



BLUEGREEN

**RAPPORT D'ACTIVITÉ
ANNEE 2017
GOLF DU
VAL D'AMOUR**



Chapitre 1 : Présentation de Bluegreen

Chapitre 2 : Compte rendu financier

Chapitre 3 : Compte rendu social

Chapitre 4 : Les données d'activité

Chapitre 5 : Compte rendu technique

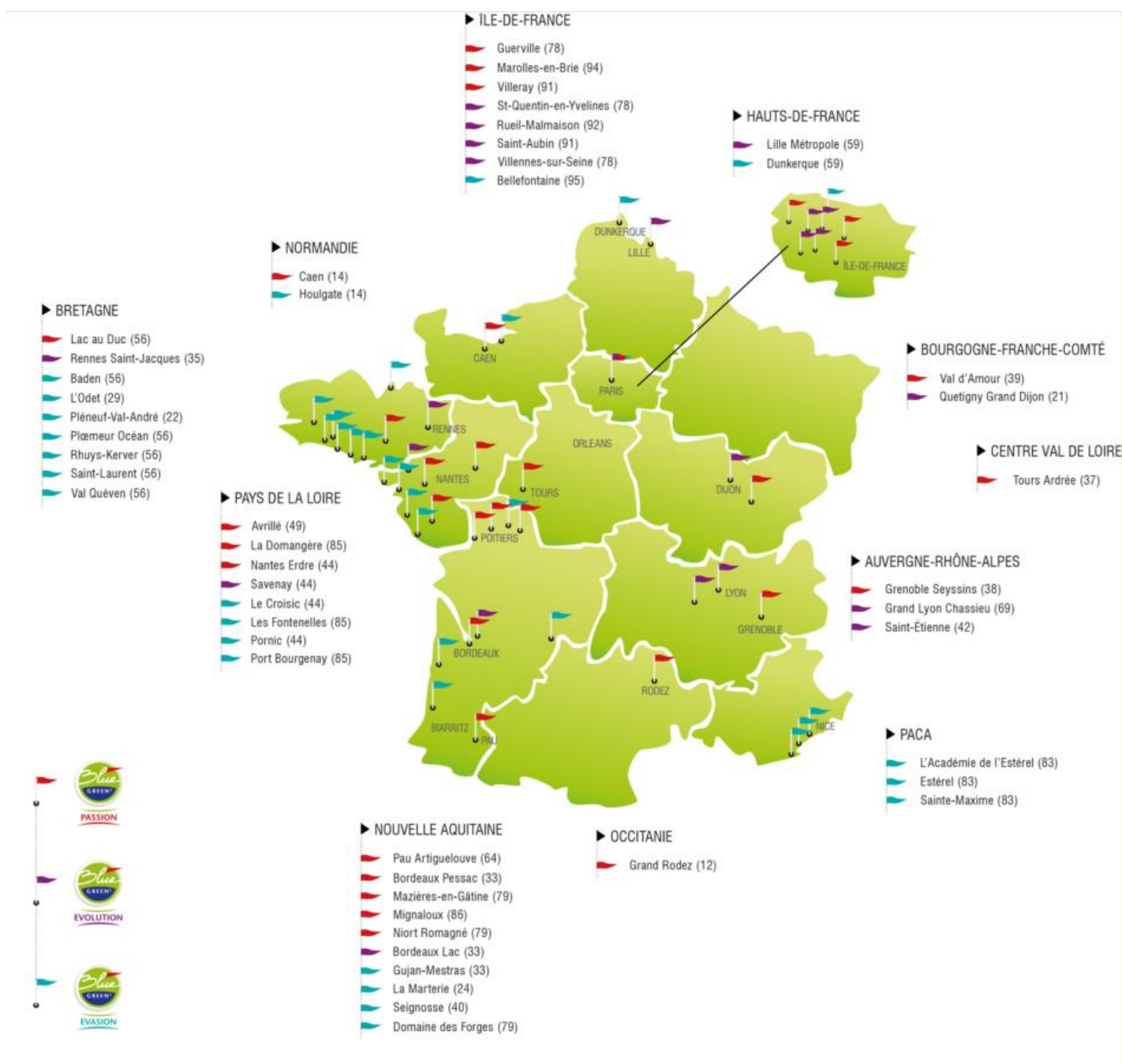
Chapitre 6 : Travaux

Chapitre 7 : Conclusion

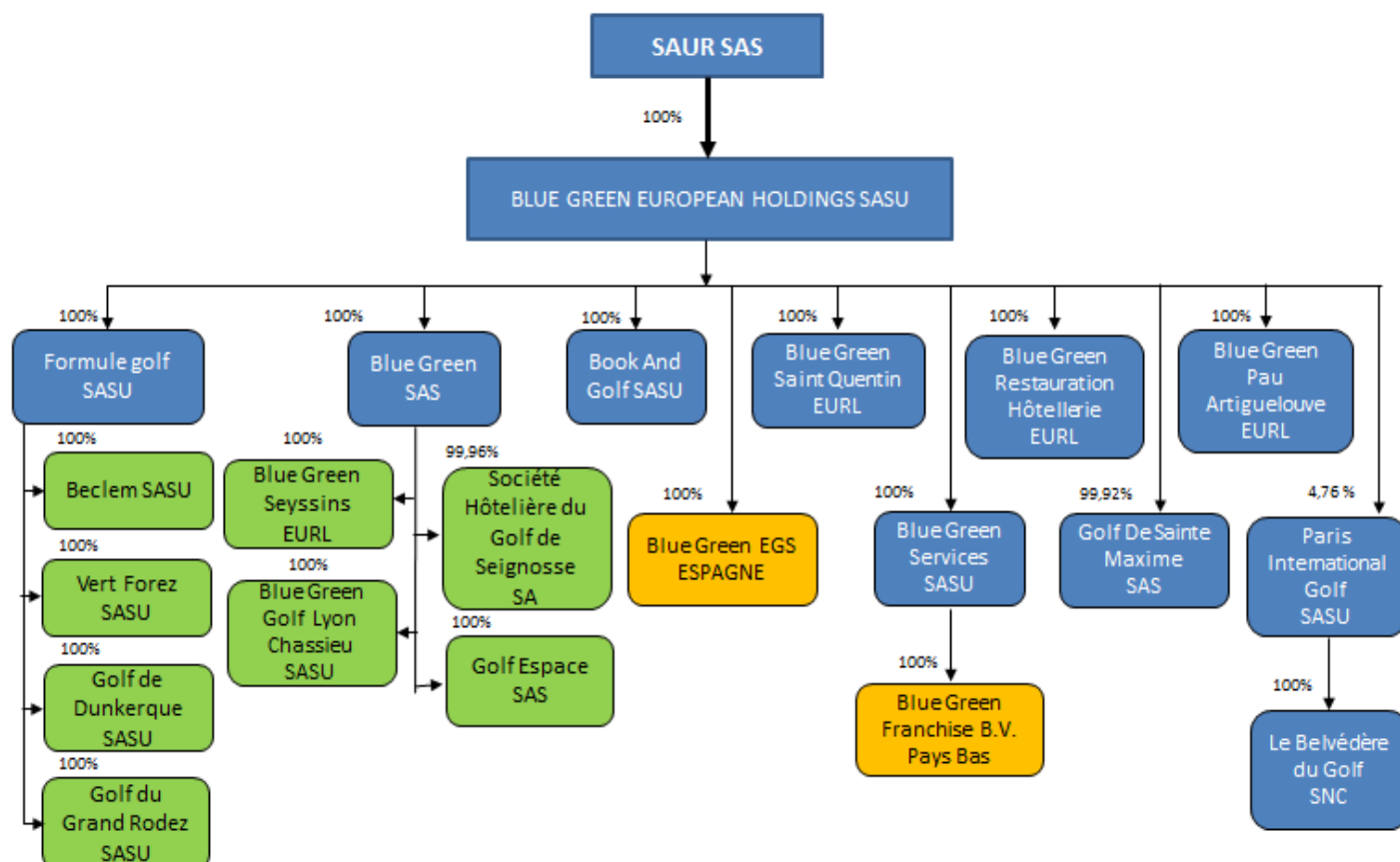
1 – PRESENTATION DE BLUEGREEN

1. Le périmètre Bluegreen

Le réseau Bluegreen au 1^{ER} Janvier 2017



En 2011, les sociétés FORMULE GOLF et BLUEGREEN ont fusionné sous l'entité commerciale Bluegreen. Ce rapprochement des deux groupes a permis la mise en place de nouveaux produits, de nouvelles stratégies permettant d'innover plus vite et d'assurer un réel professionnalisme. Ces deux sociétés sont gérées sous l'entité BGEH (Bluegreen European Holdings) qui est elle-même, à ce jour filiale du groupe Saur à 100 %.



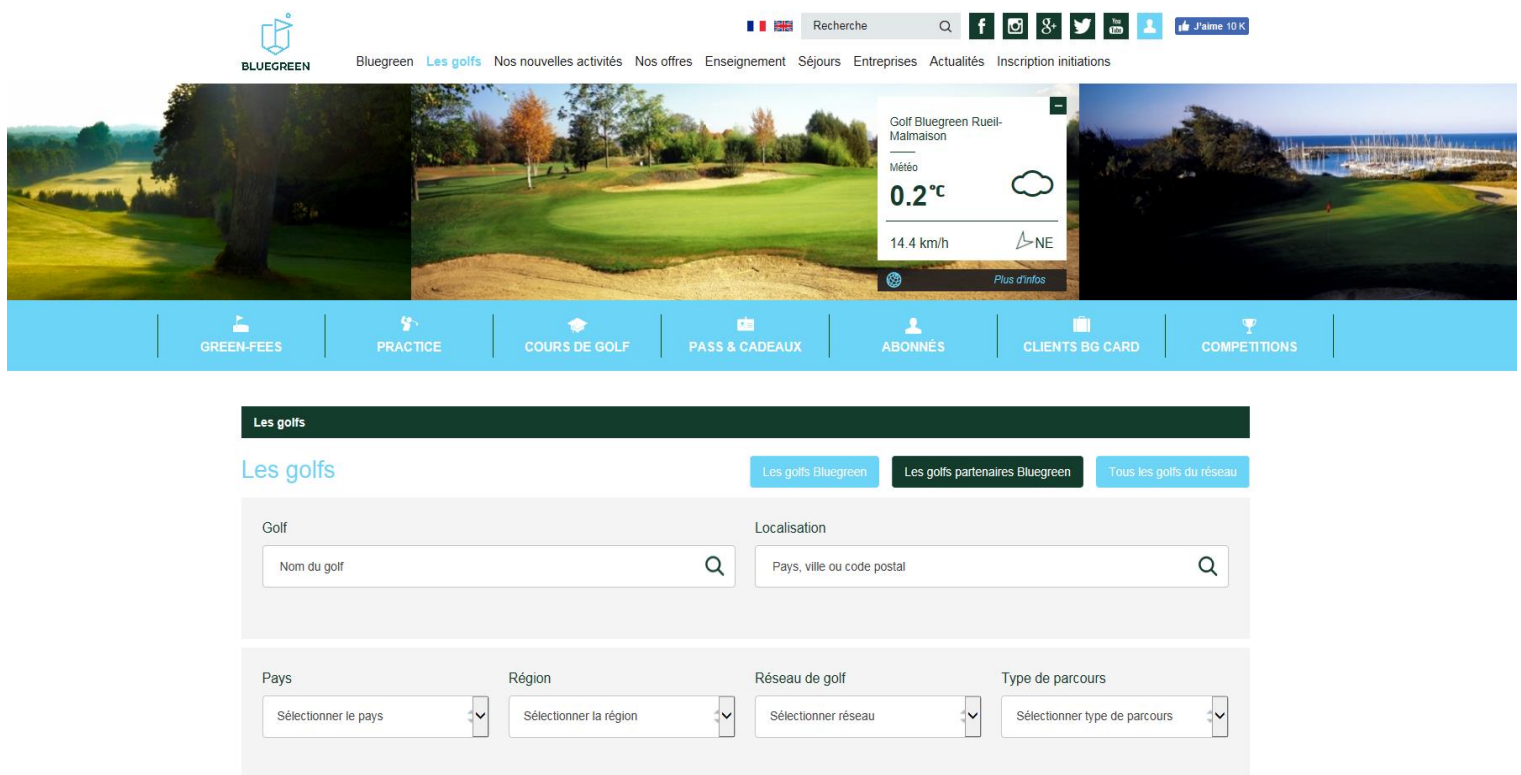
Bluegreen est le numéro 1 de la gestion de parcours de golfs en Europe. Depuis 2011, année de la fusion, le groupe offre à ses clients le 1er réseau de golfs et une expertise toujours plus grande dans la gestion d'équipements publics. Au-delà de la qualité reconnue de ses parcours, Bluegreen est guidée par la philosophie suivante : rendre la pratique du golf accessible au plus grand nombre et participer au déploiement de ce sport dans tout l'hexagone.

Le groupe Bluegreen regroupe ainsi les moyens humains et matériels des sociétés de la holding. Ce sont plus de 700 salariés qui y sont ainsi réunis.

Bluegreen en chiffres

- 30 ans d'expérience,
- 49 parcours dans l'hexagone dont 40 gérés en DSP,
- 18 golfs partenaires France,
- 23 000 golfeurs abonnés,
- 500 000 green fees par an,
- 7 000 élèves formés chaque année par l'académie Géry WATINE,
- 14 000 néophytes par an,
- Plus de 15 golfs partenaires étrangers.

Site web Bluegreen : www.bluegreen.com



The screenshot shows the Bluegreen website homepage. At the top, there is a navigation bar with the Bluegreen logo, a search bar, and social media icons. Below the navigation bar, there is a large banner image of a golf course. A weather widget is overlaid on the banner, showing the temperature as 0.2°C and wind speed as 14.4 km/h. Below the banner, there is a horizontal menu with links to various sections: GREEN-FEES, PRACTICE, COURS DE GOLF, PASS & CADEAUX, ABONNÉS, CLIENTS BG CARD, and COMPETITIONS. Below the menu, there is a section titled 'Les golfs' with a sub-header 'Les golfs Bluegreen'. This section contains search filters for 'Golf' (Nom du golf) and 'Localisation' (Pays, ville ou code postal). Below these filters, there are four dropdown menus for 'Pays', 'Région', 'Réseau de golf', and 'Type de parcours'.

Le réseau golfs partenaires

Les golfs partenaires français

Bluegreen Partenaires est une offre novatrice et évolutive. La personnalisation de partenariat en fait le produit idéal pour développer les golfs partenaires et intégrer un réseau leader sur son domaine en toute sérénité.

Pour le golf partenaire c'est :

BENEFICIER de l'expérience du leader numéro 1 en Europe

INTEGRER les supports de la marque Bluegreen

DEVELOPPER une vraie dynamique de la relation client

PROFITER d'outils marketing performants (site web, newsletter)

AMELIORER le processus d'achats (terrain, boutique et restauration)

Le réseau golfs partenaires au 1^{er} janvier 2017



Les golfs partenaires étrangers

A ce jour, nous comptons plus de 15 partenaires étrangers :

En Angleterre

- Linden Hall course
- Portal Ardenne course
- Hill Valley Sapphir.



En Irlande

- Castelrock course



En République Tchèque

- Golf Resort Konopiste



A Chypre

- Minthis Hill course



En Slovénie

- Dinner's and country golf



En Ecosse

- Spey Valley course
- Tain golf club
- Macdonald Cardrona golf club



Au Portugal :

- 7 golfs



Réseau Orizonte Lisbon Club (tous situés dans un rayon de 40 kms autour de Lisbonne).

En Chine

- Mission Hills



Au travers de ces partenariats, Bluegreen :

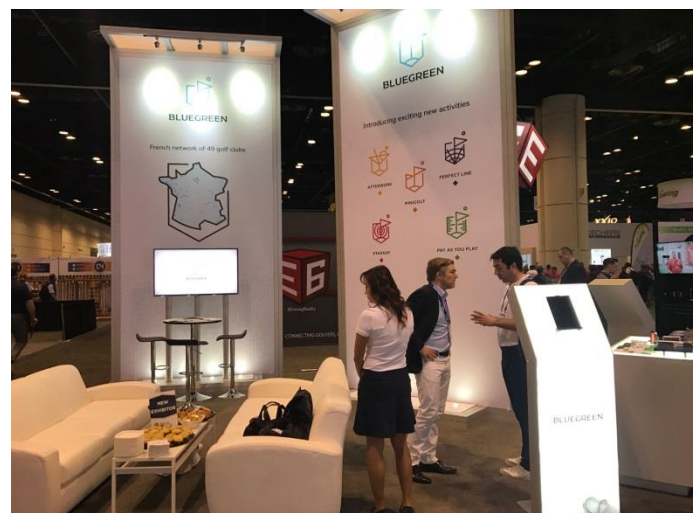
- ✓ Renforce sa visibilité à l'international grâce à l'affichage de ses parcours et de ses séjours dans les golfs partenaires,
- ✓ Propose encore plus d'avantages à ses abonnés en leur offrant la possibilité de jouer à prix réduits lors de leurs séjours à l'étranger.

Ces actions sont portées par notre responsable commerciale tourisme. Elle a en charge également :

- La relation avec les Tours Opérateurs
- l'organisation de la présence de Bluegreen sur les salons internationaux : le PGA golf Show à Orlando le Scottish golf show – le London golf show – le salon du golf à Paris - le salon du golf à Amsterdam.

Bluegreen participe également à l'IGTM : le salon des professionnels du tourisme.

Le PGA golf show d'Orlando et le stand Bluegreen



2. Stratégie communication et marketing

Résumé de nos engagements pour votre service

- Favoriser les nouvelles pratiques de consommation grâce aux nouvelles activités,
- Augmenter la fréquentation,
- Renforcer notre présence sur les marchés étrangers,
- Assurer un volume de prébooking grâce aux réservations anticipées,
- Elaboration des supports de communication
- Fidélisation de nos clients.

Pour atteindre ces engagements, notre politique globale, marketing et commerciale, s'oriente vers :

- Les amateurs de golf (habitants permanents, personnes séjournant dans la région, Touristes)
- Les débutants désireux de s'initier à ce sport,
- Les touristes et les familles,
- Les établissements scolaires des communes avoisinantes,
- La clientèle entreprise et les comités d'entreprises,
- Le handisport

Bluegreen dynamise la fréquentation du golf grâce à ses principaux points forts :

- Une véritable expertise reconnue dans le milieu golfique,
- Une formation reconnue des golfeurs,
- Des produits et des offres adaptés à tous,
- Une forte capacité d'innovation,
- La force d'un réseau de golfs en développement,
- Le professionnalisme de notre équipe d'enseignement,
- Une équipe commerciale performante,
- La recherche permanente d'adaptation au marché local.

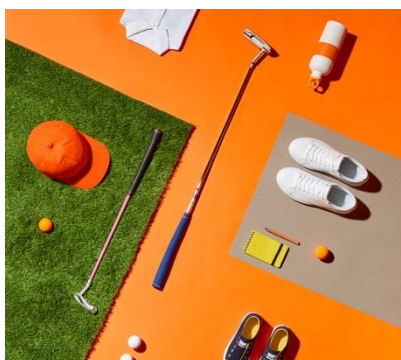


Nos moyens à votre service

✓ LES NOUVELLES ACTIVITES

En 2017, Bluegreen a initié une nouvelle stratégie par la mise en place de nouvelles activités détaillées ci-dessous :

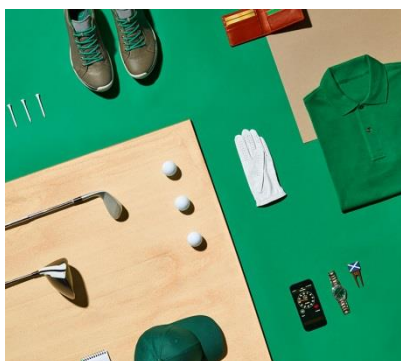
MiniGolf : c'est le petit jeu qui fait les grands joueurs



Un véritable 9 ou 18 trous en version miniature pour découvrir ou s'exercer. Accessible à tout niveau, c'est la parfaite activité à faire entre amis, en famille ou bien seul pour s'amuser au petit jeu.



Pay as you play : un petit trou dans son agenda suffit déjà



Finis les parcours trop longs, vous pouvez maintenant maîtriser votre temps de jeu.

Grâce à l'application dédiée **E GULL PAY**, c'est vous qui décidez du nombre de trous qui vous convient. Vous créez votre parcours de jeu sur mesure.

Perfect line : si vous aimez les jeux d'arcade, vous aimerez taper la balle



Le practice ludique débarque en France et dans les golfs Bluegreen. Parfaite pour la recherche de performance, la technologie intégrée au practice vous donne en temps réel : la distance (carry et totale), la vitesse de la balle, la hauteur, le spin, la distance à la cible, etc.

Profitez-en aussi pour vous challenger entre amis sur des parcours virtuels, des concours de précision et de distance, etc.



AfterWork : on peut mixer le jeudi soir avec le dimanche matin



Le golf, c'est d'abord du partage et pour le mettre en pratique, vous pouvez maintenant vous détendre après une journée de travail, taper quelques balles et siroter un verre entre amis.



The Stadium : le golf, c'est dans la tête. Et dans les bras. Et dans les jambes. Et...



Parce que le n° 1 mondial du golf n'est pas devenu n° 1 en un jour, The Stadium est un espace entièrement consacré à l'entraînement, notamment pour les enfants, qui permet de travailler la performance et les atouts essentiels d'un grand joueur. Le physique, la technique mais aussi le mental y sont travaillés en harmonie pour réveiller le champion qui sommeille en chacun.



✓ LES JOURNEES PORTES OUVERTES « JPO »

Organisation deux fois par an sur l'ensemble du réseau Bluegreen :

- Objectif : faire découvrir ou redécouvrir le golf
- Formule : 2 heures d'initiation gratuite conviviales et ludiques
- Environ 20 000 personnes initiées sur les deux sessions en 2017
- 6500 nouveaux golfeurs formés chaque année



Blue Green
des golfs qui vous feront
aimer le golf

50 golfs
sur tout le territoire

Du 24 mars au 1^{er} mai
INITIATION GRATUITE
avec accès au parcours

Inscription
www.bluegreen.com
ou sur le golf
de votre choix

N°1 Avec plus de 6500 nouveaux golfeurs chaque année,
Blue Green, leader de l'enseignement du golf en France

LES INITIATIONS GRATUITES TOUTES LES FINS DE MOIS

Pour prolonger l'effet « JPO », des initiations supplémentaires sont proposées une fois par mois dans les golfs du réseau. Les nouveaux sont poussés à s'inscrire le jour même par des remises sur les produits enseignement.

✓ LES OFFRES COMMERCIALES BLUEGREEN

En janvier chaque année Bluegreen surclasse ses abonnés

Du 1er au 31 janvier, Bluegreen offre la possibilité à ses abonnés de jouer librement sur 44 golfs Bluegreen pendant un mois et donc de profiter pleinement de l'abonnement France.



Offres Green fees clients Green fees ou Blue Green card

Ils peuvent acheter le deuxième Green fee à 20 € (9 ou 18 trous) utilisable le 1er trimestre de l'année suivante.

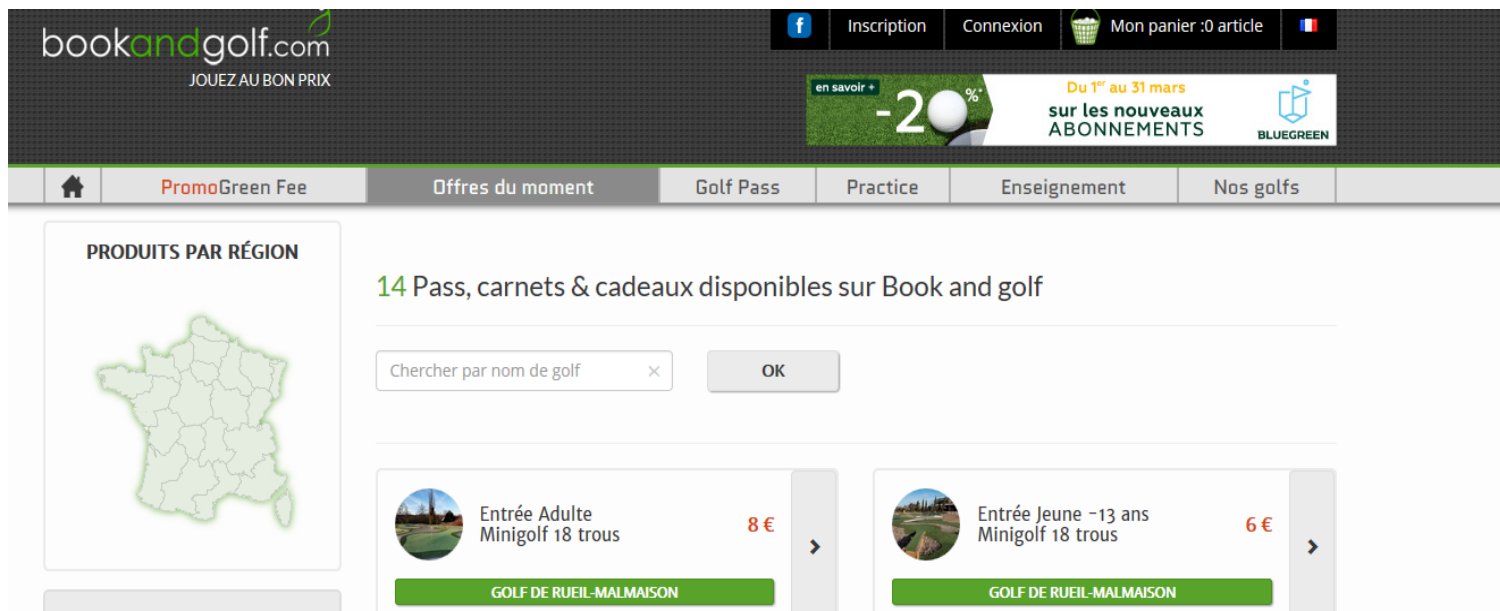
Prévente Green Fees

En prévision des vacances, achats de carnets 10 Green fees + 3 offerts : offre valable sur un golf ou sur les golfs du réseau.



✓ BOOK AND GOLF

Book and Golf, filiale de Blue Green propose une plateforme internet spécialement dédiée à la réservation en ligne. Définitivement intégrée dans Blue green depuis le 1er Janvier 2017, nous pouvons maintenant optimiser les plannings de nos golfs en répondant à la demande grandissante des golfeurs pour la vente en ligne.



The screenshot shows the bookandgolf.com website. The header includes the logo, navigation links (Inscription, Connexion, Mon panier), and a promotional banner for a 20% discount on new subscriptions. The main menu features categories like PromoGreen Fee, Offres du moment, Golf Pass, Practice, Enseignement, and Nos golfs. The 'PRODUITS PAR RÉGION' section displays a map of France. Below it, a search bar is present. Two product cards are shown for 'GOLF DE RUEIL-MALMAISON': 'Entrée Adulte Minigolf 18 trous' for 8€ and 'Entrée Jeune -13 ans Minigolf 18 trous' for 6€.

✓ PRISWING



Spécialisée dans l'étude de la tarification des green-fees en fonction de multiples critères, cette startup utilise des algorithmes analogues à ceux utilisés par les compagnies aériennes ou la SNCF pour optimiser le prix de vente en fonction de la météo, de la demande, de l'historique de fréquentation et du type de jours (we, jour férié, vacances...).

✓ LA SATISFACTION CLIENTS: Qualitélis

Depuis juin 2017, la satisfaction client sur l'ensemble des golfs Bluegreen est mesurée par l'outil Qualitélis. Chaque golfeur ayant joué un parcours de la chaîne reçoit un questionnaire. L'évaluation se fait sur différents points (accueil, infrastructures, parcours...). Cet outil est la base du développement de nos axes d'amélioration.

✓ COMMUNICATION AVEC NOS CLIENTS : à l'aide des nouvelles technologies et nouveaux moyens de communication : s'appuyer sur notre site internet, un outil emailing, et les réseaux sociaux (Facebook, twitter, You tube) pour offrir plus de services à nos clients.

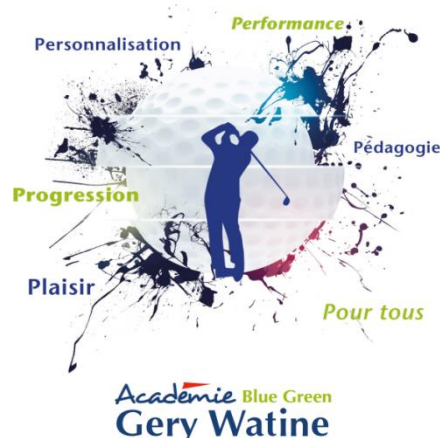


✓ DES PRODUITS ENSEIGNEMENT ADAPTES

Depuis début 2011, Géry Watine intervient en tant que Directeur de l'enseignement Bluegreen. L'Académie Géry WATINE regroupe plus de 100 enseignants répartis sur l'ensemble de nos golfs.

Bluegreen développe des produits spécifiques pour chacun, pour tous les âges et surtout accessibles à tous. La méthode Géry WATINE présente un contenu technique qui permet de fixer des objectifs en fonction des aptitudes de chacun et de construire un message pédagogique personnalisé.

Nos formules passeport (ci-dessous) permettent de s'adapter à tous les niveaux :



Nos passeports	Passeport 6 mois	Basic ⁽¹⁾ 1 an	Flex 1 an	All Inclusive 1 an
14 cours de niveaux 1 et 2	21h	21h	21h	21h
Passage de la carte verte - 3h	✓	✓	✓	✓
6 cours de niveau 3		9h	9h	9h
Accès au parcours débutant ⁽²⁾	✓	✓	✓	✓
Parcours 18 trous de votre golf		25% de remise ⁽⁵⁾	✓	✓
Avantage cours France ⁽³⁾			✓	✓
Avantage parcours �cole France ⁽³⁾⁽⁴⁾			✓	✓
Carte practice (10 unités = 1 seau)	carte incluse	carte incluse	carte incluse	carte incluse
Recharge practice	100 unités	30 unités	100 unités	200 unités
2x30min de cours individuels - Bilan vidéo sur golf de souscription				✓
sac + �s série de clubs				✓
Avantages abonnés				✓

✓ LA FIDELISATION DE NOS ABONNÉS

Les abonnés Bluegreen bénéficient d'un grand nombre d'avantages dans toute la châine, en France ainsi qu'en Europe.

Depuis le 15 juin 2017, Bluegreen a fait évoluer son programme avantage abonnés afin de récompenser la fidélité.

Ce nouveau programme est composé de 3 catégories (Silver, Gold, Platinum) auxquelles les golfeurs acc deront en fonction de leur ancienneté sur les golfs Bluegreen.

Ces cartes sont aussi le support de rechargement

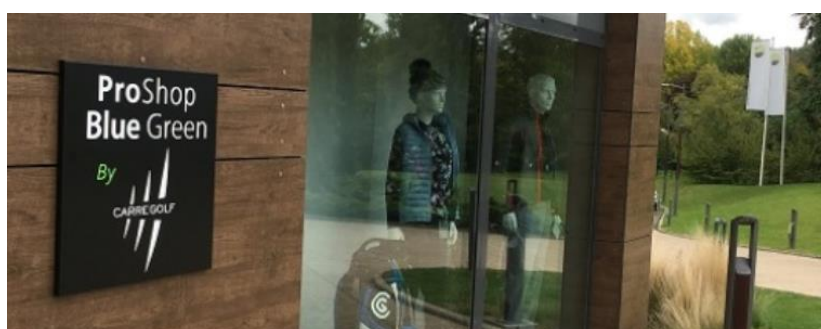
Silver	Gold	Platinum
		
Pour les nouveaux abonnés, vous d�buterez en tant qu'abonnés SILVER, et cela durant deux années complètes successives d'abonnement avant d'accéder au statut GOLD.	Toutes les personnes abonnées depuis 3 ans minimum (3�me année successive d'abonnement) deviennent des abonnés GOLD.	Toutes les personnes abonnées depuis 6 ans minimum (6�me année successive d'abonnement) seront des abonnés PLATINIUM.

des seaux de practice avec l'application Stadline. Le rechargement s'effectue soit à l'accueil du golf soit directement sur Book and Golf. Ce nouveau système fonctionne sur l'acquisition d'unités, unités ensuite transformées en seaux de balles.

✓ UN NOUVEAU CONCEPT POUR NOS PROSHOPS

En septembre 2017, Bluegreen s'est engagé dans un partenariat avec l'enseigne Carré Golf afin de développer de nouveaux concepts store pour 47 proshops de la chaîne.

L'objectif de cet accord est d'**améliorer nos lieux de vente** afin de répondre plus précisément aux besoins de nos clients et en proposant une gamme de produits et de services plus étendue.



✓ NOS ACTIONS DE DEVELOPPEMENT DURABLE

- Partenariat avec la LPO (ligue de protection des oiseaux) : depuis 2010 Bluegreen a signé un partenariat. Le 30 août 2017, à l'occasion du Cordon Golf Open ce partenariat a été renouvelé et celui-ci se concrétise par les actions suivantes :

- La poursuite de la mise en œuvre des mesures de gestion et accompagnement des golfs ;
- L'évaluation des bénéfices de la démarche et tests d'indicateurs de suivi de la biodiversité ;
- La coordination du programme et communication.

Signature entre M.Biota Président Bluegreen et
P.Grissac, Vice-Président de la LPO



- Démarche de labellisation des golfs

La fédération française de golf et le muséum d'histoire naturelle ont lancé en 2016 un programme d'étude de la biodiversité des golfs français intitulé "Programme golf pour la biodiversité". Cette démarche repose sur un système progressif de labellisation des clubs volontairement impliqués. Trois niveaux de label sont proposés :

- Le niveau Bronze qui comprend la réalisation d'un diagnostic simplifié et vise à faire connaître au golf la biodiversité présente sur son site ;
- Le niveau Argent qui comprend la mise en place d'inventaires plus poussés et standardisés type Indicateur de Qualité Ecologique (IQE) du Muséum ;
- Le niveau Or qui vise la mise en œuvre des préconisations, le suivi et le partage des retours d'expérience des golfs labellisés.

✓ LE GOLF HANDISPORT

Bluegreen est partenaire depuis 10 ans de l'association Handigolf. Favoriser l'accessibilité et la pratique du golf aux personnes handicapées, est une priorité du partenariat noué entre l'enseignement chez Bluegreen et l'association Handigolf. Ce partenariat prévoit :

- La découverte du sport à de jeunes enfants et de rencontrer des stars du monde du golf ;
- La création d'écoles de golf spécialisées sur les golfs Bluegreen.

Parallèlement à ces actions, Bluegreen a :

- Signé avec la fédération française de golf et la Communauté Urbaine de Dunkerque, une convention visant à développer la pratique du golf dans cette région, en organisant notamment une rencontre amicale handigolf annuelle entre la France et l'Angleterre, de manière alternée.
- Organisé les 23-24 et 25 juin 2017 au golf d'Avrillé le 1^{er} Grand Prix Handigolf. L'objectif de ce grand prix est de créer un circuit national de compétitions. Avrillé a accueilli lors de cette première édition 42 joueurs avec un parrain de renom : Sébastien GROS (joueur du tour Européen). Ce circuit permet aussi une sélection des joueurs de l'équipe de France et parmi nos salariés, nous avons un champion d'Europe en 2013 et un champion de France en 2007, 2011 et 2016, en la personne de Mathieu Cauneau.



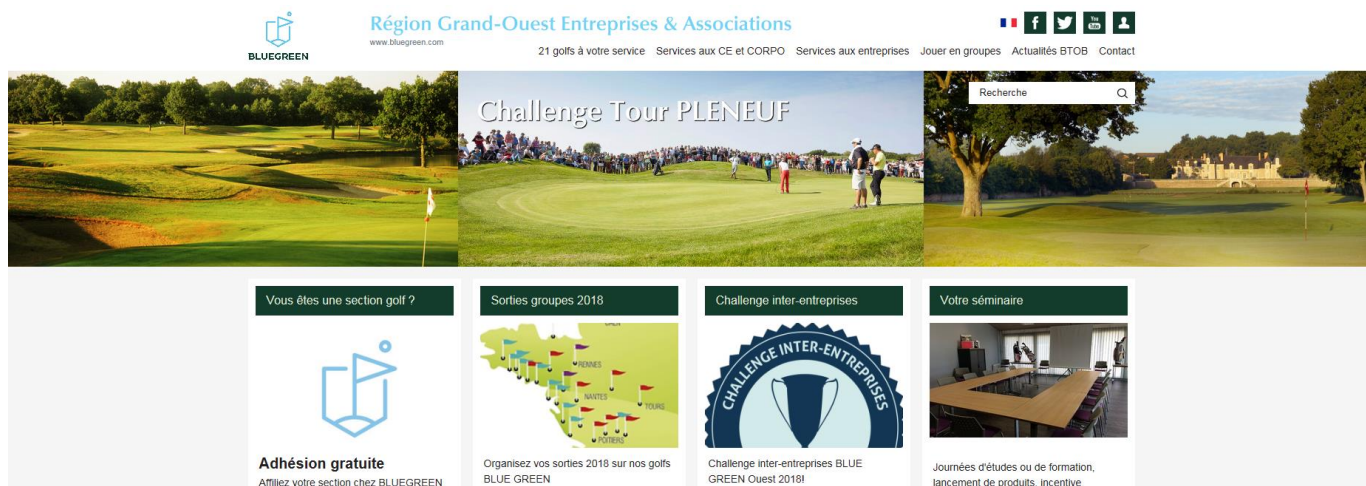
Mathieu Cauneau collaborateur Bluegreen

- Formation enseignement Handigolf : une première formation en partenariat avec la Fédération française de golf devrait voir le jour en 2018. Des enseignants jeunes ou expérimentés recevront les qualifications nécessaires à l'enseignement du handigolf en France. Cette formation comprendra 52 heures d'enseignement et aboutira à un « certificat de qualification handisport mention golf ».

✓ LE GOLF EN ENTREPRISE

Des sites dédiés par région ont été mis en place pour développer ce secteur et des commerciaux par région sont chargés du développement d'activités, formation, réceptif, journée groupe, compétitions via :

- La prospection par les différents canaux (salons CE, phoning, mailing, rendez-vous...) des cibles, entreprises, groupes, associations, organismes de formation, comités d'entreprises, organisations professionnelles ;
- La commercialisation des services et produits Blue Green à destination des cibles précitées : carnets GF, abonnements green business, carnet enseignement, séminaires, salon, évènementiel, partenariats, compétitions, initiations...



The screenshot shows the website for "Région Grand-Ouest Entreprises & Associations". The header includes the Bluegreen logo, the website name, the URL "www.bluegreen.com", and a navigation menu with links: "21 golfs à votre service", "Services aux CE et CORPO", "Services aux entreprises", "Jouer en groupes", "Actualités BTOB", and "Contact". There are also social media icons for Facebook, Twitter, LinkedIn, and YouTube.

The main banner features three images: a golf course, a "Challenge Tour PLENEUF" event, and a golf course with a search bar. Below the banner are four featured sections:

- Vous êtes une section golf ?**: "Adhésion gratuite" with the Bluegreen logo and the text "Affiliez votre section chez BLUEGREEN".
- Sorties groupes 2018**: A map of the Grand-Ouest region with various locations marked, and the text "Organisez vos sorties 2018 sur nos golfs BLUE GREEN".
- Challenge inter-entreprises**: A circular logo with a trophy and the text "CHALLENGE INTER-ENTREPRISES" and "Challenge inter-entreprises BLUE GREEN Ouest 2018!".
- Votre séminaire**: A photo of a meeting room and the text "Journées d'études ou de formation, lancement de produits, incentive".

✓ CREER DES ANIMATIONS SUR LES GOLFS POUR DYNAMISER LES RELATIONS CLIENTS / CLUBS

- Sur des thèmes sportifs et festifs : La Saint Valentin, la Saint Patrick, Noël...
- Le master Bluegreen : compétition nationale réservée **exclusivement aux abonnés** qui réunit les gagnants des 50 qualifications disputées tout au long de l'année.

Une finale sur deux jours durant laquelle l'alchimie entre compétition et passion du sport sont les points essentiels de l'évènement.



- Le CORDON GOLF OPEN est un des chemins de prédilection pour accéder à l'European Tour. Cette compétition est une des occasions supplémentaires pour Blue Green de faire découvrir gratuitement le monde du golf professionnel au plus grand nombre :

- ▶ un des 3 plus grands tournois professionnels en France
- ▶ plus de 150 joueurs internationaux
- ▶ plus de 5000 spectateurs
- ▶ une dotation de 200 000 €
- ▶ sponsor principal depuis 2015 : Cordon Electronics



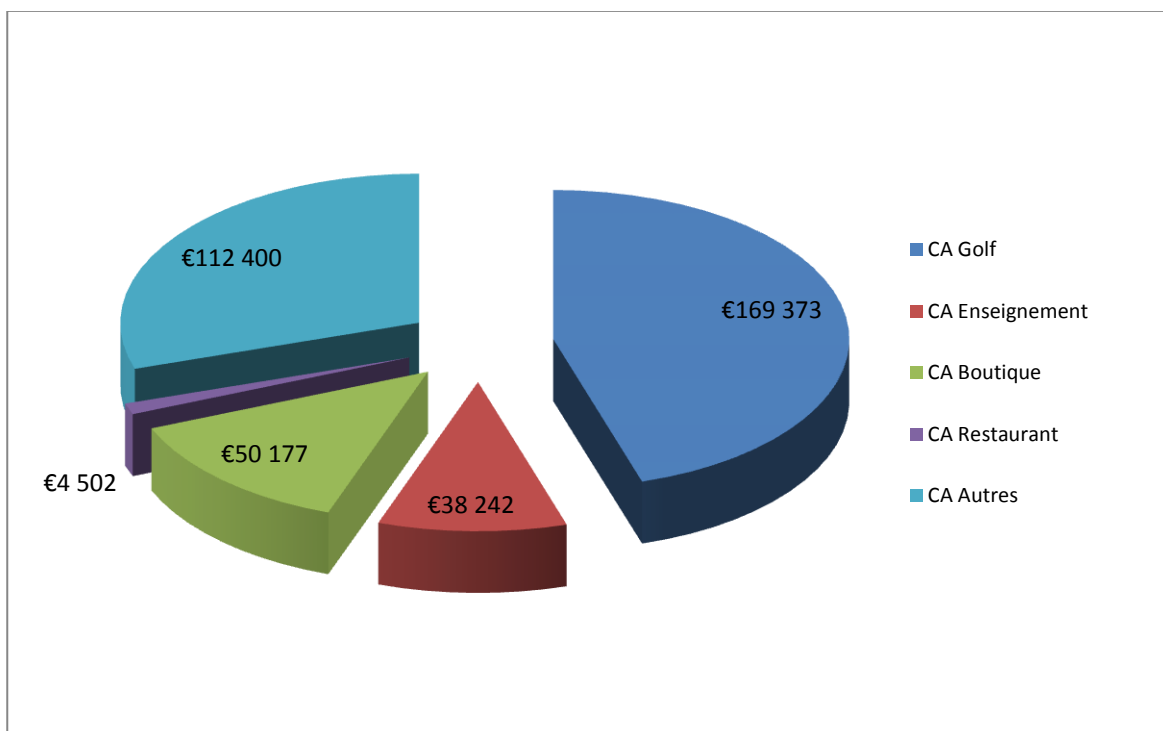
Vainqueur 2017 : Birgir Hafthorsson



Toutes ces actions ont pour but de faire connaître le golf au plus grand nombre et de mettre tout en œuvre pour que votre golf soit un acteur économique important de votre territoire.

2 – COMPTE RENDU FINANCIER

Chiffre d'affaires par activité



Activité Golf :

			2017	2016	
1-Golf	10-Chiffre d'affaires	101-Abonnements	118 057	117 693	100,3%
		109-Abonnements - prov rejets de prlv	118	-118	-100,0%
		110-Green fees	32 280	29 727	108,6%
		112-Practices	16 354	14 311	114,3%
		113-Voiturettes	85	200	42,8%
		114-Cartes BG	378	396	95,4%
		118-Autres golf liés à la fréquentation	448	350	128,1%
		120-Autres golf hors fréquentation	1653	1826	90,6%
	Total 10-Chiffre d'affaires		169 373	164 383	103,0%
	30-Coût matières		0	0	
	40-Charges de personnel		-70 584	-63 073	111,9%
	60-Autres charges	602-Engrais, phyto, sables etc	-6 969	-11 068	63,0%
		603-Petits mat, outil & pièces	-14 119	-15 160	93,1%
		604-Eau arrosage	-2 000	-257	778,2%
		605-Energie	-4 083	-3 374	121,0%
		606-Fournitures consommables	-718	-692	103,6%
		607-Fournitures administratives	-92		
		608-Produits accueil	-547	-41	1334,2%
		613-Locations	-4 458	-5 097	87,5%
		615-Maintenance & entretien	-2 018	-2 245	89,9%
		616-Assurances	-720		
		617-Linge & blanchissage		-256	0,0%
		622-Honoraires	-33		
624-Offerts direction			-66	0,0%	
625-Voyages & déplacements		-37	-589	6,3%	
629-Redevance FFG		-612	-600	102,0%	
630-Cotisation AS					
658-Autres charges exploitations	-390	0	150000,0%		
Total 60-Autres charges		-36 796	-39 445	93,3%	
83-Provisions exploitations			-154	0,0%	
Total 1-Golf			61993	61711	100,5%

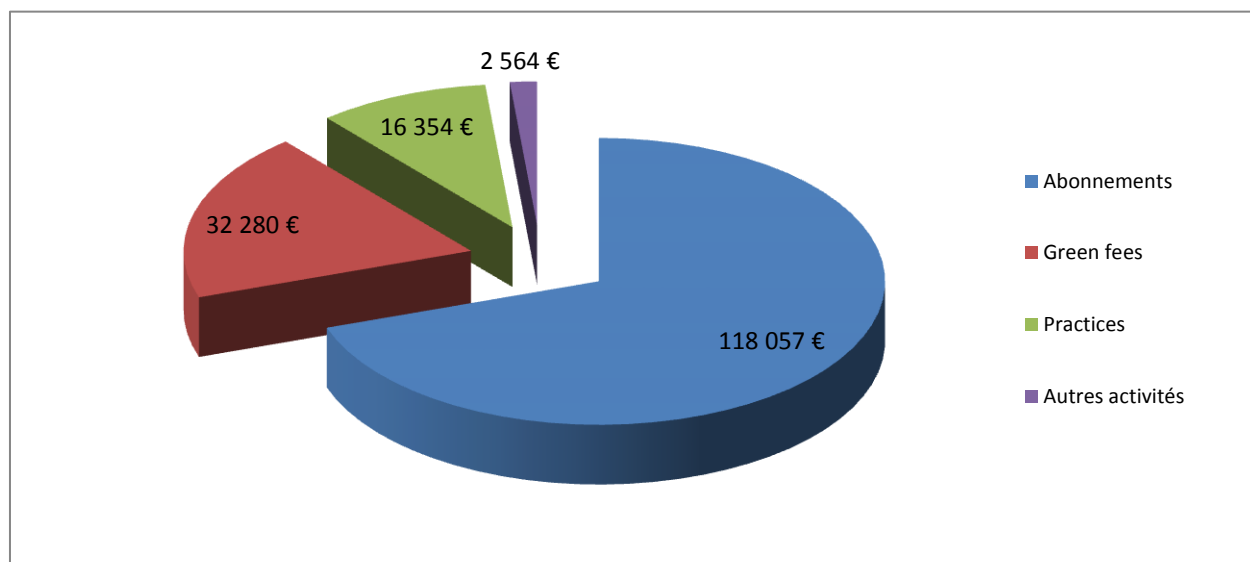
Le chiffre d'affaires activité Golf :

Le chiffre d'affaires du golf du Val d'Amour connaît une augmentation de 4990€ soit 3 % de progression par rapport à 2016.

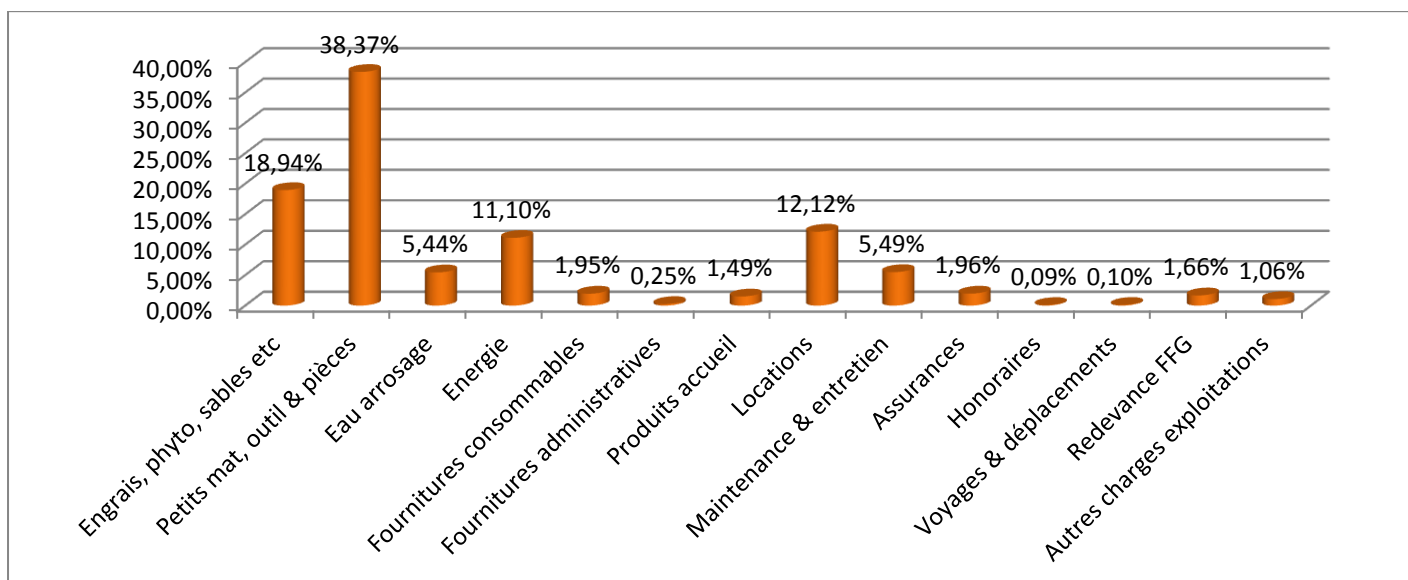
Celle-ci s'explique en grande partie par l'augmentation du Chiffre d'affaires des gree fees (payement à la partie) +8.6%, en raison d'une qualité de terrain supérieure (moins de pannes), et de manifestations plus qualitatives. Forte progression également sur la partie practice (+14,3%) liée à la fréquentation des joueurs au green fee et aux nouveaux élèves en enseignement qui utilisent les seaux de balles pour progresser.

En revanche pour la première année, le chiffre d'affaires abonnement stagne en raison d'un faible nombre d'élèves en enseignement sur l'année 2016, manque de transformation vers les abonnements.

Répartition du Chiffre d'affaires Golf



Les Charges de l'activité Golf :



Celles-ci s'élèvent à 36796 € et connaissent une baisse de -6.7 % par rapport à 2016.

Les charges sont en diminution de 2649 € en 2016 essentiellement sur les comptes « Engrais, phyto, sables » qui représente 18,94% du volume des achats et le poste « Petits mat, outil & pièces ». Ces baisses sont liées à une

meilleure gestion des traitements (maladies, pâquerettes), et de pannes moins présentes sur les machines d'entretien du terrain.

A l'inverse les charges du compte « Eau arrosage » représentent la plus forte augmentation, en raison d'une régularisation de l'année 2016.

Les charges de personnel, connaissent une hausse significative (+11.9%) en raison de la fin d'un contrat d'avenir.

Analyse : En 2017 la bonne gestion des produits phytosanitaires, la baisse des pannes mécaniques ont permis de limiter les charges liées à l'activité golf. En revanche la fin d'un contrat d'avenir équilibre le poste des charges par rapport à 2016.

Le résultat Brut D'exploitation (RBE) est stable par rapport à 2016 +0.05 % (282 €).

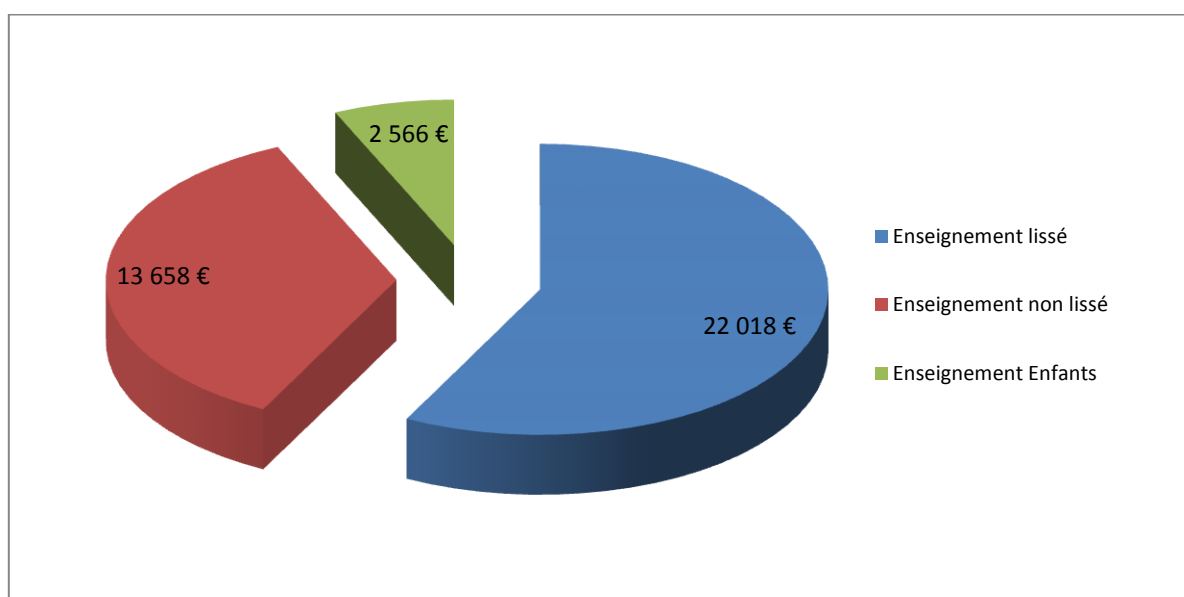
Activité Enseignement:

			2017	2016	
2-Enseignement	10-Chiffre d'affaires	125-Enseignement lissé	21826	22 703	96,1%
		126-Enseignement non lissé	13 658	9 104	150,0%
		127-Enseignement Enfants	2 566	2 049	125,2%
		129-Enseignements - prov rejets de prt	192	-403	-47,7%
	Total 10-Chiffre d'affaires		38 242	33 453	114,3%
	40-Charges de personnel		-47 936	-23 243	206,2%
	60-Autres charges	606-Fournitures consommables	-2 517	-1492	168,7%
		623-Publicité		-534	0,0%
		625-Voyages & déplacements	-82	-298	27,7%
Total 60-Autres charges		-2 599	-2 324	111,8%	
Total 2-Enseignement			-12 293	7 886	-155,9%

Le chiffre d'affaires Enseignement :

Le chiffre d'affaires connaît une augmentation importante +14.3% (+4789 €).

Cette augmentation est principalement liée aux leçons individuelles, suite à l'arrivée de notre nouvel enseignant. En effet notre ancien enseignant avait été absent 7,5 mois en 2016. Cette absence avait limité le nombre de cours individuels ainsi que l'inscription de nouveaux golfeurs. A noter la stabilité du nombre d'enfants participant à l'école de golf le samedi (16).



Les Charges de l'activité Enseignement:

Cette activité est malheureusement déficitaire, en raison des charges salariales liées à notre nouvel enseignant expérimenté. A noter le changement de tapis de practice et l'achat de nouveaux repères de départ pour les jeunes qui augmentent le poste « fournitures et consommables ».

Analyse : La rentabilité de l'activité d'enseignement régresse de 55.9% et atteint une perte de -12293 €.

Nous avons encore à mener un travail de fond sur la création de nouveaux golfeurs et faire connaître le golf auprès des entreprises pour des journées découvertes et/ou de cohésion.

Activité Boutique:

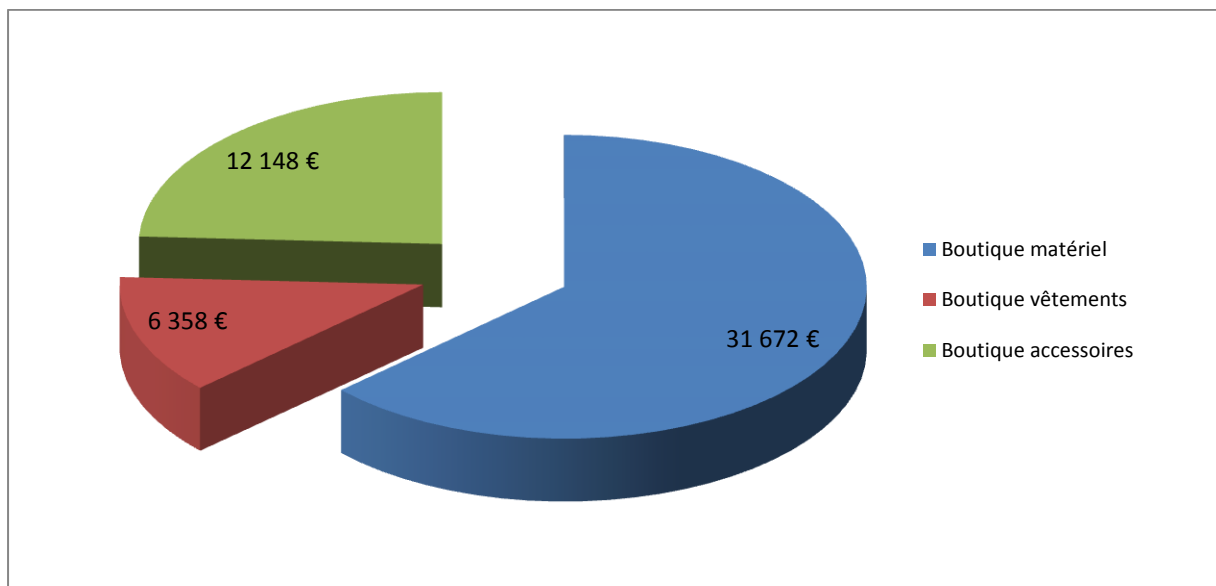
			2017	2016	
3-Proshop	10-Chiffre d'affaires	170-Boutique matériel	31672	33 817	93,7%
		171-Boutique vêtements	6 358	6 956	91,4%
		172-Boutique accessoires	12 148	11 700	103,8%
	Total 10-Chiffre d'affaires		50 177	52 473	95,6%
	30-Coût matières		-38 138	-41 427	92,1%
	40-Charges de personnel				
	60-Autres charges	603-Petits mat, outil & pièces			
		606-Fournitures consommables	-25		
		623-Publicité	-22		
624-Offerts direction		-34			
Total 60-Autres charges		-80			
Total 3-Proshop			11 959	11 046	108,3%

Le chiffre d'affaires Boutique:

2016 connaît une régression du chiffre d'affaires de la boutique de -4.4% :

- -2145 € pour la vente de matériel
- -598 € pour la vente de vêtements
- +448 € pour la vente accessoire

En raison des travaux de fin d'année et du transfert de l'accueil dans des algécos, nous n'avions qu'une offre limitée aux accessoires à proposer à partir de début octobre. Malgré 4 journées de présence de fournisseurs pour tester et personnaliser ses clubs, l'activité matériel régresse de 6,3%. Cette tendance est conforme au marché du golf sur l'année 2016.



Les Charges de l'activité Boutique

Il est à noter qu'aucune charge de personnel ne pèse sur cette activité. La seule charge correspond au « coût matière » qui représente 76,01 % du CA en 2016.

Analyse : Le RBE 2016 de l'activité est en augmentation de 8,3% en raison d'achats mieux maîtrisés et des niveaux de marges plus importants liés au référencement Blue Green et de ses produits Blue Sport.

Activité Restaurant :

			2017	2016	
4-Restauration	10-Chiffre d'affaires	130-Restauration solide	0		
		131-Restauration liquide	4 502	3 352	134,3%
	Total 10-Chiffre d'affaires		4 502	3 352	134,3%
	30-Coût matières		-1677	-2 131	78,7%
	40-Charges de personnel		0	0	
	60-Autres charges	606-Fournitures consommables	-444	-14	3172,6%
		608-Produits accueil	0	0	
		615-Maintenance & entretien	-1211		
623-Publicité					
625-Voyages & déplacements		-657			
Total 60-Autres charges		-2 313	-14	16518,1%	
Total 4-Restauration			512	1207	42,4%

Le chiffre d'affaires Restaurant :

L'activité restauration s'est limitée en 2016 à l'exploitation du bar durant les périodes hivernales janvier / mars et novembre / décembre avec une progression du chiffre d'affaires de 34,3%, surtout en début d'année. Cette activité hivernale, en raison de la fermeture du restaurant est surtout un service proposé aux golfeurs plus qu'une réelle activité économique du golf. Cette dernière permet de garder une convivialité appréciée au sein du club.

Les charges de l'activité restaurant

Comme pour la boutique, aucune charge de personnel n'est dédiée à cette activité. En 2016, en raison de l'arrivée du nouveau restaurateur, nous avons exceptionnellement pris en charge des frais pour lui permettre d'arriver dans les meilleures conditions possibles.

Analyse : L'activité hivernale du restaurant permet à l'ensemble des joueurs du golf de continuer à trouver un service de boissons chaudes et froides afin de permettre à ces derniers de continuer à venir au golf régulièrement.

Autres Activités:

		2017		2016	
6-Autres activités	10-Chiffre d'affaires	168-Autres produits activités diverses	110 000	110 000	100,0%
		183-Locations immobilière	2 400	2 100	114,3%
	Total 10-Chiffre d'affaires		112 400	112 100	100,3%
Total 6-Autres activités			112 400	112 100	100,3%

Le chiffre d'affaires « Autres activités »

Ce chiffre d'affaires correspond à :

- La subvention de la collectivité du Grand Dole pour 110 000 €
- Aux loyers du restaurateur pour 2 400€

Les charges des « Autres Activités »

Aucune charge n'est à comptabiliser sur ce poste.

Les charges indirectes :

			2016	2015	
7-Indirectes	10-Chiffre d'affaires	168-Autres produits activités diverses			
	Total 10-Chiffre d'affaires				
	30-Coût matières				
	40-Charges de personnel		-46 331	-48 608	95,3%
	60-Autres charges	603-Petits mat, outil & pièces	-1 196	-226	529,5%
		605-Energie	-12 953	-9 971	129,9%
		606-Fournitures consommables	-774	-229	338,5%
		607-Fournitures administratives	-628	-183	342,7%
		608-Produits accueil	-1	2	-50,0%
		611-Gardiennage & sécurité	-772	-867	89,1%
		613-Locations	-2 102	-776	270,9%
		615-Maintenance & entretien	-9 877	-9 451	104,5%
		616-Assurances	-4 500	-6 136	73,3%
		620-Frais postaux	-155	-116	133,3%
		622-Honoraires	-810		
		623-Publicité	2 883	-2 160	-133,5%
		624-Offerts direction	-175		
		625-Voyages & déplacements	-2 444	-1 254	194,9%
		626-Telecom	-1 041	-1 003	103,7%
		627-Frais bancaires	-897	-812	110,4%
		628-Cotisations diverses	-10		
		658-Autres charges exploitations	2 358	350	674,4%
	Total 60-Autres charges		-33 092	-32 831	100,8%
	83-Provisions exploitations		-176	429	-41,1%
Total 7-Indirectes			-79 599	-81 011	98,3%

Le chiffre d'affaires Indirectes:

Aucun chiffre d'affaires n'est à comptabiliser sur ce poste.

Les charges de l'activité Indirectes :

Les charges Indirectes sont de deux natures :

- Les charges de personnel : qui correspondent à la rémunération des équipes de Direction.
- Les autres charges correspondant à tous les frais non affectés directement à une activité spécifique, tels que les frais d'électricité, de gaz, d'eau ou encore de communication ou de frais bancaires.

Analyse : Nous avons réduit nos charges de 1412 €, ce qui représente une baisse de 1,7%, grâce essentiellement à une forte baisse de notre assurance (-1636€) et un bilan positif de la publicité (+5043€). Le poste énergie progresse le plus en valeur (+2282€) en raison des travaux.



BLUEGREEN

Compte d'exploitation 2017 synthétique

Golf de VAL D'AMOUR	
BLUE GREEN	
Comptes d'Exploitation Analytique 2017 provisoire* (en €)	
(* En cours de certification par les Commissaires aux Comptes)	

Par activité :

			2017
10-RBE	1-Golf	10-Chiffre d'affaires	169 373
		30-Coût matières	
		40-Charges de personnel	-70 584
		60-Autres charges	-36 796
	Total 1-Golf		61 993
	2-Enseignement	10-Chiffre d'affaires	38 242
		40-Charges de personnel	-47 936
		60-Autres charges	-2 599
	Total 2-Enseignement		-12 293
	3-Proshop	10-Chiffre d'affaires	50 177
		30-Coût matières	-38 138
		60-Autres charges	-80
	Total 3-Proshop		11 959
	4-Restauration	10-Chiffre d'affaires	4 502
		30-Coût matières	-1 677
40-Charges de personnel			
60-Autres charges		-2 313	
Total 4-Restauration		512	
6-Autres activités	10-Chiffre d'affaires	112 400	
Total 6-Autres activités		112 400	
7-Indirectes	40-Charges de personnel	-46 331	
	60-Autres charges	-33 092	
	83-Provisions exploitations	-176	
Total 7-Indirectes		-79 599	
Total Revenu Brut d'Exploitation			94 972

Toutes activités confondues :

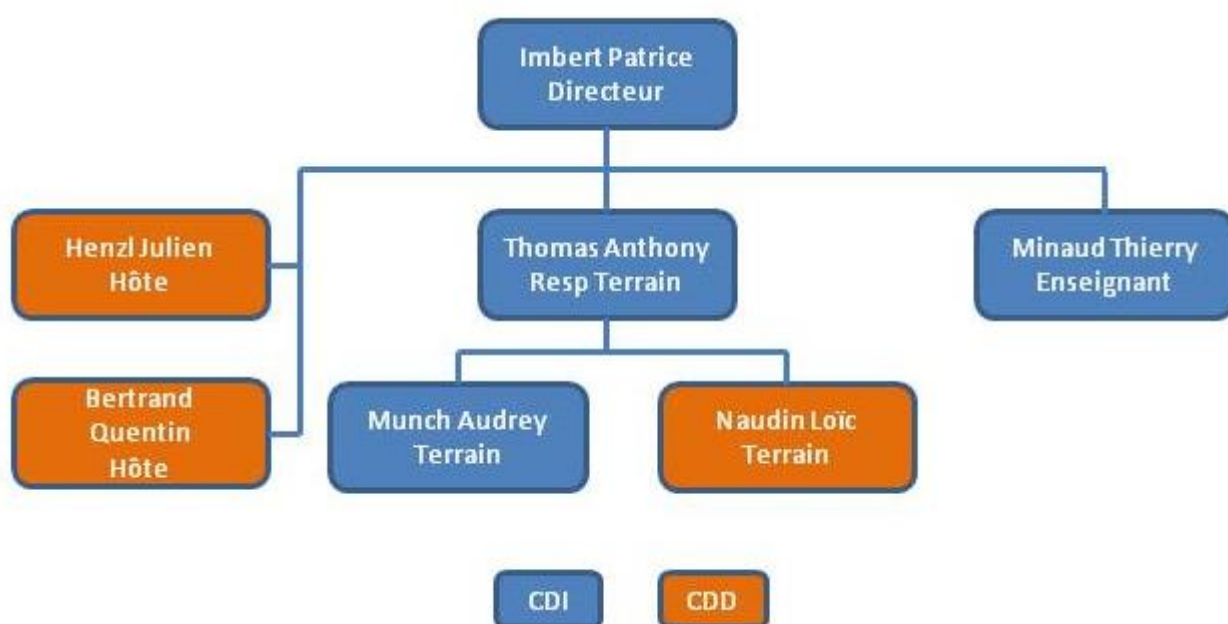
		2017
10-RBE	10-Chiffre d'affaires	374 694
	30-Coût matières	-39 815
	40-Charges de personnel	-164 851
	60-Autres charges	-74 880
	83-Provisions exploitations	-176
Total Revenu Brut d'Exploitation		94 972
11-CICE		9 262
12-Impôts & Taxes		-2 205
20-CB & Locations financières		-3 921
30-Amort & Provisions		-7 136
40-Financier		-43
50-Exceptionnel		-5 132
Total général avant frais de service support		85 797
Quote part des frais de service Support		-17 651
Quote part des charges de marketing & communication structures *		-6 933
Résultat Net avant IS		61 213

*Selon le % des charges marketing sur l'ensemble des charges de structures du groupe BLUE GREEN (28.2%).

Malgré des performances rassurantes sur la partie Green fees, Practice et enseignement, nous n'avons, pour la première année, pas fait progresser le nombre d'abonnés.

Globalement notre chiffre d'affaires progresse de 2,44%. En raison, principalement, d'une forte hausse de nos charges de personnel, liées à l'arrivée de notre nouvel enseignant, la fin d'un contrat d'avenir et malgré une maîtrise des frais, notre RBE régresse de 22,6% (-25122€).

3 – COMPTE RENDU SOCIAL



La masse salariale du golf s'élève en 2017 à 164821 €, il s'agit de notre centre de coût le plus important en valeur et pèse pour 56 % de notre chiffre d'affaires.

Notre effectif structurel reste stable par rapport à 2016 (7 personnes à plein temps). Ce poste connaît une augmentation significative de 30,12%.

Etablissement	Nom	Prénom	Type de contrat	Affectation
VAL D'AMOUR	BERTRAND	QUENTIN	CDD EMPLOI AVENIR	GOLF ACCUEIL
VAL D'AMOUR	HENZL	JULIEN	CDD EMPLOI AVENIR	GOLF ACCUEIL
VAL D'AMOUR	IMBERT	PATRICE	CDI	DIRECTION
VAL D'AMOUR	MUNCH	AUDREY	CDI EMPLOI AVENIR	GOLF TERRAIN
VAL D'AMOUR	NAUDIN	LOIC	CDD EMPLOI AVENIR	GOLF TERRAIN
VAL D'AMOUR	MINAUD	THIERRY	CDI	ENSEIGNEMENT
VAL D'AMOUR	THOMAS	ANTHONY	CDI	GOLF TERRAIN

4 – LES DONNÉES D'ACTIVITÉ

Données d'abonnements :

ABO ACCESS 18-25 ANS INDIV 7/7	1
ABO BUSINESS EXCLUSIVE GOLD	1
ABO EXCLUSIVE -40 ANS CPLE 7/7	2
ABO EXCLUSIVE -40 ANS INDIV 7/7	3
ABO EXCLUSIVE CPLE 7/7	30
ABO EXCLUSIVE CPLE 7/7 PRLVT	10
ABO EXCLUSIVE INDIV 7/7	34
ABO EXCLUSIVE INDIV 7/7 CE	2
ABO EXCLUSIVE INDIV 7/7 PRLVT	20
ABO EXCLUSIVE JUNIOR -18 ANS	1
ABO FRANCE -40 ANS INDIV 7/7	1
ABO RESIDENT ACCESS 18-25 ANS INDIV 7/7	2
ABO RESIDENT CPLE 7/7	34
ABO RESIDENT CPLE 7/7 PRLVT	14
ABO RESIDENT EXCLUSIVE -40 ANS CPLE 7/7	2
ABO RESIDENT EXCLUSIVE -40 ANS INDIV 7/7	6
ABO RESIDENT INDIV 7/7	57
ABO RESIDENT INDIV 7/7 PRLVT	22
ABO RESIDENT INDIV AIDE 7/7	5
ABO RESIDENT JUNIOR -18 ANS	1
	248

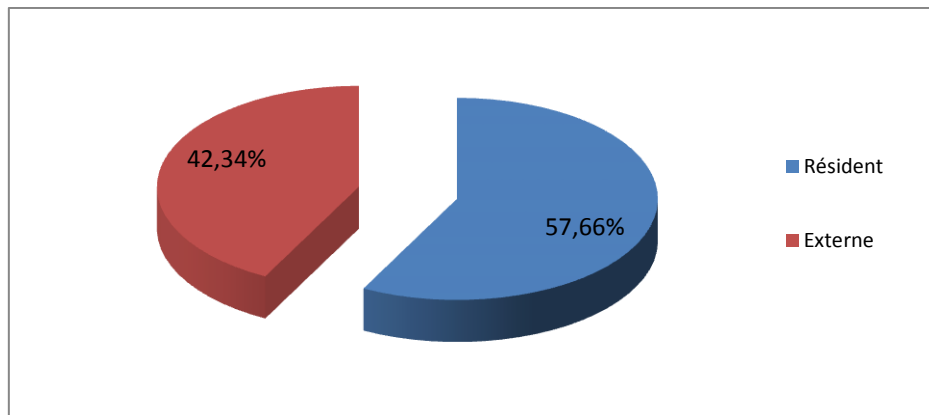
La répartition des abonnements :

Le nombre d'abonnements a régressé très légèrement pour atteindre 248 membres au 31 décembre 2016 contre 249 en 2016. A noter une tendance depuis 2015, qui est la progression du nombre d'abonnements de personnes hors Grand Dole (+22 abonnés extérieurs au Grand Dole et -9 pour les Grand Dolois)

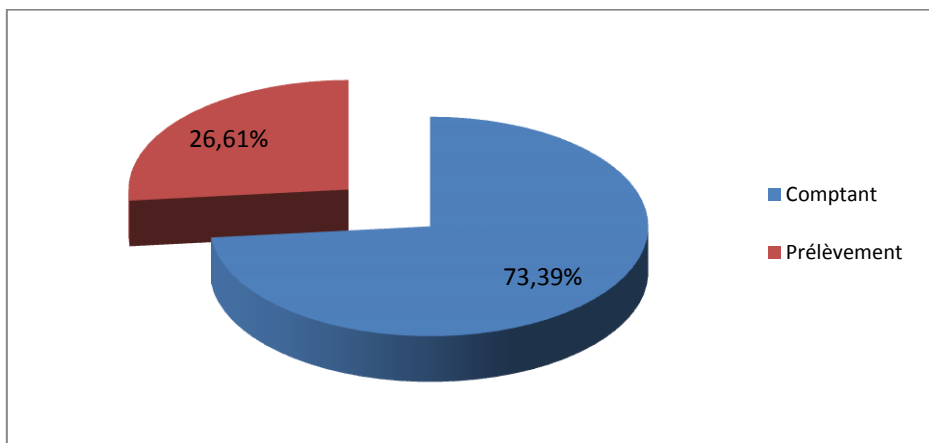
Nous comptons :

- ✓ 105 abonnés « extérieurs » (101 en 2016)
- ✓ 143 abonnés résidents (148 en 2016)

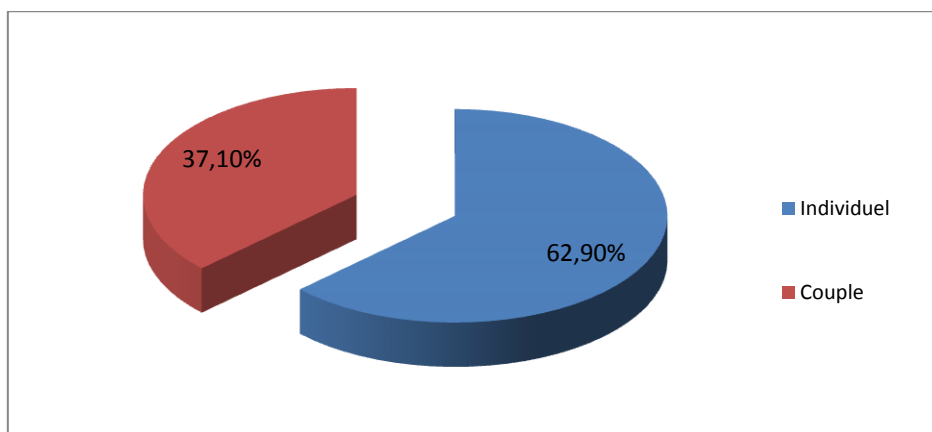
Répartition des abonnements « extérieurs » et résidents :



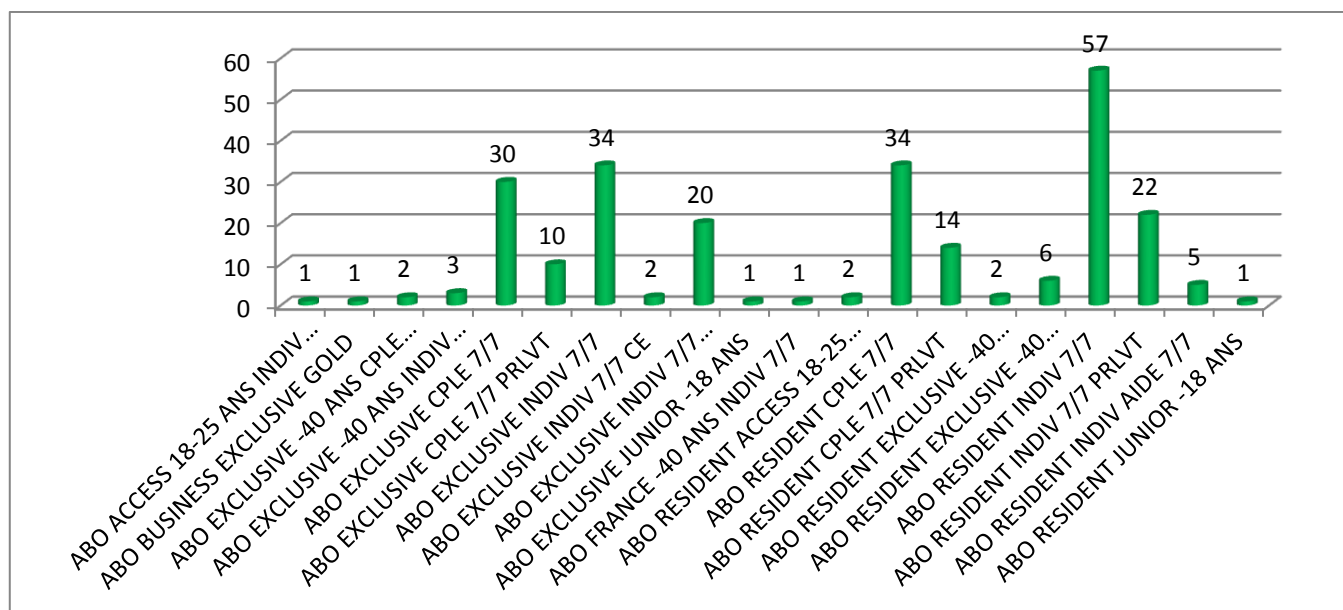
Répartition des moyens de paiement :



Répartition des différents abonnements :



Répartition par type d'abonnements

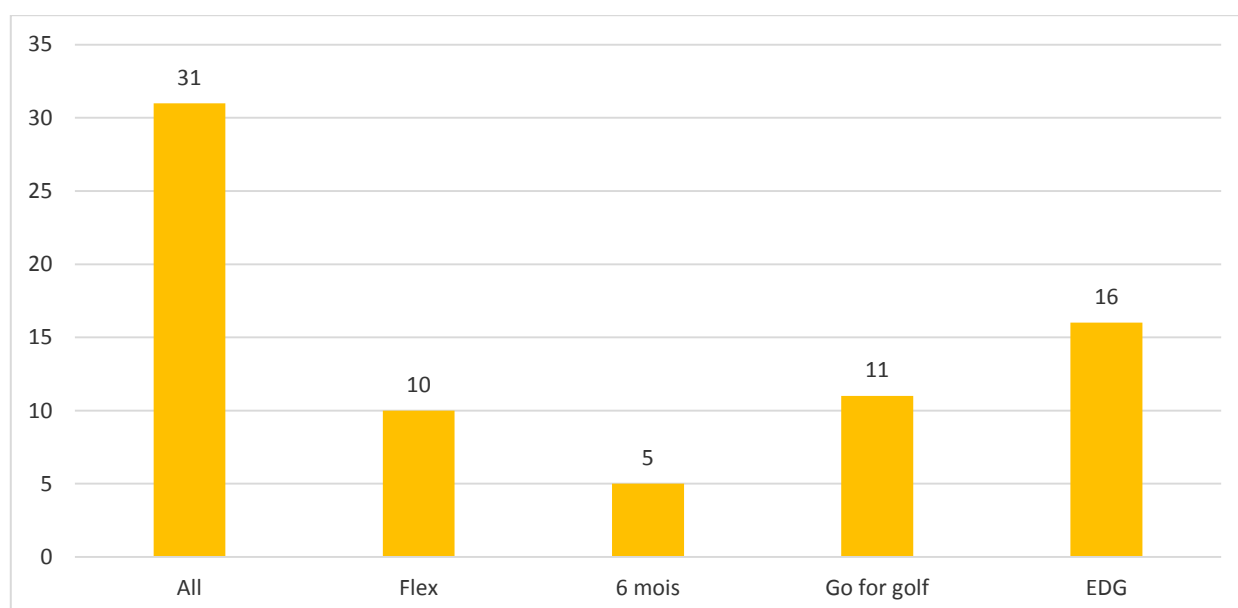


Données d'enseignement:

Enseignement de longue durée :

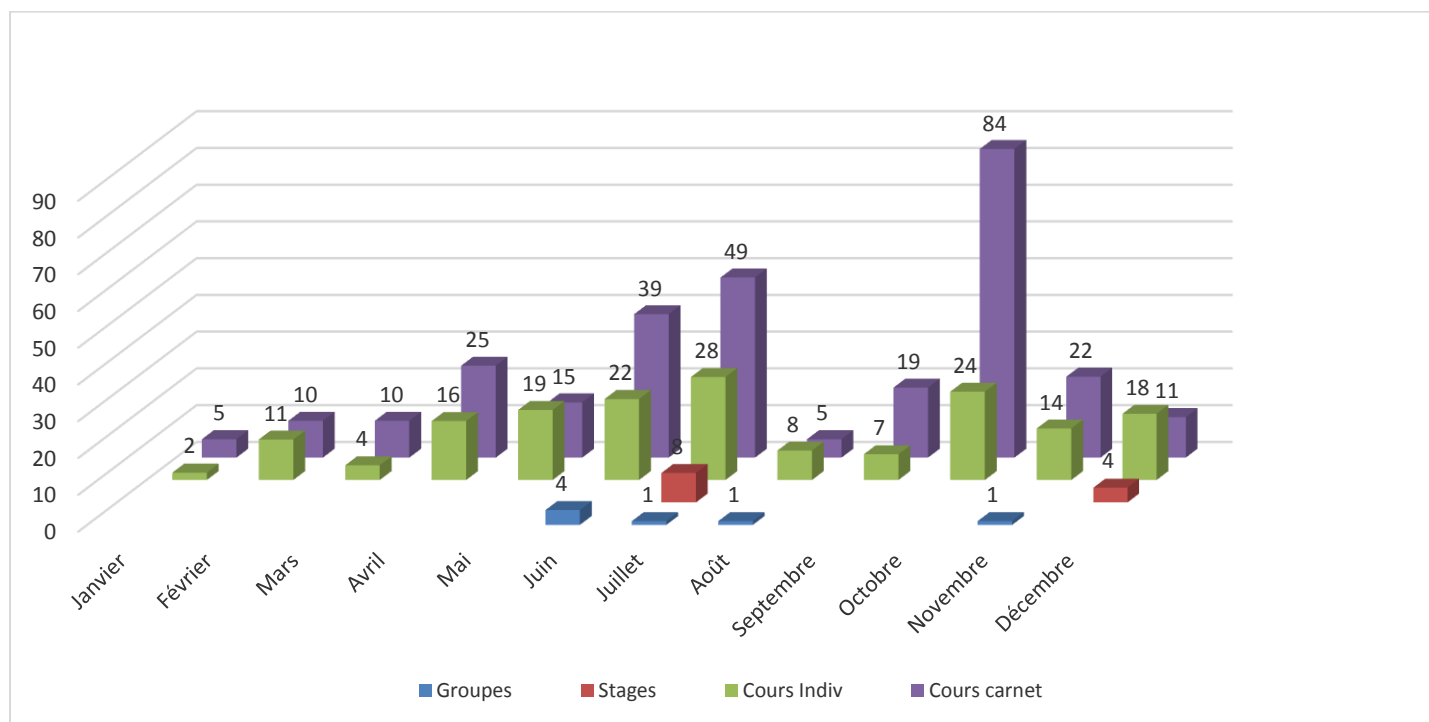
Nous enregistrons sur 2017 une forte progression (+29) du nombre d'élèves des formules d'enseignement de longue durée (plus de 6 mois). Nous avons réalisé beaucoup de ventes sur la période septembre/octobre, ce qui aura certainement un effet très positif sur le nombre d'abonnés en 2018.

Répartition de nos produits enseignement longue durée :



Les leçons individuelles :

Répartition annuelle des carnets de cours et de leçons individuelles :

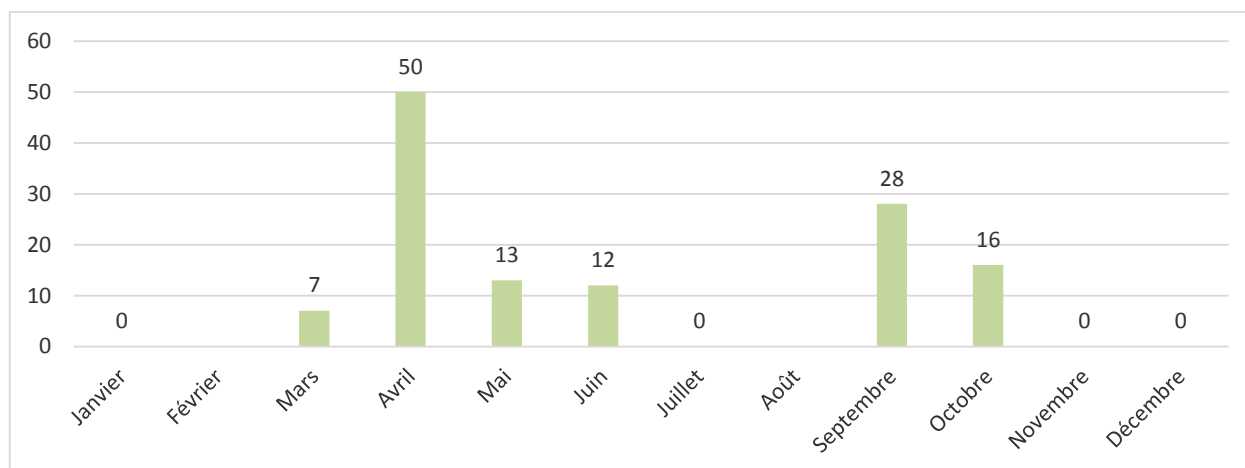


Avec l'arrivée de notre enseignant et la participation active de notre association sportive (1 cours individuel offert pour chaque membre AS) ces derniers ont fortement progressés (173 en 2017 contre 97 en 2016). Cette tendance se confirme sur les cours individuels achetés en carnet (294 en 2017 contre 170 en 2016)

Les données d'initiation :

Nous organisons 2 grandes périodes d'initiation au golf, au printemps et à la rentrée de septembre. 126 personnes du tissu local ont découvert la discipline en 2017 sur le Golf du Val d'Amour contre 56 en 2016.

Répartition des journées portes ouvertes :



Journées découvertes (groupes, écoles, stages) :

Nous avons également fait découvrir le golf au travers d'initiations payantes à :

4 stages enfants (12 jeunes) et 8 stages adultes (22 personnes).

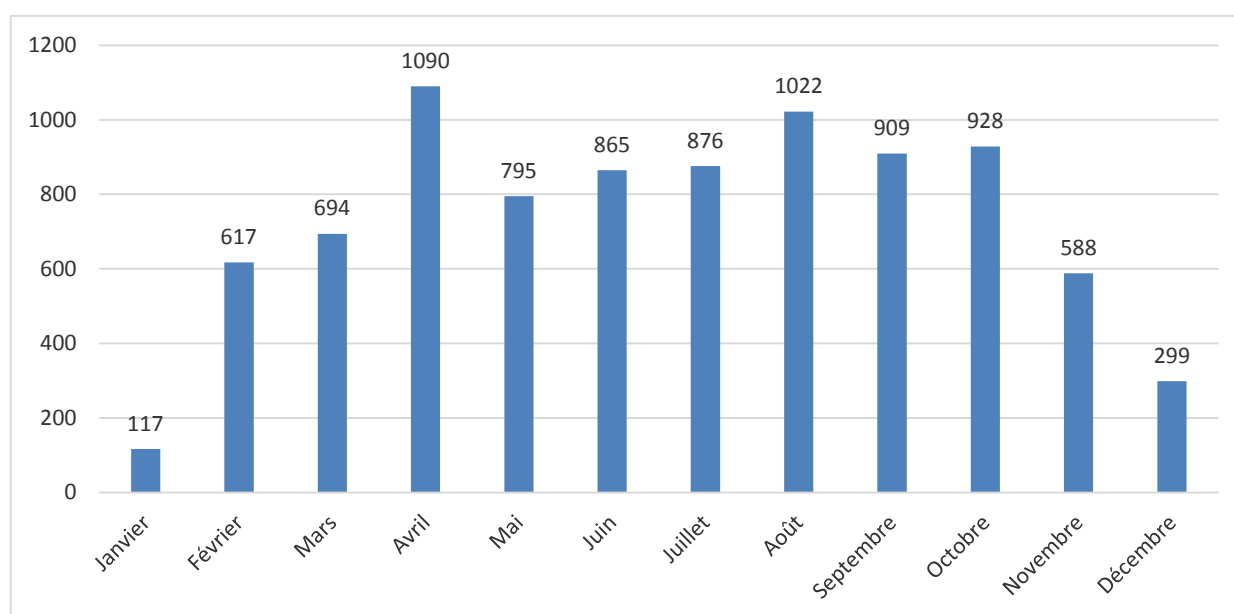
3 structures en journées cohésion contre 4 en 2016

3 groupes scolaires contre 5 en 2016 (dont 1 suisse)

Données de fréquentation parcours

Accès parcours des abonnés :

Exceptionnellement grâce un beau mois de février l'activité s'est concentrée entre février et octobre (nous constatons toutefois de plus en plus de départs sur les 4 mois les plus froids de l'année). Cela est lié à des températures hivernales de moins en moins basses mais aussi grâce à l'entretien du parcours durant cette période. Nous enregistrons 8800 départs d'abonnés en 2016 contre 7518 en 2016.



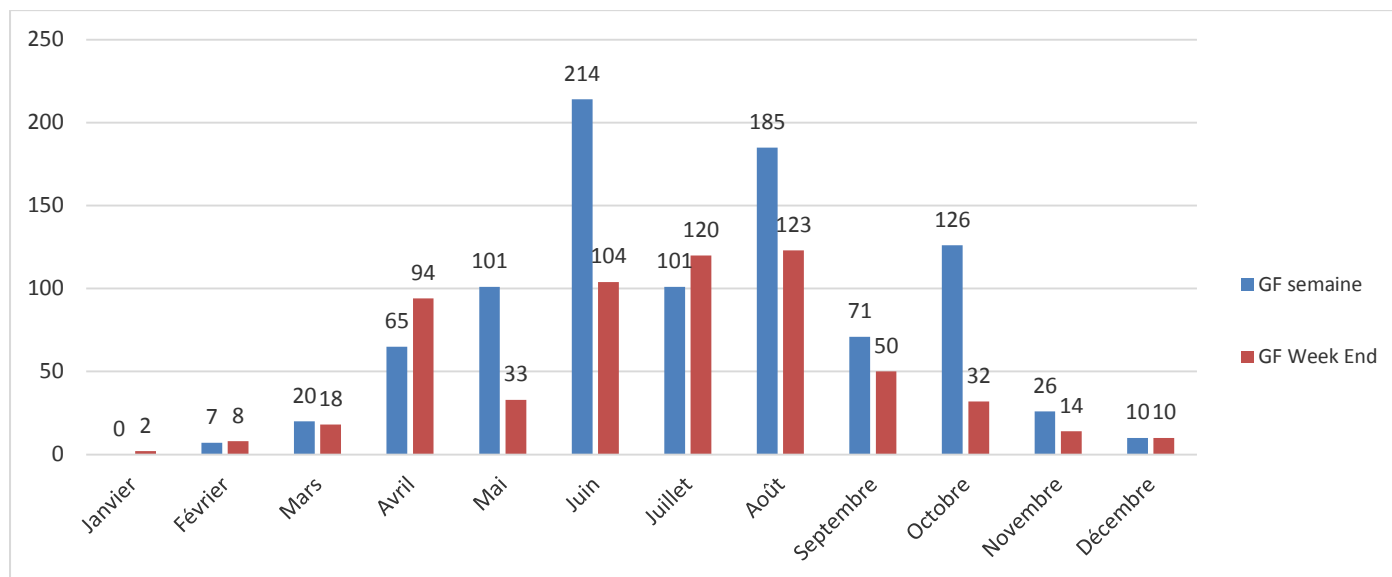
Comme le montre le tableau ci-dessus, l'essentiel de la fréquentation des green fees (partie payante) s'est concentrée de Avril à octobre.

Nous enregistrons sur 2016, 1534 départs green fee contre 1127 en 2016. Ce chiffre traduit des conditions climatiques plus douces au premier semestre ainsi qu'une gestion du parcours plus efficace.

Le pic de fréquentation des joueurs green fee est enregistré au mois de juin en raison du décalage d'une compétition importante, qui s'était déroulée en mai l'année dernière. Comme chaque année le mois d'août voit jouer de nombreux touristes en vacances dans la région.

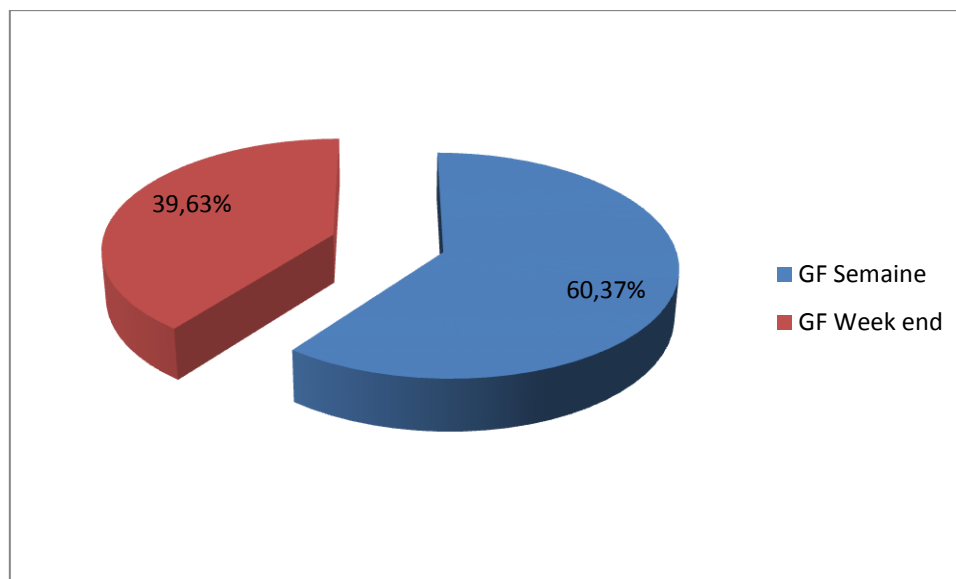


BLUEGREEN



Répartition touristique du Golf Val d'Amour 2017					
	Pays Etrangers				Joueurs Extérieurs Français
	Danois	Allemand	Hollandais	Suisse	
janvier		2			
février	1			1	
mars	1		2		
avril	12	4	4	2	
mai	4	4	6	1	
juin	6	1	4	40	
juillet	10	4	6	3	
août	4	2	2	3	
septembre	12	6	4		
octobre	8	2	2	1	
novembre			2		
décembre					
Total	58	25	32	51	
Pourcentage	7,49%	3,23%	4,13%	6,59%	
Total Joueurs Etrangers					Total Joueurs Extérieurs
166					608
21%					79%
	34,94%	15,06%	19,28%	30,72%	

Répartition des green fees semaine et week end :



La fréquentation des joueurs au Green fee est particulièrement marquée en semaine (60,37 %) ce qui s'explique par un relatif engorgement du parcours en week end du fait du grand nombre de compétitions. Nous notons toutefois de plus en plus de départs d'abonnés après les compétitions, grâce à une bonne gestion de ces dernières par notre association sportive.

Les animations sportives et ludiques :

L'animation sportive et ludique est le fruit d'une bonne collaboration entre Blue green et l'Association Sportive. Les relations existantes aujourd'hui entre les deux entités sont toujours constructives, cela s'est traduit, encore cette année, par une augmentation du nombre de participants aux différents évènements.

Sur 2016, nous comptabilisons 1999 participants contre 1986 en 2015.

Dont :

- ✓ 281 participants aux compétitions BG (279 en 2015)
- ✓ 108 participants aux animations carte verte (108 en 2016)
- ✓ 1610 participants aux compétitions AS (1599 en 2016)

La dynamique de l'association sportive est démontrée par les importants effectifs de compétiteurs aux évènements organisés par eux même. Une bonne répartition des compétitions permet de garder une dynamique au sein du club tout au long de l'année.

Types de compétitions et animations :

- les compétitions organisées par Blue Green
- Les compétitions organisées par l'Association Sportive
- Les animations pour les élèves en formation
- Les cocktails de bienvenue pour les nouveaux
- Les animations école de golf
- La journée rencontre des partenaires du club
- Les journées test de matériel

Compétitions AS	Participants
Recontre Quétigny	20
Chic	69
Chocolatiers	98
AFC VA	27
Agence Cannard	65
Jardinerie Jurassienne	45
AFC	78
Lion's	69
AM / AM senior	28
Rencontre Lons	28
Rencontre Brésil	44
Eclectic	28
Société Générale	58
SAFTI / CAFPI	52
Mucoviscidose	56
Golf / Bridge	40
Rencontre Besançon	40
Chic	46
Arche	32
Crédit Agricole	60
Benoit	71
Eclectic	53
Eclectic	54
Chic	66
Chauffagistes	52
Patio	53
Goût	74
Jean Coquet	48
Chic	46
Quéole	62
Beaujolais	48
	1610

Compétition Bluegreen	Participants
Cap 2018	56
Aéroport de Tavaux	50
Restaurant	59
Ecole de golf	9
Putts du cœur	53
Jardiniers	36
USCD	18
	281

Animations Bluegreen	Participants
Hivernale 1	28
Départ Pro	80
	108



5 – COMPTE RENDU TECHNIQUE

1. Travaux et entretien

Les opérations et travaux terrain engagés en 2017 ont été :

- Campagne d'élagage des arbres sur les aires de jeu.



- Entretien des tours des mortes et des rejets des souches.
- Piquetage du parcours (piquets de jeu).
- Mise en place d'une clôture électrique pour limiter les dégâts liés aux sangliers.
- Rebouchage de 2 bunkers, hors situation de jeu (Trous N°1 et N°3)

Mais aussi :

- ✓ Remise en état des arroseurs des départs et réparation de bris de canalisations.
- ✓ Du nouveau mobilier de parcours (lave balle, poubelle)
- ✓ Traitement des maladies des greens et des pâquerettes.
- ✓ Aménagement du practice :
 - Remplacement de 4 tapis de practice
 - Remplacement de 6000 balles



➤ **Etat parc machines.**

Entretien mécanique hivernal, vidanges, changements de filtres, changements des contre lames, roulements, ...

Changement du moteur (neuf) du râteau à bunker.

Arriver d'une seconde machine à green, qui nous permettra de mieux entretenir nos greens.



Plan d'entretien courant

	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
Tonte Green	X	X	X	X	X	X	X
Tonte collier green	X		X		X		
Tonte Fairway		X			X		
Tonte Depart	X		X		X		
Tonte Rough*				X	x		
Tonte semi rough							
Tonte practice*				X	X		
Rattissage Bunker	X				X		
ramassage practice	X		X		X		X
changement Trous					X		
						* 1 fois tous 15 jours	

Voici le planning d'entretien idéal de haute saison à équipe complète. Celui-ci peut être perturbé par les effets de la météo, les obligations de traitement ou pour faire face à une panne mécanique ou d'arrosage. Ce planning n'intègre pas les opérations spécifiques. En 2017 ce plan a été parfaitement respecté sauf sur les mois de septembre et octobre en raison de quelques pannes.

6 – Rénovation du club house

La rénovation du club house est maintenant achevée et a commencé, après 3 ans de retard.

Les travaux débutés le 16 Octobre ont permis de donner au bâtiment un accès PMR avec de nouveaux vestiaires, d'une rampe d'accès à la terrasse, d'une rampe d'accès à l'accueil et la création d'une place dédiée aux personnes en fauteuil.

Le club house a été complètement isolé (par le toit et l'extérieur) ce qui a permis de poser des climatisations réversibles pour le confort de tous.

La cuisine a été mise aux normes anti feu, nous en avons profité pour réaliser la réfection du bar.

L'ensemble de l'électricité a été revu ainsi que le système de VMC.

Pour le confort des golfeurs, les toiles des stores de la terrasse ont été changées et ces derniers sont maintenant électriques.

Pour la partie esthétique, un bardage a été posé sur la structure existante et le toit entièrement nettoyé.

Nous avons créé de nouveaux bureaux (Bluegreen et AS), de nouvelles réserves (Bluegreen et AS) et des vestiaires pour le personnel.

L'ensemble des sols a été changé.





Travaux sur la rampe d'entrée



Nettoyage du toit



Isolation extérieure



Accès rampe terrasse



Rampe d'accès à la terrasse



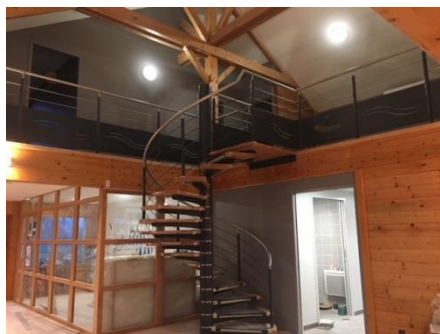
Rampe entrée club house



Place pour personnes handicapées



Vue de la terrasse



Nouvel escalier et vestiaires



Nouvelle boutique et banque accueil



Partie restaurant



Nouveaux abords du club

7 – CONCLUSION

Mot du Directeur

L'année 2017 marquera l'encrage Blue Green comme gestionnaire du Golf du Val d'Amour avec la réalisation des travaux tant attendus.

L'arrivée de nouvel enseignant nous permet d'avoir des perspectives plus ambitieuses sur la partie enseignement et par la suite sur les abonnements.

Nous avons pu garantir, malgré les nombreux déménagements liés aux travaux, une qualité de services adaptée pour la satisfaction du plus grand nombre.

Les derniers investissements de 2018, vont permettre aux joueurs d'encore augmenter le confort d'accès au club house, et profiter d'installation adaptée pour le nettoyage de leur matériel.

Perspective 2018

Le gros des investissements de l'année 2018 sera lié à la fin des travaux du club house ainsi que la rénovation des locaux techniques.

En interne, le golf du Val d'Amour sera désormais rattaché à la région Île de France et Nord.

L'arrivée de notre nouvelle machine à rough fin 2017, la rénovation de notre machine à départ et avant green, vont nous permettre d'augmenter la qualité d'entretien du parcours.

Un effort particulier sera apporté sur l'environnement du parcours :

- Amélioration du mobilier (lave-balles, piquets).
- Ré engazonnement régulier des départs.
- Nettoyage de la clôture électrique.
- Taille des branches des fairways par l'équipe terrain (trou N°8 et 4).
- Nettoyage des bunkers.
- Entretien des abords (haie d'arrivée club house, parking,...).
- Etude de planimétrie des zones en réparation au trou n°8.
- Mise en place de gravier entrée/sortie ponts, (chemin départ 9 au pont).
- Suivi rigoureux du plan d'entretien et de tontes.

Nous pouvons également nous satisfaire de la poursuite de l'activité restauration par notre prestataire arrivé en 2017. Une réorganisation de l'équipe et des ajustements, nécessaires, vont dans le sens de tous (baisse prix café, menu golfeur).

Nous croyons fortement qu'avec un investissement sans faille de l'Association Sportive, du restaurateur et de l'équipe Blue Green, le golf du Val d'Amour sera de plus en plus un acteur moteur du développement de l'activité touristique et économique locale.