

RAPPORT D'ACTIVITE ANNEE 2016



GOLF DU VAL D'AMOUR



SOMMAIRE

Chapitre 1 : Présentation Blue Green groupe Saur

Chapitre 2 : Compte rendu financier

Chapitre 3 : Compte rendu social

Chapitre 4 : Les données d'activité

Chapitre 5 : Compte rendu technique

Chapitre 6 : Enquête satisfaction Abonnés

Chapitre 7 : Conclusion



1 - PRESENTATION BLUE GREEN GROUPE SAUR





LE RESEAU BLUE GREEN

L'expérience et l'envergure de notre réseau sont preuves de bases solides et de compétences éprouvées dans le secteur du golf appuyé par notre actionnaire le Groupe Saur.

BLUE GREEN, chiffres clés

Plus de 20 ans d'expérience

400 entreprises affiliées

Près de 15 000 néophytes s'initient au golf chez Blue Green tous les ans

Plus de 100 enseignants

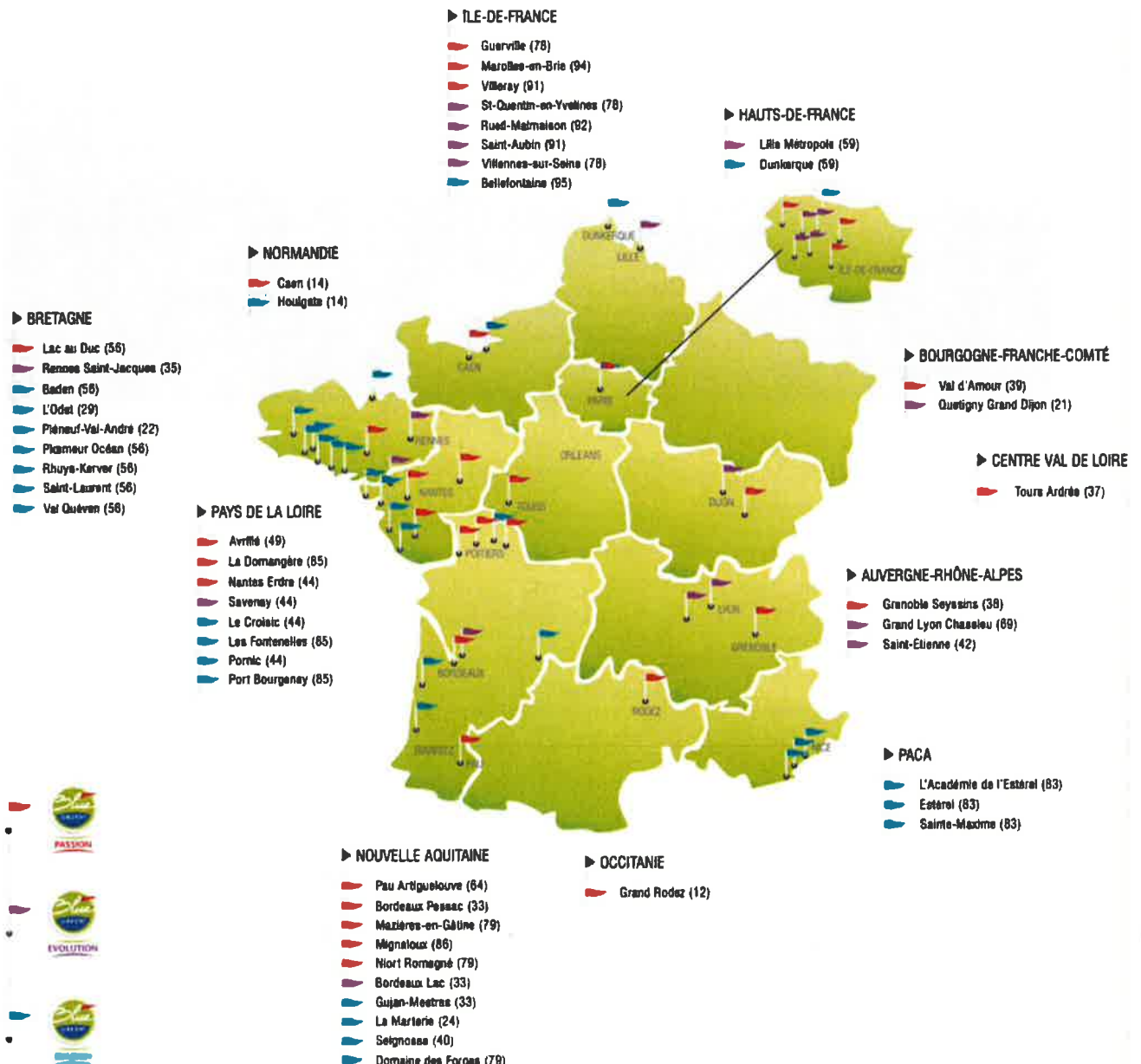
Promoteur d'une épreuve de l'European Challenge Tour à Pléneuf-Val-André

49 golfs en gestion

30 000 abonnés dont 6500 élèves en enseignement



1. Le réseau Blue Green

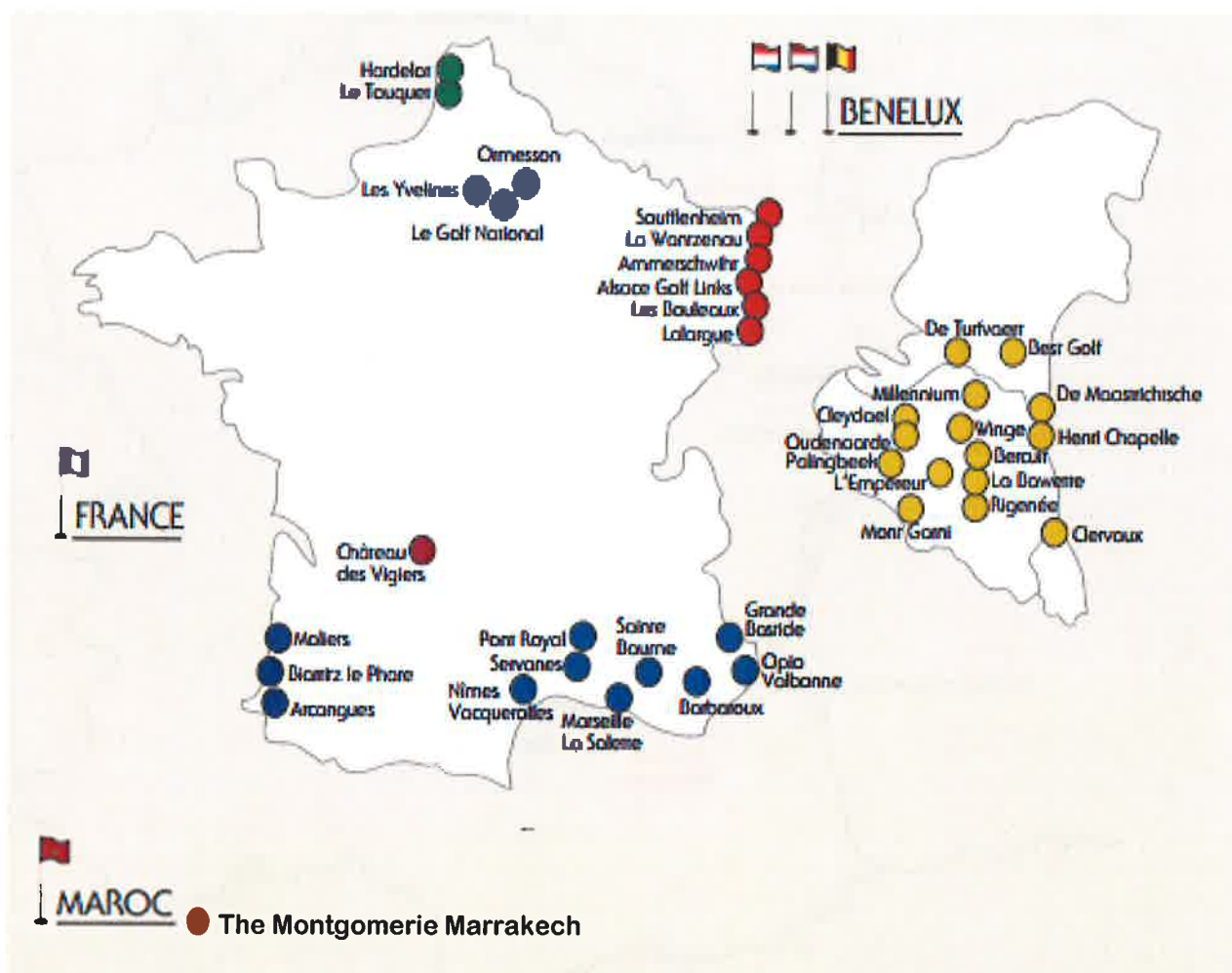




2.

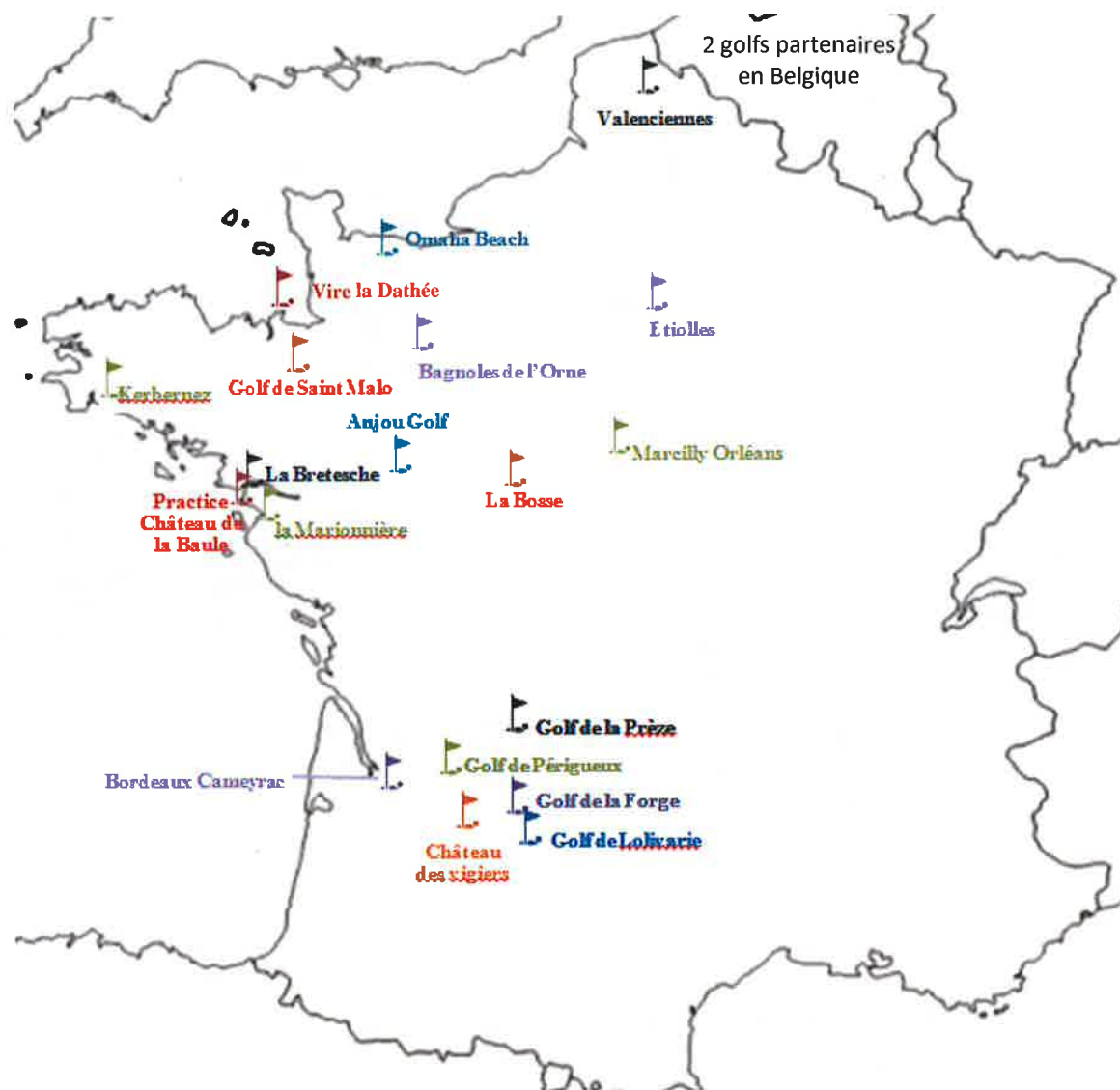
3. Le réseau : les golfs Open Golf Club

Depuis le 10 avril 2014, les chaînes Blue Green et Open Golf Club ont signé un accord de partenariat offrant aux abonnés des deux chaînes un choix et une diversité de parcours : synergie entre les 43.000 abonnés des deux chaînes et de ce fait, développer un trafic réciproque privilégié sur plus de 100 parcours. Les abonnés bénéficient d'une réduction de 25% sur les green fees 18 trous, 9 trous, compacts et pitch and putt sur les golfs français (hors golf national), belges et marocain.





4. Le réseau partenaires et les golfs associés étrangers



2 golfs partenaires en Espagne

Carte au 31/12/2016

Blue Green 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 Blue Green



Partenaires



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)

Au 31/12/2016, 19 golfs en France, 2 en Belgique et 2 en Espagne ont adhéré au programme Partenaires, ce qui représente une diversité supplémentaire de parcours pour nos adhérents Blue Green qui bénéficient d'une réduction sur ces golfs.

Les accords associés golfs Etrangers

Liste au 31/12/2016

PAYS	GOLF
ANGLETERRE	LINDEN HALL GOLF COURSE
	PORTAL ARDERNE GOLF COURSE
	HILL VALLEY SAPPHIR
IRLANDE	CASTELROCK
ECOSSE	CARDRONA GOLF & RESORT
	SPEY VALLEY GOLF CLUB
	TAIN GOLF CLUB
SLOVENIE	DINERS GOLF AND COUNTRY CLUB
CHYPRE	MINTHIS HILLS RESORT
CHINE	MISSION HILLS CHINA

Il s'agit d'un accord de réciprocité de réduction de 25% sur les green fees. Une offre et une diversité encore plus étendues pour découvrir de nouveaux parcours. Notre commerciale Tours Opérateurs est chargée de gérer ses partenariats et de les développer.

Ci-après quelques photos de golfs à l'étranger :



Mission Hills (Chine)



Castel Rock (Irlande)





5. Les valeurs de Blue Green



Blue Green, des golfs qui font aimer le golf

Les joueurs et leurs envies au cœur de nos préoccupations, avec un grand nombre de formules adaptées aux envies et besoins de chacun et permettant à tous de jouer selon son style et récompensant les plus fidèles

Une nouvelle façon d'aborder le golf, accessible, décontractée et conviviale dans un environnement accueillant, en phase avec les modes de vie des golfeurs dans un esprit club.

Une pratique du golf plus efficace, par l'utilisation des meilleures technologies dans nos offres d'enseignement, un encadrement par nos professionnels et en proposant des services innovants et connectés aux golfeurs.

La multiplicité des expériences, permettant à tous de profiter pleinement des moments passés sur nos parcours et de découvrir toute l'année des golfs d'exception dans les meilleures conditions.

La démocratisation passe par le partage de moments de bien-être et de convivialité autour d'une passion fédératrice : le golf.

C'est dans cet état d'esprit que les établissements Blue Green se voient pourvus de lieux de vie accueillants et chaleureux où l'on a plaisir à se retrouver en dehors du parcours (boutiques, restaurants, club house).





6. Blue Green : des actions concrètes pour notre planète :



Blue Green vise l'amélioration continue de ses performances au travers d'une gestion économiquement saine, socialement responsable et tournée vers la performance environnementale.

Les parcours de golf constituent de véritables poumons verts. La mosaïque d'habitats et les variétés de végétation qui se trouvent sur un golf concourent à la vie naturelle d'espèces variées. Les espaces calmes qu'ils offrent, permettent ainsi d'abriter une faune diversifiée.

Dans la continuité de son exploitation raisonnée et différenciée des parcours, Blue Green s'est engagé, en lien avec des naturalistes de la Ligue de Protection des Oiseaux (LPO) à mettre en place sur ses golfs, un plan de gestion écologique visant à favoriser l'accueil et la protection de la faune et de la flore.



De plus, le programme Golf & Nature vise une gestion éco-durable, structurée autour de trois objectifs environnements prioritaires :

1. La gestion durable de la ressource en eau : réduction de la consommation d'eau par une optimisation de son utilisation, recherche d'alternatives à l'utilisation d'eau potable et une valorisation des eaux recyclées
2. L'entretien raisonné de nos parcours concernant l'usage des produits phytopharmaceutiques et des engrais
3. La préservation et le développement de la biodiversité sur nos golfs, et ce, dans la continuité des actions déjà engagées avec la LPO.





VEN 28 OCT

LA JOURNÉE À NE SURTOUT PAS MANQUER

EXCEPTIONNEL JUSQU'À -50%

sur les cartes de practice, leçons ou green-fees... et plus encore !

LA JOURNÉE À NE SURTOUT PAS MANQUER

II - STRATEGIE COMMERCIALE ET MARKETING BLUE GREEN

C'est le printemps!

-20%

sur les nouveaux abonnements 1 golf, France 44

Offre valable sur les abonnements 1 golf, France 44 individuel, couple et d'autres encore...

Restaurer à l'adresse des adresses sur www.bluegreen.com et dans le golf le plus proche de chez vous.

Blue Green, des golfs qui font aimer le golf.

En avril, les offres fleurissent chez Blue Green

Carte de 10 green fees Blue Green card +3 green fees offerts

Carte de 10 green fees France +3 green fees offerts

Carte de 10 green fees Exclusif +3 green fees offerts

Offres valables du 2 au 30 avril 2016 sur les golfs Blue Green...

Retrouvez toutes les infos sur www.bluegreen.com

Blue Green, des golfs qui font aimer le golf.

UN BON COUP À JOUER POUR LES DÉBUTANTS !

VENTE FLASH 2 JOURS POUR EN PROFITER 27 ET 28 AOÛT (QUANTITÉ LIMITÉE)

245€ AU LIEU DE 490€

PASSEPORT 6 MOIS

- 4 mois de stage
- accès à volonté aux parcours
- passage de la carte verte
- 1 carte de practice

Achat à l'accueil et en ligne www.bluegreen.com

Blue Green, des golfs qui font aimer le golf.



NOS OBJECTIFS EN 2017

- ✓ S'adapter au marché pour conforter notre place de leader dans la gestion de parcours de golfs par :
 - ▶ Un souci constant et permanent de professionnalisme dans chacune de nos actions quotidiennes,
 - ▶ L'anticipation pour améliorer notre proactivité
 - ▶ Être à l'écoute de nos clients pour répondre à leurs besoins
- ✓ Etre la référence dans notre domaine :
 - ▶ Par de nouvelles technologies au service des golfeurs (outils de marketing et de communication innovants et modernes),
 - ▶ Par une présence active sur les réseaux sociaux,
 - ▶ Par une démarche éco responsable.
- ✓ Développer la pratique et la progression des joueurs par notre qualité d'enseignement et de nos parcours,
- ✓ Fidéliser et récompenser nos abonnés(ées),
- ✓ Développer la fréquentation de nos parcours,
- ✓ Animer nos golfs par des opérations commerciales fortes permettant à nos clients de répondre à leurs besoins,
- ✓ Offrir une qualité de service correspondant aux attentes de nos clients avec des équipes dédiées et dynamiques sur chacun de nos golfs.



NOTRE STRATEGIE

- 1) Créer des nouveaux golfeurs : ouvrir la pratique du golf au plus grand nombre, en réalisant des initiations gratuites et des portes ouvertes Blue Green chaque année,

Déclencher la première venue de nouveaux golfeurs chaque année par nos opérations portes ouvertes,

Chiffres des Journées Portes Ouvertes 2016 :

- 15 000 participants sur l'année,
- 6 500 nouveaux abonnés en enseignement suite à ces initiations



- 2) Récompenser la fidélité de nos abonnés : conforter notre programme de fidélisation, et associer nos clients fidèles au recrutement de nouveaux abonnés (parrainage),



- 3) Faciliter la réservation des Green-Fee : via notre partenaire Book and Golf (11% du chiffre d'affaires green fees en 2016),



- 4) Communiquer 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,





- 5) Pratiquer le juste prix : une politique de prix compétitifs construite sur une veille active de notre environnement concurrentiel
- 6) Créer une synergie Blue Green : création d'opérations marketing sur l'ensemble de nos golfs relayées par une communication nationale avec l'appui de nos différents partenaires (fournisseurs, équipementiers, sponsors nationaux, partenaires économiques).
- 7) Une présence et une communication locale mise en avant : relais d'un plan d'actions commercial local piloté par chaque directeur de golf :
 - Opérations commerciales adaptées à chaque golf et à sa clientèle,
 - Compétitions avec des entreprises locales,
 - Compétitions favorisant la rencontre entre joueurs confirmés et débutants pour accroître la fidélisation (adaptation des formules de jeu),
 - Animation avec les équipes d'enseignement dans les écoles, collèges et lycées autour du golf avec du matériel adapté,
 - Privilégier le lien partenaire avec l'association sportive,
 - Favoriser le développement sportif local,
 - S'insérer dans la vie économique, commerciale et culturelle locale.



- 8) Donner envie aux golfeurs de s'équiper : développer les Pro shops pour offrir le plus de choix qualité / prix à nos clients en s'appuyant sur du personnel formé et compétent.





- 9) Promouvoir le golf en entreprise : accroître nos relations en région avec les entreprises en décentralisant le service commercial « entreprises » : création de pôles régionaux de commerciaux entreprises et tour operators.



Entreprises

- 10) Partager le plaisir du golf avec les plus jeunes : transmettre et enseigner dans nos écoles de Golf, ouvertes aux enfants et jeunes de 5 à 17 ans, ou lors de nos stages vacances dédiés aux juniors.

- 11) Créer des animations sur les golfs pour dynamiser les relations clients / clubs

- Sur des thèmes sportifs et festifs : La Saint Valentin, la Saint Patrick, Noël...
- Caritatifs : partenariats avec Mécénat Chirurgie Cardiaque en 2016.



- 12) Un évènement incontournable : le **CORDON GOLF OPEN** organisé depuis 9 ans sur le golf Blue Green de Pléneuf-Val-André.

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
 - 2300 collaborateurs
 - 10 centres techniques en France





- 6 filiales hors métropole

Nos autres sponsors :

ffgolf®



Côtes d'Armor
le Département

Pléneuf
VAL
André



Clear Channel

EUROPEAN
CHALLENGE TOUR

Région
BRETAGNE

ouest
france

journal
des
entreprises

Le Télégramme



GOLF +

Le Magazine du Golf



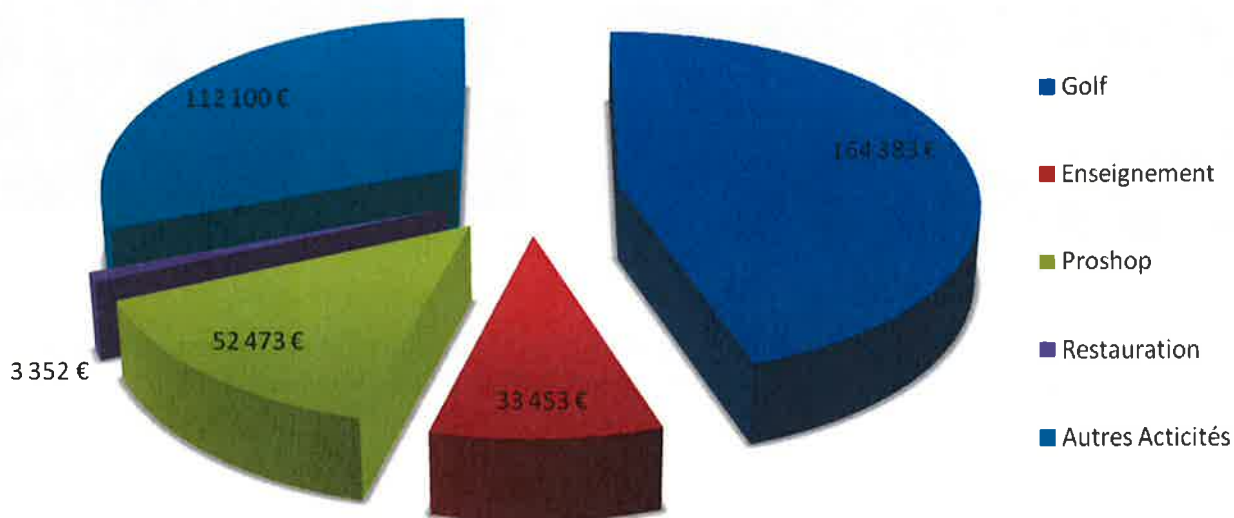
VELASCO : Vainqueur 2016

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 :

			2016	2015	Evolution (%)
1-Golf	10-Chiffre d'affaires	101-Abonnements vendus	117 693	106 071	11,0%
		109-Abonnements - prov rejets de prlv	-118		
		110-Green fees	29 727	33 500	-11,3%
		112-Practices	14 311	19 150	-25,3%
		113-Voiturettes	200	240	-16,8%
		114-Cartes BG	396	354	11,8%
		118-Autres golf liés à la fréquentation	350	438	-20,0%
		120-Autres golf hors fréquentation	1 826	481	279,4%
	Total 10-Chiffre d'affaires		164 383	160 234	2,6%
	40-Charges de personnel		-63 073	-81 716	-22,8%
	60-Autres charges	602-Engrais, phyto, sables etc	-11 068	-12 683	-12,7%
		603-Petits mat, outil & pièces	-15 160	-14 166	7,0%
		604-Eau arrosage	-257	-37	594,6%
		605-Energie	-3 374	-6 680	-49,5%
		606-Fournitures consommables	-692	-977	-29,1%
		607-Fournitures administratives		-50	-100,0%
		608-Produits accueil	-41	-498	-91,8%
		613-Locations	-5 097	-5 354	-4,8%
		615-Maintenance & entretien	-2 245	-737	204,4%
		617-Linge & blanchissage	-256		
		624-Offerts direction	-66		
		625-Voyages & déplacements	-589	-685	-14,0%
		629-Redevance FFG	-600	-600	
		630-Cotisation AS			
		658-Autres charges exploitations	0		
	Total 60-Autres charges		-39 445	-42 467	-7,1%
	83-Provisions exploitations	830-Prov & pertes clients	-154		
	Total 83-Provisions exploitations		-154		
Total 1-Golf			61 711	36 052	71,2%

Le chiffre d'affaires activité Golf :

Le chiffre d'affaires golf du Val d'Amour connaît une augmentation de 4149€ soit 2,6 % de progression par rapport à 2015.

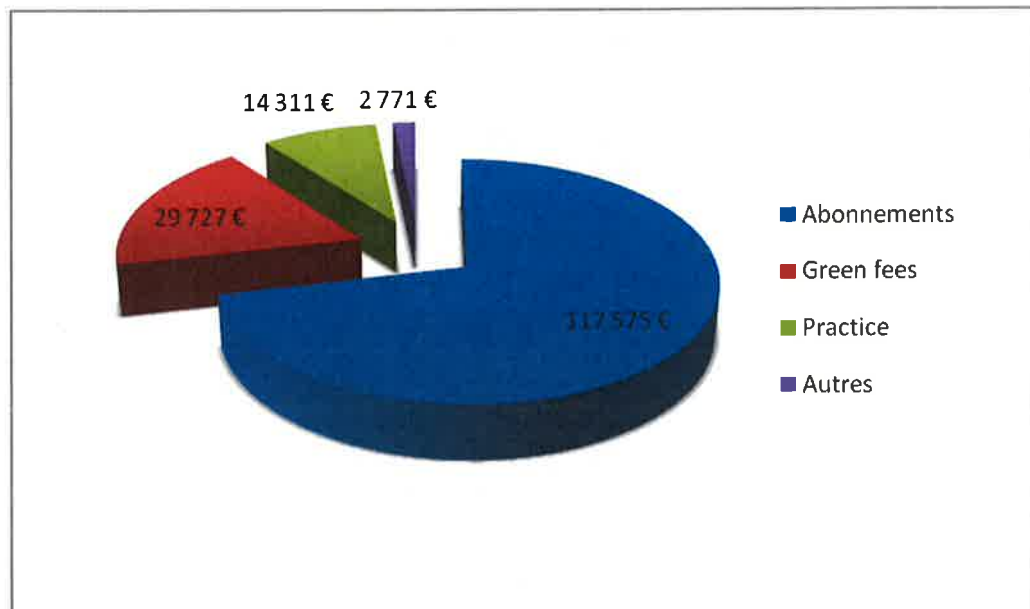
Celle-ci s'explique en grande partie par l'augmentation du Chiffre d'affaires abonnements (+11%), en raison du développement du nombre des abonnés (sortie d'enseignement et nouveaux).

En revanche le chiffre d'affaires Green fee connaît une baisse importante (-11,3%) que nous expliquons essentiellement par la progression du nombre des abonnés et par un effet de transfert (CA Green fee vers CA abonnements), mais aussi par des conditions météorologiques particulièrement délicates au 1^{er} semestre (pluie puis sécheresse) sans nier les difficultés rencontrées sur l'entretien du parcours.

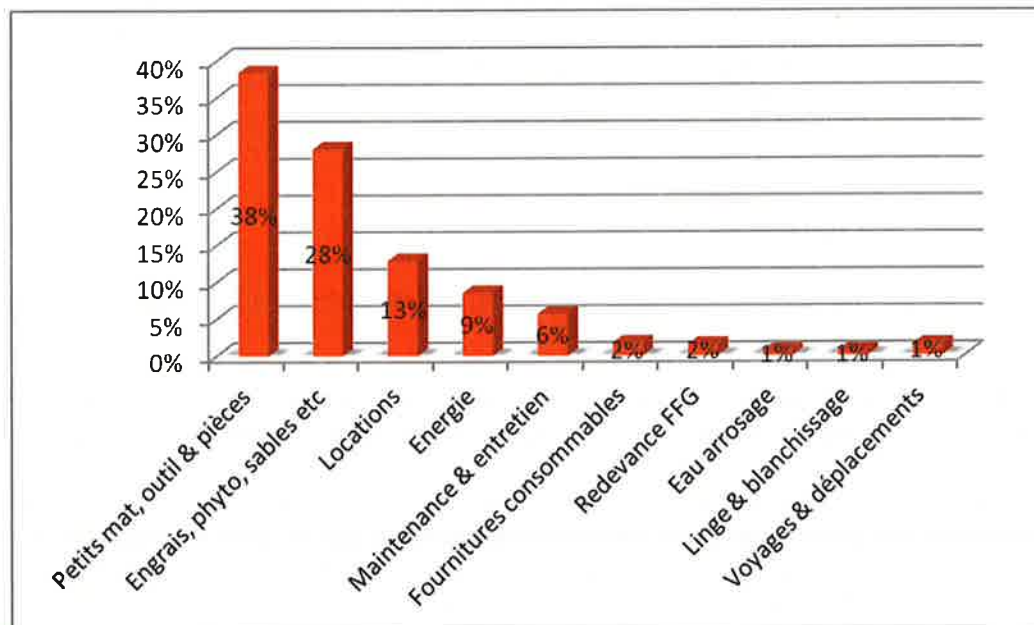
Malgré des offres commerciales très attrayantes et la mise en place d'aménagements structurels pour agrémenter la structure, le chiffre d'affaires practice baisse de 25%. L'absence répétée de notre enseignant a impacté cette partie de l'activité (moins de cours = moins d'entraînement).



Répartition du Chiffre d'affaires Golf



Les Charges de l'activité Golf :



Celles-ci s'élèvent à 39 445 € et connaissent une baisse de -7,1 % par rapport à 2015.

Les charges sont en diminution de 3022 € en 2016 essentiellement sur les comptes « Engrais, phyto, sables » qui représentent 28 % du volume des achats et le poste « énergies » qui représente 9% du budget. Cette baisse est liée à une meilleure gestion des traitements (maladies, pâquerettes), d'un décalage de remplissage de cuve GNR en fin de saison 2014 et d'un hiver doux.



A l'inverse les charges du compte « Petits mat, outil & pièces » augmentent de 7% (1 000 €) ainsi que le poste « maintenance et entretien » qui augmente de 204% (1508€), malgré un nombre de pannes en diminution. Cette augmentation est liée à une remise en état générale de la machine à rough.

Les charges de personnel, connaissent une forte baisse (-22,8%) suite à l'embauche de 2 personnes en contrat d'avenir.

Analyse : En 2015 une gestion plus fine des traitements, un décalage de remplissage de cuve et l'embauche de 2 personnes en contrat d'avenir à l'accueil permettent une baisse des charges liées à l'activité golf même si un effort a été porté sur la remise en état nécessaire des machines.

Le résultat Brut D'exploitation (RBE) connaît une forte augmentation de 71,2 % (25659 €) par l'effet de l'augmentation de 2,6 % du CA , de la réduction de 22,8 % de la masse salariale, malgré la stabilisation des effectifs, et par une meilleure maîtrise des charges.

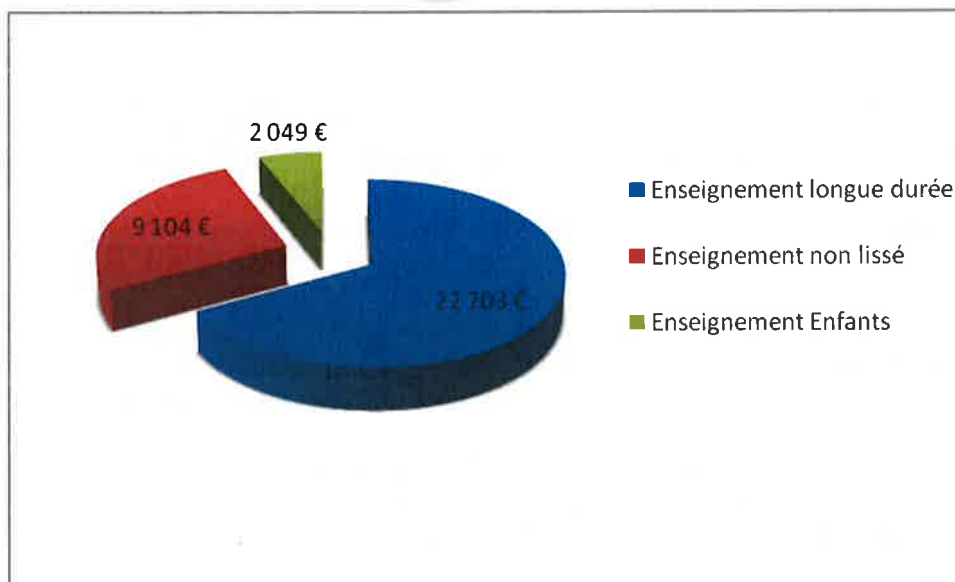
Activité Enseignement:

2015			2016		
2-Enseignement	10-Chiffre d'affaires	125-Enseignement	22 703	30 233	-24,9%
		126-Enseignement non lissé	9 104	14 746	-38,3%
		127-Enseignement Enfants	2 049	2 477	-17,3%
		129-Enseignements - prov rejets de prlv	-403		
	Total 10-Chiffre d'affaires		33 453	47 455	-29,5%
	40-Charges de personnel		-23 243	-36 035	-35,5%
	60-Autres charges	606-Fournitures consommables	-1 492	-2 169	-31,2%
		623-Publicité	-534	-167	220,9%
		625-Voyages & déplacements	-298		
Total 60-Autres charges		-2 324	-2 336	-0,5%	
Total 2-Enseignement		7 886	9 085	-13,2%	

Le chiffre d'affaires Enseignement :

Le chiffre d'affaires connaît une forte baisse de 29,5% (-14002 €).

Cette diminution importante est principalement liée à l'absence de notre enseignant (7,5 mois) durant l'année. Même si nous avons pu, dans la mesure des disponibilités d'autres enseignants du golf de Quetigny, assurer une partie des cours, l'année 2016 restera une très mauvaise année et aura certainement des répercussions sur les abonnements de l'année 2017 (pas assez d'élèves débutants). A noter que la collaboration avec l'AS a permis de garantir l'ensemble des cours de l'année pour les enfants.



Les Charges de l'activité Enseignement:

En 2016, du fait de l'absence de notre enseignant et de la non refacturation interne des charges des enseignant remplaçants, ces dernières baissent fortement -35,5% soit -12792€.

Analyse : le rentabilité de l'activité d'enseignement régresse de 13,2% et atteint les 7886 €.

Activité Boutique:

			2016	2015	
3-Proshop	10-Chiffre d'affaires	170-Boutique matériel	33 817	40 004	-15,5%
		171-Boutique vêtements	6 956	6 348	9,6%
		172-Boutique accessoires	11 700	12 335	-5,1%
		Total 10-Chiffre d'affaires	52 473	58 688	-10,6%
	30-Coût matières		-41 427	-51 462	-19,5%
	40-Charges de personnel				
	60-Autres charges	603-Petits mat, outil & pièces		-1 769	-100,0%
		658-Autres charges exploitations			
Total 60-Autres charges			-1 769	-100,0%	
Total 3-Proshop			11 046	5 456	102,4%

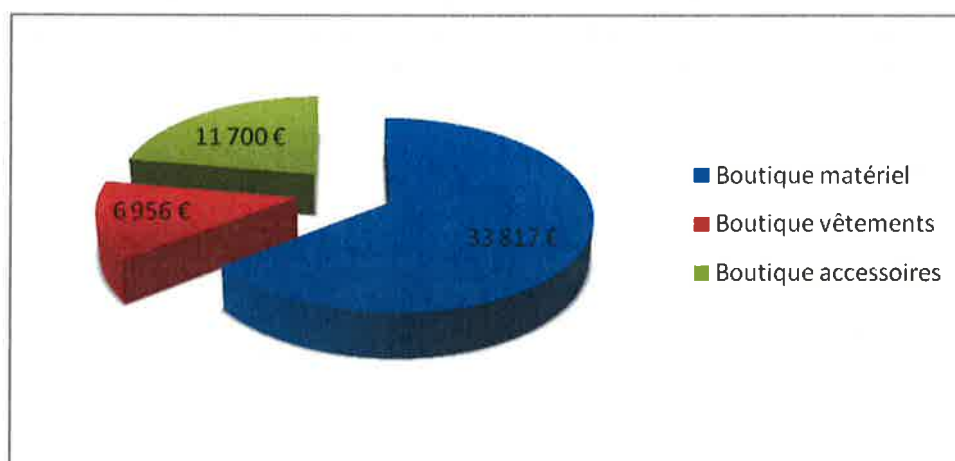


Le chiffre d'affaires Boutique:

2015 connaît une régression du chiffre d'affaires de la boutique de -10,6€ % :

- - 6187 € pour la vente de matériel
- + 608 € pour la vente de vêtements
- - 635 € pour la vente accessoire

L'activité est stabilisée sur la partie « consommables », et subit une baisse importante sur le matériel en raison du renouvellement important de matériel de l'année précédente :



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 78,95 % du CA en 2016.

Analyse : Le RBE 2016 de l'activité est en augmentation de 102,4% 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 :

		2016	2015	
4-Restauration	10-Chiffre d'affaires	130-Restauration solide	18 970	-100,0%
		131-Restauration liquide	32 616	-89,7%
	Total 10-Chiffre d'affaires		51 587	-93,5%
	30-Coût matières		-24 736	-91,4%
	40-Charges de personnel		-20 950	-100,0%
	60-Autres charges	606-Fournitures consommables	-1 467	-99,0%
		608-Produits accueil		
		615-Maintenance & entretien	-288	-100,0%
		623-Publicité	-120	-100,0%
		625-Voyages & déplacements	-3	-100,0%
Total 60-Autres charges			-1 878	-99,3%
Total 4-Restauration			4 023	-70,0%



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 puisque qu'un nouveau restaurateur est arrivé début avril pour la saison. Le chiffre d'affaires est donc logiquement en diminution de 93,5%

Les charges de l'activité restaurant

En parallèle nous avons également connu une très forte baisse des charges -91,4% car il n'y a avait de personnel dédié à cette activité, et les achats se sont limités à des boissons.

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 pour permettre à ces derniers de continuer à venir au golf régulièrement. L'activité 2016 n'est pas comparable à l'année 2015.

Autres Activités:

			2016	2015	
6-Autres activités	10-Chiffre d'affaires	168-Autres produits activités diverses	110 000	110 000	
		183-Locations immobilière	2 100		
	Total 10-Chiffre d'affaires		112 100	110 000	1,9%
Total 6-Autres activités			112 100	110 000	1,9%

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 2100€

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				
	40-Charges de personnel		-40 374	-39 639	1,9%
	50-Impôts & taxes	500-Impôts & Taxes	-3 517	-10 096	-65,2%
	Total 50-Impôts & taxes		-3 517	-10 096	-65,2%
	60-Autres charges	603-Petits mat, outil & pièces	-226	-105	114,8%
		605-Energie	-9 971	-7 886	26,4%
		606-Fournitures consommables	-229	-398	-42,5%
		607-Fournitures administratives	-183	-225	-18,5%
		608-Produits accueil	2		
		611-Gardiennage & sécurité	-867	-945	-8,3%
		613-Locations	-776	-4 824	-83,9%
		615-Maintenance & entretien	-9 451	-9 903	-4,6%
		616-Assurances	-6 136	-4 880	25,7%
		620-Frais postaux	-116	-248	-53,2%
		622-Honoraires			
		623-Publicité	-2 160	-1 416	52,5%
		624-Offerts direction			
		625-Voyages & déplacements	-1 254	-3 068	-59,1%
		626-Telecom	-1 003	-918	9,2%
		627-Frais bancaires	-812	-964	-15,8%
		628-Cotisations diverses			
		658-Autres charges exploitations	350	-668	-152,4%
	Total 60-Autres charges		-32 831	-36 448	-9,9%
	83-Provisions exploitations	830-Prov & pertes clients	429	-101	-522,7%
	Total 83-Provisions exploitations		429	-101	-522,7%
Total 7-Indirectes			-76 294	-86 284	-11,6%

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 9990€, ce qui représente une baisse de 11,6% grâce essentiellement à une forte baisse des impôts (-6579€).



Compte d'exploitation 2016 synthétique

Golf de VAL D'AMOUR	
BLUE GREEN	
COMPTES D'EXPLOITATION ANALYTIQUE 2016 PROVISOIRE* (en €)	
(*pas encore certifié par les Commissaires aux Comptes)	

Par activité :

Par activité :			2016
10-RBE	1-Golf	10-Chiffre d'affaires	164 383
		30-Coût matières	
		40-Charges de personnel	-63 073
		60-Autres charges	-39 445
		83-Provisions exploitations	-154
	Total 1-Golf		61 711
	2-Enseignement	10-Chiffre d'affaires	33 453
		40-Charges de personnel	-23 243
		60-Autres charges	-2 324
	Total 2-Enseignement		7 886
	3-Proshop	10-Chiffre d'affaires	52 473
		30-Coût matières	-41 427
	Total 3-Proshop		11 046
	4-Restauration	10-Chiffre d'affaires	3 352
		30-Coût matières	-2 131
		60-Autres charges	-14
Total 4-Restauration		1 207	
6-Autres activités	10-Chiffre d'affaires	112 100	
Total 6-Autres activités		112 100	
7-Indirectes	40-Charges de personnel	-40 374	
	50-Impôts & taxes	-3 517	
	60-Autres charges	-32 831	
	83-Provisions exploitations	429	
Total 7-Indirectes		-76 294	
Total Revenu Brut d'Exploitation			117 656

Toutes activités confondues :

		BG SAS
10-RBE	10-Chiffre d'affaires	365 762
	30-Coût matières	-43 559
	40-Charges de personnel	-126 690
	50-Impôts & taxes	-3 517
	60-Autres charges	-74 614
	83-Provisions exploitations	274
Total 10-RBE		117 656
30-Amort & Provisions		-6 720
50-Exceptionnel		-16
Total général avant frais de service support		110 919

Quote part des frais de service Support	-17 708
Quote part des charges de marketing & communication structures *	-6 157
Résultat Net avant IS	87 054

*Selon le % des charges marketing sur l'ensemble des charges de structures du groupe BLUE GREEN (25.8%).

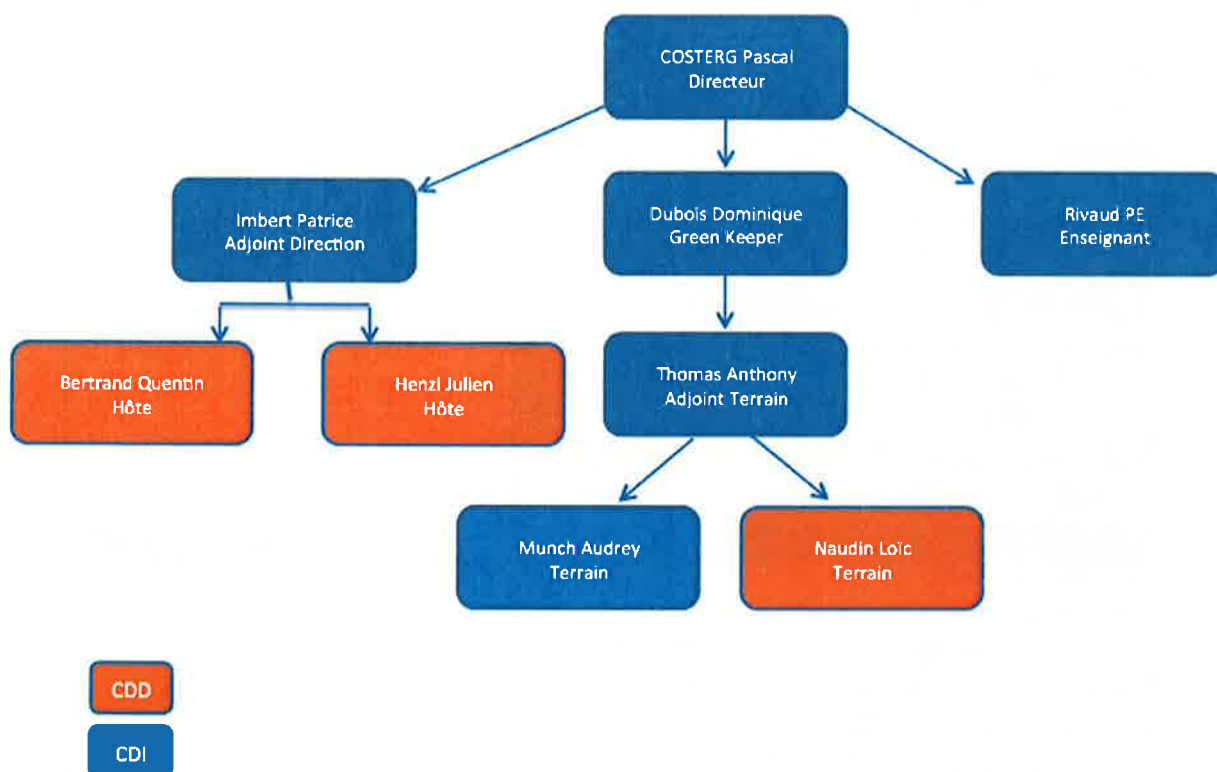


Bien que nous ayons perdu en 2016 l'activité et l'exploitation de la restauration, ayant également connu une longue période d'absence de notre enseignant et des conditions climatiques compliquées lors du premier semestre, nous atteignons un résultat brut d'exploitation en progression de 50,02 % par rapport l'année 2015.

Nous enregistrons une baisse importante du chiffre d'affaires global, mais progressons encore sur la partie gestion du golf grâce à la fidélisation des abonnés.

Les charges d'exploitation sont elles aussi en baisse grâce à une bonne gestion des coûts fixes et aux emplois aidés. Cela nous permet d'augmenter pour cette année le niveau de rentabilité (RBE) à 117656 €.

3 – COMPTE RENDU SOCIAL



La masse salariale du golf s'élève en 2016 à 126690 €, il s'agit de notre centre de coût le plus important en valeur et pèse pour 34,64 % de notre chiffre d'affaires.

Suite au remplacement de 2 personnes à l'accueil notre effectif structurel reste stable.

Cette charge baisse de 28,96% cette année car ces embauches sont des contrats d'avenir. L'importance de ce chiffre est due à l'interruption de la gestion en « bi-site » depuis le 1^{er} décembre ainsi qu'à l'arrêt maladie de notre enseignant.

L'abandon de la gestion en bi-site du golf a permis la nomination de Patrice Imbert au poste directeur du site. Notre volonté est de vouloir s'investir plus encore sur le golf du Val d'Amour et de manière pérenne pour les années futures.



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	RIVAUD	PIERRE EMMANUEL	CDI	ENSEIGNEMENT
VAL D'AMOUR	THOMAS	ANTHONY	CDI	GOLF TERRAIN

4 – LES DONNÉES D'ACTIVITÉ

Données d'abonnements :

ABO EXCLUSIVE CPLE 7/7	28	Extérieurs	+21,69%
ABO EXCLUSIVE CPLE 7/7 PRELEVEMENT	2		
ABO EXCLUSIVE INDIV 7/7	39		
ABO EXCLUSIVE INDIV 7/7 CE	1		
ABO EXCLUSIVE INDIV 7/7 PRELEVEMENT	21		
ABO -40 ANS EXCLU INDIV 7/7	1		
ABO -40 ANS EXCLU INDIV 7/7 RESIDENT	2		
ABO ACCESS 25-35ANS INDIV 7/7 RESIDENT	2		
ABO EXCLUSIVE JUNIOR - 18 ANS	1		
ABO BI SITES INDIV 7/7 PRELEVEMENT	1		
ABO BI-SITES INDIV 7/7	1		
ABO FRANCE CPLE 7/7 PRELEVEMENT	2		
		101	
ABO RESIDENT COUPLE 7/7	46	Grands Dolois	-2,63%
ABO RESIDENT CPLE 7/7 PRLVT	16		
ABO RESIDENT IND 7/7	55		
ABO RESIDENT IND 7/7 PRELEVEMENT	24		
ABO RESIDENT INDIV 7/7 AIDE	4		
ABO RESIDENT ETUDIANT 7/7	1		
ABO RESIDENT ACCESS 18-25 ANS INDIV 7/7	2		
		148	
TOTAL	249		

La répartition des abonnements :

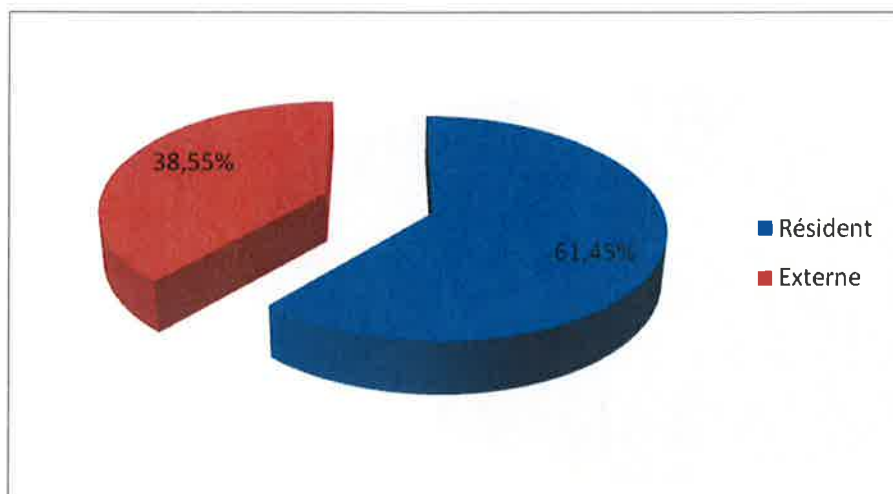
Le nombre d'abonnements a progressé pour atteindre les 249 membres au 31 décembre 2016 pour 235 en 2015. A noter la forte progression du nombre d'abonnés extérieurs au Grand Dole.

Nous comptons :

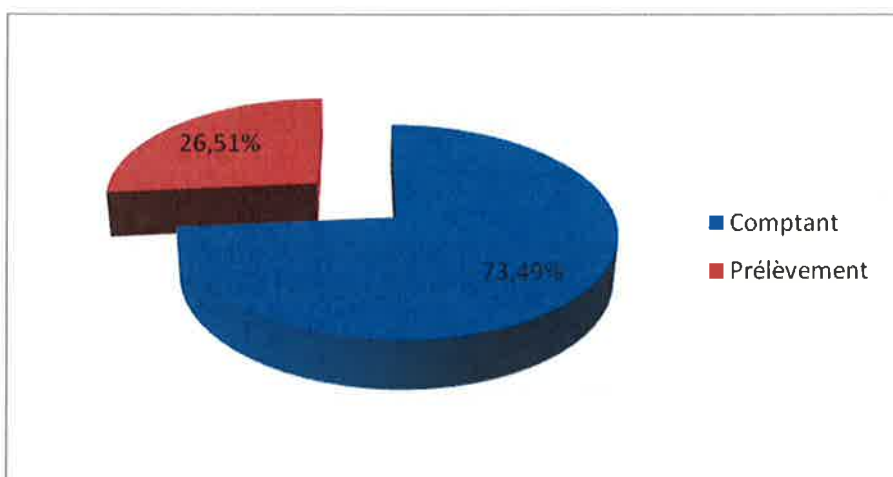
- ✓ 101 abonnés « extérieurs » (83 en 2015)
- ✓ 148 abonnés résidents (152 en 2015)



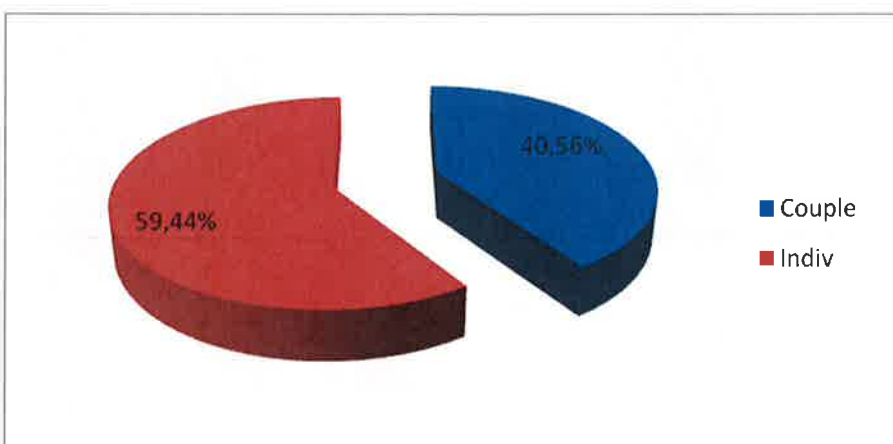
Répartition des abonnements « extérieurs » et résidents :



Répartition des moyens de paiement :

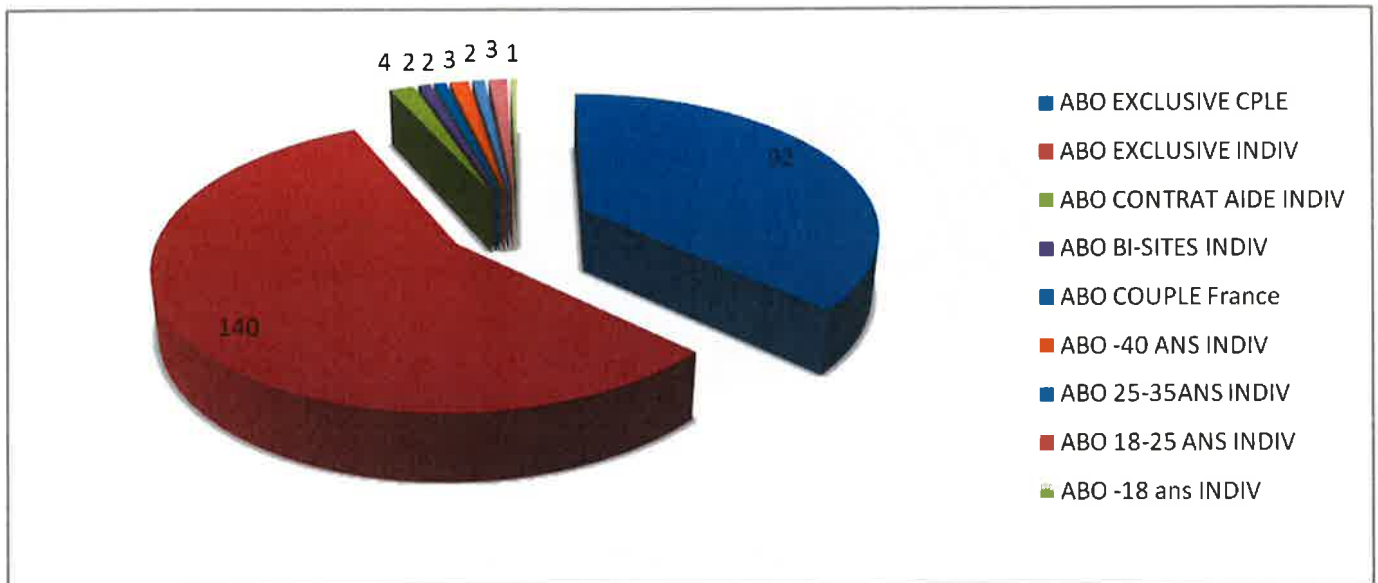


Répartition des différents abonnements :





Répartition par type d'abonnements

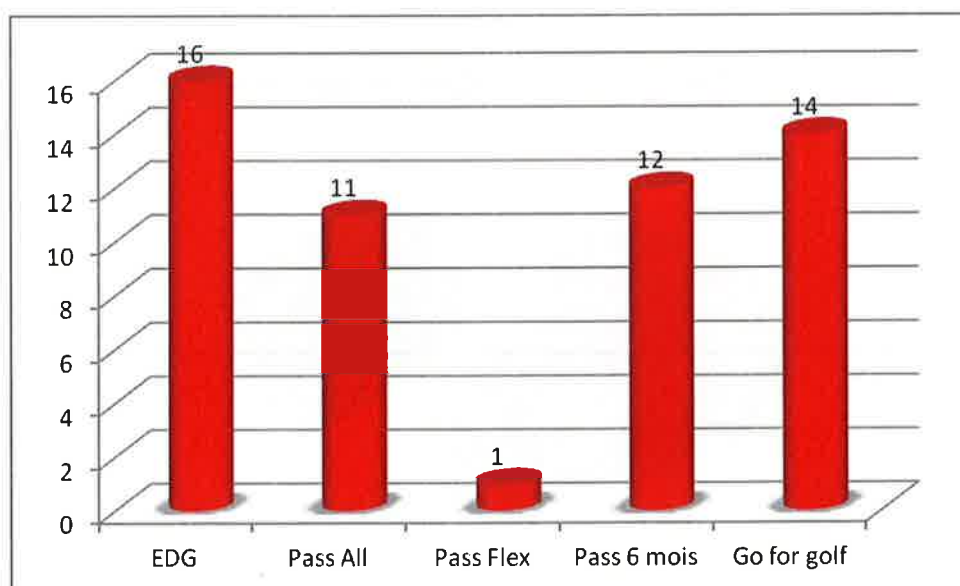


Données d'enseignement:

Enseignement de longue durée :

Nous enregistrons sur 2016 une forte baisse de 24,9% des ventes des formules d'enseignement de longue durée (plus de 6 mois). Nous savons que ce manque d'élèves aura des conséquences non négligeables sur nos abonnements en 2017.

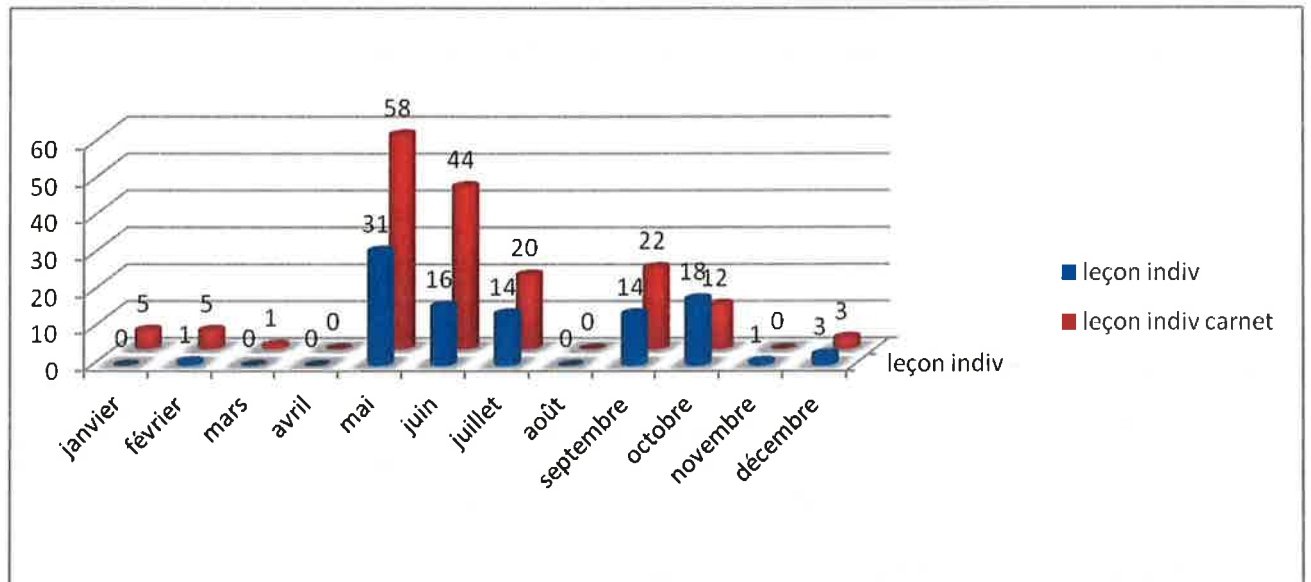
Répartition de nos produits enseignement longue durée :





Les leçons individuelles :

Répartition annuelle des carnets de cours et de leçons individuelles :



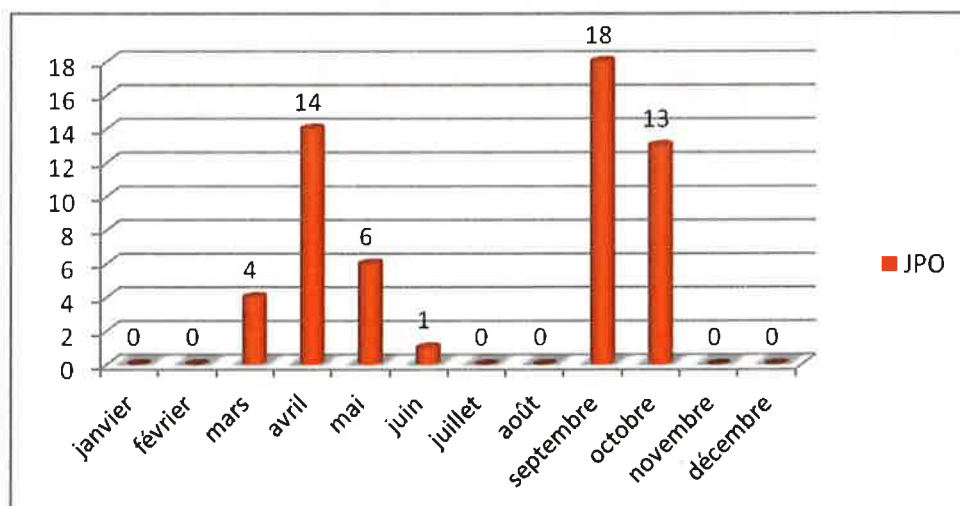
La baisse d'activité est de 38,3% pour la partie cours. L'absence de notre enseignant a fortement contribué à ce mauvais chiffre, puisque les joueurs qui prenaient des cours avec monsieur Rivaud attendaient son retour.

Tout comme les personnes en cours collectif nous avons prolongé la durée des carnets de cours achetés.

Les données d'initiation :

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

Répartition des journées portes ouvertes :





Journées découvertes (groupes, écoles, stages) :

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

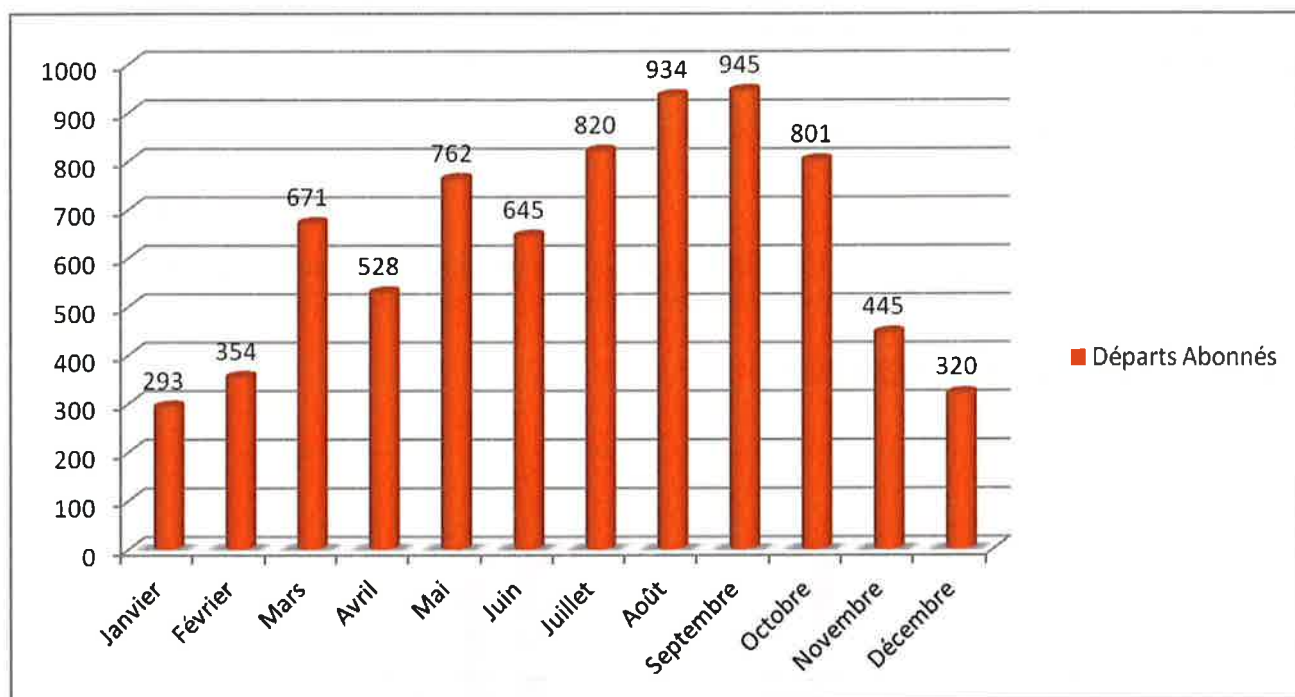
82 personnes adultes : Office tourisme, Centre Auxonne, C&K, partenaires golf
263 enfants ; 5 groupes scolaires (dont 1 suisse)
Stages enfants (11 jeunes) et stage adultes (5 personnes).

Données de fréquentation parcours

Accès parcours des abonnés :

L'essentiel de fréquentation se concentre entre mars 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 en hiver.

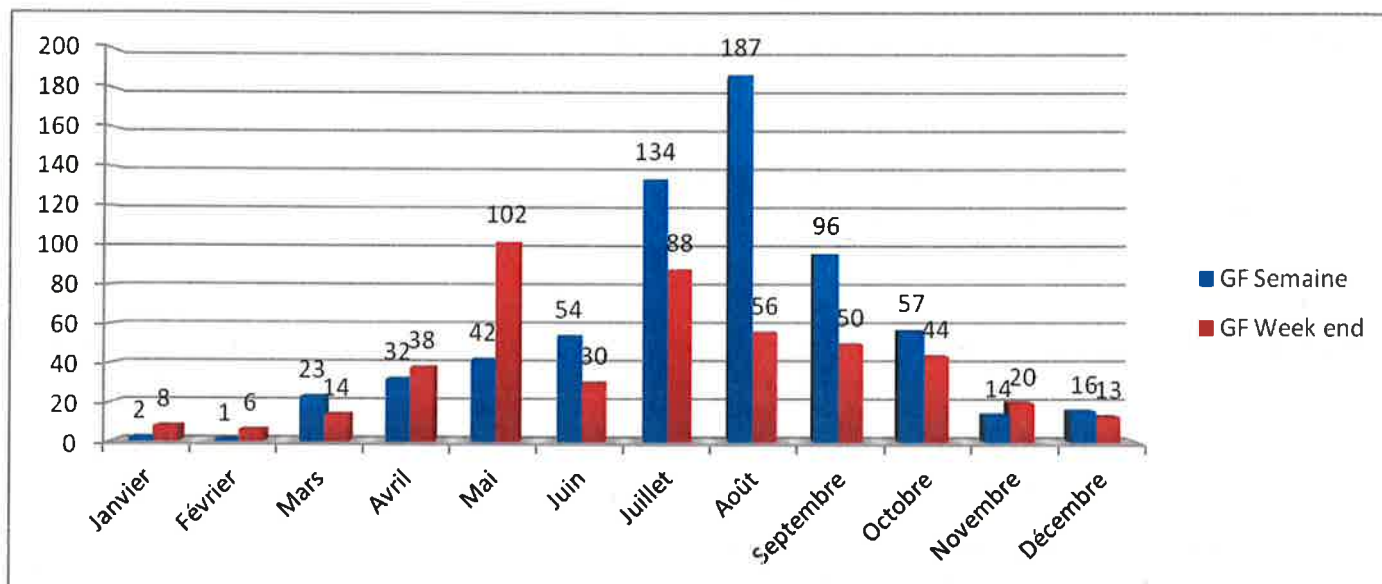
Nous enregistrons 7518 départs d'abonnés en 2016 contre 9292 en 2015, ce qui porte la fréquentation moyenne annuelle par abonné (et élèves) à plus de 26 départs.



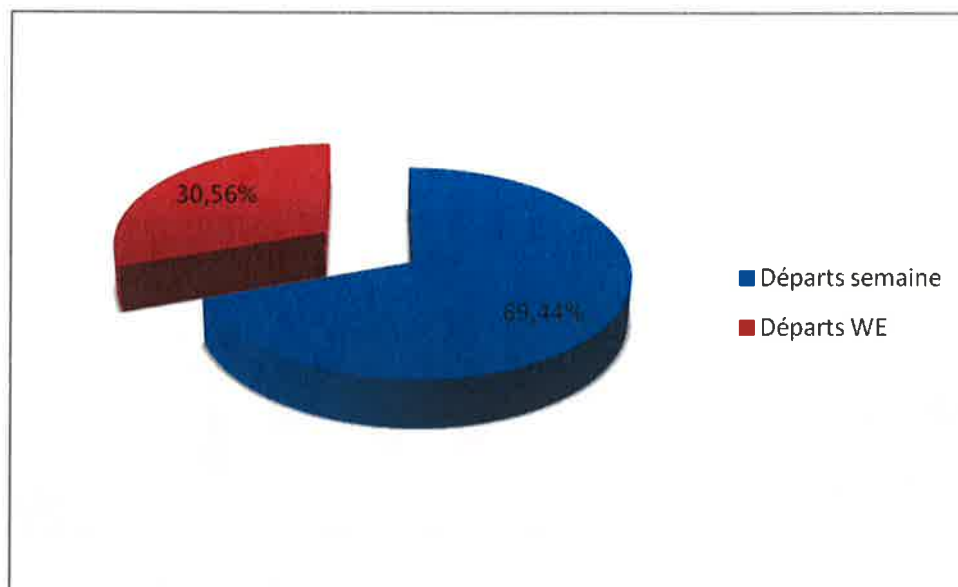


Comme le montre le tableau ci-dessous l'essentiel de la fréquentation des green fees (partie payante) s'est concentrée de mai à octobre.

Nous enregistrons sur 2016, 1127 départs green fee contre 1738 en 2015. Ce chiffre traduit des conditions climatiques délicates au premier semestre ainsi qu'une gestion du parcours moins efficace. Le pic de fréquentation des joueurs green fee est enregistré au mois d'août et en semaine.



Répartition des green fees semaine et week end :



La fréquentation des joueurs Green fee est particulièrement marquée en semaine (69,44 %) 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.



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 par une augmentation importante du nombre de participants aux différents évènements.

Sur 2016, nous comptabilisons 1986 participants contre 1859 en 2015.

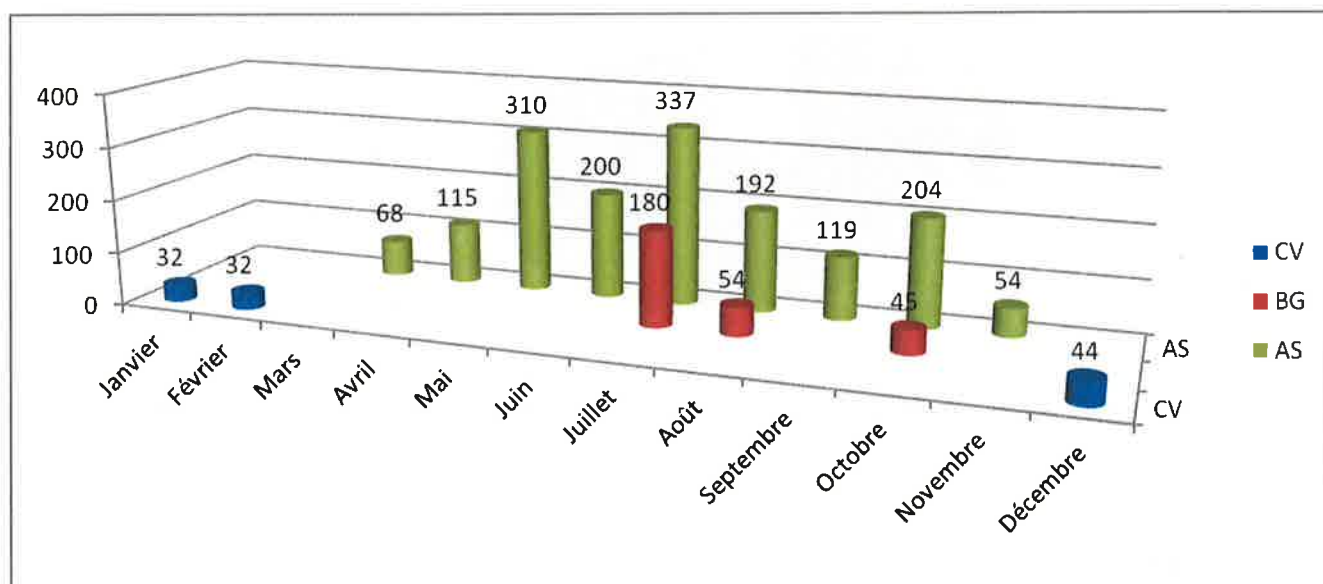
Dont :

- ✓ 279 participants aux compétitions BG (151 en 2015)
- ✓ 108 participants aux animations carte verte (224 en 2015)
- ✓ 1599 participants aux compétitions AS (1484 en 2015)

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





NOM COMPETITION AS	Participants
Coupe chocolatier	68
interclub montagne	44
Jardinerie Jurassienne	46
AFC Competition mise en forme	25
Cannard / Casino Salin	60
Compétition de l'Arche	52
Masters	44
Lions 2016	52
AFC N°2	71
Garage Cuynet	31
fromagerie Benoît	57
Chic N°5	90
Kiwanis - Mucoviscidose	53
Coupe Darty	61
Bridge / Golf	44
AM / AM senior	40
Coupe Chanut	57
Chic N°8	70
Gaia / Patio	65
Eclectic N°2	55
Chic N°9	62
Coupe Albert Quesnot	75
Societe Generale	59
Coupe Safti / Cafpi	60
Compétition du gout	89
Quêole	54
Crédit agricole	61
Coupe du Beaujolais	54
Moyenne de 57 joueurs	1599

NOM COMPETITION BG	Participants
Coupe du Pro	80
Coupe du restaurant	52
Qualification Master Blue Green	48
Putt du cœur	54
Coupe des jardiniers	45
Moyenne de 56 joueurs	279

NOM ANIMATION BG	Participants
Animation carte verte 1	32
Animation carte verte 2	32
Animation carte verte 3	44
Moyenne de 36 joueurs	108



5 – COMPTE RENDU TECHNIQUE

1. Travaux et entretien

Les opérations et travaux terrain engagés en 2016 ont été :

- Carottage des greens, scarification et sablage des Greens



- Campagne de nettoyage des arbres parcours (coupe arbres trou N°2 et N°8)
- Evacuation des arbres dans les plans d'eau (trous N°9)
- Déplacement d'une trentaine de petits arbres du N°9 sur l'ensemble du parcours et parcours d'entraînement.



Mais aussi :

- ✓ Remise en état des arroseurs des départs et réparation de bris de canalisations.
- ✓ Du nouveau mobilier de parcours (lave balle, poubelle)
- ✓ Aménagement du practice :
 - Remplacement de 4 tapis de practice
 - Remplacement de 6000 balles
 - Mise en place d'un poteau de rugby





➤ **Etat parc machines.**



Remise en état de notre machine à rough (rouleaux, axes, roulettes,)



Changement des cylindres de coupe de la machine à green.

Plan d'entretien courant
(Planning idéal hors traitements)

	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 2016 ce plan a été parfaitement respecté.

Toutefois, nous avons rencontré des difficultés structurelles et météorologiques, qui ont limité les opérations de travail de détail sur l'année 2016.

2. Rénovation club House

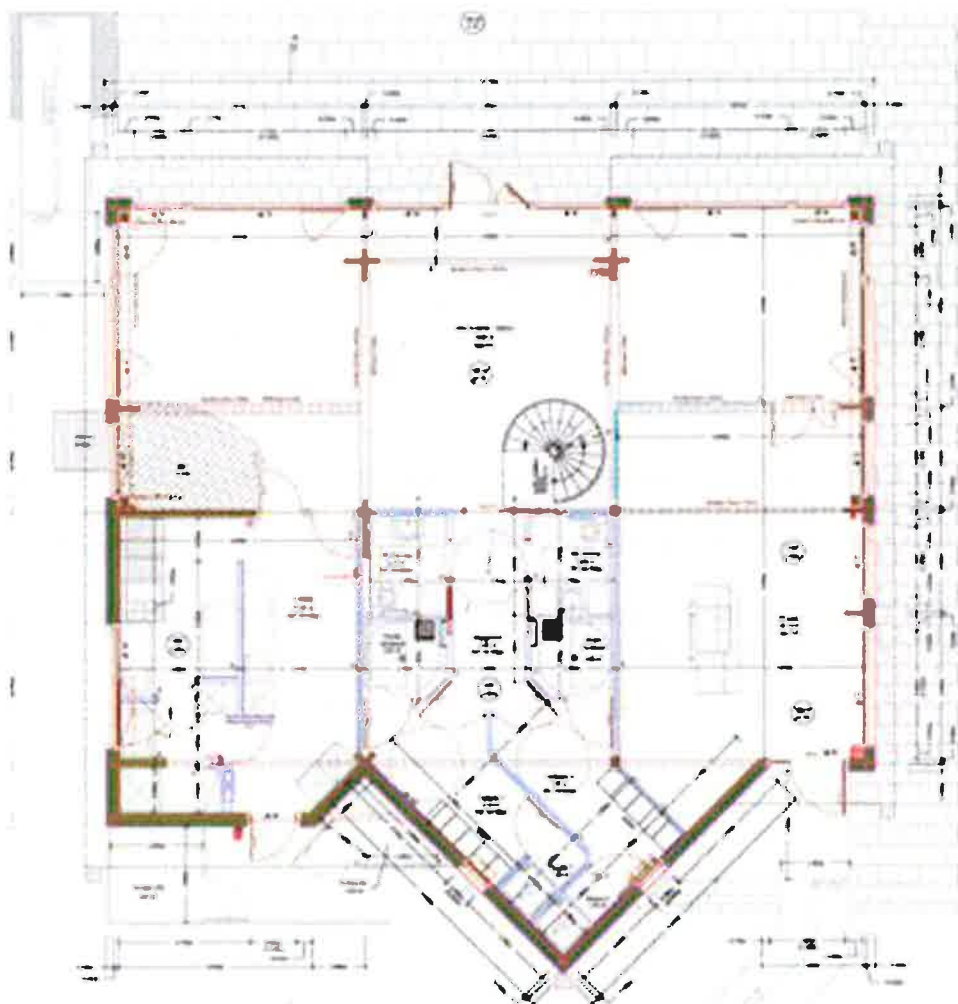
Suite aux propositions effectuées l'année dernière, le projet retenu et validé est celui de la rénovation du club house et du bâtiment technique. Les démarches avec Monsieur Lutz ont débuté au mois de novembre.

Les travaux se dérouleront en deux phases :

- Accès PMR, Bardage et isolation du club house au printemps



- Réaménagement intérieur du club House et du local technique à l'automne





6 – ENQUÊTE SATISFACTION ABONNES

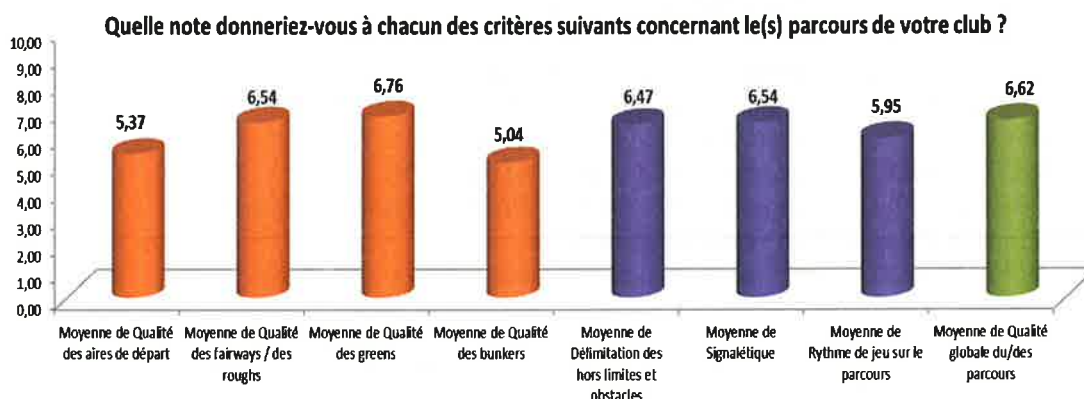
Fin d'année 2016, nous avons proposé aux abonnés une enquête de satisfaction anonyme (75 réponses) afin de connaître les attentes de nos membres et de pouvoir y répondre de la manière la plus efficace.

Le profil type du golfeur du Val d'Amour, ainsi que ses attentes sont les suivantes :

C'est un Homme marié, sans enfant, retraité, qui habite en moyenne à 25 mins du golf. Il joue depuis de plus de 10 ans, a découvert le golf par des amis, est licencié FFG, participe aux compétitions, a un index moyen (entre 11,5 et 26,4), et joue avec des connaissances.

- Il joue 1 à 2 fois par semaine sur Val d'Amour et peu à l'extérieur.
- Il consomme des prestations golfiques classiques (practice, cours, GF, pro shop), toutefois trouve le choix limité dans le pro shop, mais avec des tarifs cohérents.
- La restauration n'est pas une motivation du choix du golf, il y mange parfois, en revanche la qualité de cette dernière est primordiale, ce qui lui fait ne pas conseiller ce dernier.
- Il aime être informé par des moyens de communication 2.0, mais ne les utilise pas assez pour la réservation (préfère le téléphone).
- Il trouve le golf dynamique avec une ambiance conviviale, ce qui lui ferait recommander le club à des amis car il y est facile de jouer sans trop de contraintes horaires.
- Les informations envoyées par internet et le personnel d'accueil sont très pratiques et complètes.
- La qualité du parcours, le personnel d'accueil et la convivialité sont les critères les plus importants pour lui.
- Il trouve la qualité du parcours moyenne avec des alertes fortes sur les bunkers, Fairways et Départs.
- Il a une utilisation limitée des zones d'entraînement, malgré la reconnaissance de la qualité de ces dernières.
- S'il prend un cours c'est pour mieux jouer (la performance n'est pas la principale motivation), s'il ne prend pas de cours c'est par manque de temps ou qu'il préfère jouer seul.
- Il serait, comme 91% des « votants », encore abonné dans 3 ans.

39 commentaires : Terrain (22 -), Personnel (10+), Restaurateur (2-), Enseignement (1-), Disponibilité parcours dimanche (1-), Tarif bi-site (1-), Jeu lent (1-) et aire de lavage (1-).





6 – CONCLUSION

Mot du Directeur

L'année 2016 restera une année charnière de la présence de Blue Green comme gestionnaire du Golf du Val d'Amour. Après une année difficile sur la partie enseignement et terrain, nous souhaitons marquer notre volonté de poursuivre le développement du site.

Nous avons, cette année, réalisé une enquête de satisfaction des abonnés du golf pour connaître le degré de satisfaction de ces derniers afin de répondre au mieux aux attentes ces derniers au cours des années futures.

La nomination d'un directeur sur le golf permettra d'être beaucoup plus réactif, d'animer au quotidien les équipes et le travail à fournir afin de développer la renommée du golf du Val d'Amour.

L'engagement pris en fin d'année pour la réalisation des travaux va également dans ce sens, tout comme notre volonté de trouver un restaurateur « local » de qualité.

Perspective 2017

Pour 2017 de nombreux investissements sont déjà validés.

La réalisation des travaux du club house et du local technique doivent démarrer à partir de la seconde quinzaine d'avril, les devis des entreprises pour la première tranche étant déjà signés.

Nous allons également recevoir 3 nouvelles machines : un véhicule de déplacement benne, une nouvelle machine à rough, plus adaptée à la configuration du site et une machine à green supplémentaire pour réaliser des opérations de verticut afin d'augmenter la qualité des greens.

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.
- Finalisation du rebouchage du bunker du trou 1.
- Elagage des arbres du parcours par une entreprise extérieure.
- Taille des branches des fairways par l'équipe terrain.
- Nettoyage des bunkers avec la mise à disposition d'une cribleuse.
- 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.
- Evacuation/destruction des souches « gênantes » location rogneuse.

Enfin, l'arrivée d'un nouveau gérant « local » de la restauration début avril sera de nature à améliorer le service à notre clientèle et la qualité de la prestation.

Nous croyons fortement qu'avec un investissement sans faille de l'Association Sportive, du restaurateur et bien entendu de l'équipe Blue Green, le golf du Val d'Amour sera un fer de lance de l'activité touristique du Grand Dole.