



Philippe Venditelli (golf de La Sorelle, Lyon-Tassin)

Golfeur des villes, golfeur des champs

Entré dans le golf il y a trois ans, en faisant l'acquisition du golf de La Sorelle (une demi-heure à l'Est de Lyon) Philippe Venditelli, après une carrière dans les transports et une opportune cession de l'activité familiale, avait clairement fait savoir qu'il ne s'offrait pas une danseuse, mais qu'il avait l'intention de surveiller le cash-flow et le compte d'exploitation (SPORTÉCO n° 679 du 5 octobre 2015). Trois ans plus tard, les résultats obtenus à La Sorelle l'ont encouragé à faire l'acquisition, en mars dernier, du golf compact / pitch and put de Lyon-Tassin, alors placé en redressement judiciaire. Tirant les leçons du fonctionnement des nombreux pitch and putts espagnols, il a décidé d'adopter un modèle économique rare en France pour ce type de golf : entrées payantes. Et cela marche. Il joue aussi sur la complémentarité entre les deux golfs pour détourner les golfeurs de l'Est lyonnais des destinations golfiques "historiques" de la région. Et manifestement cela marche aussi.

■ Surtout, dites bien dans votre article que le golf de La Sorelle est situé à 35 minutes du périphérique lyonnais". Philippe Venditelli que SPORTÉCO avait rencontré à l'été 2014, lorsqu'il avait repris le golf de La Sorelle, n'a pas changé. C'est un optimiste et c'est un bâtant. "Nous sommes au-delà des objectifs que nous nous étions fixés : plus de 60 % de croissance depuis que nous avons repris La Sorelle", a-t-il expliqué. "Nous avons su garder la clientèle du golf et, en même temps, attirer de nouveaux venus. Les sept chambres de l'hôtel - accueil haut de gamme, ambiance familiale - nous permettent d'accueillir les joueurs de passage, grâce aussi au réseau Golfy qui renforce notre notoriété. Tout va bien. Après avoir construit l'hôtel en 2015, changé l'arrosage et amélioré les greens en 2016, notre trésorerie va nous permettre de financer de nouveaux travaux d'amélioration du parcours, et, à terme, de doubler le nombre de chambres de l'hôtel". Comment explique-t-il ce succès, là où beaucoup d'autres échouent avec des formules pourtant semblables sur



Ouverture officielle du golf de Lyon-Tassin. Philippe Venditelli (à droite) avec Philippe Guerand Président de la CCI Régionale, Pascal Charmot Maire de Tassin, Yann Roubert Président du Lou Rugby et Maurice Villard Président de la Ligue régionale.

le papier ? "Gérer l'activité comme une entreprise, avoir su gagner la confiance des clients et avoir compris que ce métier était en réalité

est née d'une opportunité. Créé en 2015, le pitch and put et golf compact (avec des par de 40 à 80 mètres) de Lyon-Tassin, n'a pas su trouver son modèle économique. Placé en redressement judiciaire au mois d'août 2016, le dossier est passé devant le Tribunal de commerce de Lyon en octobre 2016. "Nous avons voulu nous rapprocher de Lyon, notre marché naturel, à la fois pour répondre à la demande d'un golf urbain plus facile et moins long à jouer et pour attirer une nouvelle clientèle vers le golf de La Sorelle", reprend Philippe Venditelli. "Nous avons fait une offre à la barre du Tribunal et nous avons créé une nouvelle structure, baptisée Golf de Lyon-Tassin. En février dernier, nous avons réouvert avec un nouveau modèle économique". Inspiration : les golfs urbains espagnols, en particulier ceux de la région de Barcelone, dont certains font payer un droit d'entrée. Ils sont très peu nombreux, en France, à avoir fait ce choix. "Avec près de 10.000 golfeurs dans la région lyonnaise, nous avions la certitude de l'existence d'une clientèle captive", reprend le gestionnaire, "mais nous avons pensé qu'ils viendraient acheter quelques seaux de balles, mais auraient tendance à vouloir pitcher et putter gratuitement sur les installations du club, en dépensant l'essentiel de leur budget golf sur leurs golfs d'origine. Pas économiquement viable pour nous". Conséquences, les nouveaux propriétaires ont imposé un droit

l'assemblage - au sens vinicole du terme, côtes du Rhône oblige - de plusieurs métiers. Je suis bien accompagné et mes collaborateurs sont impliqués à fond à mes côtés", détaille-t-il.

Dans ce modèle où le golf reste le cœur de l'activité (40 % du chiffre de La Sorelle pour 50 % pour le restaurant et 10 % pour l'hôtellerie), l'idée de croissance externe



“Un droit d'entrée à 7 euros, accompagné de différentes formules d'abonnement”

d'entrée à 7 euros, accompagné de différentes formules d'abonnement : 120 euros d'abonnement annuel au practice (balles en sus) ; entre 560 et 700 euros pour l'accès illimité au practice et au parcours de Tassin ; 1.440 euros pour un accès illimité au practice de Tassin et au 18 trous de La Sorelle.

Au bout du compte, le seau de balles revient à 4,20 euros pour le visiteur occasionnel et à 2,60 euros pour l'abonné. “Je n'ai pas trouvé d'autres formules économiquement viable”, assure Philippe Venditelli qui annonçait, fin septembre, entre 50 et 100 clients par jour depuis l'ouverture, 600 abonnés (avec des formules différentes) et une soixante d'enfants d'ores et



déjà inscrits à l'école pour l'année scolaire. Le golf de Lyon-Tassin est ouvert de 7 heures du matin au coucher du soleil (accès avec un badge pour les abonnés) et aux heures d'ouverture de l'accueil pour les visiteurs d'un jour. L'ambiance n'est pas tout à fait la même sur les deux golfs - mais l'état d'esprit, si. A Lyon-Tassin, un golf “disons plus jeune et plus urbain” avec DJ, soirées apéros et jeans acceptés ; à La Sorelle, un golf plus soucieux de l'étiquette “où le port du jean n'est pas encour-

ragé”. “A nous de faire comprendre aux nouveaux venus que devenir joueur de golf implique l'acceptation d'une étiquette qui n'est pas seulement de pure forme, mais qui signifie état d'esprit et respect d'une longue histoire sportive”, reprend le dirigeant. Il annonce avoir déjà créé 100 nouveaux golfeurs cette année. Entre 2014 et la fin de l'année, le chiffre d'affaires global aura doublé ; pour 2018, la croissance sera à deux chiffres et l'objectif est de dépasser la barre des 1.000 abonnés. (jlc) ●

Le proshop

“Le proshop est considéré comme un centre de profit à part entière et représente grosso modo 15 % de l'activité golfique proprement dite. Outre la vente des consommables habituels, les golfs de La Sorelle et de Tassin sont dotés d'un centre de fitting et ont noué un “partenariat étroit” avec Srixon / Cleveland, ce qui permet de vendre notamment “plusieurs séries par mois”. La vente de vêtements représente près de 40 % de l'activité proshop. A Lyon-Tassin, l'installation d'un outil d'analyse du mouvement (Flightscope) vise à développer les ventes de clubs, en complément avec la relation de proximité et de confiance que les enseignants entretiennent avec leurs élèves”, assure Philippe Venditelli.

MAGASIN DE SPORT

@amphora
ED-AMPHORA.FR

DYNAMISEZ VOTRE ESPACE DE VENTE...
AVEC NOTRE LIBRAIRIE SPORTIVE CLÉS EN MAIN !



> UNE OFFRE ORIGINALE



> UNE TOUCHE DE « CULTURE SPORTIVE »



> UN CHIFFRE D'AFFAIRES ADDITIONNEL



> UN LEVIER EN TERME D'IMAGE



> UN COMPLÉMENT AUX CONSEILS PRODIGUÉS PAR LES VENDEURS

« AMPHORA, l'éditeur n°1 sur le sport. Plus de 160 livres dans 20 univers différents »

Linked in Suivez notre actualité sur www.linkedin.com/company/editions-amphora

