

En 2021, les signaux sont au vert pour la filière golf en France !

Après un exercice 2020 marqué par le net recul de tous les indicateurs macro-économiques en raison des conséquences de la crise de la Covid-19, les acteurs de la filière golf ont renoué cette année avec la croissance et abordent l'avenir avec espoir mais prudence.

La ffgolf enregistre un record historique du nombre de ses licenciés

Si le nombre de licenciés ne dit pas tout de la bonne santé économique de la filière golf, il reste un excellent révélateur des tendances du secteur. Et la tendance est bonne.

L'année est même historique pour la Fédération française de golf. 436 846 pratiquants ont souscrit une licence en 2021. 61% sont des membres ou abonnés et 39% des golfeurs indépendants. Le précédent record remontait à l'année 2012. À l'époque, la ffgolf enregistrait 422 761 licenciés.

Si la comparaison avec 2020, fortement marquée par les restrictions liées à la Covid-19, est flatteuse, la croissance en un an du nombre de licenciés atteignant 8,40%, c'est la comparaison avec 2019 qui marque surtout les esprits, la ffgolf affichant une progression de 4,32%.

Les Français se mettent au golf

Et ce n'est pas l'unique bonne nouvelle de l'année du côté de la Fédération. Cette dynamique positive se caractérise par l'afflux massif de nouveaux golfeurs. La ffgolf a accueilli pour la seule année 2021, 47 009 nouveaux licenciés dont 30% de femmes alors que leur part dans le total des licenciés est de 27%. Cette poussée de nouveaux joueurs n'a pas été observée depuis la fin des années 80, une période où la France créait près de 30 parcours de golf par an.

Si le contexte de la Covid-19 a indéniablement contribué à cet engouement pour le golf, sport de plein air permettant le respect de la distanciation physique, il n'explique pas tout à lui seul. Les récentes études menées par la ffgolf permettant d'évaluer les motivations des joueurs et leurs attentes ont permis de mesurer la bonne adéquation de l'offre de pratique disponible sur notre territoire à la demande. Une composante essentielle pour satisfaire une nouvelle audience avide de nature et d'expérience sportive conviviale. L'organisation de la Ryder Cup en 2018 au Golf National à Saint-Quentin-en-Yvelines produit également et incontestablement ses effets. Le plan de construction de 100 petits parcours de proximité urbaine a permis à lui seul de créer 80 000 golfeurs en l'espace de 10 ans et joue aujourd'hui encore un rôle central dans l'accueil de nouveaux adeptes. Des efforts en matière de communication ont par ailleurs permis au golf de s'exposer très largement dans les médias à un moment où il n'a jamais autant répondu aux aspirations des Français.

Enfin, les clubs ont fait preuve de résilience. Qu'ils soient associatifs ou commerciaux, soutenus par des instances représentatives unies (Association des Directeurs de Golf Français, Groupement des Entrepreneurs de Golf Français, Groupement Français des Golfs Associatifs, PGA France, Association des Personnels d'Entretien des Terrains de Golf), ils ont su dépasser les difficultés de l'année 2020 et porter de nombreuses initiatives pour promouvoir leur offre et améliorer l'expérience client.

Cet engouement se retrouve également dans les chiffres collectés auprès de certains acteurs économiques de la filière. Golf Plus, chaîne de magasins spécialisés, qui en compte près de 30 en France, enregistre une progression de 35% de sa clientèle de débutants en 2021 par rapport à 2020.

Dans le même temps, Bluegreen, gestionnaire de 47 golfs sur notre territoire, indique avoir commercialisé une formule d'enseignement de six mois à un an pour passer son Pass Carte Verte à plus de 6 000 personnes.

Et les anciens golfeurs reviennent

C'est aussi un marqueur très fort de l'année 2021. La ffgolf enregistre un retour très significatif de joueurs. 44 400 très exactement ont repris une licence cette année ce qui représente une hausse de 48 % par rapport aux joueurs en reprise d'activité en 2020.

Un retour qui, ajouté à l'arrivée de nouveaux pratiquants, a conduit à la hausse de fréquentation de nos golfs. Bluegreen fait état de son côté d'une progression de 33% par rapport à 2019 et de 42% par rapport à 2020. Pour des structures qui n'avaient pas échappé en 2020 aux fermetures administratives et perdu en moyenne 20% de chiffre d'affaires au total dont 11% sur les activités golf pures (abonnements, green fees, practice, location...), cette fréquentation redonne le sourire.

L'activité en hausse dans tous les secteurs avec certaines disparités

Elle permet aussi et surtout de renouer avec la croissance. D'après le Groupement des Entrepreneurs de Golf Français, l'activité des golfs est en forte augmentation par rapport à 2020, mais surtout en progression de 4% en moyenne par rapport à 2019. Un chiffre qui cache certaines disparités. Les golfs fortement dépendant du tourisme international restent très pénalisés en comparaison de ceux accueillant essentiellement une clientèle locale.

L'augmentation de la demande bénéficie par ailleurs aux autres acteurs de la filière en particulier les fabricants de matériel. L'équipementier Ping enregistre une hausse de 35% de son chiffre d'affaires en 2021 par rapport à 2020.

Faire perdurer cette bonne dynamique reste un défi

Si la bonne année du golf français est un réel motif d'espoir pour les prochaines années, tous les acteurs restent prudents, conscients des défis qui attendent toute la filière. Outre la fidélisation des nouveaux pratiquants, les efforts pour recruter toujours plus de jeunes doivent se poursuivre. L'augmentation de 4,22% de ses effectifs licenciés de moins de 19 ans par rapport à 2019 (ils sont désormais 43 739) confirme le potentiel du golf pour séduire une nouvelle génération de joueurs.

Une nouvelle génération qu'il faudra accueillir sur des parcours qui auront impérativement engagé et réussi leur transition écologique, un des trois piliers de la politique fédérale aux côtés du sport de haut niveau et du développement. La pratique du golf dans les prochaines années est tout simplement en jeu. Le défi est immense. La filière golf a l'avantage de ne pas avoir attendu pour s'engager. Sous l'impulsion de la ffgolf, elle est très active dans ce domaine depuis bientôt 20 ans et fait figure de pionnière dans le monde du sport.

Contact presse

Fédération française de golf / Département Médias
Michaël Akrich
Tél. : 06.45.45.56.70 / e-mail : michael.akrich@ffgolf.org