

Le golf de Bitche, un équipement public géré par Holigest

PAR FRÉDÉRIQUE FAU

Construit en 1988 dans le cadre de la politique golf du département de la Moselle¹, le golf public de Bitche (un 18 trous et un 9 trous s'étendant sur 72 ha) a été l'un des éléments moteurs du développement touristique de la commune de Bitche (6 300 habitants), engagé dans les années 1985 par l'ancienne municipalité.

Outre le golf, le développement touristique est passé par la construction d'un village de vacances, aujourd'hui géré par VVF Vacances, par la construction d'un hôtel-restaurant 2[★], Le Relais des Châteaux-Forts (30 chambres), et par la création d'un spectacle "son et odeurs" dans la citadelle de Bitche. Ces équipements, jugés structurants par les uns et "pharaoniques" par les autres, sont à mettre à l'actif de l'ancien maire, Joseph Schaefer. Celui-ci est également à l'origine de la création du pays de Bitche, l'un des premiers territoires d'expérimentation du Feder. Ce golf, auquel ni la Fédération nationale, ni la Ligue n'ont cru lors de sa création, a été imaginé, créé et géré

Golf public géré par Holigest, première chaîne de golfs intégrés dans l'Est de la France, le golf de Bitche bénéficie d'une rente de situation : sa proximité avec l'Allemagne. Face à la forte croissance de l'offre régionale, le gestionnaire doit aujourd'hui relever le défi de la qualité.

à certaines périodes par Bernard Kieffer. D'un investissement de 13,7 MF, il est pourtant bénéficiaire depuis sa première année d'exploitation. En dehors des avantages concurrentiels que lui procurent le fait qu'il est praticable toute l'année – il est construit sur du grès vosgien – et son environnement naturel de très grande qualité, le golf bénéficie d'une rente de situation : la proximité (20 km) de l'Allemagne. Le golf de Bitche dispose d'une zone de chalandise de 10 millions de personnes, comparable à celle d'un golf situé en région parisienne ! "En matière d'exploitation, cela suppose que l'ensemble du personnel soit bilingue

(français-allemand) voire trilingue (français-anglais-allemand)", précise Patrick Schwalbach, directeur du site. Les Allemands représentent 68,5 % de la clientèle, auxquels s'ajoutent 25 % de Français et 6,5 % d'autres clients étrangers (Américains, Japonais, Italiens).

Un acteur sensible au développement local

À sa création, le golf était géré par une association, Bitche Expansion, présidée par le maire, qui s'occupait du développement global du secteur (forêt, industrie, artisanat et tourisme) puis, après un change-

Données clés



Le golf de Bitche (Moselle)

ment de majorité municipale, par Bitche Tourisme, association gérant les aspects commerciaux des équipements touristiques de la ville (restauration, bars, objets vendus à la citadelle, au Simserhof et au golf de Bitche. En janvier 2000, loi Sapin oblige, la municipalité en a confié la gestion, après consultation dans le cadre d'une délégation de service public (DSP), pour une durée de 18 ans, à la société Holigest, gestionnaire d'hébergement, de restaurants et de golfs pour son compte ou pour le compte d'autrui. Dans le même temps, Holigest a racheté à une entreprise familiale, qui l'avait elle-même acquis à la commune, Le Relais des Châteaux-Forts.

Parmi les nombreuses candidatures à la DSP, dont plusieurs acteurs de taille importante, la municipalité de l'époque a souhaité privilégier un acteur local, en théorie plus sensible au développement local¹ (le golf et l'hôtel-restaurant emploient respectivement 25 et 13 personnes). Elle a également apprécié la "démarche destination" (cf. encadré) d'Holigest qui gère, sous sa marque Holigreen, trois autres golfs dans la région (Metz Technopôle, Troyes-forêt d'Orient, Faulquemont) et mène des actions concertées avec les golfs d'Amnéville, de Pulnoy près de Nancy et de Châlons-en-Champagne. *"Bien que, compte tenu de la zone de chalandise, il ne soit pas vraiment nécessaire d'aller chercher des clients sur des marchés émetteurs lointains – c'est moins vrai pour*

¹ La politique golf s'inscrit dans la stratégie du tourisme vert du département. Le conseil général de la Moselle a financé, à hauteur de 30 %, cinq golfs d'environ 10 MF (Sarrebouurg, Bitche, Metz Technopôle, Amnéville et Faulquemont), le reste de l'investissement étant financé par la collectivité locale.

² Selon une étude réalisée en 1999 par le cabinet d'études Bernard Kieffer Développement auprès de 400 golfeurs, le golf de Bitche génère environ 12 MF de retombées économiques directes, indirectes et induites par an.

- **date d'ouverture au public :** 1988
- **montant de l'investissement :** 13,7 MF (hors foncier)
- **financement :** 4 MF, conseil général de la Moselle ; 1 MF, FNADT ; 0,5 MF, FNDES ; soit 40 % de subventions
- **propriétaire :** commune de Bitche
- **gestionnaire :** société Holigest depuis le 1^{er} janvier 2000, dans le cadre d'une délégation de service public pour une durée de 18 ans
- **loyer :** 500 000 F par an (plus un pourcentage du résultat à terme)
- **nombre moyen de membres :** 850
- **nombre de green-fees vendus par an :** de 6 000 à 15 000
- **fréquentation :** environ 100 000 départs par an au total
- **CA golf :** 10 MF (cotisations, green-fees, enseignement, pro-shop, practice...)
- **CA restauration :** 1,8 MF
- **bénéfice d'exploitation :** 1 MF
- **effectif :** 25 personnes à temps plein pour le golf, dont 10 jardiniers ; 13 personnes à l'hôtel-restaurant

Tarifs

Abonnements annuels
adulte 6 500 F
couple 9 960 F

Tarifs préférentiels pour les sociétés, CE et Bitchois

Green-fee

18 trous
adulte, semaine 220 F
adulte, week-end 350 F

9 trous
adulte, semaine 150 F
adulte, week-end 240 F

Formule Bi-Pass. Accès à deux parcours au choix parmi les golfs de Bitche, d'Amnéville, de Faulquemont, de Metz Technopôle, de Troyes-Forêt d'Orient et de Châlons-en-Champagne

Individuel 6 900 F
Couple 11 200 F

Formule Pass Liberté.

Accès aux cinq parcours du réseau Holigreen

Individuel 7 400 F
Couple 11 900 F

Forfait découverte.

(18 h de cours collectifs, 1 h accompagnée sur le parcours de 18 trous, accès gratuit à certains parcours sur les golfs de Bitche, Faulquemont et Metz Technopôle, balles d'entraînement, prêt du matériel, préparation à la carte verte, accès gratuit au practice et greens d'entraînement compris)
2 600 F pour 12 mois

Infrastructures

- 1 parcours de 18 trous (6 295 m – Par 72) ;
- 1 parcours de 9 trous (2 625 m – Par 34) ;
- superficie du domaine : 72 ha ;
- practice : 22 postes dont 6 couverts, putting green, pitching green, vestiaires, Proshop, Club house

l'hôtel –, Holigest cible les clientèles d'Angleterre et du Benelux, qui viennent compléter les clientèles allemandes, très sollicitées localement", explique Isabelle Galand, directrice commerciale et marketing d'Holigest.

La promotion et la commercialisation sont réalisées en local par le directeur de site et à l'échelle nationale et internationale par Holigest. Celle-ci passe, en particulier, par la création de packages golf + hôtel (400 pax vendus, auxquels s'ajoutent les 150 nuitées commercialisées hors package) et la création de pass (cf. encadré) très attrayants aux yeux des golfeurs de marchés émetteurs lointains et des TO spécialisés.

En accord avec la commune, Holigest s'est fixé quatre objectifs pour l'avenir.

• **Fidéliser les membres actuels.**

Le golf a en moyenne 850 membres et pendant très longtemps le taux

de renouvellement annuel a été inférieur à 5 %. Aujourd'hui, le taux d'évasion est de 100 membres par an, car la concurrence est de plus en plus âpre, le nomadisme des golfeurs important, mais aussi, semble-t-il, parce que la qualité du golf de Bitche aurait baissé ces dernières années.

• **Démocratiser le golf pour créer un nouvelle demande.** Cet objectif passe par une politique tarifaire adaptée, ainsi que par la création de produits tels que le forfait "Première année de golf" ou des baptêmes de golf gratuits.

• **Intégrer le golf à son territoire,** car aujourd'hui seuls une petite quarantaine de membres du golf, sur les 850 qu'il compte, sont Bitchois. Cette intégration passe par la production d'événements tels qu'Anim'2000, en partenariat avec *Le Républicain Lorrain,*

la parution d'annonces dans la presse locale pour des stages d'initiation au golf pendant les vacances scolaires, l'organisation de jumelages franco-allemands pour les 8-16 ans et, surtout, par un démarchage auprès des collèges et lycées locaux. À ce jour, seuls deux établissements ont mis le golf au programme des activités d'éducation physique et épreuve au baccalauréat.

• **Tirer vers le haut la qualité du golf,** car la clientèle des golfeurs est particulièrement exigeante et mobile, et le golf a déjà treize ans d'existence. Holigest prévoit dans les prochains mois des travaux d'extension (plus 450 m²) et de réfection du club-house, des toilettes et des vestiaires (permis de construire accordé).

S'agissant de l'hôtel Le Relais des Châteaux-forts, Holigest souhaite améliorer sa commercialisation en développant notamment une activité séminaires, pour laquelle la proximité du golf constitue un avantage concurrentiel important. À terme, Holigest envisage de poursuivre l'investissement : augmentation de la capacité (construction de 20 chambres supplémentaires) et développement des installations de remise en forme qui permettraient de commercialiser des packages golf + remise en forme.

Si l'offre française de golf est en mutation, avec de nombreuses reprises de golfs par des investisseurs privés et des extensions de sites existants, le cas de l'Est de la France est particulier. Il y a cinq ans, on comptait quatre golfs dans un rayon de 100 kilomètres de Bitche (y compris en Allemagne). Ils sont aujourd'hui une trentaine. Ce sont pour la plupart des projets haut de gamme portés par des privés. La tâche d'Holigest pour s'adapter aux nouvelles exigences du marché n'en est que plus rude. ■

Le golf, un équipement moteur du développement de Bitche

PAR PHILIPPE FORTOFER,

ADJOINT AU MAIRE AU TOURISME ET AU COMMERCE, VILLE DE BITCHE

Le golf de Bitche est incontestablement un équipement structurant moteur pour le développement touristique de Bitche. C'est un golf public et il le restera. Peu favorable par principe à la gestion privée du golf, nous sommes cependant très satisfaits du travail réalisé par le gestionnaire, ainsi que des relations que nous entretenons avec lui. Aujourd'hui, notre problématique est de faire en sorte que nos clients restent une journée et non pas une demi-journée. Pour cela, il nous faut renforcer l'attractivité de la ville : Jardin de la paix, projet de spectacle son et lumière, valorisation de la citadelle, muséographie de la citadelle (8 MF – ouverture prévue en 2003), réhabilitation du Simserhof (début du chantier en septembre 2001, investissement de 34 MF).

L'ouverture de restaurants est également souhaitable. Nous souhaitons également que le golf soit mieux intégré par les Bitchois. La politique d'événements et de promotion auprès des écoles mise en œuvre par le golf nous paraît aller dans le bon sens.

Contrairement à la politique antérieure de la commune, nous ne souhaitons pas axer toute notre économie sur le tourisme et essayons d'attirer des entreprises pour contrebalancer le départ de l'armée. La présence du golf est d'ailleurs un élément attractif pour d'éventuels nouveaux venus.

Holigest, investisseur et gestionnaire d'équipements touristiques

Société anonyme au capital de 2 600 000 F, Holigest a été créée en 1994. Elle emploie 170 salariés et génère un CA de 58 MF en 2000. Holigest a pour objet, directement ou par le biais de ses filiales :

- la création, l'étude, le conseil, la réalisation, la gestion, l'achat et la vente d'ensembles destinés aux loisirs, au tourisme, aux sports, à l'hébergement et au logement ;
- la prise en franchise d'hôtels ;
- l'exploitation d'hôtels, bars, restaurants, golfs.



© D.R.

Le principal objectif d'Holigest est de se développer en France, soit pour le compte de tiers, soit pour son propre compte. C'est le cas à Bitché, où elle gère le golf pour le compte de la commune et l'hôtel pour son propre compte. Elle désire se rapprocher des collectivités locales et territoriales afin de répondre, soit à des demandes de gestion, soit à des projets d'investissement.

Le développement d'Holigest dans la gestion de golfs remonte à 1998. À ce jour, Holigest gère :

- le golf public de Metz-Technopôle

(18 trous) repris en gestion en 1998 (hôtel Holiday Inn 3[★] sur le site) dans le cadre d'une délégation de service public (contrat d'affermage) ;

- le golf de Troyes la forêt d'Orient (18 trous), depuis 1999, pour le compte d'un groupe privé (contrat de location-gérance) (Holiday Inn Resort 3[★] sur le site, géré par Holigest) ;

- le golf de Fauquemont (18 trous), depuis 1999, dans le cadre d'une convention d'affermage (démarage des travaux d'un hôtel Holiday Inn 3[★] en franchise) ;

- le golf de Bitché (27 trous), depuis 2000, dans le cadre d'une délégation de service public.

Holigest mène également des actions concertées avec trois autres parcours golfs "fédérés" (contrat d'une durée d'un an renouvelable) : le golf d'Amneville (18 trous) situé à 30 minutes de Metz (pas d'hébergement), le golf de Pulnoy à proximité de Nancy (pas d'hébergement), le golf de Châlons-en-Champagne (pas d'hôtel mais partenariats avec deux hôtels 3 et 4[★]).

La stratégie d'Holigest repose sur trois fondamentaux :

- une offre packagée intégrée comportant l'hébergement, la restauration, le parcours et un accueil multiple. La gestion d'un golf et d'un hôtel sur un même site permet de rationaliser les moyens et de réaliser des économies d'échelle (un seul directeur pour les deux équipements par exemple). La présence d'un golf est un avantage concurrentiel en matière de promotion des hôtels, en

Contact

Pascal Brunel

Directeur général
Holigest

1, rue Félix-Savart
BP 5159

57074 Metz Cedex 3

Tél. : 03 87 39 94 50

Fax : 03 87 39 94 55



Patrick Schwalbach

Directeur d'exploitation

Rue des Prés

57230 Bitché

Tél. : 03 87 96 15 30

Fax : 03 87 96 08 04

particulier pour les clientèles séminaires (il est le gage d'un environnement de qualité notamment). Inversement, l'hôtel permet d'accueillir des golfeurs en séjour ;

- une logique de destination, avec notamment la création de pass, qui permet de pallier le nomadisme des joueurs de golf (qui sont prêts à faire des kilomètres pour améliorer leur pratique) et d'attirer la clientèle de golfeurs de pays émetteurs lointains ;

- une politique de promotion et commercialisation commune, sous la marque Holigreen créé en janvier dernier (centrale de réservations opérationnelle, centrale d'achats, site internet).

Holigest est aujourd'hui à la recherche de nouvelles opportunités d'investissement et de gestion. "Nous souhaitons élargir le réseau Holigreen dans le quart nord-est de la France, de la porte de Bercy, à Troyes, Dijon, Besançon, Colmar, Mulhouse, Strasbourg, Nancy et Metz" indique Pascal Brunel, DG d'Holigest. "Nous recherchons également un second territoire pour y développer la même logique de destination autour des activités hôtel + golf. Nous lorgnons sur la Savoie, la Haute-Savoie et Suisse". ■