

ffgolf®

FORUM

2025



**ASSEMBLÉE GÉNÉRALE
ORDINAIRE 2025**

**TÉLÉCHARGEZ
LE PROGRAMME**



SOMMAIRE

1 – LA FILIÈRE HAUT NIVEAU

2 – LA STRATÉGIE MARKETING FÉDÉRALE

3 – LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE

Maïtena ALSUGUREN

DTN adjoint Performance et Organisation Sportive

Grégory HAVRET

Responsable performance de la filière masculine



SOMMAIRE

1 – LA FILIÈRE HAUT NIVEAU

2 – LA STRATÉGIE MARKETING FÉDÉRALE

3 – LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE

A. ÉTAT DES LIEUX ET CONSTATS

B. ORIENTATION STRATÉGIQUE

C. CONTENUS 2025

D. SERVICING



ÉTAT DES LIEUX ET CONSTATS

442 536

licenciés

2015

2024

GLOBAL

407 569

+ 34 967
+ 9%

442 536

JEUNES

41 233

+ 1 044
+ 3%

42 277

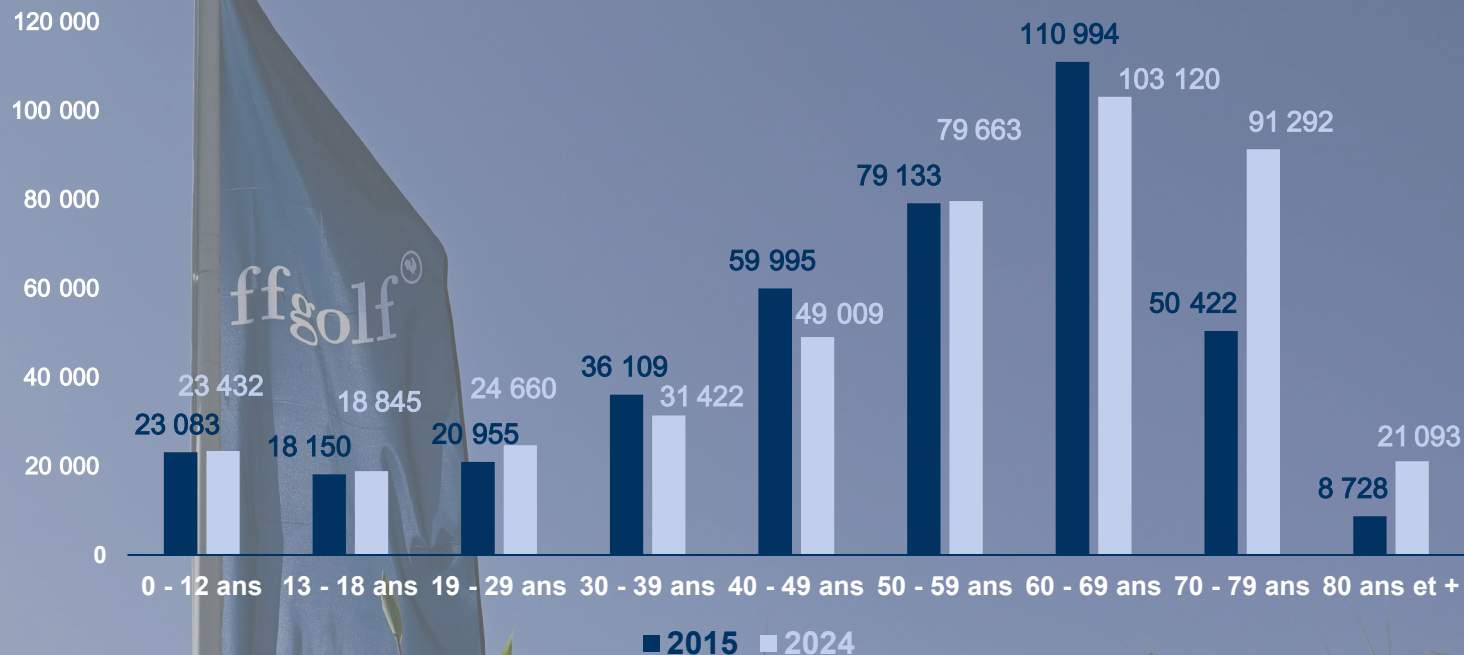
ADULTES

366 336

+ 33 923
+ 9%

400 259

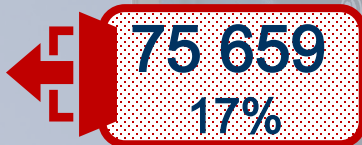
ÉVOLUTION EN 10 ANS



FIDÉLISATION ET RENOUVELLEMENT

Mouvement et renouvellement

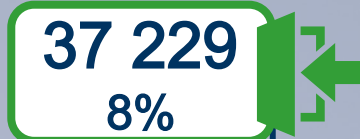
Abandons
golfeurs 2023



Golfeurs
existants et renouvelés

405 307

Recrutement
nouveaux golfeurs



Golfeurs 2024

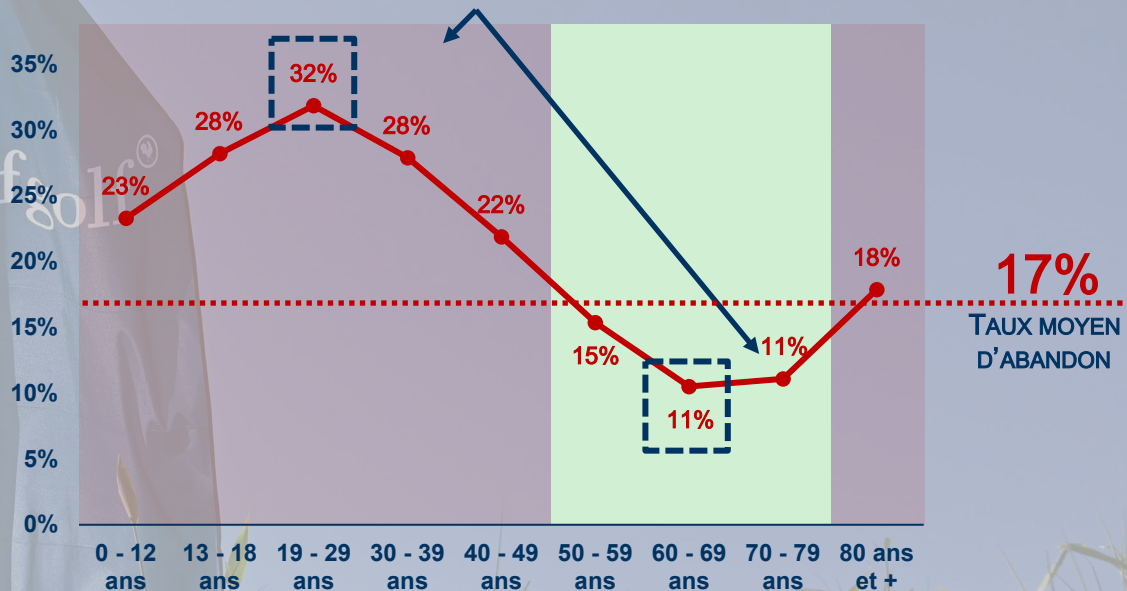
FIDÉLISATION ET RENOUVELLEMENT

Abandon

L'ÂGE DU PRATIQUEANT EST UN FACTEUR PRÉPONDERANT DANS L'ABANDON

Le risque d'abandon est x3 pour un pratiquant qui a entre 19 et 29 ans comparé à un pratiquant qui a entre 60 et 69 ans

75 659
GOLFEURS
DE 2023
QUI ONT
ABANDONNÉ



Taux d'abandon en 2024 (des golfeurs de 2023) par tranche d'âge

FIDÉLISATION ET RENOUVELLEMENT

Parcours des nouveaux golfeurs

SUR 100 NOUVEAUX GOLFEURS 2021

23 abandonnent la pratique du golf 2022



18 abandonnent la pratique du golf 2023



10 abandonnent la pratique du golf 2024

**51 ONT
ABANDONNÉ
LE GOLF**

au cours
des 3 premières
années

LEURS RAISONS

LE MANQUE DE TEMPS
LA DIFFICULTÉ DU JEU
LA CONVIVIALITÉ



ORIENTATION STRATÉGIQUE

UNE NOUVELLE STRATÉGIE MARKETING

Une stratégie marketing adaptée

1.

MAXIMISER L'INTÉGRATION

Notre recommandation :
Concentrer nos efforts sur la phase
la plus déterminante (les 3
premières années) dans la vie des
pratiquants.
Là où tout se joue.



UNE NOUVELLE STRATÉGIE MARKETING

1. MAXIMISER L'INTÉGRATION



UNE NOUVELLE STRATÉGIE MARKETING

Une stratégie marketing adaptée

2.

ÉLARGIR NOTRE SPECTRE



UNE NOUVELLE STRATÉGIE MARKETING

Une stratégie marketing adaptée



Notre conviction

Le Golf (et donc la fédération) a besoin de s'ouvrir et se mettre en posture d'accueil de nouveau pratiquants.

La ffgolf doit montrer des signes d'ouverture et accueillir les nouveaux pratiquants avec enthousiasme et envie

Aller vers une posture de COACH

UNE NOUVELLE STRATÉGIE MARKETING

Une stratégie marketing adaptée

3.

ACCOMPAGNER
LES CLUBS DANS
LEUR VISIBILITÉ
ET ATTRACTIVITÉ
EN LOCAL



UNE NOUVELLE STRATÉGIE MARKETING

Une stratégie marketing adaptée

Le recrutement de nouveaux pratiquants est efficace lorsqu'une offre de pratique de proximité est :

- ✓ Disponible
- 👁️ Visible
- 👋 Accessible et accueillante

Les clubs ont un rôle majeur dans la communication auprès des non réfractaires et des nouveaux entrants

Notre stratégie :
VOUS accompagner
dans cette mission



A female golfer is captured in the middle of her golf swing on a lush green course. She is wearing a light blue long-sleeved shirt, light-colored trousers with dark side stripes, and a dark visor. Her golf club is extended behind her, and her gaze is directed towards the ball's path. The background features rolling green hills, a few trees, and a small white building under a clear blue sky with some light clouds. The overall scene is bright and sunny.

TRADUCTION DE LA STRATÉGIE



À QUI PARLONS-NOUS ?

Parler à des non-réfractaires et aux nouveaux entrants
Pas qu'aux hardcore fans



CONTENUS 2025

*Une offre adaptée à la nouvelle
stratégie marketing*

Une offre adaptée à la nouvelle stratégie marketing

Nouvelle orientation
stratégique



Nouvelle offre de
contenus



Un community management plus **social friendly**, avec une ligne éditoriale et des **contenus plus légers**.
Des canaux plus adaptés, TikTok, Twitch



Des réseaux sociaux performants



FACEBOOK	TIKTOK & TWITCH	INSTAGRAM	LINKEDIN	YOUTUBE	X / THREADS
<i>La passion et l'actualité du golf</i>	<i>Je découvre le golf</i>	<i>Le golf, un mode de vie</i>	<i>La voix fédérale</i>	<i>Le meilleur du golf</i>	<i>La passion et l'actualité du golf</i>
La plateforme n.1 des licenciés et fans de golf. Elle permet à la ffgolf de communiquer avec un public averti, exigeant, de garder le contact avec une cible déjà conquise.	Le point de contact de la ffgolf avec un nouveau public, non-golfeur ou débutant. La plateforme qui fait découvrir le golf au grand public, casse les idées reçues sur le golf, change l'image du sport. Fun, ludique et simple (dans la forme et le contenu).	La plateforme des amateurs de sport et d'art de vivre. Le lieu pour voir comment le golf est réellement vécu et consommé au quotidien, en traversant ses différentes facettes : parcours, clubs, pratique, amusement...	La plateforme de communication officielle. On y célèbre notamment les succès.	La plateforme du divertissement au sens large, ciblant en priorité des golfeurs déjà ancrés dans leur pratique.	L'information, chaude ou froide, pure et simple.
FFGOLF.TV		NEWSLETTER		FFGOLF.ORG	
<i>Ma pratique, mon loisir</i>		<i>Le lien direct avec les pratiquants</i>		<i>Le hub de tous les golfeurs</i>	
Tout le golf.		Le journal de la fédération : contenus, services, avantages.		L'information et la communication officielle. Des contenus accessibles à tous les profils de joueurs. La prise de licence.	



Une nouvelle grille pour des nouveaux contenus

Une nouvelle grille pour des nouveaux contenus

Grille vidéos 2025- Meta / YT / ffgolf tv

	DÉBUTANTS / NOUVEAUX GOLFEURS 03 ANS				FANS		
ACADÉMIE	Père et fils	Break	Drôles De dames	● Jouez malin	Sortie de secours	Golf avec Les stars	● Smartphone
	● 12 péchés Capitaux	● Famille	● Éléments perturbateurs	● Facile	● Mon corps De golfeur	● Bien putté	
LIFESTYLE	Sur le pouce	● Vie des clubs	● Portraits De golfeurs		Golf De la semaine	● Golf trotter	
DÉBUTER	● Le golf pour Les nuls	● Inside Débutant	● Bonne Conduite				
CHAMPIONS	● Petits Champions	Jeux			Interviews	Une partie avec	● Compétitions
MATÉRIEL	● Le matos Pour tous				● Le coin matos		
RSE	Décryptage	Initiative					
FÉDÉRATION	● Santé J. Mohamed				Reportage	Live P.Grizot	



**Tu veux essayer le golf
et tu sais pas
comment faire ?**



**Tu te demandes comment
faire pour progresser
au golf ?**

A man with dark hair, wearing a light grey sweatshirt, dark trousers, and white sneakers, stands on a gravel path on a golf course. The background shows a green lawn, some trees, and a cloudy sky. A blue speech bubble with white text is overlaid on the image.

**Tu débutes au golf et
tu veux savoir de quoi t'as
besoin pour commencer ?**



On dit souvent que
le matériel de golf



SERVICING

Un service clé en main
Un soutien financier à nos clubs

Un service clé en main

Kit Communication personnalisé

VOUS aider à déployer une communication simple, impactante et à l'image de votre club



Un kit de communication print et digital pour vous faire connaître et séduire les prospects de votre zone de chalandise



CRÉER DU TRAFIC
dans votre club et dans vos initiations

Un service clé en main

Kit Communication personnalisé



Le club commande

Ses cibles
Son message
Son contenu



La ffgolf crée
(et apporte des conseils
sur demande)

Des flyers et affiches
Des banderoles et panneaux
Des visuels réseaux sociaux



VOTRE KIT CLÉEN-MAIN

Livré dans votre club
Prêt à être déployé autour de chez vous



GOLF D'ARRAS SÉANCE DÉCOUVERTE OFFERTE

INSCRIPTION : 03 74 24 02 00



Un soutien financier

Programme prospection locale

NOUS portons financièrement **À VOS CÔTÉS**,
vos **INVESTISSEMENTS** et vos **ACTIONS**
de **RECRUTEMENT DE NOUVEAUX PRATIQUANTS**



Pour faire connaître votre
club et votre offre pour
essayer et débiter le golf

50% de vos
investissements
(dans une limite de 2 000€)

ffgolf®

MERCI

SOMMAIRE

1 – LA FILIÈRE DU HAUT NIVEAU

2 – LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION 2025

3 – LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE

A. LES ORIENTATIONS STRATÉGIQUES DE LA MANDATURE 2025-2028

DTE

B. ENVIRONNEMENT ACTIONS OPÉRATIONNELLES 2025

C. L'ÉVOLUTION DES MÉTHODES D'ENTRETIEN DES PARCOURS EN CONSERVANT LA QUALITÉ DES SURFACES DE JEU



LES ORIENTATIONS STRATÉGIQUES DE LA MANDATURE 2025-2028

NOS ORIENTATIONS STRATÉGIQUES DE TRANSITION ECOLOGIQUE

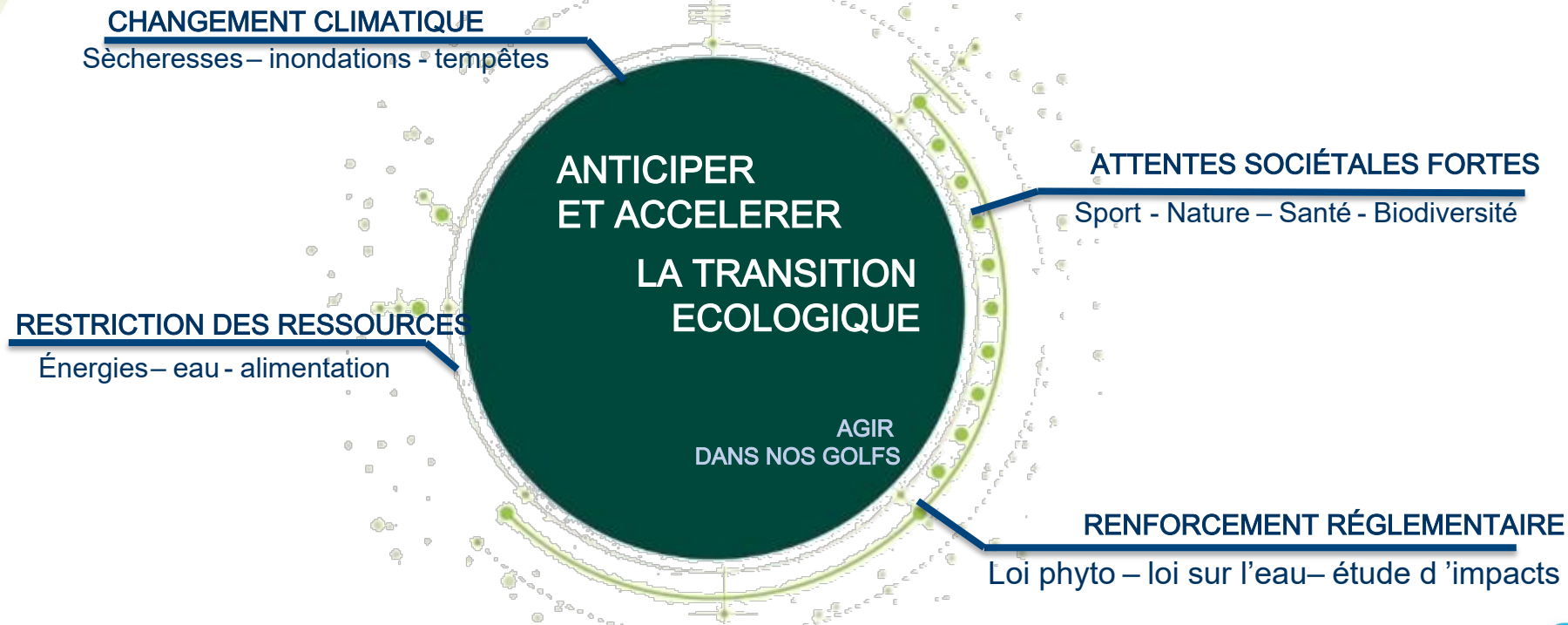


SYLVIANNE VILLAUDIERE

VICE-PRÉSIDENTE DE LAFGOLFEN CHARGE DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE

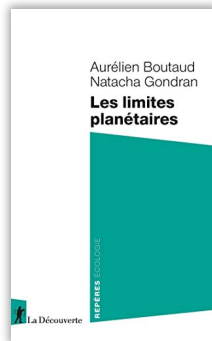
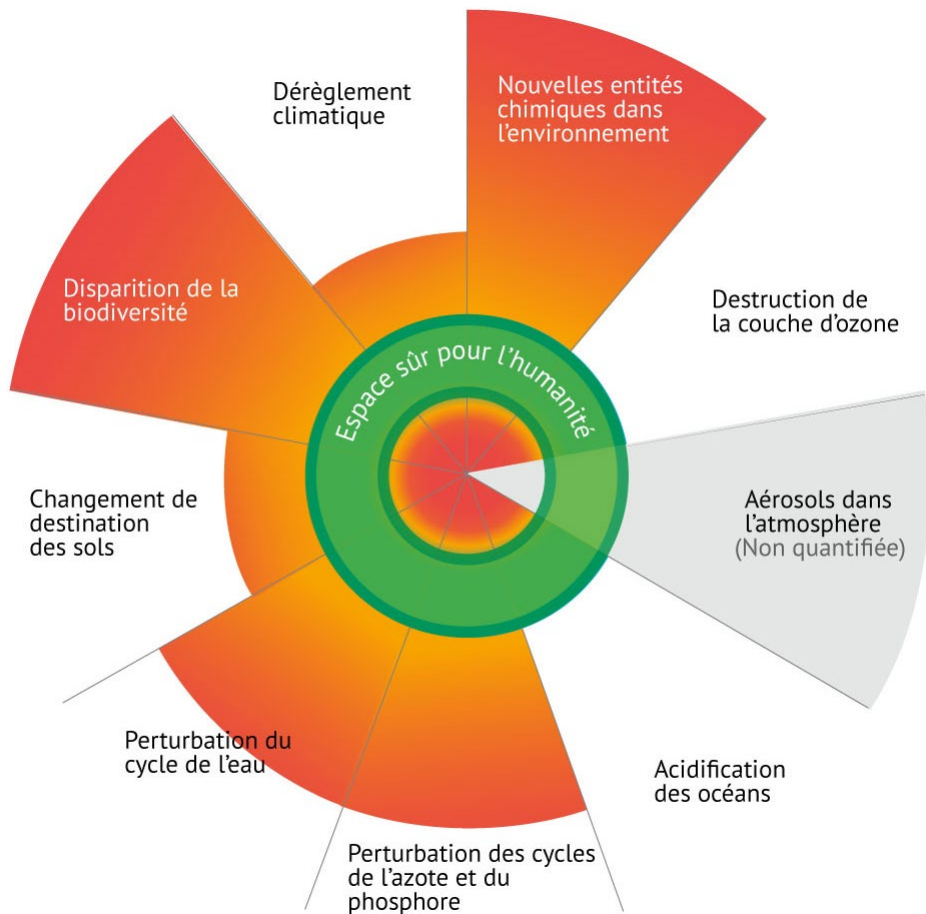


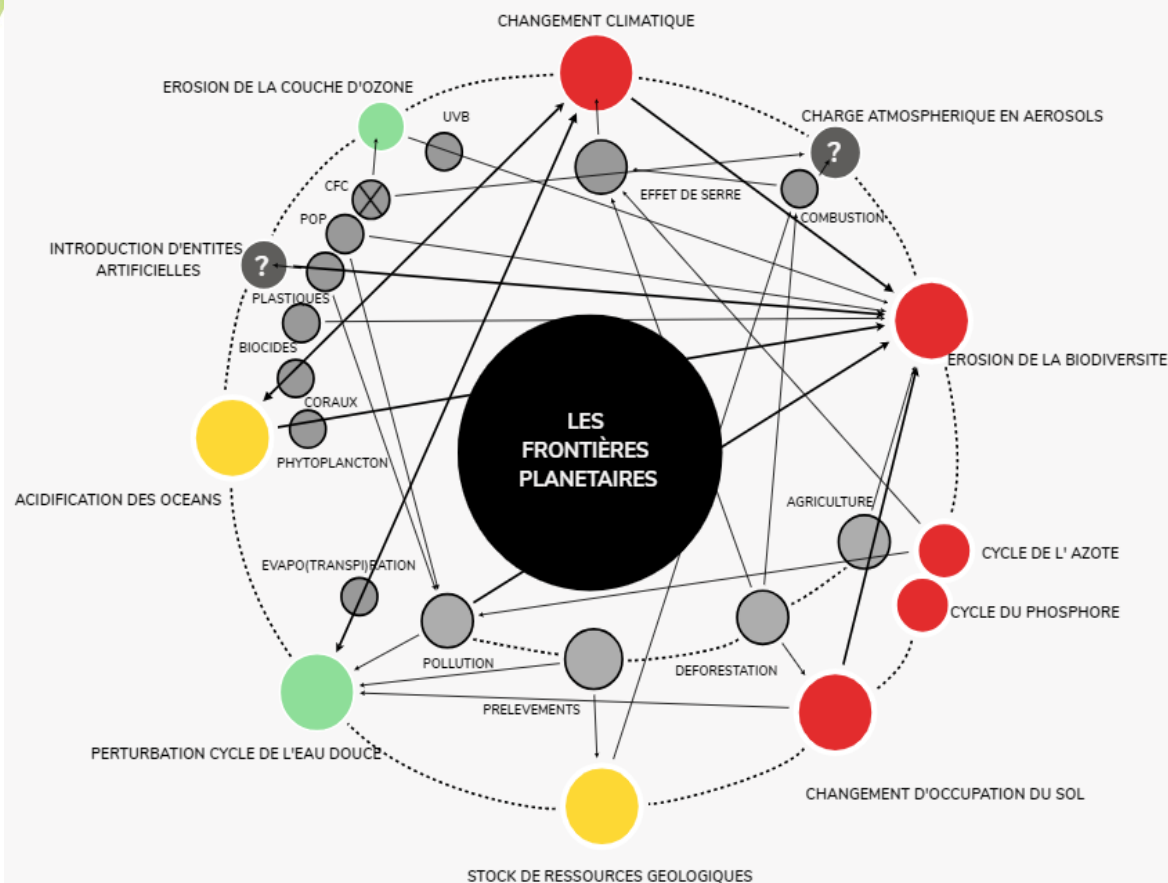
LES GOLFS FACE A DE NOUVEAUX ENJEUX POUR LEUR AVENIR



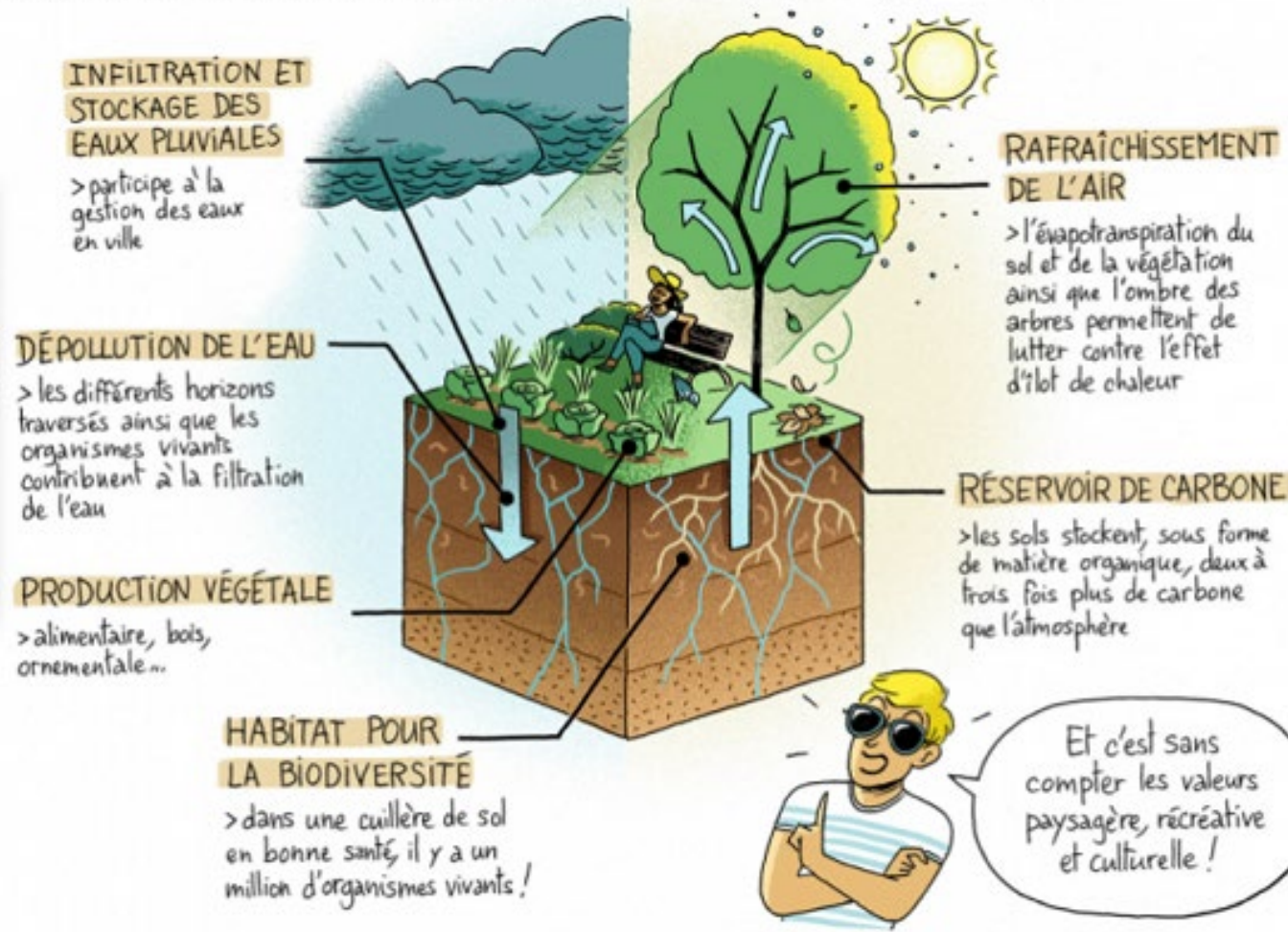
UNE DÉMARCHE DURABLE ET RESPONSABLE PERMET D'ABORDER LE DÉVELOPPEMENT DES GOLFS SEREINEMENT

LIMITES PLANÉTAIRES





Or la préservation du sol constitue une opportunité de rendre les territoires plus résilients. L'artificialiser, c'est souvent se priver de précieux services qu'il rend, parmi lesquels :



TRANSITION ECOLOGIQUE : TROIS AXES PRIORITAIRES FFGOLF 2025/2028



LA GESTION DURABLE
DE L'EAU

L'ENTRETIEN DURABLE
DES PARCOURS

LA PRÉSERVATION & LA VALORISATION
DE LA BIODIVERSITÉ

730 golfs en France – près de 440 000 licenciés et 800 000 pratiquants

1^{er} sport individuel au monde avec 70 millions de joueurs



DTE

ENVIRONNEMENT
ACTIONS OPÉRATIONNELLES 2025

LES ACTIONS MAJEURES 2025 AU SERVICE DES GOLFS

AGRONOMIE

Suivi du cadre réglementaire de la Loi Labbé et de l'eau

Diagnostic stratégique de l'entretien durable des parcours

Suivi Platform.Golf

Informer & Accompagner les golfs

Appui opérationnel de SPOR&D

Suivi des projets expérimentaux

Suivi des GT techniques de l'EGA et de la réglementation européenne

EAU

Accompagnement du Programme Sobriété Eau pour la filière golf

Partenariat avec les Agences de l'eau pour apporter des aides financières aux projets de golf

Déploiement des projets de REUT/ REUSE dans les golfs

Suivi de l'application du Gestion Sécheresse et de la réglementation sur l'usage de l'eau

BIODIVERSITE

Pérennisation du Développement du Label Golf pour la Biodiversité

Déploiement du Programme Golf pour la Biodiversité au niveau Européen

Production de livrable Bilan et Données sur le Golf & la Biodiversité en partenariat avec le MNHN

Partages d'expériences et d'expertises avec les fédérations européennes de Golf et des autres disciplines sportives



AGREF

INSTITUT ECOUMÈNE
GOLF & ENVIRONNEMENT

*L'évolution des méthodes d'entretien
des parcours de golf en conservant la
qualité des surfaces de jeu*

Rémy DORBEAU
Président de l'AGREF

LE GOLF EST UN SPORT DE PRÉCISION



MAIS SON ENTRETIEN DOIT
ÉVOLUER POUR S'ADAPTER
AUX ENJEUX
ENVIRONNEMENTAUX ET
ÉCONOMIQUES.

FACE AUX DÉFIS CLIMATIQUES,
AUX RÉGLEMENTATIONS
ENVIRONNEMENTALES ET À LA
HAUSSE DES COÛTS, LES
MÉTHODES TRADITIONNELLES
D'ENTRETIEN NE SONT PLUS
PÉRENNES.



PROPOSER DES SOLUTIONS
INNOVANTES PERMETTANT DE
RÉDUIRE L'IMPACT
ÉCOLOGIQUE ET LES COÛTS,
TOUT EN MAINTENANT DES
SURFACES DE JEU DE QUALITÉ.

LES PRESSIONS ENVIRONNEMENTALES



CONSOMMATION D'EAU

ARRÊTÉS PRÉFECTORAUX DE
RESTRICTION (2006)
CONCURRENCE SUR LA RESSOURCE



PESTICIDES

LOI LABBÉ - FRANCE (2025)
SUD / SUR - UE (2009 -)



FERTILISANTS AZOTÉS

LOI CLIMAT - FRANCE (2027)
FARM TO FORK - UE (2021 -)



BIODIVERSITÉ MENACÉE

LOI RECONQUÊTE FRANCE (2016)
SANTÉ DES SOLS- UE (2025)




platform.golf

Solution digitale
créée par la Fédération
française de golf
et développée avec
Platform.Garden.


ffgolf®


platform.garden


platform.garden

Platform.golf est un espace réservé exclusivement aux Golfs affiliés à la ffgolf, qui vous permet de déclarer et de suivre vos consommations d'eau et d'intrants.

LES HAUSSES DES COÛTS D'ENTRETIEN

EAU		EAUX NON CONVENTIONNELLES / REDEVANCE +25% DEPUIS 2020 X 500 SUR LES REUT (?)
PESTICIDES		+ 20% DEPUIS 2020
FERTILISANTS		+ 35% DEPUIS 2020
ÉNERGIE		+ 39% DEPUIS 2021
MAIN D'ŒUVRE		+15% DEPUIS 2021



LES ATTENTES DES GOLFEURS



GESTION DURABLE DE L'EAU

FONDAMENTAUX

- COMMUNIQUER : AVEC LES JOUEURS
- ENTREtenir : UN SYSTÈME D'ARROSAGE (ÉCONOMIE ENTRE 25 - 35%)
- CULTIVER : NUTRITION, OPÉRATIONS MÉCANIQUES, SURFACTANTS, BIOSTIMULANTS (15 - 30%)

TECHNIQUES

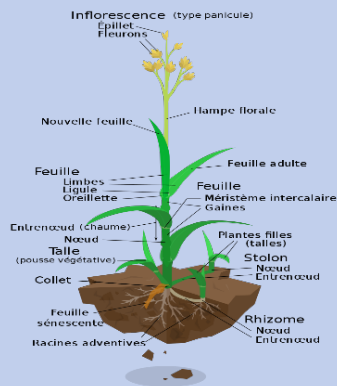
- SOBRIÉTÉ : DIMINUER LES SURFACES ARROSÉES (30%)
- OPTIMISER : ETP ET BILAN HYDRIQUE (20 - 30%)
- RÉDUIRE : INTRODUIRE DES GRAMINÉES PLUS ADAPTÉES (20 - 40%)

RESSOURCES

- STOCKER : TENIR COMPTE DE L'ÉVAPORATION (50%100%)
- RECHERCHER : SOURCES D'EAU ALTERNATIVES (50%100%)



RÉDUCTION DE L'USAGE DES PRODUITS CHIMIQUES



Bilan 2024 des gazons de graminées

Epidémiosurveillance du 31 décembre 2023 au 31 décembre 2024



Golfs



Terrains de sport



Hippodromes

LA LUTTE INTÉGRÉE

«L'APPLICATION RATIONNELLE D'UNE COMBINAISON DE MESURES BIOLOGIQUES, BIOTECHNOLOGIQUES, CHIMIQUES, PHYSIQUES, CULTURALES OU INTÉRESSANT LA SÉLECTION DES VÉGÉTAUX DANS LAQUELLE L'EMPLOI DE PRODUITS CHIMIQUES PHYTOPHARMACEUTIQUES EST LIMITÉ AU STRICT NÉCESSAIRE POUR MAINTENIR LA PRÉSENCE DES ORGANISMES NUISIBLES EN DESSOUS DE SEUIL À PARTIR DUQUEL APPARAÎSSENT DES DOMMAGES OU UNE Perte ÉCONOMIQUEMENT INACCEPTABLES ».

FACTEURS ENVIRONNEMENTAUX

Evaluation du site
Evolution du climat

VÉGÉTAL ET SOL

Connaître les sols / graminées
Mécanisme d'optimisation

ENNEMIS ET MALADIES

Reconnaître les
bioagresseurs
Influence de l'entretien

ARROSAGE

Capacité des systèmes –
ETP/RFU
Influences sur les
plantes/ennemis

LE BIOCONTRÔLE

Les solutions de
biocontrôle
Leurs limites

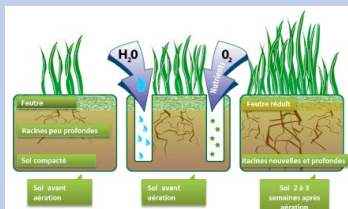
STRATÉGIE

Anticipation / Prédiction
Les Outils d'Aide à la Décision

DÉTERMINER LA BONNE COMBINAISON CULTURALE
POUR AMÉLIORER LA RÉSILIENCE DES SURFACES.

Des solutions innovantes pour un entretien durable

MAINTENANCE RAISONNÉE DES SURFACES DE JEU



DÉFINIR SES EXIGENCES

ADAPTER LES HAUTEURS DE TONTE

DES OPÉRATIONS PERTINENTES ET OPTIMISÉES POUR
UN SOL PLUS VIVANT SANS PROVOQUER DE STRESS
INUTILE

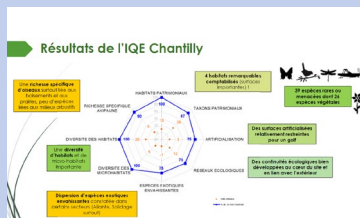
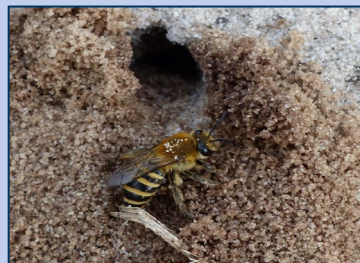
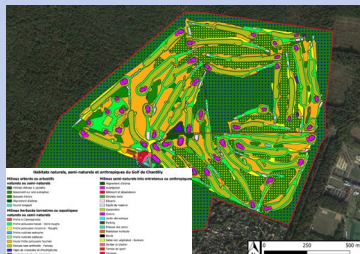
UNE APPROCHE PLUS NATURELLE DES ROUGHS.

THE LESS, THE BETTER

ROBOTISATION ET DIGITALISATION

Des solutions innovantes pour un entretien durable

INTÉGRATION DE LA BIODIVERSITÉ ET DES PRATIQUES ÉCORESPONSABLES

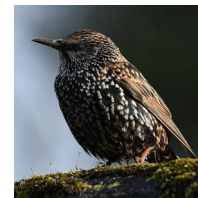


CRÉATION D'ESPACES NATURELS FAVORISANT LA FAUNE ET LA FLORE LOCALE AU BÉNÉFICE DES GAZONS

RÉDUCTION DES ZONES DE TONTE

ADAPTER LES OPÉRATIONS D'ENTRETIEN ET LE CALENDRIER D'INTERVENTION

LABEL GOLF POUR LA BIODIVERSITÉ.



QUELQUES EXEMPLES DE BONNES PRATIQUES



GOLF DE MASSANE(OCCITANIE)
40% D'ÉCONOMIE D'EAU : CYNODON LATITUDE 36



GOLF DE CHANTILLY(HAUTS DE FRANCE)
50% D'ÉCONOMIE D'EAU : FÉTUQUES OVINES
90% ÉCONOMIE ENGRAIS DEPUIS 25 ANS MULCHING



NOMBREUX GOLFS
20 À 30% D'ÉCONOMIE / PLUS DE GES / MOINS
D'ADVENTICES
DISPONIBILITÉ DES JARDINIERS



GOLF DE ROISSY(ÎLE DE FRANCE)
80% DE RÉDUCTION DE PPPS SUR FUSARIOSE : HUILES
PARAFFINIQUES ET PHOSPHONATES DE K



PONT AU GOLF(NORMANDIE)
ARROSAGE DES GREENS À L'EAU SAUMÂTRE EN ÉTÉ
PAS DE PP PAR VOLONTÉ DES MEMBRES

TROUVER DES PARTENAIRES



**CHOISIR UN NIVEAU
D'EXIGENCE ADAPTÉ AUX
GOLFEURS :
PACTE D'ENGAGEMENT**

**ÉTAPES PROGRESSIVES
POUR INTÉGRER CES
NOUVELLES MÉTHODES :
ZONES DE TEST-
DIAGNOSTIC
STRATÉGIQUE**



**SENSIBILISATION ET
FORMATION DES ÉQUIPES
SUR TOUS LES SUJETS DE
LA TRANSITION**



*PERFORMANCE
DURABILITÉ
ATTRACTIVITÉ DE LA FILIÈRE*

AGREF

INSTITUT ECOUMÈNE
GOLF & ENVIRONNEMENT

&

ffgolf[®]

RESENT À VOTRE DISPOSITION

ENVIRONNEMENT@FFGOLF.ORG
PRESIDENT@AGREF.ORG



MERCI