

Golf e turismo, un binomio che vale

Fanno parte di questo mondo, sempre più ampio anche in Italia, turisti business e leisure con alto livello di fidelizzazione e lunga permanenza in hotel

➡ Davide Deponti

Cresce la propensione degli italiani al viaggio. A rivelarlo è “L'indice di fiducia del viaggiatore italiano”, pubblicato recentemente da Confturismo-Confcommercio in collaborazione con l'Istituto Piepoli. L'analisi rileva anche che, ad aprile, l'indice ha toccato il suo massimo storico, superando la soglia di 60 su 100, con prospettive future interessanti per il Paese. L'Italia è risultata infatti quest'anno la meta preferita da 8 italiani su 10, valore mai raggiunto nelle rilevazioni precedenti. Le destinazioni più gettonate sono quelle di mare, oltre a quelle classiche come Toscana e Sicilia, mentre si evidenzia la Lombardia in terza posizione, probabilmente anche grazie all'effetto Expo. Diminuisce inoltre il numero di italiani pessimisti circa la situazione economica del Paese. L'Italia guadagna posizione anche nella top ten delle mete estive per i viaggiatori italiani stilata da Tripadvisor, nel suo “Summer Vacation Value Report”: se Londra è al primo posto, la Puglia si ag-

giudica in classifica ben quattro destinazioni, in primis, Porto Cesareo con un'offerta che vanta il miglior rapporto qualità prezzo.

I golfisti, i più nazionalisti

Tra i turisti che prediligono come meta il Belpaese ci sono i golfisti. Non a caso, già da qualche anno si parla di opportunità di sinergie sempre più da esplorare tra mondo del golf e turismo. «I due settori dovrebbero andare a braccetto, sostenendosi l'un l'altro», dice **Franco Chimenti**, Presidente della Federazione Italiana Golf, che aggiunge: «L'Italia ha un enorme potenziale inespresso, ma la sua reputazione quale meta golfistica è ancora da costruire. Poco si è fatto per valorizzare la sua offerta nel mondo, offerta che vanta aspetti unici e di grande valore. Per esempio, i golfisti di tutto il mondo, oltre a quelli italiani, dovrebbero sapere che in Italia si può giocare di fronte a un antico acquedotto romano o godere di una vista



Il green del Le Fonti Golf Club di Castel San Pietro Terme, in Emilia Romagna, fa parte del progetto Italy Golf & More dedicato alle "esigenze" dei turisti golfisti



Georges Adly Zaki, presidente del tour operator Swan Tour, punta da sempre sul turismo del golf

Swan Tour Trophy, prima tappa all'Olgiate già celebrata, e poi del circuito umbro di Antognolla, Parco di Roma, Marco Simone, Castelgandolfo e il Nazionale di Sutri. Oltre 170 i golfisti impegnati nel primo round del torneo, che, a conferma della crescita costante del movimento turistico legato al golf, ha abbinato sui green dell'Olgiate sponsorizzazioni illustri, da Deutsche Bank a Maserati».

Insomma il movimento turistico golfistico italiano è sempre più in fermento e non stupisce che lo scorso anno, la diciassettesima edizione dell'International Golf Travel Market abbia fatto tappa per la prima volta in Italia, e in particolare a Villa Erba di Cernobbio sul lago di Como, richiamando oltre 360 tour operator specializzati nel settore. D'altra parte il business, con 25 milioni di viaggi l'anno, è enorme, e all'Italia non manca nulla per poter intercettare una quota consistente della torta.

417 impianti di golf in Italia

Proprio durante la manifestazione lariana, il nostro Paese è riuscito, una volta tanto, a fare squadra, presentandosi unito e compatto nel Padiglione Italia, dove i buyers hanno incontrato ben 62 realtà, tra istituzioni, regioni, consorzi di circoli, golf resort e operatori turistici specializzati.

Oggi l'Italia – inserita dai tour operator membri della Iagto (International Association Golf Tour Operators) tra le 10 destinazioni golfistiche più attraenti del mondo – offre un ventaglio di 417 impianti golfistici che interessano 19 delle 20 regioni italiane. Dal punto di vista geografico la massima concentrazione di campi è al nord, la sola Lombardia ne vanta 69, ma c'è da sperare che una volta compre-

spettacolare sul mare della Sardegna o sul cratere fumante dell'Etna o, ancora, giocare circondati dai ghiacciai del Monte Bianco». Anche perché, dicono le statistiche della Federgolf, stiamo parlando di un mondo di turisti sempre più ampio anche in Italia: un target particolarmente *appealing* per l'hotellerie. Si tratta infatti di clienti business e leisure con un alto livello di fidelizzazione che propendono per soggiorni medio lunghi in hotel e che sono in grado di generare occupazione anche in periodi di bassa stagione. Vale la pena sottolineare poi che il golf nel mondo cuba un giro d'affari superiore ai 70 miliardi di euro l'anno. Senza dimenticare che può essere sfruttato anche dalle aziende come opportunità formativa di team building e post congress. Del suo valore economico ne sono ben consci già da qualche anno i tour operator italiani, molto evoluti sull'argomento golf: è il caso del romano Swan Tour che da tempo ha iniziato a promuovere il turismo attraverso il golf e il golf attraverso l'impegno di un importante operatore turistico», come spiega il suo presidente e proprietario **George Adly Zaki**. «Il binomio golf-turismo ha confermato tutta la sua attualità in occasione prima della VI edizione dello



Il Pevero Golf Club in Sardegna: l'isola è una destinazione perfetta per accogliere turisti golfisti di alto livello, anche in ottica business

so a fondo l'appel rappresentato dal golf si moltiplichino le iniziative anche nel resto del Paese. È vero che in questo momento molti circoli nostrani sono in affanno a causa della crisi economica e del tesseramento libero, ma è pur vero che gli ultimi dati rilasciati dalla Federgolf parlano di oltre 91mila connazionali associati.

Italy Golf&More, un progetto di eccellenza turistico nazionale

Tra i primi a credere nella crescita dell'Italia come destinazione golfistica c'è il progetto interregionale Italy Golf & More, creato nel 2003 e diventato, dal 2012, un Progetto di Eccellenza Turistico Nazionale, con l'obiettivo di promuovere l'Italia come nuova grande destinazione golfistica con un prodotto unitario sotto il marchio tricolore. Di Italy Golf & More fanno attualmente parte Friuli Venezia Giulia, Emilia Romagna, Veneto, Sicilia, Puglia, Liguria, Lombardia e Lazio, mentre la Federgolf rappresenta le altre regioni. Perché allora è un buon affare aprire le

porte ai turisti golfisti? Perché lo dicono i numeri diffusi dal Ministero del Turismo italiano che raccontano come la crescita del "golf turismo" regalerebbe al nostro Paese intorno ai 350 milioni di euro di introito diretto, prodotto cioè unicamente dalle attività dei circoli. Va sottolineato inoltre che la propensione alla spesa dei golfisti in vacanza è in genere più alta della media: rispetto all'esborso del turista ordinario stimato dal nostro Ministero intorno ai 50 euro quello del golfista sarebbe di circa 90 euro.

Le proiezioni di mercato più recenti confermano che il bacino di turisti appassionati di golf sta crescendo anche da noi ma per poterlo accogliere adeguatamente è indispensabile specializzarsi, investendo sulla creazione di prodotti altamente tailor made ed up level. Da non dimenticare infatti che il golfista è un viaggiatore big spender particolarmente esigente, sempre alla ricerca di nuove destinazioni e di nuovi green con cui misurarsi.

Un mercato in continua crescita nel mondo

Se ci si sposta fuori dai confini italiani ed europei, si scopre che a livello planetario il numero dei golfisti, dal 2010 ad oggi, è cresciuto con una media annuale dell'8%. E, nei prossimi anni – secondo una ricerca di Antoitavia Networking – la crescita potrebbe attestarsi intorno al 10% annuo sul piano mondiale e al 5% annuo per la





sola Italia. Attualmente il 59% dei golfisti vive in America, il 22% in Asia, il 16% in Europa, il 3% in Australia e l'1% in Africa.

I fattori incentivanti per la pratica del golf in Italia

A favorire, oggi, questo tipo di turismo nel Belpaese ci sarebbero anche i costi di iscrizione ai circoli meno elevati con conseguente aumento dei soci e interesse da parte degli operatori turistici, in primis le strutture alberghiere, ad investire nel settore. Ad agevolare la diffusione del golf ci sarebbe anche la passione per il turismo

green: il percorso nasce sempre all'interno di un paesaggio suggestivo nel rispetto dell'ambiente e del territorio. Il Protocollo di Intesa firmato da Federgolf insieme alle massime organizzazioni nazionali che si occupano di tutela ambientale spiega che un'ideale modellazione, la selezione di giuste essenze sia erbacee che arbustive o arboree e l'adozione di adeguate pratiche agronomiche hanno una funzione di tutela e ricostruzione ambientale. Sul sito www.federgolf.it è consultabile l'elenco dei golf club ben contestualizzati nel territorio. ■

Le Pavoniere Golf (sopra) e Terme di Saturnia Golf Club (sotto) fanno parte del "circuito" Italy Golf & More e sono location perfette per ospitare momenti sportivi post congress

