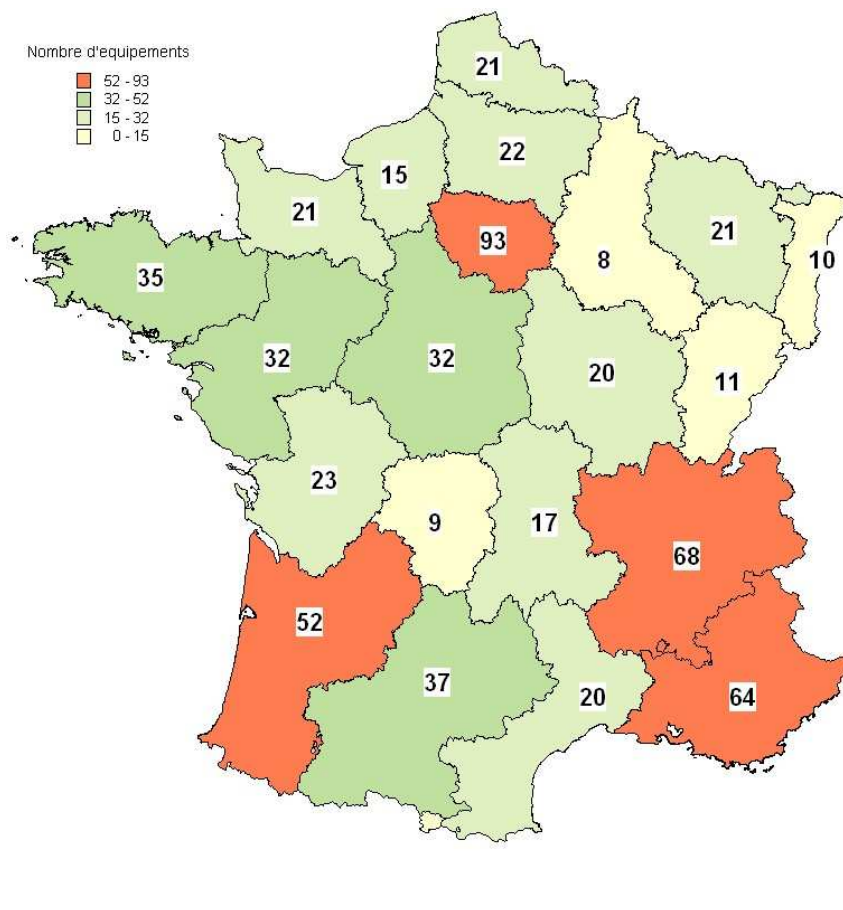


Période	Evolution
de 1960 à 1970	14,7%
de 1970 à 1980	17,4%
de 1980 à 1990	195,0%
de 1990 à 2000	35,2%
de 2000 à 2005	5,1%

# L'Offre et la Demande golfique

\* L'Offre golfique :

## Répartition des parcours par Ligue en 2005 :



Région	Total	Golfs	Compacts	Practices	P&P
ALSACE	10	9	1		
AQUITAINE	52	43	4	5	
AUVERGNE	17	15	1	1	
BOURGOGNE	20	16	3	1	
BRETAGNE	35	33	1		1
CENTRE	32	29	1	1	1
CHAMPAGNE-ARDENNE	8	8			
CORSE	6	2	4		
FRANCHE COMTE	11	11			
PARIS	40	27	2	11	
ILE DE FRANCE	53	41	7	5	
LANGUEDOC/ROUSSILLON	20	17	2	1	
LIMOUSIN	9	8	1		
LORRAINE	21	17	2	2	
MIDI/PYRENEES	37	34	3		
NORD/PAS DE CALAIS	21	16	3	2	
BASSE NORMANDIE	21	21			
HAUTE NORMANDIE	15	13	1	1	
PAYS DE LA LOIRE	32	28	2	2	
PICARDIE	22	22			
POITOU/CHARENTES	23	18	4	1	
PROVENCE/ALPES/COTE D'AZUR	64	48	11	5	
RHONE/ALPES	68	57	7	4	
HORS HEAXAGONE	11	11			

### AU TOTAL :

- 543 golfs d'au moins 9 trous
- 60 golfs compacts
- 42 practices
- 10 Pitch and Putt

# L'Offre et la Demande golfique

## \* L'Offre golfique :

### Disponibilité des parcours par rapport à l'étranger :

Même si la France est un des pays les plus équipés en structures golfiques (1,5 parcours pour 1000 joueurs), le nombre de joueurs par parcours est important (668).

PAYS	POPULATION	NOMBRE TOTAL DE LICENCIES	NOMBRE TOTAL DE PARCOURS	NOMBRE DE LICENCIES PAR PARCOURS ( moyenne )
Etats-Unis	285 023 000	26 700 000*	17 108*	1560*
Japon	127 210 000	15 356 000*	2 422*	6 340*
Canada	31 082 000	5 172 000*	2 100*	2 462*
Australie	19 510 000	1 320 000*	1 514*	871*
Angleterre	49 138 831	937 451	1 911	490
Suède	8 896 000	554 293	430	1 289
Allemagne	83 020 000	483 172	648	745
<b>France</b>	<b>62 000 000</b>	<b>359 141</b>	<b>537**</b>	<b>668</b>
Ecosse	5 062 011	259 729	546	475
Irlande	1 685 267	255 200	399	639
Pays-Bas	15 987 000	251 000	139	1 805
Espagne	40 266 000	233 708	266	878
Danemark	5 359 000	130 706	148	883
Autriche	8 060 000	95 000	138	688
Italie	57 670 000	71 907	230	312
Pays de Galles	2 903 085	70 728	161	439
Suisse	10 060 000	46 414	85	546
Belgique	10 263 000	45 589	85	536
Portugal	10 061 000	17 642	67	263

Données 2004

\* Pas de données pour 2004

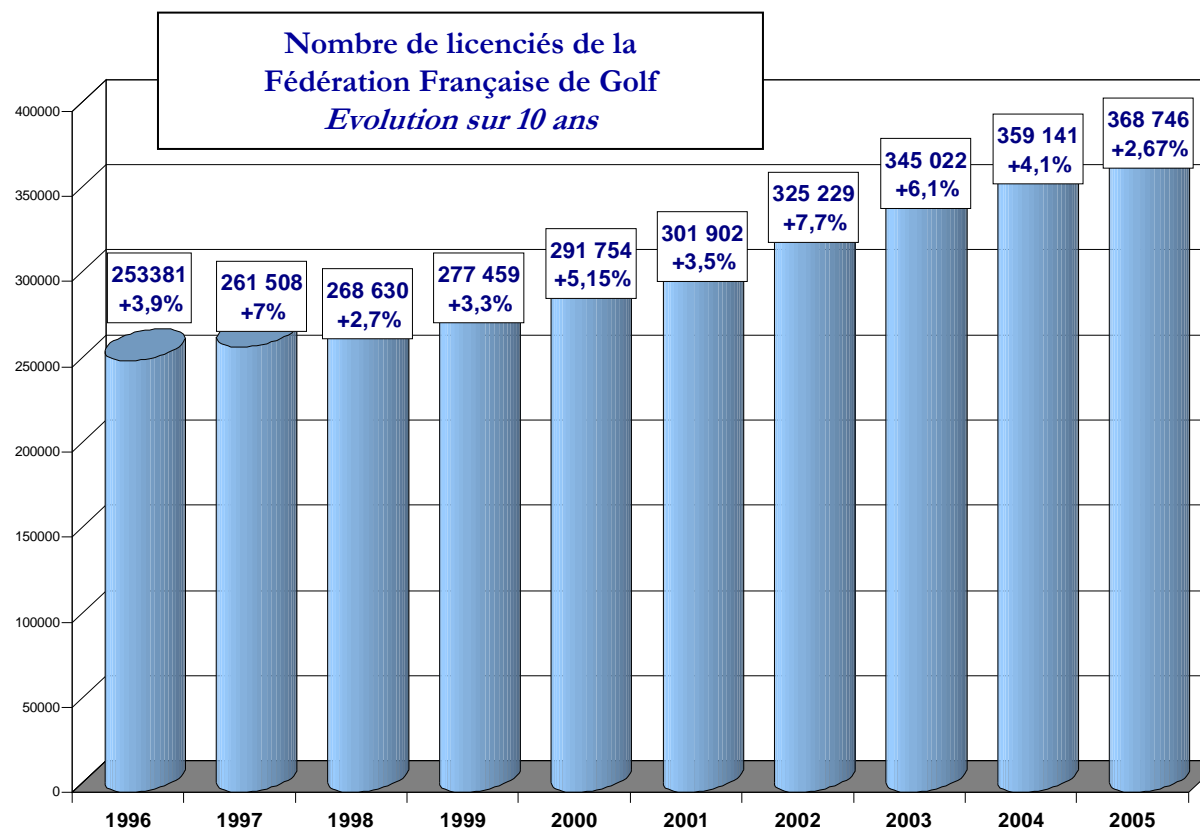
\*\* de 9 à 54 trous ; hors practices et compacts

# L'Offre et la Demande golfique

## \* La Demande golfique :

### Evolution du nombre de licenciés :

- 9 605 licenciés supplémentaires en 2005
- 368 746 licenciés en 2005 soit plus de 115 000 nouveaux golfeurs en 10 ans (progression de plus de 45%)



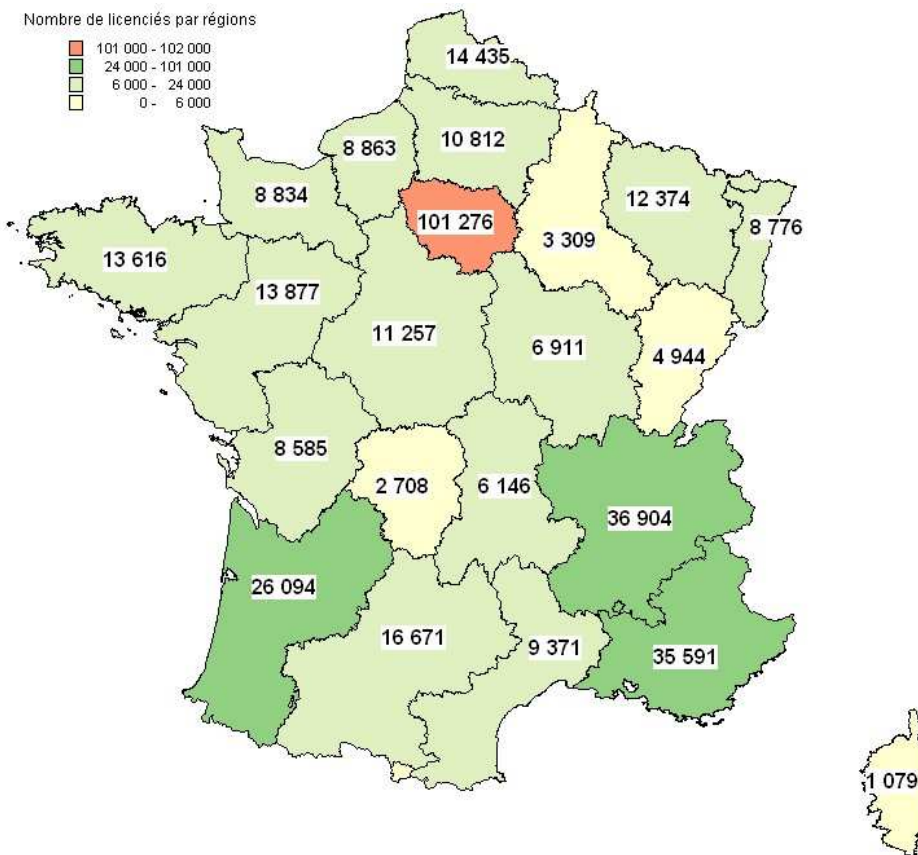
Source FFGolf : Service Licences



# L'Offre et la Demande golfique

## \* La Demande golfique :

### Répartition des Licenciés par Ligue en 2005 :



### Evolution du nombre de licenciés par Ligue en 2005 :

LIGUES	Evolution 2004-2005 %
1 CENTRE	3,23%
2 FRANCHE COMTE	0,24%
3 NORD PAS DE CALAIS	6,74%
4 HAUTE NORMANDIE	8,45%
5 PAYS DE LOIRE	4,38%
6 RHONES ALPES	4,29%
7 LANGUEDOC ROUSSILLON	5,77%
8 REGION AQUITAINE	7,97%
9 PARIS	1,63%
10 ILE DE FRANCE	5,01%
17 P.A.C.A.	7,29%
18 MIDI PYRENEES	5,47%
19 REGION AUVERGNE	10,47%
20 POITOU CHARENTES	8,12%
21 BRETAGNE	3,28%
22 LORRAINE	4,05%
24 PICARDIE	2,46%
25 BOURGOGNE	3,49%
26 CORSE	1,82%
29 BASSE NORMANDIE	3,17%
30 LIMOUSIN	5,02%
31 CHAMPAGNE ARDENNES	14,03%
32 ALSACE	11,06%
HORS HEXAGONE	-1,43%
<b>TOTAL des LIGUES</b>	<b>4,94%</b>

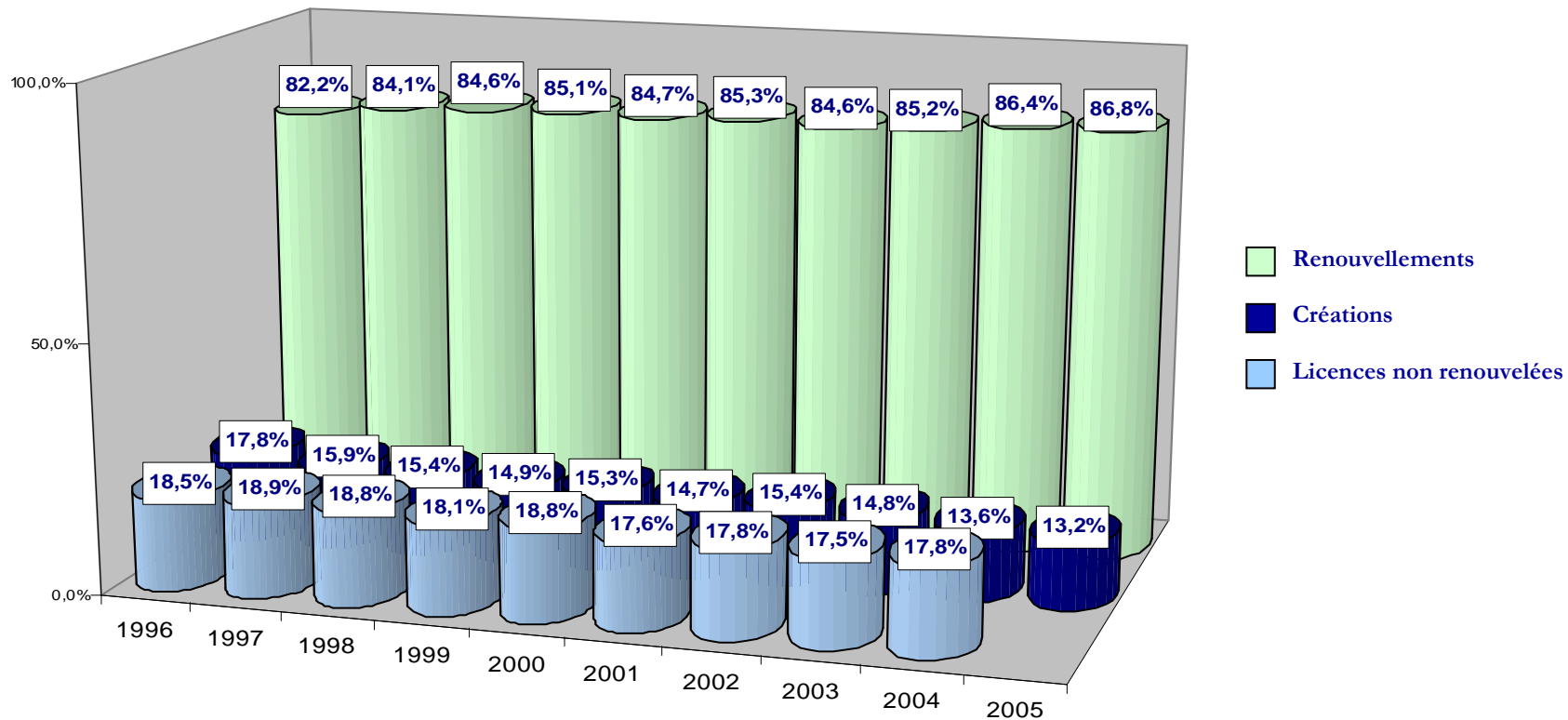
Source FFGolf : Service Licences

# L'Offre et la Demande golfique

## \* La Demande golfique :

### Créations, renouvellements et abandons de licences en 2005 :

- Taux de renouvellement en hausse
- Créations stables



Source FFGolf : Service Licences

# L'Offre et la Demande golfique

## \* La Demande golfique :

### Les Activités physiques et sportives les plus souvent déclarées

Population âgée de 15 à 75 ans, juillet 2000

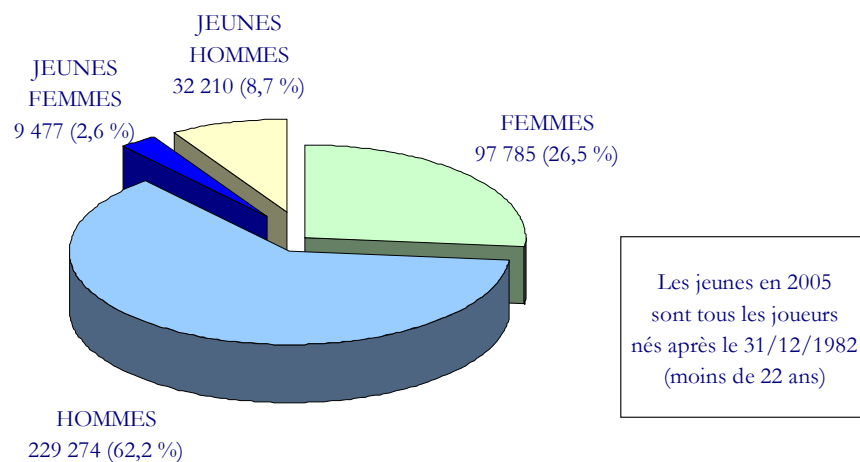
Nombre de pratiquant	Activités ou familles d'activités
plus de 10 millions	Marche (20,9), Natation (14,5), Vélo (12,8)
de 6 à 7 millions	Footing (6,6), Boules (6,1), Gymnastique (6,1)
de 3,5 à moins de 6 millions	Ski (5,3), Football (4,6), tennis (3,6)
de 2 à moins de 3,5 millions	Pêche (3,1), Musculation (2,6), tennis de table (2,3)
de 1,5 à moins de 2 millions	Roller skate (1,9), badminton (1,6)
de 1 à moins de 1,5 million	Basket (1,4), Volley (1,2), Glisse eau/neige (1,2), Chasse (1,1), Danse (1,1)
de 0,7 à moins de 1 million	Equitation (0,93), Voile (0,89), Arts martiaux (0,78)
de 0,5 à moins de 0,7 million	Escalade (0,66), <b>Golf (0,60)</b> , handball (0,58), Athlétisme (0,52)

Si la FFGolf compte près de 370 000 licenciés, le total des pratiquants est estimé à plus de 600 000.

Source : enquête MJS/INSEP, Stat-info, n°01-01, mars 2001

# Le profil des pratiquants

## \* Répartition des licenciés par tranche d'âge et par sexe :

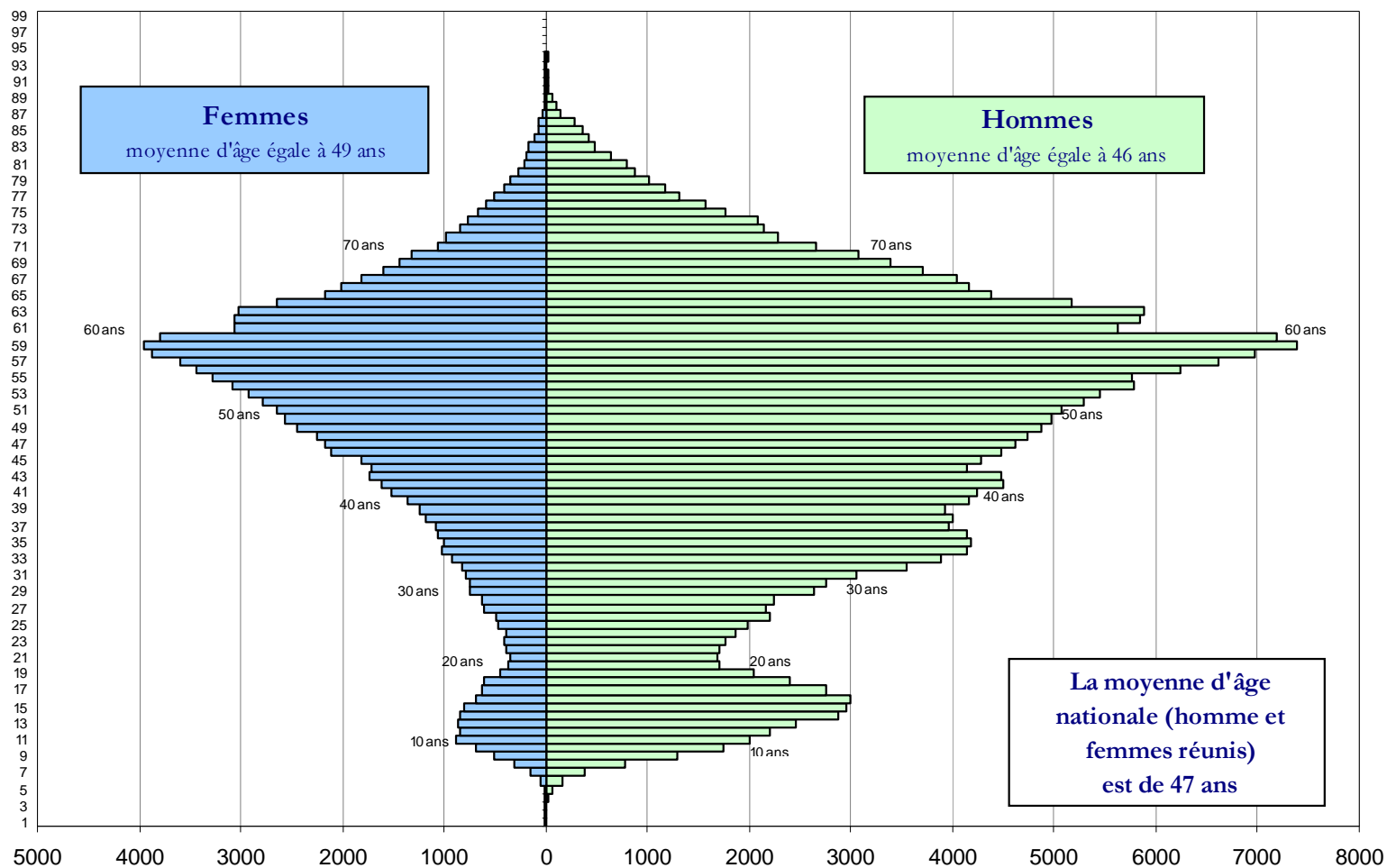


AGES	HOMMES			FEMMES			TOTAL		
	2004	2005	D	2004	2005	D	2004	2005	D
DE 0 A 18 ANS	26 088	27 104	3,89 %	7 865	8 372	6,45 %	33 953	<b>35 476</b>	4,49 %
DE 19 A 21 ANS	4 973	5 106	2,67 %	1 124	1 105	-1,69 %	6 097	<b>6 211</b>	1,87 %
DE 22 A 25 ANS	7 987	7 817	-2,13 %	1 899	1 756	-7,53 %	9 886	<b>9 573</b>	-3,17 %
DE 26 A 55 ANS	127 602	127 700	0,08 %	52 792	51 325	-2,78 %	180 394	<b>179 025</b>	-0,76 %
PLUS DE 55 ANS	86 947	93 757	7,83 %	41 864	44 704	6,78 %	128 811	<b>138 461</b>	7,49 %
<b>TOTAL</b>	253 597	261 484	3,11%	105 544	107 262	1,63%	359 141	<b>368 746</b>	2,67%

Source FFGolf : Service Licences

# Le profil des pratiquants

\* Répartition des licenciés par tranche d'âge et par sexe : pyramide des âges



Source FFGolf : Service Licences

# Le profil des pratiquants

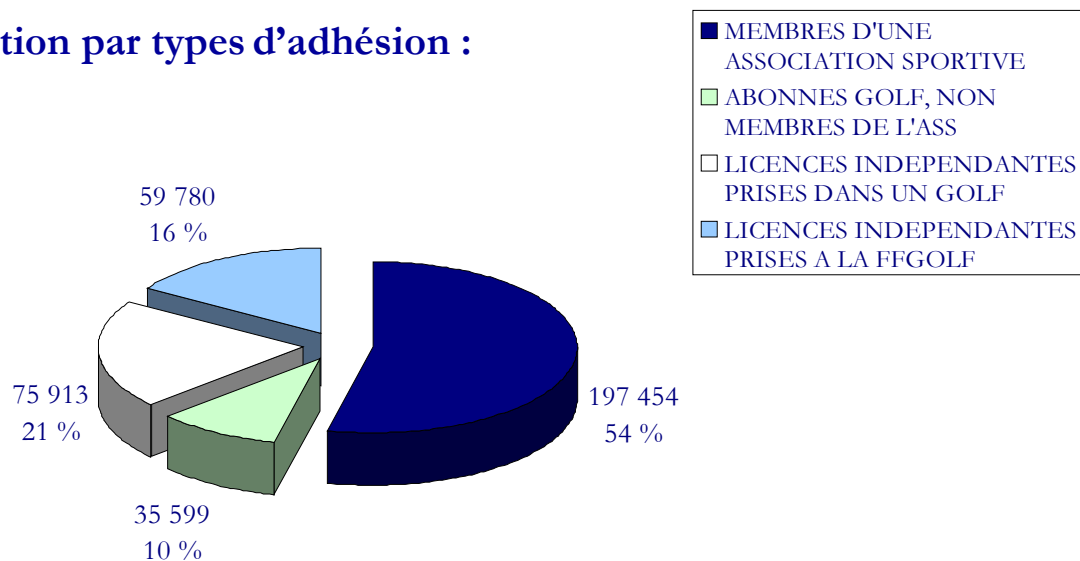
## \* Répartition détaillée des licenciés par tranche d'âge et par sexe :

AGES	HOMMES			FEMMES			TOTAL		
	2004	2005	D	2004	2005	D	2004	2005	D
MOINS DE 12 ANS	7 848	8 633	10,00%	3 210	3 501	9,07%	11 058	12 134	9,73%
DE 12 ANS A 13 ANS	5 339	5 330	-0,17%	1 630	1 711	4,97%	6 969	7 041	1,03%
DE 14 ANS A 15 ANS	5 997	5 935	-1,03%	1 425	1 482	4,00%	7 422	7 417	-0,07%
DE 16 ANS A 18 ANS	6 904	7 206	4,37%	1 600	1 678	4,88%	8 504	8 884	4,47%
DE 19 ANS A 21 ANS	4 973	5 106	2,67%	1 124	1 105	-1,69%	6 097	6 211	1,87%
DE 22 ANS A 25 ANS	7 987	7 817	-2,13%	1 899	1 756	-7,53%	9886	9 573	-3,17%
DE 26 ANS A 29 ANS	9 717	9 802	0,87%	2 730	2 730	0,00%	12 447	12 532	0,68%
DE 30 ANS A 33 ANS	14 865	14 636	-1,54%	3 817	3 565	-6,60%	18 682	18 201	-2,57%
DE 34 ANS A 37 ANS	15 527	16 287	4,89%	4 395	4 347	-1,09%	19 922	20 634	3,57%
DE 38 ANS A 41 ANS	16 795	16 834	0,23%	5 988	5 744	-4,07%	22 783	22 578	-0,90%
DE 42 ANS A 45 ANS	17 100	17 367	1,56%	7 534	7 364	-2,26%	24 634	24 731	0,39%
DE 46 ANS A 50 ANS	24 285	24 262	-0,09%	12 342	12 073	-2,18%	36 627	36 335	-0,80%
DE 51 ANS A 55 ANS	29 313	28 512	-2,73%	15 986	15 502	-3,03%	45 299	44 014	-2,84%
DE 56 ANS A 59 ANS	26 198	28 149	7,45%	14 486	15 194	4,89%	40 684	43 343	6,54%
DE 60 ANS A 63 ANS	20 706	22 528	8,80%	10 808	11 780	8,99%	31 514	34 308	8,87%
DE 64 ANS A 67 ANS	15 284	16 296	6,62%	7 007	7 581	8,19%	22 291	23 877	7,11%
DE 68 ANS A 71 ANS	10 426	11 404	9,38%	4 440	4 801	8,13%	14 866	16 205	9,01%
DE 72 ANS A 75 ANS	7 055	7 570	7,30%	2 789	2 866	2,76%	9 844	10 436	6,01%
DE 76 ANS A 79 ANS	4 184	4 366	4,35%	1 426	1 543	8,20%	5 610	5 909	5,33%
80 ANS ET PLUS	3 094	3 444	11,31%	908	939	3,41%	4 002	4 383	9,52%
<b>TOTAL</b>	253 597	261484	3,11%	105 544	107 262	1,63%	359 141	368 746	2,67%

Source FFGolf : Service Licences

# Le profil des pratiquants

## \* Répartition par types d'adhésion :



## \* Le Golf d'Entreprise :

### Une filière importante destinée à se développer

- 783 associations sportives d'entreprises
- + 300 % en 12 ans
- 22 944 licenciés (+3,5 % par rapport à 2004)

# Le profil des pratiquants

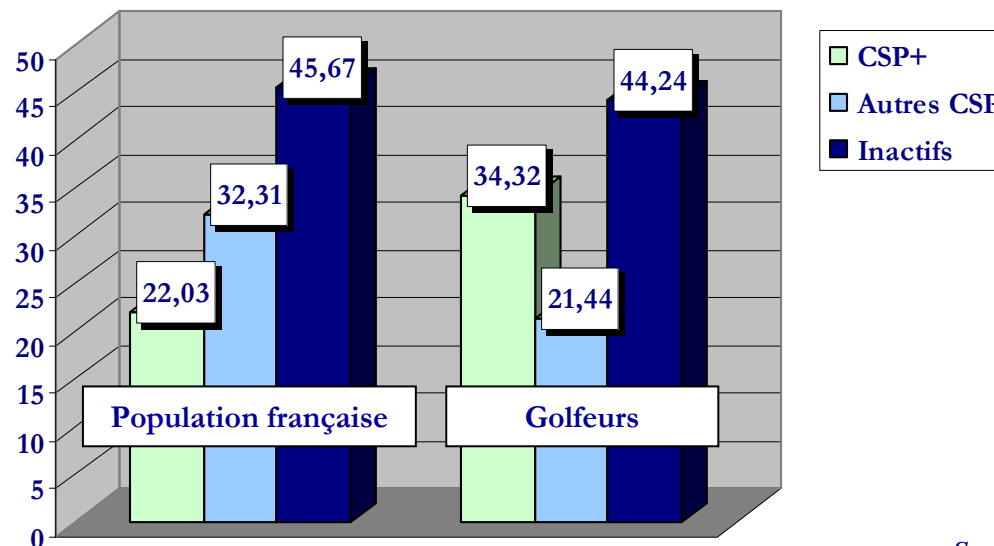
## \* Répartition par CSP :

Répartition des licenciés par revenu annuel	
Moins de 15 000 euros	8,50%
De 15 000 à 30 000 euros	15,4%
De 30 000 à 45 000 euros	19,5%
De 45 000 à 60 000 euros	12,7%
Plus de 60 000 euros	21,4%
Sans réponse	22,5%

Source FFGolf: Résultats de l'étude de clientèle des golfs français 1999

Une répartition assez homogène dans toutes les CSP, dominée malgré tout par les tranches supérieures.

## \* Répartition par CSP en pourcentage :



Source : Golf Magazine n° 173; janvier/février 2004



# Le coût de la pratique du golf

\* Coût global annuel moyen du golf en comparaison avec les autres sports en € :

Sport	Rang	Coût global moyen	Coût minimum	Coût maximal	Ecart type
Golf	1	1713	31	4 027	1125
Planche à voile	2	1457	65	4 185	960
Equitation	3	1420	69	5 409	1151
Ski alpin	4	1260	23	4 063	798
Escalade	5	928	27	3 894	792
Vol à voile	6	868	84	3 841	697
Tennis	7	761	148	1 809	356

Trois remarques :

- La barrière à l'entrée du golf est inférieure à celle d'autres sports.
- Le coût maximal du golf n'est pas le plus élevé.
- Pour chaque sport, l'écart type est important ce qui démontre qu'il n'existe pas un « pratiquant type ».

\* Le rapport investissement / temps de jeu reste très favorable au golf.

Sport	Rang	Coût horaire moyen	Coût minimal	Coût maximal
Ski alpin	1	10,7	2,1	84
Planche à voile	2	8,7	1,5	81
Equitation	3	7	1,4	88
Golf	4	6,2	1,7	57
Tennis	5	5,1	0,7	253
Escalade	6	4,8	1,3	61,8
Escrime	7	4,6	1,8	51

Source : Etude de 1993, Marketing du sport édité aux éditions Economica. (Michon, OHL, 2001)

# Le coût de la pratique du golf

## \* Coût annuel moyen d'une adhésion en club en € :

Les prix minimums et maximums des cotisations aux clubs sont très fluctuantes. L'écart type élevé montre une grande diversité de tarifs. La plupart des golfs présentent des adaptations en fonction de l'âge, du nombre de joueurs de la même famille et des jours (semaine seul 5j/7 ou semaine + Week-end 7j/7).

La grande majorité des golfs présentent des tarifs jeunes. Certains ont des tarifs étudiants et l'ensemble des grandes universités ou écoles proposent le golf comme sport universitaire.

	Tarifs des abonnements						
	Plein Temps		Semainier		tarifs étudiants	Tarifs jeunes (mineurs)	Tarifs jeunes (majeurs)
	Ind.	Cple.	Ind.	Cple.			
<b>coût minimum</b>	110	110	90	110	40	0	29
<b>coût maximum</b>	2900	4700	2100	3150	595	990	1227
<b>moyenne</b>	1011	1606	781	1257	252	228	402
<b>écart-type</b>	495	815	316	513	118	178	225
<b>part des golfs proposant :</b>					22%	56%	41%

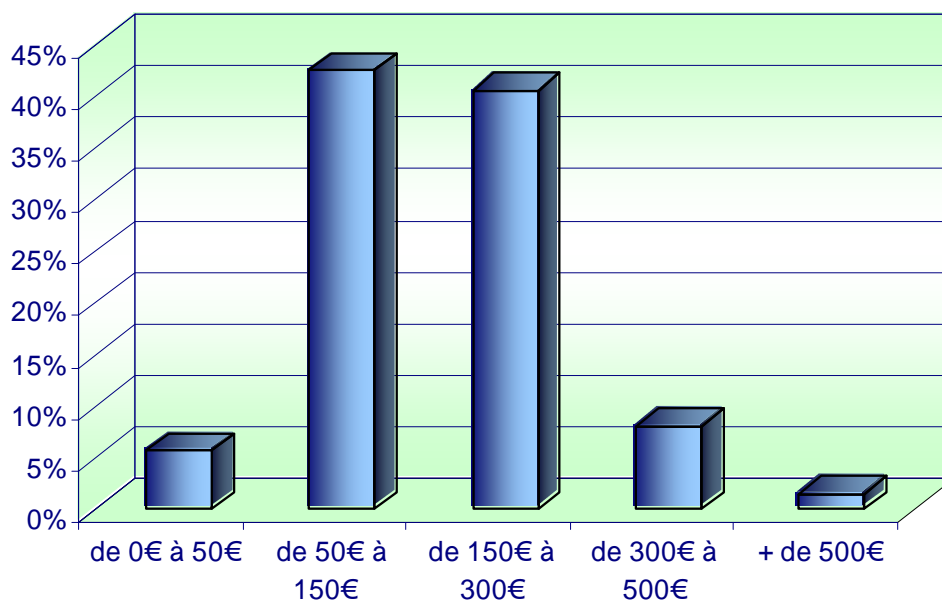
Source : Golf magazine supplément n°173, incluant également des golfs 9 trous

# Le coût de la pratique du golf

## \* Les écoles de golf :

- La France possède 261 écoles de golf (recensées mars 2004).
- 2/3 des écoles ont de 2 à 5 pros.
- 6,75 : c'est la moyenne d'âge d'accès autorisé à l'école de golf.
- Le tarif moyen proposé par les écoles de golf est de 180 euros par an. 42,5% des clubs ont une fourchette de prix comprise entre 50 et 150 Euros et moins de 10% proposent des prix supérieurs à 300 Euros pour l'inscription à l'année.

Tarifs annuels 2003 des écoles de golf

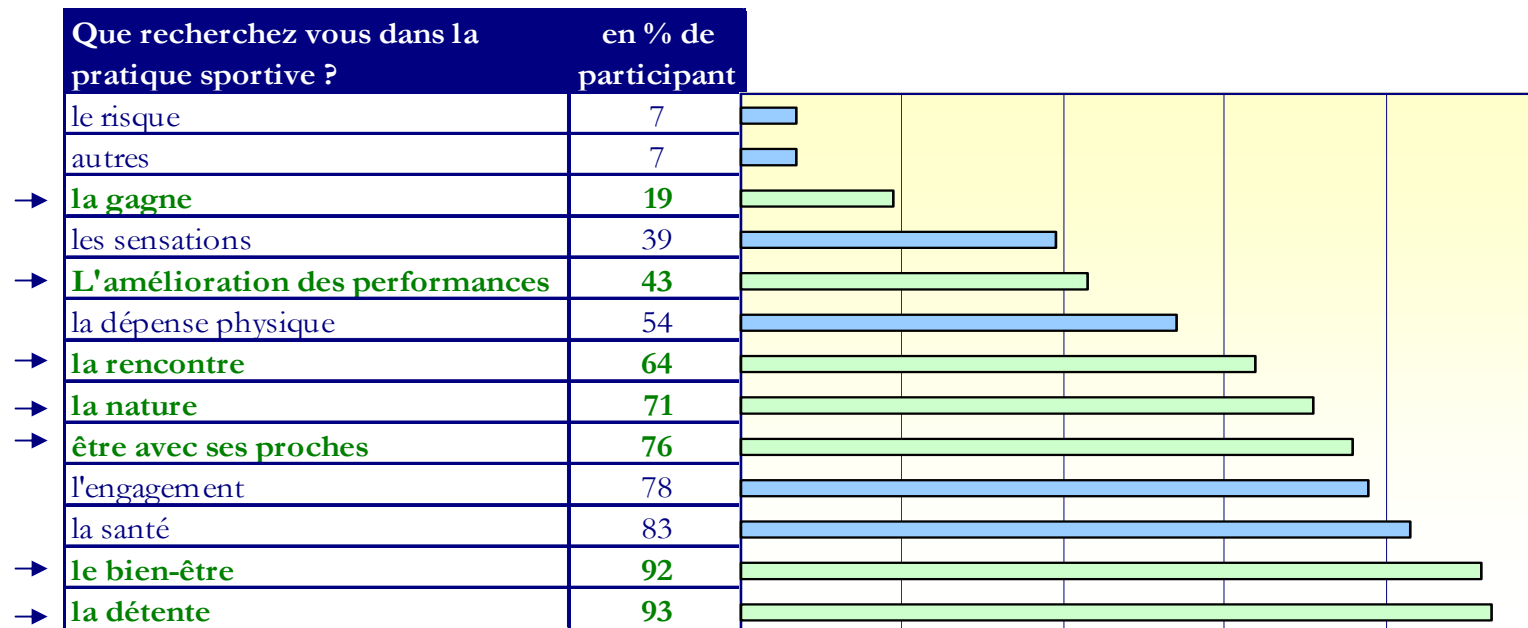


Source : 2003, Golf Magazine supplément n°173

# Les explications de la hausse de la demande golfique

## \* L'évolution des mœurs favorable au golf :

- Désir d'occuper son temps libre (passage aux 35 heures, activité sportive des seniors)
- Attirat pour le tourisme golfique (culture nationale et infrastructures adaptées)
- Nouvelle conception de la pratique sportive (détente 93%, bien-être 92%, nature 71%, rencontre 64% et sport en famille 76%) : hédonisme et convivialité
- Apprentissage constant où l'amélioration des performances est possible à tout âge, de quoi satisfaire 43 % de la population. Le grand nombre de compétitions organisées permet de satisfaire les 19 % attirés par la gagne et la compétition



Source : enquête MJS/INSEP 2000, les pratiques sportives en France.

# Les explications de la hausse de la demande golfique

## \* Les efforts de la FFGolf :

➤ **Des Objectifs Clairs, les jeunes et les femmes :** les opérations découvertes mettent en évidence une plus forte participation des femmes qui sont **40 %** contre **30 %** de licenciées et une baisse de l'âge des pratiquants de 45 ans à 32 ans.

### ➤ Bilan « Ateliers découverte » en 2005

26 opérations ont été mises en œuvre par les ligues régionales, les comités départementaux, ou bien encore les clubs. Elles ont rassemblé plus de 20 000 participants et 45 000 visiteurs.

### ➤ Bilan « Tous au golf 2005 »

- 313 clubs (golfs et parcours compacts) partenaires
- 10 000 participants
- Club lauréat de Tous Au Golf 2005 : le golf de Carantec avec 300 participants



# Les explications de la hausse de la demande golfique

## \* Les efforts de la FFGolf :

### ➤ Bilan « réalisation d'équipements de type Compacts, Golfs Compacts Urbains, Pitch & Putt »

- réalisés : 19
- travaux : 13
- projets : 30

*Depuis 1999*

### ➤ Développement du Centre National du Golf au Golf National, théâtre du plus ancien Open d'Europe Continentale, l'Open de France.

Un projet 2003-2006 ambitieux pour faire du Golf National un équipement de référence pour le golf français, européen et international, mais aussi un centre de formation et un centre national d'entraînement pour l'élite amateur et professionnelle.

**golfnational**<sup>®</sup>

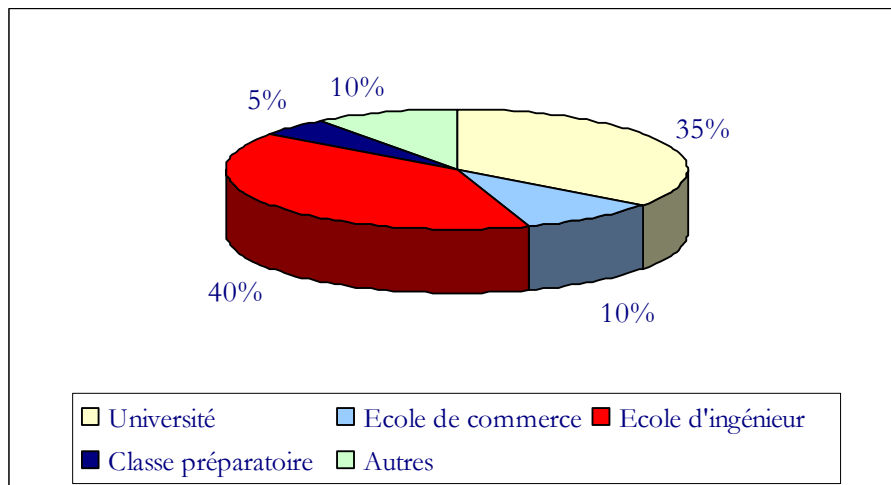


# Les explications de la hausse de la demande golfique

## \* Les efforts de la FFGolf :

➤ **Le Trophée Etudiant** : organisé pour la 1<sup>e</sup> fois en 2005 par la FFGolf. Ce trophée était ouvert à l'ensemble des établissements français de l'enseignement supérieur. Chaque équipe était composée de 4 joueurs du même établissement (dont minimum 1 fille et maximum 2 joueurs avec un index inférieur à 18).

Ce trophée a réuni pour sa 1<sup>e</sup> édition 80 étudiants d'établissements divers :



# Les explications de la hausse de la demande golfique

## \* Les efforts de la FFGolf :

➤ **Les opérations caritatives :** La FFGolf s'engage depuis 11 ans aux cotés de l'association «Vaincre la mucoviscidose » ([www.vaincrelamuco.org](http://www.vaincrelamuco.org)). L'opération « Green de l'espoir » a regroupé en 2005 127 compétitions et quelques 10 000 golfeurs permettant ainsi de récupérer 270 000 € au profit de ce combat contre la maladie. Karine Icher et Thomas Levet ont accompagné cette édition en tant que Parrains.

➤ **Le Handigolf :** La fédération investit 25 000€ / an pour favoriser l'accès au golf des handicapés. Elle met en place des stages pour le Haut-Niveau et participe à l'organisation des différents championnats.

L'association présente des résultats prometteurs avec de grands champions :

- Stéphane HOUDET : Vice champion d'Europe 2004 au golf de la Wantzenau  
Vainqueur des Internationaux de France 2005 à Mont Griffon

## HANDIGOLF

179 route de l'Amelau - Quartier les Trompettes  
13580 La FARE les OLIVIERS  
Tél: 04.90.42.47.90





# Les explications de la hausse de la demande golfique

## \* La réussite des filières FFGolf :

➤ **La filière de haut niveau** : « La Fédération mise sur la permanence de l'entraînement et de l'encadrement à travers ses Pôles France et Espoirs pour préparer l'élite de demain », Maïtena Alsuguren, Directrice Technique Nationale Adjointe.

- **Les Pôles Espoirs**, situés à Montpellier, Toulouse, Dinard et Chatenay-Malabry, préparent les futures élites nationales qui représenteront la France dans les différents championnats internationaux. Dans un premier temps, le but est d'être performant dans les compétitions nationales majeures du calendrier fédéral puis, à moyen terme, de représenter la France des les différents championnats internationaux par équipe. Se préparer à l'élite professionnelle constitue l'étape ultime de ces pôles.

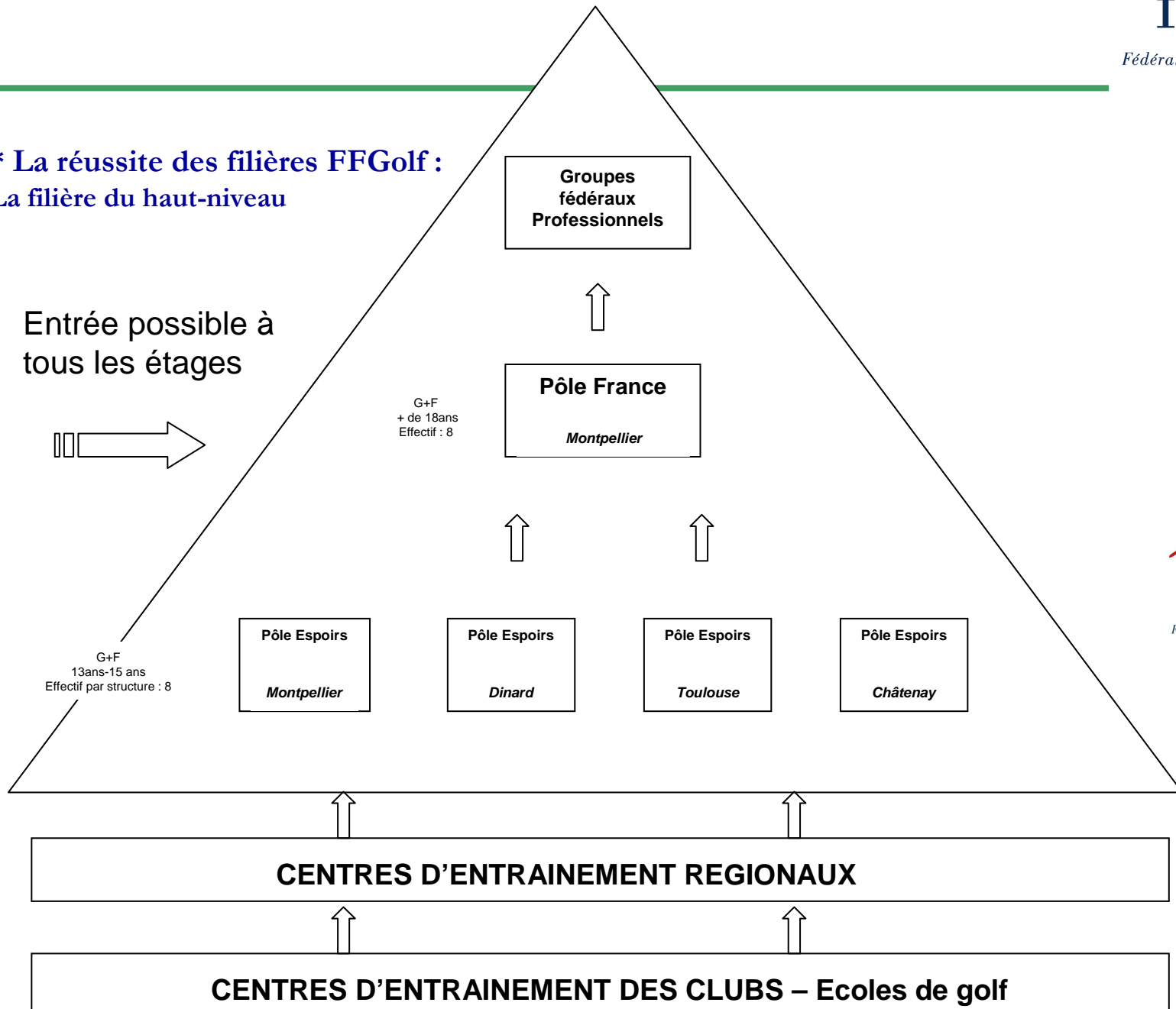
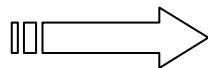
- **Le Pôle France**, créé en 2004 et basé au CREPS de Montpellier, est le sommet de la pyramide fédérale qui part des clubs, passe par les ligues puis les Pôles Espoirs. Il regroupe les meilleurs joueurs français amateurs.

Dans ces Pôles, tous les facteurs de la performance sont appréhendés en un même lieu, préparation technique physique et mentale.



**\* La réussite des filières FFGolf :**  
**La filière du haut-niveau**

Entrée possible à  
tous les étages



# Les explications de la hausse de la demande golfique

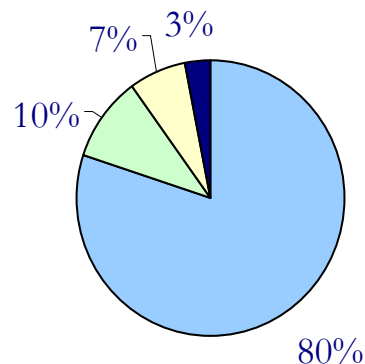
## \* La réussite des filières FFGolf : les victoires françaises 2005



Et aussi sur le circuit français : Nicolas Joakimides sur le Grand Prix PGA France, Virginie Lagoutte sur l'Open du Haut Poitou, Stéphanie Arricau sur le Grand Prix PGA France Dames, Sophie Giquel sur l'Omnium Dames de Cognac

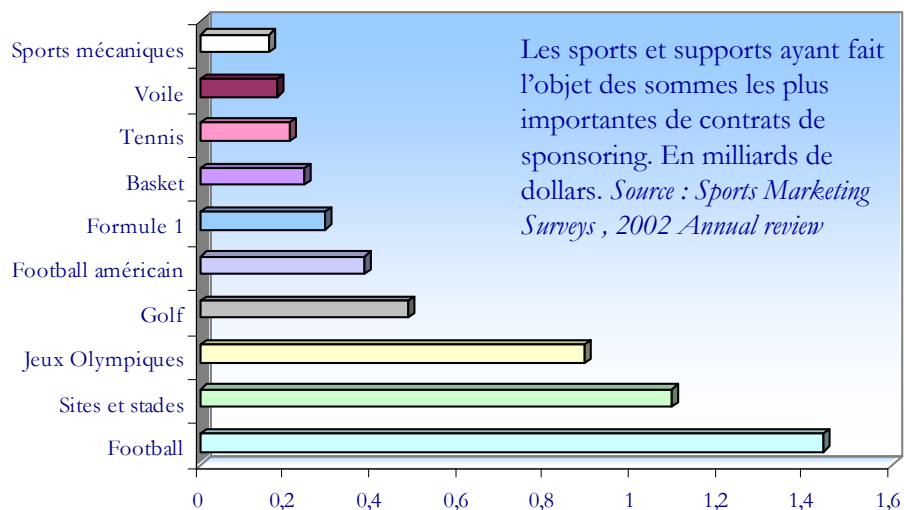
# L'attrait des sponsors pour le golf

## \* Le sport, roi du parrainage :



Sport	80%
Parrainage TV	10%
Art et Culture	7%
Autres	3%

## \* Le golf parmi les sports les plus sponsorisés dans le Monde:



Le golf s'arroge la 4e part dans le nombre de contrats de sponsoring signés en 2002.

Nombre total de contrats : 1353

*Source : Sports Marketing Surveys , 2002 Annual review*

# L'attrait des sponsors pour le golf

---

## \* Un sport qui joue sur l'attractivité des contacts (CSP +) ...

Le nombre de golfeurs issus des CSP + reste important. Toute une catégorie de partenaires cherche à toucher cette cible, ce qui motive leurs engagements dans le golf.

L'objectif recherché n'est pas seulement la valorisation de l'image de l'entreprise, mais aussi la réalisation de « business » auprès d'un public exigeant en terme de prestations et grand consommateur de loisirs.

## \* ...mais qui est en voie de démocratisation.

Si la part des licenciés issus des CSP + est importante, le golf attire aujourd'hui, grâce à la volonté de développement affichée par la FFGolf et les clubs, une population diversifiée.

Mondialement apprécié, le golf n'est plus désormais, comme il le fut des siècles durant, l'apanage des classes sociales huppées.

Les entreprises françaises susceptibles d'investir dans le sponsoring sportif sont très attentives à cette mutation. Elles y voient l'opportunité de sensibiliser des cibles variées et une population plus importante.

# L'attrait des sponsors pour le golf

\* Des valeurs dans lesquelles se reconnaissent de plus en plus le grand public, ainsi que le monde de l'entreprise.

## Les valeurs du golf, un sport :

- exigeant concentration et maîtrise de soi
- fondé sur le respect des autres joueurs et du parcours
- pratiqué dans un environnement naturel et calme
- permettant de s'éloigner des exigences et pressions de la vie quotidienne
- considéré comme propre, que le dopage n'a pas envahi
- convivial et bon pour la santé

Après s'être concentrés sur la recherche des CSP +, les annonceurs ont également perçu dans le golf un ensemble de valeurs en adéquation avec leur politique d'image.

# L'attrait des sponsors pour le golf

## \* La visibilité du golf dans les médias :

Les résultats probants des joueuses et joueurs français sont pour beaucoup dans l'augmentation de la visibilité du golf dans les médias. Si le résultat sportif ne doit pas être un but en soi dans une action de sponsoring, rares sont cependant les entreprises partenaires qui occultent cet aspect, la visibilité générée par une équipe ou un joueur performant pouvant être considérable que ce soit en télévision, en radio ou en presse écrite.

A noter que l'émergence de la télévision par satellite n'est pas étrangère à l'augmentation de la visibilité du golf sur le petit écran même si ce sport conserve une fenêtre médiatique non négligeable sur les chaînes hertziennes.

### Palmarès 2004 des sports à la TV

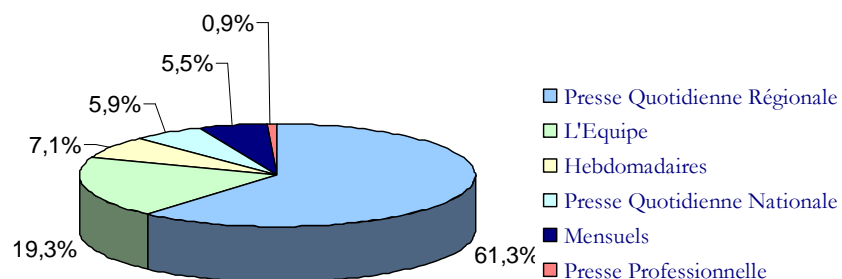
Sport	Rang	Total	TF1	France 2	France 3	Canal +	M6
Football	1	777h24	125h59	42h11	69h57	535h46	3h31
Rugby	2	224h02		69h17	3h52	150h53	
Tennis	3	198h13		124h50	56h26	8h57	
Cyclisme	4	191h08		134h08	45h28	11h31	
Basket	5	170h42		14h31	21h43	134h28	
J.O. 2004	6	139h00		28h27	53h13	56h39	
<b>Golf</b>	<b>7</b>	<b>80h51</b>	<b>0h28</b>			<b>80h23</b>	
Athlétisme	8	77h42		26h21	22h09	29h12	
Handball	9	61h46		16h48	24h05	20h43	
Hockey s/ glace	10	61h27				61h27	
Football américain	11	57h29				57h29	
Volley-ball	12	44h54		13h02	20h24	11h38	
Boxe	13	41h45		5h16	10h07	26h22	
Sports mécaniques	14	40h53	35h13	1h05	1h55		2h40
Formule 1	15	36h51	36h51				
Escrime	16	28h31		10h44	5h38	12h09	

Source : Sport Finance et Marketing n° 143: 14 avril 2005

# L'attrait des sponsors pour le golf

## \* La visibilité du golf dans la presse en 2005 :

Répartition des retombées presse par type de support en 2005



Support	2005	2004	2003
Presse Quotidienne Régionale	2091	1840	1062
L'Equipe	658	1000	699
Hebdomadaires	243	287	230
Presse Quotidienne Nationale	201	699	373
Mensuels	187	75	37
Presse Professionnelle	30	41	21
<b>Total</b>	<b>3410</b>	<b>3942</b>	<b>2422</b>

C'est logiquement, au vu du nombre considérable de titres locaux, que la Presse Quotidienne Régionale a accordé dans ses colonnes la place la plus importante au Golf ( 47%), suivie par l'unique quotidien sportif français *L'Equipe* (19%) et la Presse Quotidienne Nationale (6%). Les retombées presse ont augmenté de 41 % depuis 2003.

### La PQR, un allié pour le développement du golf en France :

Média important, elle touche une population de proximité, donne une autre image du golf auprès de néophytes encore emprunts de préjugés. Ainsi, la PQR contribue à la quasi totalité de la médiatisation des compétitions amateurs, développe de nombreux sujets sur le golf en France, retranscrit la majeure partie des nouvelles sur les golfeurs français et est la principale porte parole des initiatives fédérales.

Source ffgolf , Retombées Presse du golf

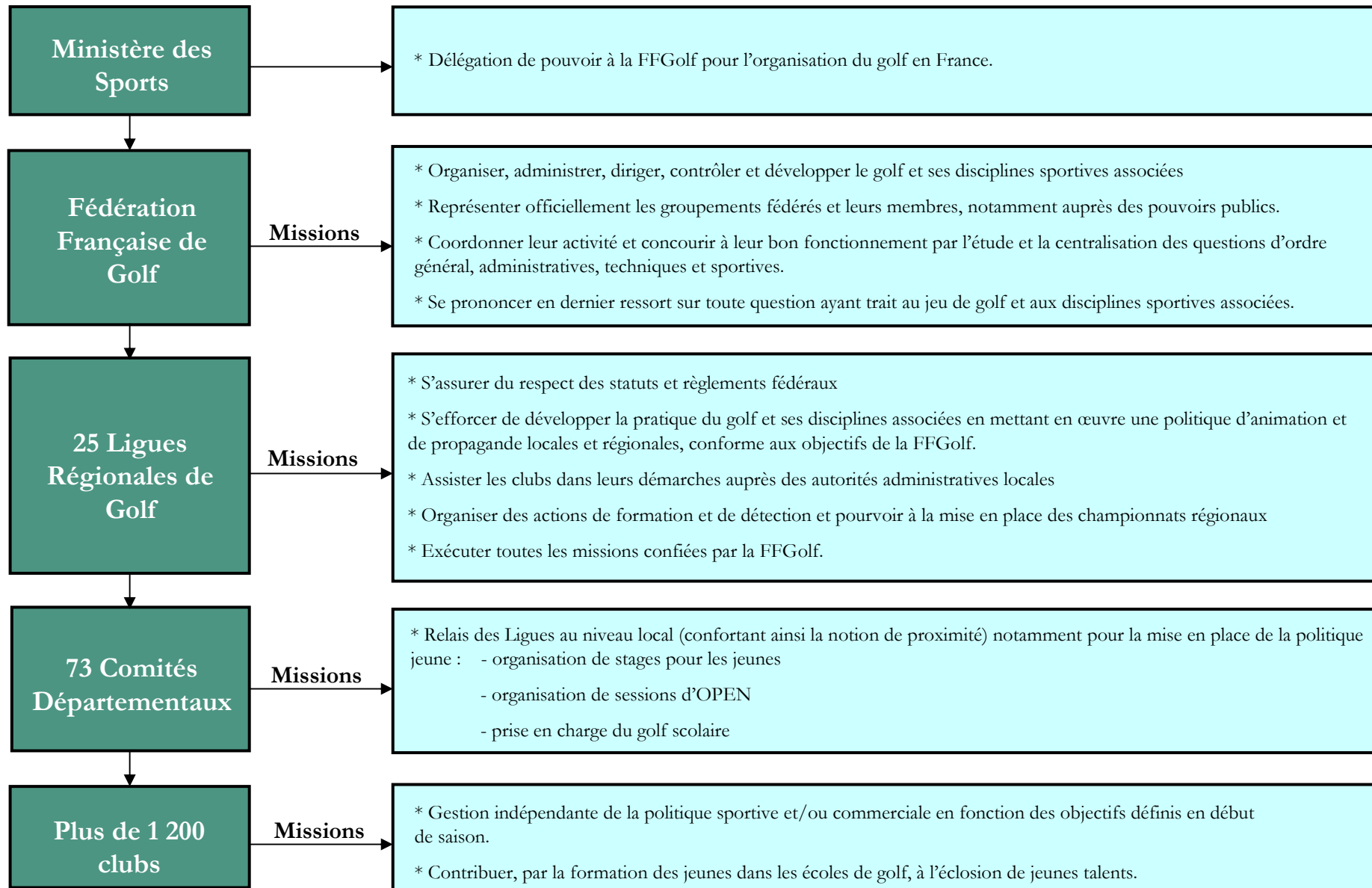


# Le Golf en France 2006

---

## ANNEXES

# Le système golfique français



# Classements 2005

## PGA Tour

150	Levet	Thomas
-----	-------	--------

## LPGA Tour

30	Icher	Karine
103	Meunier-Lebouc	Patricia
136	Arricau	Stéphanie

## European Tour

26	Remésy	Jean-François
37	Jacquelin	Raphaël
43	Van de Velde	Jean
45	Havret	Gregory
66	Levet	Thomas
68	Delamontagne	François
93	Lucquin	Jean-François
106	Cevaër	Christian

## Ladies European Tour

4	Noëra	Gwladys
8	Kreutz	Ludivine
11	Icher	Karine
23	Monnet-Melocco	Marine
36	Lagoutte	Virginie
44	Meunier-Lebouc	Patricia
53	Giquel	Sophie
68	Auffret	Virginie
83	Schaeffer	Fany
91	Arricau	Stéphanie
112	David-Mila	Nathalie
117	Jail	Jehanne

## Challenge Tour

28	David	Olivier
61	Goroneskoul	Ilya
68	Van Hauwe	Julien
72	Gonnet	Jean-Baptiste
79	Delagrange	Sébastien
88	Pellicoli	Raphaël
94	Eyraud	Raphaël
96	Teilleria	Benoît
98	Quesne	Julien
102	Cornut	Bertrand

## Alps Tour

1	Menut	Cédric
4	Coathalem	Bertrand
5	Mork	Adrien
6	Snobeck	Anthony
7	De Polo	Jean-Marc
8	Guillard	Renaud
11	Joakimides	Nicolas
12	Brazillier	Christophe

## Futures Tour

55	Cho	Jeanne
69	Busuttill	Jeanne-Marie
85	Truet	Gaëlle
139	Goasguen	Caroline

## Seniors Tour

15	Watine	Gery
37	Sallat	Jean-Pierre
93	Dugeny	Philippe

# Bibliographie

- **Ce document est édité par le service communication de la FFGolf.**
- Les données présentes dans ce document sont issues:**

## **Sources FFGolf :**

- *Service Licences, Service Sportif, Service Développement*
- *Étude de clientèle des golfs français 1999*
- *Étude licenciés 2003*
- *Étude Retombées Presse 2005*
- *Synthèse Tous au Golf 2005*

## **Autres sources :**

- *Service de la Mission Statistique Ministère de la Jeunesse et des Sports*
- *La Tribune.fr : dossier sportbusiness*

## **Bibliographie**

- *Les pratiques sportives en France : Résultats de l'enquête menée en 2000 par le Ministère des Sports et l'Institut National du Sport et de l'Éducation Physique, 2002*
- *Marketing du Sport : aux éditions Economica, 2ème édition, 2001 Michel DESBORDES, Fabien OHL, Gary TRIBOU*
- *Lettre Sport Finance et Marketing n°143*
- *Sport Marketing Surveys, 2002 Annual review*
- *Golf Magazine*