LA STAMPA.it

Golf Time

20/11/2007 - I NUMERI DI ANTOITALIA

Il golf paradiso delle vacanze?

Agnese Vigna

Sempre di più la palla vola sul green: 83.257 praticanti in Italia, 7.100.000 in Europa, 63 milioni a livello mondiale; 334 campi in Italia, 6.700 in Europa e 34.000 nel mondo. Sono i dati della ricerca promossa da Antoitalia Networking, che dimostrano come il golf sia in forte crescita e come sia uno degli sport più praticati e amati. Il golf promuove la vacanza. Infatti, sono 25 milioni i turisti che ogni anno scoprono i percorsi del golf per un fatturato globale pari a 40 miliardi di dollari nel 2006 (fonte: IAGTO - International Association Golf Tour Operators). Quanto alle dimensioni dell'industria del turismo italiano da golf, il business vale 100 milioni di Euro nel 2006; per il 2007 non si stima una variazione significativa. Un rilancio del mercato italiano del turismo legato al golf con stime di crescita superiori al 5% è invece previsto per il 2008, grazie all'apertura di due grandi resort con campi da golf in Sicilia, una novità assoluta per la Regione, rispettivamente una struttura a Ragusa del gruppo spagnolo NH e una a Sciacca di Forte Hotel. Ma i ritmi sono ancora lenti e c'è ancora molto da fare per promuovere l'offerta golfistica nel nostro Paese. Al momento le proposte turistiche italiane in chiave golfistica verso i mercati internazionali sono poco continuative. E soprattutto il mercato italiano del turismo golfistico ha considerevoli margini di crescita rispetto a realtà affermate quali Spagna e Portogallo, mercati ormai maturi. Il golf può essere valorizzato come un catalizzatore di sviluppo per il mercato turistico - immobiliare e tutta la filiera del comparto hospitality. Il mix ottimale è dato dalla corretta combinazione di golf, turismo, Real Estate e viabilità efficiente. Si stima che ogni singolo campo da golf regga un flusso turistico, fra case e alberghi, di 2000 persone per circa 850 unità residenziali. "La realizzazione di campi da golf crea un indotto per sviluppare nuovi alberghi, appartamenti, ville, abitazioni o per aumentare l'utilizzo di strutture già esistenti nei periodi fuori stagione" spiega Fabio Tonello, Presidente di Antoitalia Networking e di AGIRE, l'Associazione Golf Italiana Real Estate, che da quest'anno organizza il Campionato Italiano del Settore Immobiliare presso il Circolo Golf di Rapallo, con il patrocinio di Scenari immobiliari. "Cortina, ad esempio, è una località i cui alberghi sono poco sfruttati nei periodi intermedi. Il golf potrebbe essere un fattore di ripresa abbinata alla riapertura dell'aeroporto della prestigiosa località sciistica", aggiunge Tonello. "L'Italia è un paese che offre molto: percorsi culturali e eno - gastronomici, a cui si potrebbero associare percorsi golfistici e adeguati complessi turistici. E' ovvio che tali strutture non possono essere cattedrali nel deserto. Il successo del golf legato al turismo dipende anche e, in larga misura, dal livello di viabilità e, quindi, dalla presenza di autostrade efficienti, aeroporti funzionali e compagnie low cost". Alcune regioni "virtuose" che credono e investono nel golf e hanno favorito con successo la propria offerta golfistica all'estero sono: Emilia Romagna, che ha creato un Consorzio ad hoc per raggruppare i campi della Regione in una proposta unitaria, Friuli Venezia Giulia, Toscana, Sicilia e Piemonte. Queste 5 Regioni hanno formato il Progetto Interregionale Italy Golf and More parzialmente finanziato dal Ministero delle Attività Produttive. Ora anche il Veneto, già noto per la vicinanza geografica a due importanti nazioni golfistiche quali Germania e Austria, si sta muovendo per ampliare le proprie potenzialità negli altri mercati golfistici mondiali. "Per dare nuovo impulso al mercato italiano del turismo golfistico in uno scenario sempre più competitivo, i tradizionali bacini europei che generano grandi flussi turistici e grandi numeri di golfisti sono i potenziali fruitori della proposta nazionale. Mi riferisco a Gran Bretagna, Svezia e Germania che rappresentano oltre il 75% del mercato. E' auspicabile indirizzare la promozione - conclude Tonello - e realizzare azioni su altre aree interessanti, quali Francia, Olanda, gli altri Paesi Scandinavi, Svizzera, Austria e l'area del Benelux; a livello mondiale, proporre l'offerta golfistica italiana anche sul mercato americano dove giocano 26 milioni di persone e su quello giapponese dove i golfisti sono più di 20 milioni. Occorre che siano gli Enti Pubblici a sostenere la maggior parte dei finanziamenti necessari a far conoscere i campi da golf all'estero". Nella tradizionale ospitalità italiana, un'immagine positiva del nostro paese da sempre leader nel turismo, può diventare un fattore di successo un'offerta golfistica seria e professionale con la possibilità di accogliere i turisti - golfisti in percorsi di golf adatti alle loro esigenze e largamente disponibili.