

N°21 - 2018 / 2019

EVENTS & CONVENTIONS

MONACO
ALPES-MARITIMES
& VAR

LE GUIDE DE L'ORGANISATEUR DE CONGRÈS / THE CONFERENCE ORGANIZER'S GUIDE

PRIX : 10 €

Provence Côte d'Azur

Tourisme sportif: le relais est pris

*Sports tourism:
the relay is taken over*

PROVENCE
CÔTE D'AZUR
EVENTS

La Chambre de Commerce
et d'Industrie Nice Côte d'Azur
en partenariat avec
Provence Côte d'Azur Events

 CCINICE CÔTE D'AZUR



Golf et entreprises : une histoire qui dure...

S'il y a un sport parfaitement en adéquation avec le tourisme d'affaires, c'est bien le golf. Le tourisme golfique est d'ailleurs devenu ces deux dernières décennies une véritable industrie.

Dans la région PACA, la référence est incontestablement le Resort "Terre Blanche", dans le Haut-Var. Deux parcours de 18 trous, réalisés par l'architecte spécialisé Dave Thomas, un spa de 3 200 m², quatre piscines, de vastes salles de séminaires, un hôtel

Golf and companies: a lasting business

If any sport is perfectly in line with business tourism, it's golf. In the last two decades, moreover, golf tourism has become a real industry.

In the PACA region the reference is undoubtedly "Terre Blanche" resort in Haut Var. Two 18-hole courses designed by specialist

5 étoiles et quatre restaurants gastronomiques. Pour répondre aux attentes des entreprises, séminaires ou team building, le directeur général Jean-Marie Casella sait pouvoir compter sur ses équipes (400 salariés) et sur une organisation sans faille.

"Notre Resort a reçu le titre de Best European Golf Resort au World Golf Awards 2014. Nos deux parcours de golf sont parmi les plus prestigieux d'Europe. Il y a d'abord le Riou, d'où l'on peut voir les villages provençaux du Haut-Var. C'est un 18 trous très technique qui exige stratégie et précision. Il accueille le Terre Blanche Ladies Open, une des épreuves du Ladies European Tour Access Series. Autre parcours, celui du Château, très exigeant sur le plan sportif, sur lequel se déroule chaque année le French Riviera Master comptant pour l'European Senior Tour.

Notre plus-value provient aussi de la qualité de notre centre d'entraînement qui a reçu le label European Tour Performance Institut grâce au centre biomécanique fréquenté par l'élite golfique

architect Dave Thomas, a 3,200sq.m. spa, four swimming pools, vast meeting rooms, a 5-star hotel and four gourmet restaurants. To meet company, seminar or team building expectations, general manager Jean-Marie Casella can count on his teams (400 employees) and flawless organisation.

"Our Resort won the title of Best European Golf Resort at the World Golf Awards 2014. Our two golf courses are among the most prestigious in Europe. First there is the Riou, from where you can see the Provençal villages of the Haut Var. It's a highly technical 18-hole course that requires

strategy and precision. It hosts the Terre Blanche Ladies Open, one of the events in the Ladies European Tour Access Series. The other course is the Château, very demanding in sports terms, on which the French Riviera Master takes place every year, counting for the European Senior Tour. Our added value also comes from the quality of our training centre, awarded the European Tour Performance Institute label for the biomechanics centre frequented by the global golfing elite. Other sportspeople also come to train here; cyclists, windsurfers and even rugby players. The work performed at the biomechanics centre consists of scientifically

LE CHARME DISCRET D'UNE ESCALE D'EXCEPTION THE DISCREET CHARM OF AN EXCEPTIONAL STOPOVER



mondiale. Il y a aussi d'autres sportifs qui viennent s'entraîner, des cyclistes, des véliplanchistes et même des rugbymen. Le travail effectué au centre biomécanique consiste à analyser scientifiquement les différentes problématiques corporelles contrariant la performance du geste sportif. Ce caractère innovant et cette image de haut niveau contribuent à séduire les entreprises."

Quelles sont vos offres ?

Lors des événements internationaux que nous organisons, dans une logique de sponsoring classique, au-delà de la présence sur différents supports qui donne de la visibilité à la marque, les conditions sont créées pour proposer à l'entreprise partenaire des opérations d'hospitalités.

Nous accueillons aussi des sociétés pour leurs compétitions interentreprises. Le golf est un sport de passionnés. Lorsque vous prenez des clients sur ce terrain, vous renforcez les liens. C'est aussi un vrai générateur de business. En France, une société de recrutement fait même du jobdating sur terrain de golf. Il semblerait que l'on puisse décrypter assez facilement les aptitudes professionnelles d'un individu à travers son comportement sur le parcours...

Nous avons aussi le cas d'entreprises qui vont privatiser l'un des deux golfs pour une ou deux journées. Par exemple, Porsche Allemagne et Suisse organisent régulièrement leur finale de compétition golfique à Terre Blanche.

En revanche, l'offre "Séminaire + golf" n'est pas significative en terme de chiffre d'affaires.

Nous proposons aussi des packages où l'on associe nos différentes prestations (golf, restauration, hôtel...) à des activités commercialisées à l'extérieur de Terre Blanche comme le canyoning, la randonnée à vélo ou à cheval...). Notre clientèle entreprise est étrangère à 78 %. Et pour progresser, nous devons investir toujours plus en marketing et communication.

Pour ce faire, faut-il un engagement plus conséquent des institutions régionales ?

Il y a aujourd'hui une prise de conscience des institutions touristiques. Mais l'on est un peu à la traîne par rapport à d'autres pays. En Algarve, au Portugal, à Antalya en Turquie ou au Maroc, ils se sont organisés collectivement depuis longtemps. Il y a eu, à Cannes, un salon consacré aux offres touristiques golfiques, avec 600 Tours Opérateurs du monde entier; cela démontre toute la dimension industrielle du golf. La région PACA doit être représentée dans les différents salons internationaux pour assurer la promotion de nos golfs. Nous devons travailler avec les collectivités et innover. ■



analysing different physical issues that disturb sports movement performance. This innovative character and high level image help to attract companies."

What are your offerings?

At the international events that we organise, with classic sponsorship logic and in addition to the different aids that give the brand visibility, we create the conditions for offering hospitality operations to partner companies. We also welcome companies for their intercompany competitions. Golf is an enthusiasts' sport. When you get new customers in this field, you strengthen relationships. It's also a real business generator. In France, a recruitment company even does job dating on the golf course. It seems it's fairly easy to decipher a person's professional skills from how they behave on the course. We also have the case of companies privatising one of our two golf courses for one or two days. For example, Porsche Germany and Switzerland regularly organise the final of their golf competition at Terre Blanche. On the other hand, the "Seminar + Golf" offering is not significant in turnover terms.

We also offer packages combining different services (golf, catering, hotel etc.) with activities marketed externally to Terre Blanche, such as canyoning, bike trekking or horse riding etc.) 78% of our corporate clientele are foreign. And in order to grow, we have to invest increasingly more in marketing and communication.

Is greater engagement of the regional institutions needed for that?

There is an awareness among the tourism institutions today. But we are a little behind other countries. They have been collectively organised for a long time in the Algarve in Portugal, Antalya in Turkey and Morocco. In Cannes, there was a show dedicated to golf tourism offerings with 600 tour operators from all over the world; that illustrates all the industrial scale of golf. The PACA region needs to be represented at the various international exhibitions to guarantee the promotion of our golf courses. We need to work with the authorities and to innovate. ■