

ITALIA, “mecca” del golf



Nel Paese si moltiplicano le iniziative volte a spingere il mercato turistico legato a questo sport molto popolare nel mondo

➡ Davide Deponti

Quello tra golf e turismo è un matrimonio che funziona: innanzitutto perché fanno parte di questo mondo, sempre più diffuso anche in Italia, turisti sia business che leisure che hanno un alto livello di fidelizzazione e che sono in grado di generare un buon flusso di occupazione di camere anche in periodi di bassa stagione. A golf si gioca tutto l'anno, infatti, ma soprattutto il golf è uno sport affascinante che può essere sfruttato anche come opportunità formativa o strumento per concludere sessioni di team building e post congress. Insomma, non è difficile immaginare come l'Italia, grazie alle sue strutture golfi-

stiche all'avanguardia, ma anche ai plus che può offrire a livello di ospitalità d'élite, gastronomia unica e caratteristiche artistiche e storiche inimitabili, possa diventare sempre più nel prossimo futuro una meta sempre più prediletta del turista golfista, business ma non solo.

Previsioni rosee per il settore

E se quindi sempre più il Paese si sta attrezzando per proporsi sul mercato interno ed internazionale degli appassionati, le previsioni degli esperti sulla crescita sono rosee. Complice anche il fatto che l'Italia sarà tra qualche anno la sede di uno storico evento per chi ama il golf, ov-



vero la Ryder Cup. Torneo di portata globale, che è da sempre la manifestazione golfistica più seguita al mondo, in quanto ogni due anni mette contro le squadre formate dai migliori giocatori rispettivamente di Europa e Stati Uniti, la Ryder Cup sbarcherà per la prima volta a Roma nel 2022. E tutti gli addetti ai lavori del movimento golfistico italiano sperano che quello possa essere davvero un punto di partenza di una nuova era per lo stesso movimento. Ospitare un evento di questa portata, infatti, basti fare un paragone anche se forse un po' esagerato con l'exploit di Expo Milano 2015, può aprire al turismo golfistico italiano nuovi orizzonti e opportunità, che sarebbe un errore lasciarsi sfuggire. Come ha recentemente spiegato un'indagine di mercato promossa dalla IAGTO (International Association of Golf Tour Operators, associazione

che conta 1.200 membri nel mondo) il numero di turisti golfisti nel mondo è passato dai 7,9 milioni del 1989 ai 25 milioni del 2015. Per questo tipo di viaggi nel 2015 sono stati spesi quasi 40 miliardi di dollari. Su queste basi quindi si può davvero auspicare che ospitare la Ryder Cup in Italia potrà essere un elemento di promozione in grado di attivare anche un incremento dei flussi turistici legati allo stesso sport "di mazze e palline"; permettendo all'Italia di mostrare la sua variegata, ma spesso ancora poco conosciuta, offerta nel settore golfistico-turistico. E il potenziale bacino, come abbiamo visto, è rappresentato da milioni di giocatori di tutto il mondo. Senza contare che altri recenti studi di settore prevedono un'ulteriore crescita annua del 5%, fra oggi e il 2019, del mercato golfistico mondiale, e la contestuale creazione di 3.000 nuovi

Il panoramico "gremi" del Royal Golf La Bagnaia di Siena: fa parte del La Bagnaia Resort appena acquisito dalla "Curio Collection by Hilton"



Uno scorcio particolarmente “senese” e toscano lungo le 18 buche del Royal Golf La Bagnaia. In basso, chiudere una buca a picco sul mare di Sardegna, al Tanka Golf di Villasimius

campi da golf e l'arrivo sul “green” di 3 milioni di nuovi giocatori nel mondo, da reclutare principalmente sui mercati asiatici. E se già oggi il golf è lo sport più giocato al mondo, con 65 milioni di praticanti – 7,4 milioni dei quali in Europa – questi giocatori facilmente si possono trasformare in turisti “attivi”, dalla medio alta capacità di spesa. Basti pensare, dice IAGTO, che i 40 miliardi di dollari spesi nel 2015 per viaggi di golf sono stati ripartiti in queste differenti voci di spesa: il 30% per l'alloggio, il 10% per il volo, il 25% per cibo e bevande, il 10% per gli spostamenti interni, il 5% per i divertimenti, il



5% per shopping e regali ed appunto il 15% per i green fee golfistici e per il noleggio dei golf carts.

Numeri in crescita

Se allora ad oggi l'Italia può offrire al mercato turistico una rete fatta di oltre 400 campi da golf – essendo una delle nazioni in Europa con l'offerta golfistica più ampia –, un'indagine realizzata da Sports Marketing Surveys, già nel 2014, aveva ri-





velato tutto il potenziale appeal dell'Italia nei confronti dei turisti golfisti: il 31% di britannici e irlandesi, il 56% dei francesi, il 71% degli svedesi e il 76% dei tedeschi dichiararono infatti che avrebbero preso in considerazione il nostro Paese come meta turistico-golfistica nei successivi cinque anni. E per fare due conti sull'impatto economico di questo mercato ecco altri dati interessanti: il costo medio giornaliero di un viaggio di golf è di 110 euro se il viaggio è fatto dal golfista nel suo Paese, di 170 euro se si tratta di un viaggio verso una meta "a corto raggio" e di 230 euro per una "a lungo raggio". In generale il costo medio di una vacanza di golf è stato nel 2015 di 1.200 euro, tre volte superiore al costo medio di una vacanza standard. La spesa pro capite generata dai turisti di golf è infatti tre volte superiore a quella degli altri turisti. Occorre inoltre ricordare che insieme ai golfisti viaggiano gli accompagnatori non giocatori che spendono la loro vacanza "consumando" le attrattive ambientali, culturali e gastronomiche che si trovano nell'area del polo golfistico. Il cliente golfista è quindi già da tempo nel mondo un turista molto ambito, ha tempo libero, alti livelli di reddito, è un buon consumatore e preferisce periodi fuori stagione avendo la possibilità di scegliere i propri periodi di vacanza.

Il golf e l'hotellerie

Non stupisce allora, in questo quadro generale, che anche le grandi catene alberghiere internazionali guardino all'Italia come a una destinazione top per il mercato golfistico del presente e del futuro. Re-

centissima ad esempio è la notizia che La Bagnaiola Golf & Spa Resort Siena è andata ad aggiungersi alle proprietà di alto livello che compongono la "Curio Collection by Hilton". La grande catena americana ha raccontato di avere scelto accuratamente una struttura che fosse destinata ad entrare a far parte della sua collezione di esclusivi hotel e resort indipendenti. Posta a soli 12 km da Siena, La Bagnaiola permette agli ospiti di vivere in un contesto naturale e golfistico incontaminato e allo stesso tempo di raggiungere in grande comodità le numerose attrazioni della città. Allungato su una superficie di 1.100 ettari, il resort ha l'aspetto di un villaggio medievale, suddiviso in due borghi principali, Borgo La Bagnaiola e Borgo la Filetta, ai quali si aggiungono un Centro Congressi per 450 persone e, ovviamente, il Royal Golf La Bagnaiola, green a 18 buche disegnato da Robert Trent Jones Jr. ■

Qui sopra: il golfista è un turista di alto livello che ha interesse nell'organizzarsi soggiorni bleisure, magari insieme alla famiglia. A sin., il golf è uno sport per tutti: ecco un campo pratico perfetto per i principianti bisognosi di allenamento

Valtur punta sul golf

Quello della vacanza "attiva" è un trend sempre più apprezzato dai turisti italiani. Ecco il motivo per il quale il rinnovato operatore Valtur ha deciso di offrire ai propri ospiti molteplici proposte di attività sportive per vivere le proprie passioni e provare nuove esperienze. In questo contesto turistico non manca ovviamente il golf, sport tornato ad essere grande protagonista dell'offerta del Valtur Tanka Village. La storica struttura sarda infatti, oltre alle tradizionali attività sportive, grazie alla recente partnership con il Tanka Golf Villasimius – un percorso di rara bellezza di 18 buche disegnato da Luigi Rota Caremoli –, punta ad ampliare la ricettività e l'ospitalità rivolgendosi al sempre più importante target dei turisti golfisti, nell'ottica anche di ampliare l'utilizzo della struttura oltre i consueti mesi estivi, come ci ha raccontato **Elena David**, Amministratore Delegato Valtur. Che ha poi aggiunto: «Siamo entusiasti di avvicinare il pubblico al gioco del golf: uno sport che, nel mondo, rappresenta uno straordinario veicolo di sviluppo turistico e valorizzazione del territorio, oltre che appunto di destagionalizzazione delle presenze. L'importante accordo con il Tanka Golf, ci consentirà di sviluppare nuove sinergie e dare ulteriore impulso allo sviluppo del turismo nel territorio di Villasimius».