



Abstract Convegno

La Fabbrica del Golf - Dalla politica del mantenimento alla politica dello sviluppo.

MARCO FRANZIA - Presidente FederGolf Piemonte.

L'obiettivo di questo convegno, oltre a proseguire l'incontro avuto lo scorso anno al G.C.Margara sugli Stati Generali del Golf piemontese, è quello di capire quale può essere il futuro del golf in Italia e nella nostra Regione nonostante la crisi economica che non molla la presa. L'intento è quello di creare un Sistema Golf ed inserirlo in un contesto sociale che includa gli imprenditori, i commercianti, gli albergatori, gli enti territoriali e ovviamente i politici. Questo perché è difficile che il mondo del golf riesca da solo ad avere un futuro roseo. Nonostante ciò il mondo del golf è in continua espansione nel mondo e i dati che ci ha fornito la dr.ssa Maria Elena Rossi della regione Piemonte, ci fanno capire che il golf si sta aprendo a nuovi mercati. Ripensando allo sviluppo economico del nostro Paese, dal dopoguerra in poi, si evince quanto poco è stato fatto per il turismo. L'Italia è un "Paese Museo" e va sfruttato e il golf che ha potenzialità enormi può essere considerato come un vero e proprio prodotto da vendere da inserire nelle eccellenze del nostro Paese. Colgo l'occasione per segnalarvi alcune cose realizzate e in corso di programmazione.

- Si è condiviso con tutti i 6 comitati regionali italiani di produrre una campagna promozionale spot su sky, a livello nazionale, per incentivare le persone a giocare a golf. 5 settimane a settembre e 5 a primavera per comunicare i valori del golf.
- Sabato 11 e domenica 12 luglio 2015 abbiamo dato vita al Golf in the City lo street golf per le vie del centro di Torino e abbiamo avuto più di 1000 passaggi sotto il nostro tendone ospitalità e dove le persone hanno potuto provare il golf persino mettendo i green sul Po facendo divertire molta gente incuriosita.
- Il progetto scuola è partito va avanti e per ora ha toccato 12 scuole ma ce ne vorrebbero di più. Ci stiamo lavorando.
- In chiave turistica abbiamo realizzato il circuito Expo Golf Tour con il Patrocinio di Expo 2015 e Regione Piemonte in 18 Circoli Piemontesi con 18 o più buche, con l'obiettivo di far conoscere i Circoli anche all'estero, cercando di incrementare l'incoming turistico nella nostra Regione che ben si presta grazie alle risorse del territorio, la tradizione e la storia. Grazie al Golf crediamo di poter creare un movimento turistico importante e con la formula di gare aperte ai giocatori di altra nazionalità, pensiamo di cancellare i confini internazionali, uniti dalla passione per questo splendido sport.

- Il 26 settembre saremo nel padiglione cinese business dell'expo per promuovere il golf e le sue eccellenze. Ma su questo punto lascio poi la parola a Paolo Antonini di Booking Piemonte.

SILVIA BRUNO - Presidente Comitato regionale Paralimpico

E' possibile fare golf per tutte le persone con disabilità e il CIP è molto attivo nella promozione e con il presidente Francia abbiamo preso accordi e pianificato alcune attività da fare insieme e una di queste sarà a settembre in occasione della festa dello sport che ci sarà a Torino dove per le persone disabili sarà possibile provare a giocare a golf. Ogni circolo può contattarci per programmare con loro attività di promozione al golf.

MARCO DURANTE - Consigliere federale con delega Piemonte e Valle d'Aosta.

Sono molto contento di essere qui perché vedo che la Regione Piemonte si sta attivando in modo giusto per portare nuova sensibilità verso il golf e verso lo sport in generale. Il fatto di coinvolgere in questo convegno altre persone che abbiano un'altra estrazione, come si vede nel secondo modulo del programma, è di estrema importanza perché da sport di elite, come siamo considerati, abbiamo bisogno di diventare sport "popolare" nel senso conosciuto. Più siamo conosciuti maggiori saranno le possibilità di successo sia dal punto di vista sportivo sia sotto il profilo dei numeri. Il titolo del convegno di oggi è estremamente importante e significativo. E' esattamente il cuore di quello che è il compito dei dirigenti sportivi rispetto a una disciplina che soffre della crisi generalizzata ma che sicuramente non ne sarà travolta.

PAOLO CASATI - Vice Presidente Federale FIG

Sono entusiasta di essere qui nella vostra bellissima Regione ricca di campioni e di grandi campi e vi porto i saluti del prof. Chimenti ora in Scozia per gli Open. Desidero subito fare i complimenti al Presidente Marco Francia perché nella sua premessa ha perfettamente inquadrato tutta la problematica dell'attuale momento: crisi, concorrenza fra i circoli ecc.. e poi nel sottotitolo c'è il messaggio di cosa si deve fare. Cosa fa oggi la FIG? La Fig oggi continua in tutte le sue politiche di sviluppo e punta moltissimo sulla Ryder Cup del 2022 e se dovessimo avere qui da noi la Ryder siamo tutti convinti che rappresenterebbe l'evento ideale per aprire un quadriennio di grandi prospettive per l'Italia. Le potenzialità della Ryder Cup in chiave economica sono desumibili da numeri eloquenti. Si stima, infatti, che la massima competizione golfistica generi un indotto superiore a 200 milioni di euro. Con circa 250.000 spettatori provenienti da 96 diverse nazioni e con 192 paesi collegati nel mondo attraverso un network di 53 broadcasters che raggiunge più di 500 milioni di case per ciascun giorno di gara, la Ryder Cup si attesta al terzo posto nella graduatoria di rilevanza degli eventi sportivi dopo i Giochi Olimpici e i Mondiali di calcio. Aggiungo

che oggi trovare sponsor non è facile e per reperire nuovi sponsor occorrono operazioni di finanza poiché le cifre sono alte.

VALENTINO MAIMONE - Ufficio comunicazione e promozione FIG

Il movimento golfistico italiano è vivo. E la prova arriva dai tanti ottimi risultati dei nostri atleti più giovani, per esempio gli under 18 piemontesi che si stanno comportando benissimo. In questo contesto, la Federazione ha il dovere di consolidare le sue basi e guardare al futuro e allo sviluppo del golf in Italia. Dal punto di vista della comunicazione e della promozione, la FIG sta lavorando molto. Anzitutto sul web, perché non si può ignorare il linguaggio più moderno che ci consente di raggiungere meglio le nuove generazioni: presto sarà on line il nuovo sito federale (che sarà moderno, molto più interattivo e con grande spazio per chi vuole cominciare a giocare, oltre che per tutte le informazioni sull'attività agonistica) prendendo come spunto ed esempio a quello della Federgolf Piemonte che uno dei migliori siti regionali perché si rivolge molto verso l'esterno; abbiamo appena rinnovato profondamente la newsletter indirizzata a tutti i tesserati (più contenuti, grafica più moderna e accattivante); abbiamo ulteriormente potenziato la nostra presenza sui social network (Facebook e Twitter), che sfruttiamo anche per la loro capacità promozionale su bacini di utenza non solo strettamente golfistici con risultati sorprendenti; abbiamo varato il canale ufficiale della FIG su Youtube, che sta collezionando un grande numero di visualizzazioni grazie anche a prodotti come il recentissimo video-tutorial in 25 pillole, per sapere tutto sul golf dalla A alla Z. Ma non c'è solo il web. La Federazione sta facendo un grande sforzo sui giovani, partecipando a progetti nazionali importanti come "Educamp", in collaborazione con il CONI, in cui il golf è presente quest'anno per la prima volta e che ha già conquistato il primato di sport più amato dai ragazzi, subito dopo le attività acquatiche. I risultati? La FIG viene cercata molto più di un tempo. Il canale del digitale terrestre RaiGulp ha dedicato al golf un'intera puntata promozionale di una sua serie sugli sport olimpici. Il sito del CONI avrà presto un lungo video promozionale dedicato al nostro sport. Siamo sempre più spesso contattati per richieste di informazioni, interviste e approfondimenti.

CARLO BORGHI - Presidente Golf Club Franciacorta

Parto dalla bella idea che Marco Francia ha lanciato verso tutti i comitati regionali italiani di poter realizzare una campagna pubblicitaria su Sky sui valori del golf capace di COMUNICARE a tutti gli sportivi e non, la bellezza di questo sport. Detto questo la cosa che più mi sgomenta è che in Italia siamo la decima destinazione turistica golfistica. Non abbiamo un ministero del Turismo. Qui in Italia abbiamo un patrimonio di eccellenze che nessun paese del mondo possiede. Per portare l'IGTM (International Golf Travel Market, il più importante evento globale del turismo golfistico, dedicato a supplier, buyer e media di settore) per la prima volta in Italia ci

ho messo 7 anni con una fatica improba. Noi dobbiamo diventare il primo posto al mondo come destinazione sia turistica che golfistica. Golf e Turismo per molti paesi evoluti portano ricchezza.

MASSIMO CREMONA - Presidente Golf Des Iles Borromées.

Il nostro campo ha una vocazione turistica e circa il 50% dei nostri incassi derivano dai turisti. Quindi ben venga questo. Di contro la potenziale conflittualità tra soci e turisti non è di facile gestione soprattutto quando ci sono le gare. Per noi i punti di attenzione sono i turisti e i giovani. Per il primo vorremmo un coordinamento dell'attività turistica con alcuni circoli attigui per gestire la massa turistica nel miglior modo. Se ci uniamo e ci coordiniamo la nostra offerta all'estero diventa più ampia e più appetibile. Per i giovani e per mia grande sorpresa abbiamo più tesserati giovani sotto i 18 anni confronto a 10 anni fa e anche l'età media si è abbassata e questo si spiega poiché negli ultimi anni abbiamo puntato molto su alcune attività ludiche come il footgolf o gare di putting green solo per i giovani. Abbiamo avvicinato dunque i giovani con questi giochi che tra l'altro occupano meno tempo di una gara di golf normale. Infatti stiamo studiando anche di trovare un modo di velocizzare il gioco e le gare.

GIANLUIGI ORECCHIONI - Direttore Golf Club Bogogno.

Noi abbiamo già iniziato a fare sistema diversi anni fa con il consorzio Lago Maggiore golf destination con riscontri importanti (www.lakemaggioregolfdestination.com) e partecipiamo a diverse fiere di settore da Novembre a Marzo, questo come consorzio. Noi come Bogogno vediamo dei buoni risultati e la leva importante per noi è il turismo anche perché siamo diventati un resort e il binomio hotel campo da golf on site è fondamentale per il golf. Questo per noi è il futuro.

OTTORINO ZANCHETTA - Presidente Golf Club La Serra Valenza.

Nel 1971 Valenza aveva più di mille aziende orafe, un nome su tutti Bulgari. E nel tempo siamo riusciti a consolidare lo zoccolo duro dei soci e quest'anno chiuderemo in pari. A noi manca la vocazione turistica vuoi anche perché siamo un 9 buche. Costi bassi, gestione attenta, fidelizzazione dei soci sono le chiavi del nostro consolidamento. Concordo anche io che fare sistema agevolerebbe tutti quanti.

MARIA ELENA ROSSI - Direttore Sviluppo Piemonte Turismo Regione Piemonte.

(Vedi slides)

STEFANO GALLO - Assessore allo Sport Comune di Torino.

Lo sport fa 1,7% del Pil nazionale e il 2,1% del Pil europeo quindi è una dimensione economica fortissima. Purtroppo in Italia la parola sport è inteso solamente come atto agonistico/mediatico e non come valenza turistica ed è il settore che ha come

ritorno rispetto all'investimento che uno fa più alto di ogni altro settore. Nel 2013 io ho investito 303 mila euro di contributi per portare a Torino alcune manifestazioni (tra cui l'Open di Golf), di quei 303 mila euro metà ce la siamo ripagata con la tassa di soggiorno per cui 180 mila euro è stato l'investimento pubblico che hanno generato 12 milioni di euro di ricadute economiche sul territorio torinese. Se poi includo anche l'Europa League la ricaduta è stata fino a 18 milioni di euro. Quale altro settore, mi chiedo, ha una proiezione con uno sviluppo come questo? Bene nessuno eppure il mondo dello sport non è stato ancora in grado di farlo suo. Quindi occorre trasformare il gesto agonistico anche in sviluppo economico e turistico. Termino dicendo che è anche molto importante rendere accessibile il golf a tutti, in Francia su questo punto sono molto avanti. Il Golf in the City, della scorsa settimana, è stato il più grande successo di accessibilità allo sport dove mille cittadini hanno provato a giocare a golf gratuitamente e lo considero il più grande risultato ottenuto, primo, dalle istituzioni per rendere accessibile lo sport, secondo, dalle federazioni che hanno come finalità pubblica quella di favorire il ritorno sociale dell'investimento pubblico.

GIOVANNI MARIA FERRARIS - Assessore Sport Regione Piemonte

Senza dubbio l'industria del Turismo va sviluppata ma i dati economici, che non ho, sono importanti per capire se facciamo bene. Purtroppo lo sport non è ancora visto come veicolo turistico: C'è molto interesse allo sport ma non riusciamo ancora a capire come conciliarlo con il Turismo proprio come prodotto da offrire per un incoming diverso. Io ci sto provando ma vedo proprio delle difficoltà progettuali nel fare sistema. Il golf e il turismo tra l'altro si sposano benissimo meglio di altri sport. Per cui lavoriamoci, pensiamoci.

LICIA MATTIOLI - Presidente Unione Industriale di Torino.

Noi come Unione Industriale abbiamo 60 realtà aziendali per un totale di circa 2000 addetti nel turismo e i nostri associati della GTA (Gruppo Turistico e Alberghiero così si chiama il gruppo delle aziende turistico albergherie dell' Unione Industriale) si occupano di mettere insieme quello che è il tema di questo convegno cioè attività turistica, sportiva e culturale in tutto il mondo imprenditoriale. Questo per dire che le cose si possono fare lavorando insieme per fare sistema. Dai numeri che l'Open e la Ryder muovono in termini di spettatori è incredibile dove pochi altri sport riescono a muovere in questo modo, quindi come imprenditori ci siamo detti che forse dovremmo utilizzare meglio il canale sportivo golfistico. Detto questo lancio una provocazione da imprenditore, perché voi golfisti non pensate di fare con il Governo o con lo sviluppo economico la possibilità delle aziende di investire nello sport avendone però uno sgravio fiscale, una sorta di bonus che permetterebbe di lavorare insieme in modo molto più efficiente.

SILVIO GRAPPASONNI - Opinionista sportivo per Sky Sport.

Non è un argomento semplice parlare di Turismo nel golf ma devo dire che mi ha colpito che nelle regioni del sud italiane sono all'ultimo posto come sviluppo di campi da golf e che i campi esistenti sono lontani dagli aeroporti, in posti difficili da raggiungere tutti isolati l'uno dall'altro e quindi tra di loro non fanno sistema e poi finiscono per chiudere come quello di Cefalù. Certo in Spagna a Costa Adeje il sistema c'è eccome. Per l'imprenditore che vuole fare sistema in regioni come la Campania, Sicilia, Calabria e Sardegna il problema della legalità purtroppo non è da poco.

PATRIZIA ASPRONI - Presidente Fondazione Torino Musei

Da quello che ho sentito due parole sono venute fuori in modo netto, una è sistema e qui in Piemonte siamo molto avanti, la seconda è la grande bellezza che nello spot della Ryder viene promosso in modo impeccabile. Quindi questo è per noi il punto di partenza. Il ponte Vecchio Golf Challenge, per esempio, è stato un successo perché a livello turistico ha voluto dire: weekend, visita alle cantine, visita ai negozi di moda, alberghi pieni ecc.. per non dire dell'evento mediatico che ha avuto una copertura assoluta. Tutto questo è servito a fare sistema e il golf italiano ha un valore aggiunto che altri paesi non hanno. Noi non abbiamo solo Firenze ma tutta l'Italia che è un museo diffuso, dalle Alpi alla Sicilia. Il nostri paesaggi, le nostre città o qualsiasi centro storico sono beni culturali. Noi abbiamo tutto e sport, cultura e turismo devono sempre andare insieme. Dobbiamo puntare a un turismo di qualità e il golf attrae questo tipo di turismo. Non dimentichiamo che la terza età è fondamentale e tutto questo va messo a fattor comune. Mi piacerebbe molto abbinare al golf i musei offrendo pacchetti che comprendano anche la degustazione dei vini nelle nostre cantine una serie di elementi che contribuiscono a creare un pacchetto di alto livello dove la cultura è la parte alta, il valore aggiunto.

ALESSANDRO COMOLETTI - Presidente Federalberghi Torino.

Siamo tutti concordi nel dire che l'industria del Turismo è la prima fonte di guadagno ma non abbiamo né un ministro né un ministero del Turismo ma poi a cascata non abbiamo neanche gli assessorati al turismo. Il Turismo è una scienza esistono università che lo insegnano, non si improvvisa e deve essere coordinato da gente che sappia fare questo mestiere. Noi come Federalberghi abbiamo un osservatorio dove gli albergatori ci forniscono giornalmente due dati il ricavo medio e il numero delle camere occupate e siamo dunque in grado di capire quante persone pernottano in albergo nel weekend anche soprattutto sotto un evento cittadino di spicco. Quello che in assoluto dà una risposta forte è sempre il calcio dove la Juventus in ogni partita di Champions League vale almeno 1 o 2 congressi e uno dei principali musei visitati è il Juventus Stadium con il museo annesso. Un altro sport più a livello regionale a determinare ricadute è lo Sci. Questo per dire che a Torino ci

sono circa 12.500 camere a cui corrispondo 25.000 posti letto e quindi siamo stati in grado di ospitare le Olimpiadi e siamo in grado di soddisfare ogni esigenza e auspichiamo la crescita del mondo golfistico. Riconosco che il golf, pur essendo ancora di nicchia, credo sia giusto investire.

PAOLO ANTONINI - A.D. Booking Piemonte.

BookingPiemonte.it è il portale istituzionale per il booking online e la promozione del turismo nella Regione Piemonte. BookingPiemonte.it non è solo booking di strutture alberghiere, ma in qualità di tour operator è un soggetto attivo in prima persona nella creazione di pacchetti e prodotti turistici appetibili per i turisti che desiderano visitare il territorio piemontese. BP è nato per salvaguardare tutti gli operatori turistici dal massacro dell'intermediazione delle On Line Travel Agency OLTA, con costi sempre crescenti e insostenibili. Booking Piemonte vuole stabilizzare tutto ciò con livelli più bassi di costi. Io non mai trovato una potenzialità turistica come il Piemonte. Condivido l'obiettivo di "fare sistema" tutti insieme sul territorio essendo il turismo un settore trasversale, poiché abbraccia ambiti diversi e complementari, non ultimo quello sportivo in ogni sua espressione. Con la FedergolfPiemonte il 26 settembre nel padiglione cinese business dell'Expo Federgolf Piemonte avrà la sua giornata dedicata in un padiglione che ha più visitatori di Palazzo Italia dove convergono tutte le imprese cinesi che vogliono incontrare le imprese italiane e in questo caso piemontesi. Un mese per promuovere il Piemonte. Per questo abbiamo realizzato dei pacchetti per le delegazioni cinesi con visite ai musei, per gli accompagnatori e dove il golf è il perno centrale ma intorno a tutte le nostre eccellenze.