

Intervista a Marco Francia, neopresidente del Comitato Piemontese della Federgolf a Il Mondo del Golf – Maggio 2014

“Fare sistema”, a tutti i livelli: è questo, secondo il neo presidente del Comitato Piemontese della Federgolf, Marco Francia – cinquant’anni compiuti il 12 aprile, svolge un incarico presso una importante concessionaria di pubblicità televisiva, Publitalia, ed è iscritto al Golf Club Margara - l’imperativo categorico per dare nuova linfa e potenziare i numeri del golf regionale. Lo abbiamo incontrato a Torino, in occasione dell’inaugurazione dell’impianto di illuminazione notturna del campo pubblico di Parco Colonnetti.

“Premesso che nessuno ha la bacchetta magica e che la situazione economica e sociale del Paese è decisamente critica, parlare di sviluppo del golf, inteso ancora, e purtroppo, come sport d’élite, diventa difficile. E’ un pregiudizio ancora duro a cadere, ma noi, che siamo ambiziosi, puntiamo, nel giro di 3 anni, ad incrementare il numero degli iscritti. Come? Incentivando in qualche modo soggetti che non hanno mai giocato. Abbiamo pensato a una campagna pubblicitaria lanciata attraverso media non di settore, altrimenti si rischia di parlare a chi già lo pratica, cercando di reperire risorse che consentano questa operazione. Poi c’è la ‘scommessa’ di portare turismo golfistico qui in Piemonte: le risorse ci sono, manca la mentalità. Bisogna ‘fare sistema’, muovendosi in sinergia, noi, come Federazione, insieme ai soggetti del territorio, politici e imprenditori. E’ come un tavolo a tre gambe, senza uno di questi tre appoggi, crolla. Bisogna capire che il golf non è un costo ma è una opportunità, qualcosa che in tutto il mondo genera ricchezza. Diversa è la mission dei circoli, impegnati in una battaglia commerciale, a suon di incentivi e convenzioni, per attirare giocatori e far quadrare i bilanci”.

Parliamo allora della crisi dei circoli: alcuni sono sull’orlo del fallimento ...

“I circoli fanno la loro politica, che io non vado a disquisire. Ma è una politica commerciale, che non riguarda certo la Federazione. Le singole diatribe non ci interessano, non deve essere questo il nostro modus operandi: noi dobbiamo fare crescere il numero degli iscritti, dare servizi. Molti circoli sono in difficoltà, è vero, ma non è solo colpa della crisi. Si è sbagliato, in passato, quando si è pensato che, avendo due lire, si poteva benissimo costruire un campo da golf e poi vender case. Una visione poco lungimirante. La crisi ha messo in ginocchio il mercato immobiliare, con tutte le sue conseguenze. Un campo da golf può sopravvivere se ha una struttura alberghiera all’interno: purtroppo in Italia solo il 20 per cento dei circoli ha delle foresterie che consentono una ricettività adeguata. I campi pubblici, come questo di Torino, inserito nel parco Colonnetti, rappresentano sicuramente la strada giusta per creare neofiti, così come sono fondamentali i campi pratica, poiché favoriscono, per i loro costi contenuti, l’approccio con il golf. Noi abbiamo una particolare attenzione verso i campi pubblici e chissà che in questi tre anni non nascano altre realtà similari”.

Il calo dei tesserati non depone certo a favore di un rilancio. Dal 2011 al 2013, in Italia i tesserati sono diminuiti di 8.143 unità (- 8,1%), di cui 4.493 nell’ultimo anno. In Piemonte (secondo Comitato per numero di iscritti), nello stesso periodo il calo è stato del 10,6% (1.706 tesserati in meno, da 16.048 a 14.342, compresi 1.633 juniores), dei quali 954 l’ultimo anno. In calo anche i dati del tesseramento libero, da 1.427 del 2010, a 1.047 del 2012. La Lombardia ha perso nello stesso periodo 2.894 iscritti, pari al -10,7, dei quali 1.380 l’ultimo anno.

“A partire dai primi mesi del 2014 sembra che ci sia un’inversione di tendenza, i segnali sono meno negativi. Tocca a noi, adesso, agire. Ci sono tante cose da fare, evitando, come è solito fare lo sport italiano, di piangersi addosso, non serve a nulla. Dobbiamo capire a cosa sono dovuti questi flussi di perdite, e cercare di rimediare. E guardare avanti. Abbiamo delle idee ben precise sulle iniziative da intraprendere per aumentare il numero dei tesserati e soprattutto come operare in sinergia con la Regione per creare un nuovo incoming turistico dall’estero. Quindi, al di là dei numeri, che dicono e non dicono sul calo generalizzato del settore, di qui in avanti cerchiamo di costruire qualcosa di nuovo. Sempre però in maniera sinergica. La Federazione a livello nazionale e locale da sola non può fare nulla. La Federazione può fare, se tutto il territorio e le persone che ci lavorano, accettano il golf come potenziale elemento di eccellenza per

portare turismo e quindi risorse e ricchezza. Come ho già spiegato, il tavolo ha bisogno delle tre gambe per stare in piedi”.

Da quale serbatoio attingere, per aumentare il numero dei giovani?

“Tutti riconoscono che i giovani sono il futuro del golf. Quando, però, interpella i 60 circoli del Piemonte sulla questione giovanile, tutti e sessanta hanno un’idea diversa. Sarebbero d’aiuto se almeno dieci la pensassero alla medesima maniera ... Non esiste una regola fissa. Le scuole potrebbero essere un buon serbatoio, ma lo possono essere anche altre vie. Secondo i maestri di golf, tutte le iniziative finora intraprese hanno prodotto scarsi risultati. Io penso che si debba intervenire di più sui nuclei familiari: va bene che i ragazzi giochino, ma sono i genitori che maneggiano il portafoglio. Una volta erano loro che portavano i figli in campo, ora potrebbe essere il contrario. Quindi bisogna studiare incentivi per le famiglie, anche in collaborazione con la Pgai e gli stessi maestri. Altra iniziativa che ci è venuta in mente è un qualcosa di sinergico con altre federazioni sportive, lo sci ad esempio: ha un bacino di utenza molto interessante e differente stagionalità con il golf”.

Quello dei maestri è un ruolo interessante.

“La giornata della Pgai è sempre passata sotto silenzio. Ci deve essere una presa di coscienza da parte di tutti: chiederemo anche ai maestri di fare sacrifici e di collaborare attivamente con noi, sposando le iniziative che andremo a fare sul territorio. Il loro apporto è fondamentale, così come è fondamentale, il ruolo degli arbitri. L’importante è che tutti si sentano coinvolti e responsabilizzati.

Come intende reperire risorse per portare avanti i progetti?

“Non mi lamento dei soldi che ci vengono dati da Roma: spesi bene potrebbero anche essere sufficienti per fare un buon lavoro. Va da sé che se avessi maggiori risorse potrei fare di più e meglio. Per questo abbiamo sottoposto le nostre idee ad alcuni imprenditori locali, sperando che possano essere accolte favorevolmente. Come abbiamo chiesto ai circoli di condividere il nostro progetto, stiamo chiedendo ai brand piemontesi di non obbligarci ad andare a chiedere soldi fuori dai confini. Stiamo parlando di investimenti quasi simbolici rispetto ai budget di queste aziende, un po’ di sano campanilismo in questo caso non guasterebbe.

Le sue prime iniziative?

“Abbiamo attivato una sorta di “Comitato itinerante”. Ogni mese faremo la riunione in un circolo diverso del Piemonte. La prima si è svolta a Torino e nel corso dell’incontro abbiamo chiesto ai presidenti dei club le loro impressioni e le eventuali proposte. Noi dobbiamo essere uno strumento in mano ai circoli. Abbiamo voluto condividere il nostro impegno con tutti per poter meglio rappresentare le varie realtà. Il 18 giugno, avremo gli Stati generali del golf piemontese al Golf Club Margara e, per l’occasione, abbiamo invitato altri organi sportivi”.