

◀ RESEAUX D’AFFICHAGE PREMIUM ▶



affigolf  
MEDIA RENT



► UN UNIVERS PREMIUM POUR UNE VISIBILITÉ QUALIFIÉE

275 golfs équipés

+ de 1 100 faces 2m<sup>2</sup> sur des sites dénués de pollution visuelle

Une audience premium captive

85% de la population golfique française touchée

► UN TERRITOIRE EXCLUSIF RICHE EN CONTACTS

Une exclusivité secteur garantie

Réseau EAGLE : 3 080 000 contacts en 14 jours

Une bonne répétition assurée

Une part de voix minimum de 25%

► UNE SPHÈRE D'INFLUENCE AU CŒUR D'UN UNIVERS LOISIR

Une audience réceptive

93 % des pratiquants déclarent rechercher la détente <sup>(1)</sup>

Une forte appropriation des messages

<sup>(1)</sup> Service licence FFGolf



LE COUPÉ À  
PAR.



PEUGEOT RCZ

### ► OFFRE RÉSEAUX

**EAGLE** - 550 faces/275 golfs - 14 jours - National

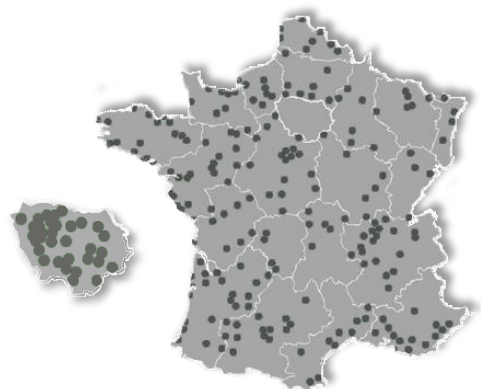
*Performance sur la période : 3 080 000 contacts*

**BIRDIE** - 275 faces/275 golfs - 14 jours - National

*Performance sur la période : 1 540 000 contacts*

**FULL SWING** - 275 faces/275 golfs - 6 x 14 jours - National

Une prise de parole répétée pour préempter le territoire pendant 1 an et ancrer vos messages auprès d'une cible qualifiée et recherchée



### ► IMPLANTATION RÉSEAUX

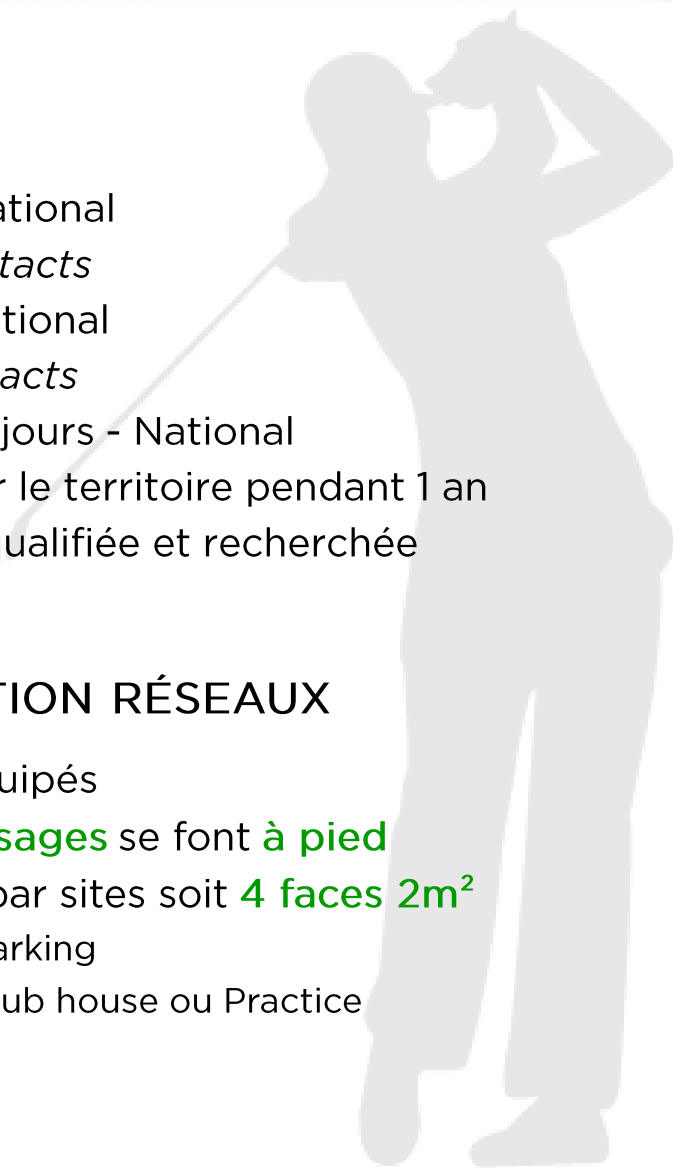
**275 golfs** équipés

95% des **passages** se font **à pied**

2 panneaux par sites soit **4 faces 2m<sup>2</sup>**

Un panneau parking

Un panneau Club house ou Practice





# LES GOLFEURS

Une audience premium

## ► UNE AUDIENCE A FORT POUVOIR D'ACHAT

### Une surreprésentation des CSP+

Cadres

Profession libérale

*Part des CSP+ en France*

69%

36%

33%

34% <sup>(4)</sup>

### Des revenus élevés - revenus annuels individuels <sup>(2)</sup>

60 000 € et plus

45 000 à 60 000 €

*Revenu moyen / France*

21,4 %

13,0 %

33 000€ <sup>(3)</sup>

## ► UNE CIBLE ATTRACTIVE ET IDENTIFIÉE <sup>(2)</sup>

### Age moyen des golfeurs : 47 ans

26% ont moins de 37 ans

33% ont entre 38 et 55 ans

28% ont entre 56 et 67 ans

65% d'hommes - 35% de femmes



### ► UNE POPULATION EN PLEIN ESSOR

**4% des français** déclarent jouer au golf soit environ **2 millions d'adultes** <sup>(1)</sup>

**410 000 licenciés en 2010** soit + 45% en 10 ans <sup>(2)</sup>

FFGolf - **6<sup>ème</sup> fédération sportive** devant le rugby, la voile ou la natation

**Des événements majeurs** à venir qui suscitent un **fort intérêt** pour le golf :

Sport olympique : 2016 - Ryder Cup : 2018 en France.

### ► LES GOLFS, DES LIEUX DE VIE

Les licenciés déclarent pratiquer <sup>(2)</sup> :

**1 à 2 fois par semaine**      **46%**

3 à 5 fois par semaine      31%

Tous les jours ou presque      6%

60% des pratiquants déclarés, soit **1,2 millions d'adultes**, se **rendent dans un golf pour y faire autre chose qu'un 18 trous** (practice, repas, boutique, événements, mariages ...) <sup>(1)</sup>

<sup>(1)</sup> Etat des lieux du golf en France » - Etude FFGolf - mars 2011 / <sup>(2)</sup> Service licence FFGolf





- Pour toi golf, golf, golf...  
Pour moi, golf, tennis et spa !



Club Med   
tous les bonheurs du monde

© 2011 Club Med. Tous droits réservés. Club Med est une marque déposée de Club Med. Club Med est une marque déposée de Club Med. Club Med est une marque déposée de Club Med.

## ► OFFRE NATIONALE – RÉSEAUX EAGLE ET BIRDIE 2012

Réseau	National	Nbre faces	Nbre golfs	Conservation	Tarif brut HT	Frais HT
EAGLE	✓	550	275	14 jours	89 500 €	8 900 €
BIRDIE	✓	275	275	14 jours	51 500 €	6 600 €

## ► OFFRE NATIONALE – PACKAGE FULL SWING 2012

Réseau	National	Nbre faces	Nbre golfs	Conservation	Tarif net HT	Frais HT
FULL SWING	✓	275 x 6	275	14 jours x 6	162 500 €	Inclus

## ► PLANNING 2012 – Départs les mercredis

Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
4	1 <sup>er</sup>	14	11	9	6
18	15	28	25	23	20
	29				
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre
4	1 <sup>er</sup>	12	10	7	5
18	15	26	24	21	19
	29				



RIEN DE GRAND  
NE SE FAIT EN UN JOUR

L'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. À CONSOMER AVEC MODÉRATION.

The advertisement is presented on a green signpost. It features a central image of three square glasses stacked vertically, with whisky being poured from the top one into the middle, and then into the bottom one. To the right of this graphic is a bottle of Glenfiddich 18 Single Malt Scotch Whisky. The background of the sign is dark, making the illuminated whisky and the bottle stand out. The sign is set against a backdrop of a golf course with a clubhouse and trees.



▶ **BANQUE & ASSURANCES**

HSBC, Crédit Mutuel, Banque Postale, La Cie Financière E. de Rothschild, Allianz, Crédit Agricole Banque Privée

▶ **AUTOMOBILE**

Peugeot (exclusivité)

▶ **LUXE, PARFUMS**

Chanel, Montblanc, TAG Heuer, Cartier, Cerruti, Issey Miyake, Lacoste

▶ **TÉLÉPHONIE, HIFI VIDÉO, INFORMATIQUE**

Sony Ericsson, LG, Samsung, Dell

▶ **TOURISME**

Club Med, Anahita, Open Skies, Air Mauritius, Beachcomber, Relais & Châteaux, Thermes de St Malo

▶ **BOISSON**

Champagne Bollinger, Glenfiddich, Heineken, Nesfluid

▶ **ET AUSSI ...**

SFR, European Homes, Stressless, Cogedim, FFGolf, Kaufman & Broad, Krups, Philips, Younger et Bresson





▶ **COORDONNÉES**

AffiGolf Média Rent

6, rue Salneuve

75017 Paris - FRANCE

Tél. + 33 1 71 19 76 10

mediarent@affigolf.com

▶ **CONTACT**

Marie de Brissac

Tel. 01 71 19 76 11

mdebrissac@affigolf.com

▶ **[www.affigolf.com](http://www.affigolf.com)**