
IL TURISMO DEL GOLF

DATI E SPUNTI DI RIFLESSIONE



MARIA ELENA ROSSI
SVILUPPO PIEMONTE TURISMO S.R.L.

Contesto turistico internazionale

I fatti del 2014

- Il **turismo internazionale è cresciuto a livello mondiale del 4,7 %** arrivando a quota 1.138 milioni di arrivi.
- Le Americhe e l'Asia registrano le percentuali di crescita maggiori. L'**Europa costituisce il 51,7 % del mercato mondiale e cresce del 3,9 %**
- Nel 2014, **in Italia**, si registra una **sostanziale stabilità del turismo straniero**
- La **spesa pro capite giornaliera degli stranieri in Italia, pari a € 101**, è aumentata del **3,2 %** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente
- **I cinesi oggi top spender** con uno **scontrino medio di 895 euro**
- Per il **2015**, l'**UNWTO prevede che gli arrivi nel mondo continueranno a crescere con un tasso compreso fra il 3 % ed il 4 %**

Fonte UNWTO, ENIT, Banca d'Italia, Il Sole 24 Ore

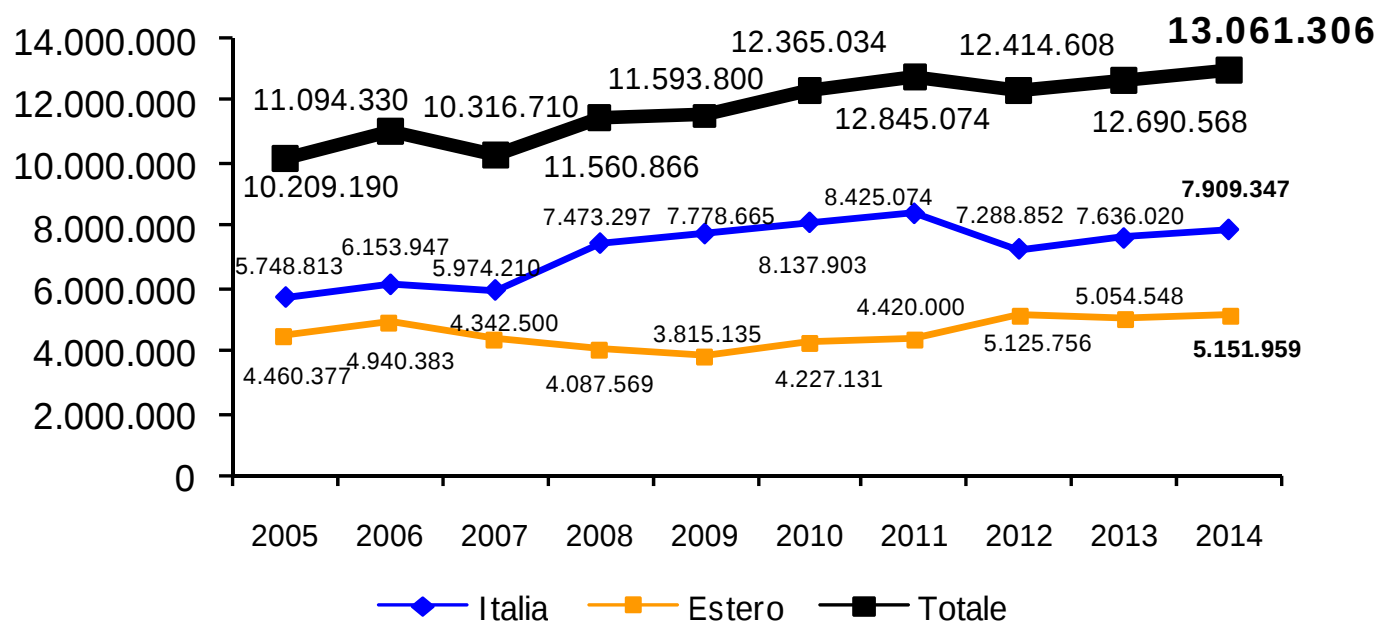
Turismo in Piemonte

Pernottamenti: +27,94 % dal 2005 al 2014



Trend Presenze 2005 - 2014

2014 vs 2005: +27,94%
2014 vs 2013: +2,92%



Fonte: elaborazione Sviluppo Piemonte Turismo su base dati TURF della Regione Piemonte

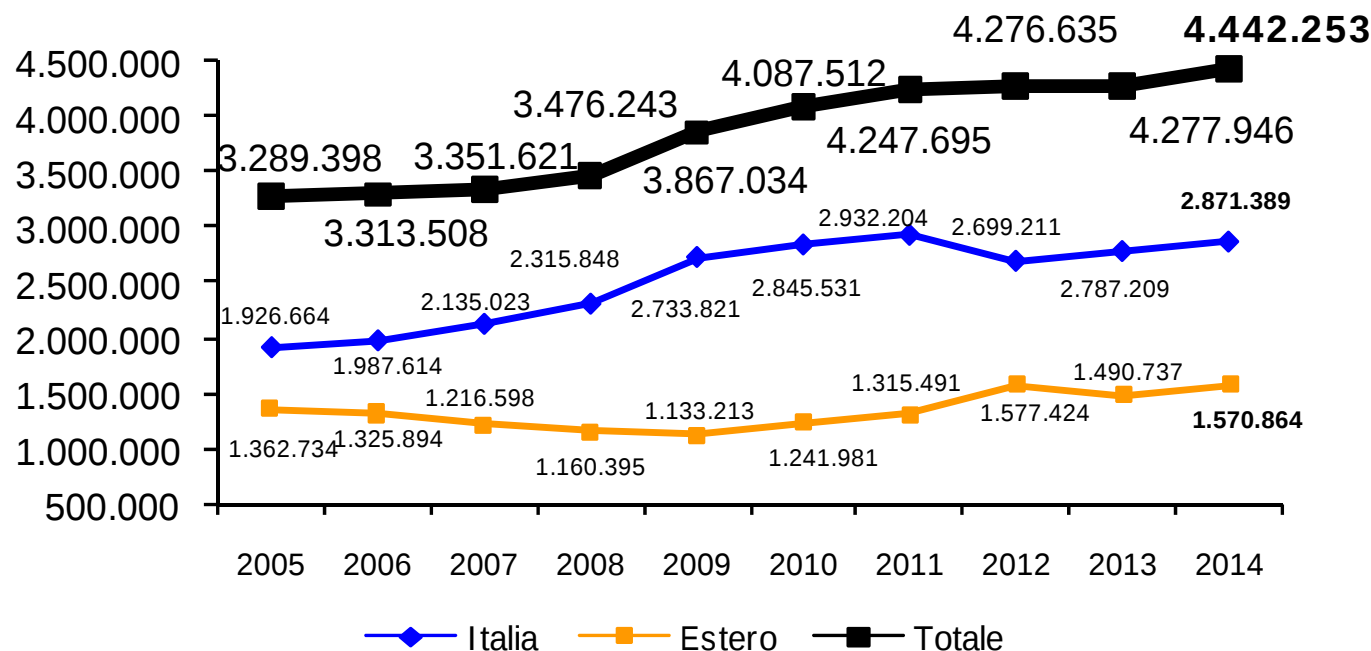
Turismo in Piemonte

+35,05 % di arrivi dal 2005 al 2014



Trend Arrivi 2005 - 2014

2014 vs 2005: +35,05%
2014 vs 2013: +3,84%

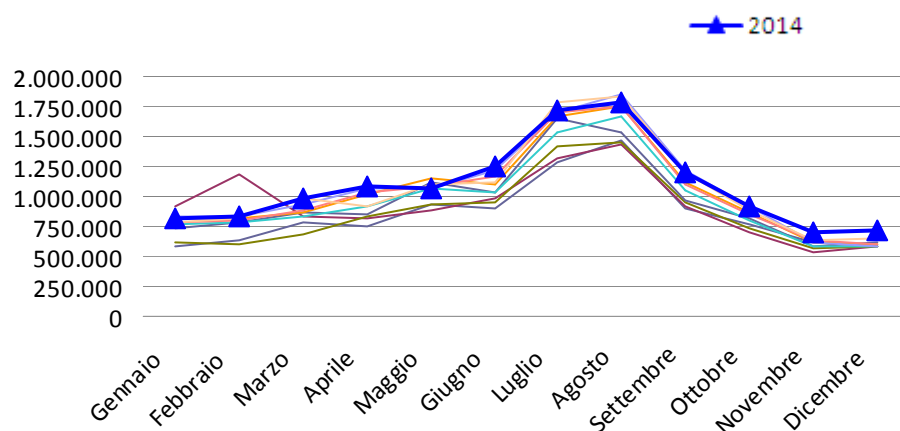


Fonte: elaborazione Sviluppo Piemonte Turismo su base dati TURF della Regione Piemonte

Turismo in Piemonte 2014

Distribuzione nei mesi dell'anno

Trend Presenze Mensili



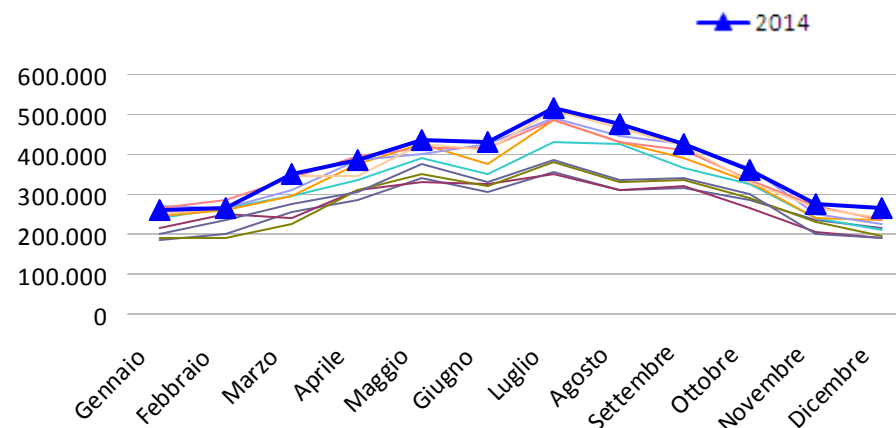
Presenze

Le presenze confermano il “prodotto Piemonte”: **in aumento per quasi tutti i mesi**; si registrano gli incrementi maggiori nei mesi di **aprile e giugno**: +16,86% e +12,39% rispettivamente rispetto al 2013.

Arrivi

Gli arrivi presentano andamento analogo alle presenze; i mesi di **aprile, ottobre e dicembre**: +11,44 %, +8,65% e +9,88% rispettivamente rispetto al 2013.

Trend Arrivi Mensili

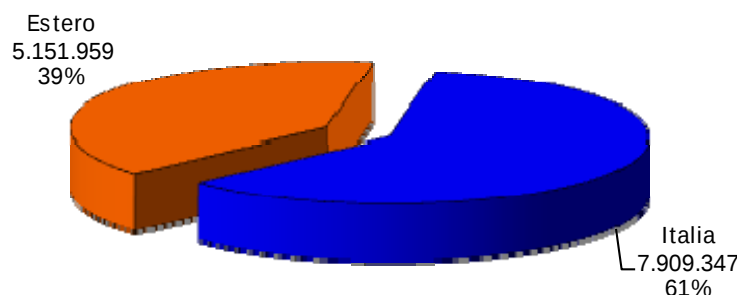


Fonte: elaborazione Sviluppo Piemonte Turismo su base dati TURF della Regione Piemonte

Turismo in Piemonte

Principali mercati: Italia, Germania, BeNeLux, Francia e Regno Unito

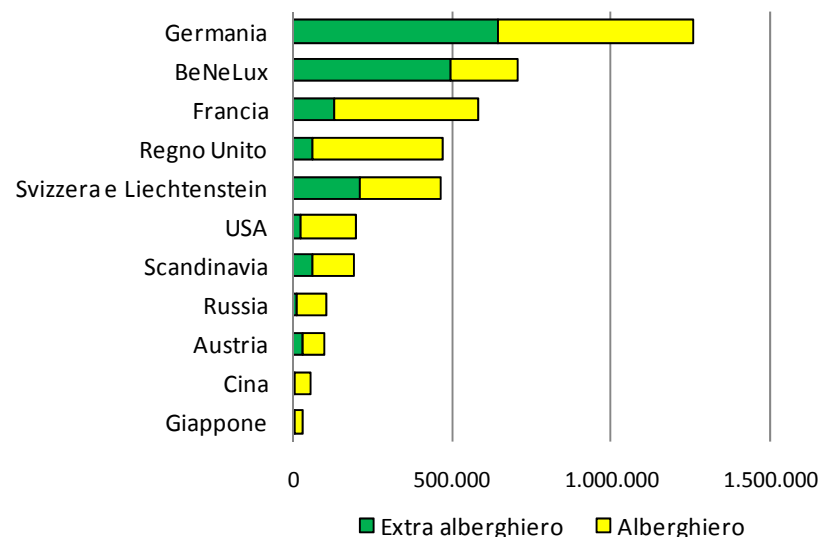
2014 Presenze



- La **Germania** primo mercato estero, il **25 % del totale estero**
- **BeNeLux e Francia** con quota pari a **13,74 %** e **11,35 %**

- **61 % mercato domestico**
- **39 % mercato estero**

2014 Presenze - Mercati



Golf e turismo nel mondo

- Nel mondo, circa **80 milioni** di golfisti praticano su oltre **40.000 campi**
- Gli **eventi** legati al golf valgono circa **2 miliardi di dollari l'anno**; il mercato del **turismo golfistico oltre 1 miliardo**
- Il golf si sta affermando in **Cina** e in **India**, dove viene percepito più come uno **sport** che come un'attività ricreativa, soprattutto dai **più giovani**

Levels of golf engagement



US 24.8



UK 6.3



China 39.7



India 7.4

(adult pop mil)



Fonte dati: HSBC Report 2020 'The Future of Golf', 2012

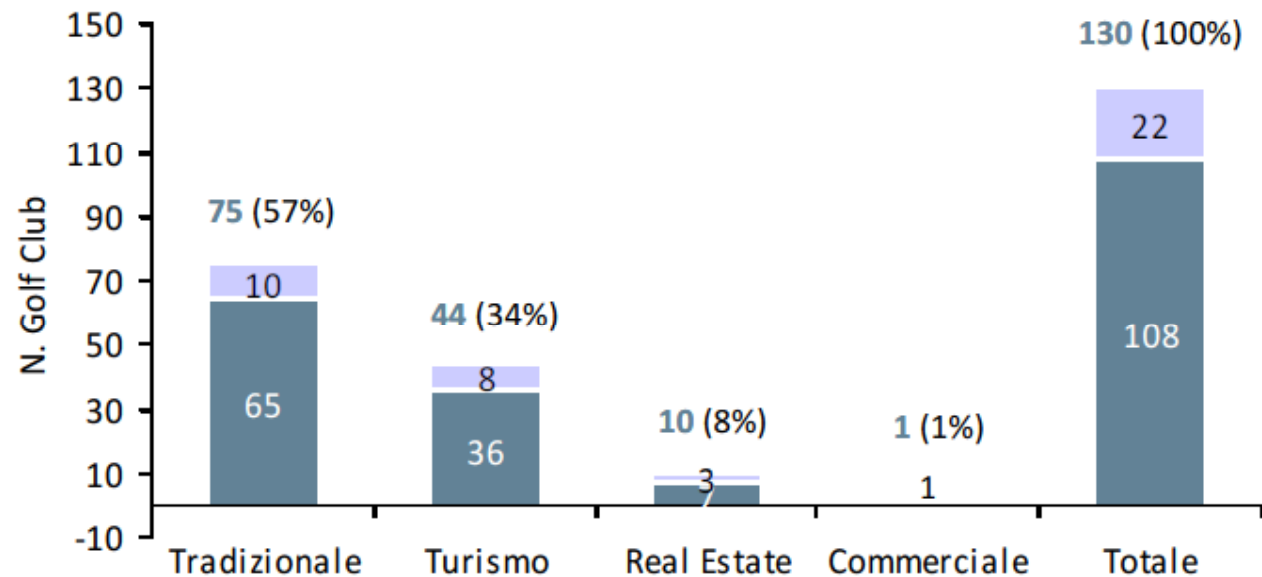
I numeri del Golf in Italia

- Il golf è al **quinto posto** tra gli sport commercializzati sui mercati dell'intermediazione internazionale del turismo verso **l'Italia** (14,4%), dopo:
 - **ciclismo** (36,1%), sci (25,8%), trekking (24,7%) e calcio
- Sono circa **25 milioni** i turisti che ogni anno si muovono nel mondo per giocare a golf
- In Italia, si stimano **1,8 milioni di presenze**, ma il dato sale a **3,9 milioni**, contando le notti di chi ha soggiornato in Italia anche per altre motivazioni ma ha praticato il golf durante la vacanza
- Un campo da golf genera in media **100 posti di lavoro**, con benefici per tutto l'indotto: alberghi, ristoranti, bar, musei, artigianato

Fonte dati: 'Il valore del golf in Italia' – studio Protiviti 2011

Il segmento golfistico in Italia

- Il segmento golfistico in Italia si struttura nel:
 - segmento **sportivo golfistico** (385 Golf Club nazionali)
 - segmento **sportivo golfistico turistico** in Italia (104 Golf Club definiti dalla Federazione Italiana Golf FIG “a vocazione turistica”)



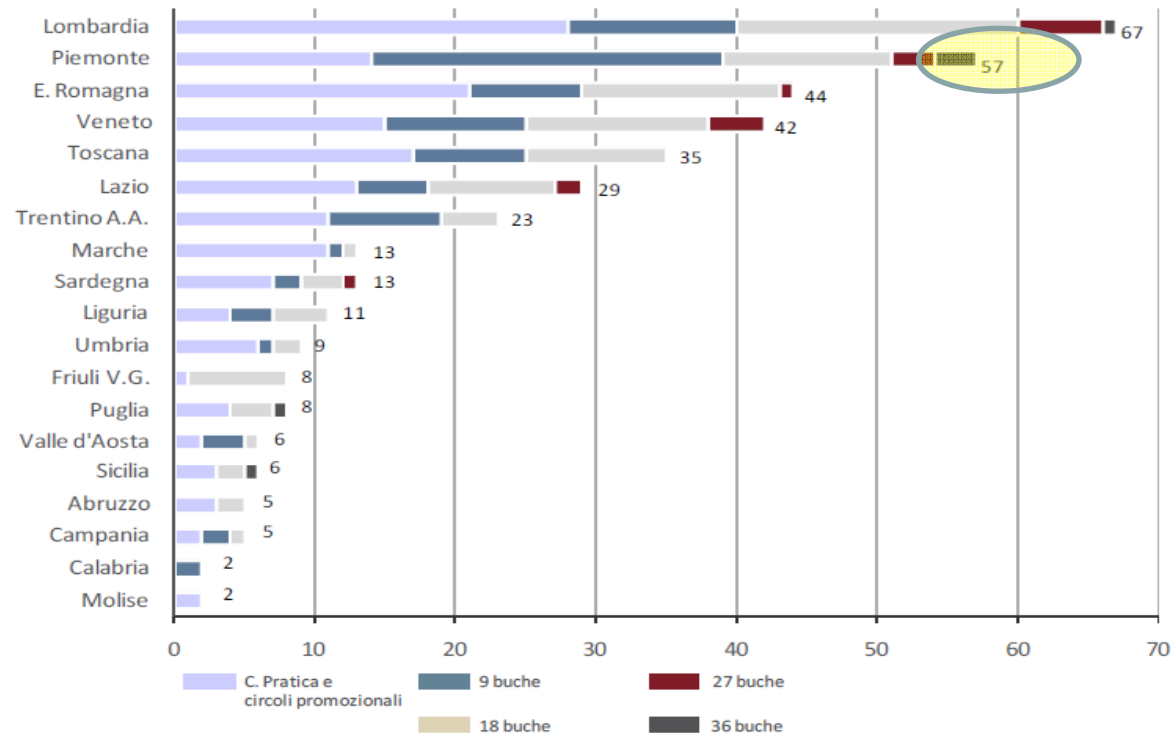
Torino, 15 luglio 2015

Fonte dati: 'Il valore del golf in Italia' – studio Protiviti 2011

Regioni e presenze golf club

- Le regioni del **Nord** accolgono il maggior numero di circoli (la **Lombardia** con 67 Club e **Piemonte** con 57 rappresentano le regioni con il maggior numero di presenze)

Fonte dati: 'Il valore del golf in Italia' – studio Protiviti 2011



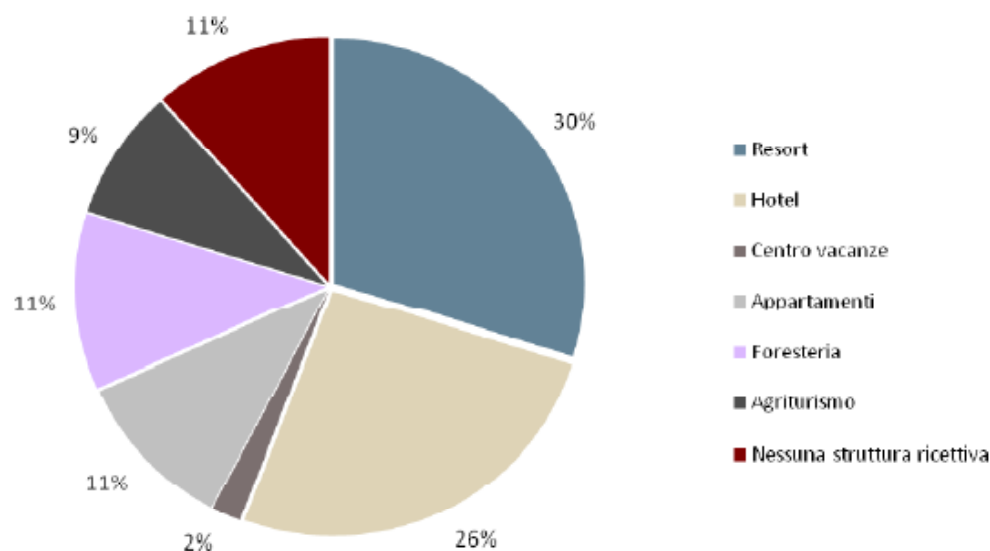
Strutture e stagionalità

- L'88% dei campi considerati è **annessa a strutture più ampie** (alberghi, residence, resort o semplici foresterie)
- **Solamente il 2 %** è situato all'interno di veri e propri villaggi o centri vacanze dotati di comfort e servizi. Il 35% di essi ha, invece, una disponibilità di accoglienza turistica limitata
- La **primavera** è caratterizzata dalla maggiore affluenza
- Le principali **fonti di ricavo** di un circolo di golf sono rappresentate da:
 - quote sociali, green fee, servizi resi (a ospiti e soci), gare, sponsorizzazioni

Fonte dati: 'Il valore del golf in Italia' – studio Protiviti 2011

Strutture ricettive dei Circoli a vocazione turistica (2010)

Fonte dati: 'Il valore del golf in Italia' – studio Protiviti 2011



Mercati principali

- I **principali mercati stranieri** per il sistema del turismo del golf sono:
 - Germania (48,8%)
 - Austria (16,3%)
 - Regno Unito (13,4%)
 - Francia (9,3%)
- **In Italia** le regioni che generano le più alte quote di turisti golfisti sono:
 - Lombardia (31,1%),
 - Piemonte (10,6%),
 - Emilia Romagna (8%)
 - Veneto (8%)
- Il turista golfista è *high profile* e **spende al giorno - in media - circa il doppio** di un turista tradizionale

Fonte dati: 'Il valore del golf in Italia' – studio Protiviti 2011

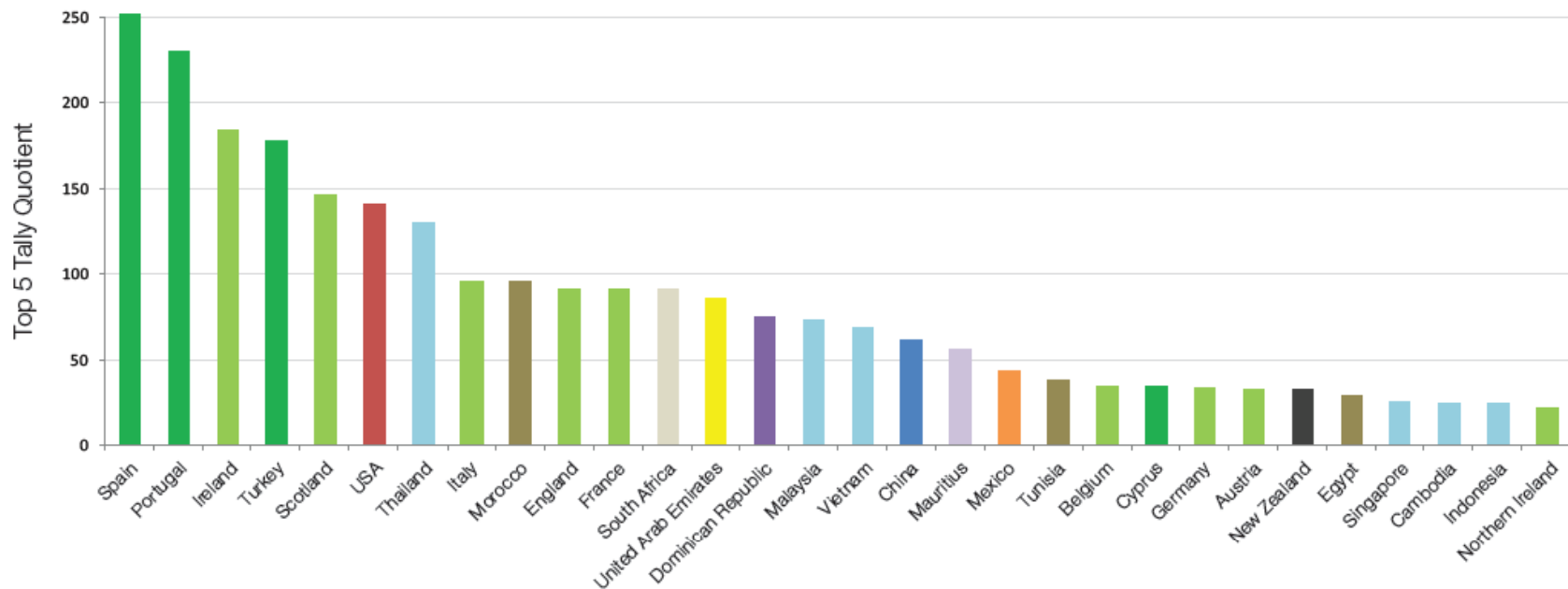
IAGTO – L'andamento dei tour operators specializzati nel golf (2014)

- Sono affiliati alla IAGTO **550 T.O.** specializzati nel golf in **62 paesi** del mondo
- I T.O. IAGTO **controllano oggi più dell'85 %** delle vendite globali di pacchetti vacanza legati al golf
- Le **vendite** dei T.O. affiliati alla IAGTO, nel 2012, sono **cresciute in media dell'11,1 %** in tutto il mondo (in Europa: +10,1%)
- I T.O. IAGTO hanno portato in viaggio oltre **1,6 milioni di golfisti** vendendo vacanze golf per una cifra superiore a **2 miliardi di dollari**
- In Europa i T.O. IAGTO hanno riportato la tendenza all'aumento di **soggiorni golfistici più brevi** (5 notti al posto di 7 notti), eccetto che per la clientela dei pensionati scandinavi, che richiedono soggiorni più lunghi per far fronte al periodo invernale

Fonte dati: IAGTO Golf Tourism Report 2014

IAGTO – L'andamento dei tour operators (2013)

Fig 8: Relative Importance of Golf Destinations to Golf Tour Operators in 2012



Fonte dati: IAGTO Golf Tourism Report 2013

Il turismo del golf – Trend al 2020

NUOVI TARGET, SEGMENTI E MERCATI

1. I golf club diventeranno **più *family e women friendly***
2. Accanto ai tradizionali campi da 18 buche, aumenteranno quelli da **6 e 9 buche**
3. Il golf trarrà beneficio dall'essere associato ai **giocatori più giovani**
4. Il nuovo Tiger Woods sarà un **giovane giocatore asiatico** (sponsor TV)
5. Tra l'attrezzatura e l'abbigliamento da golf si faranno spazio **marchi asiatici**

NUOVE TECNOLOGIE APPLICATE AL GOLF

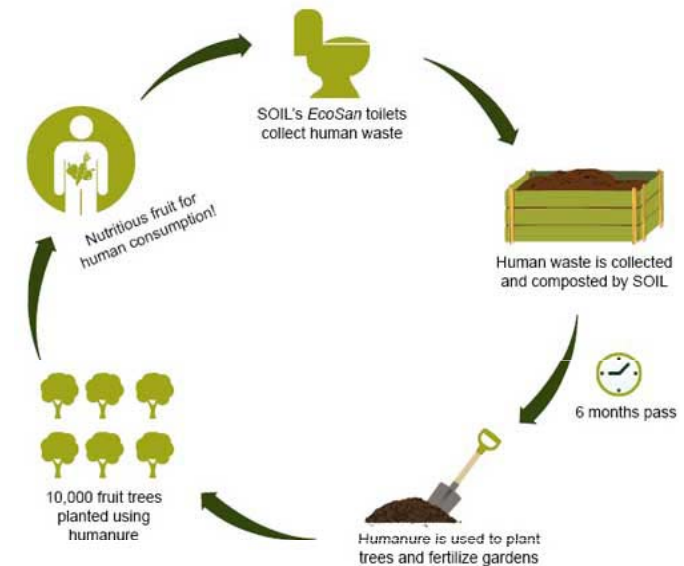
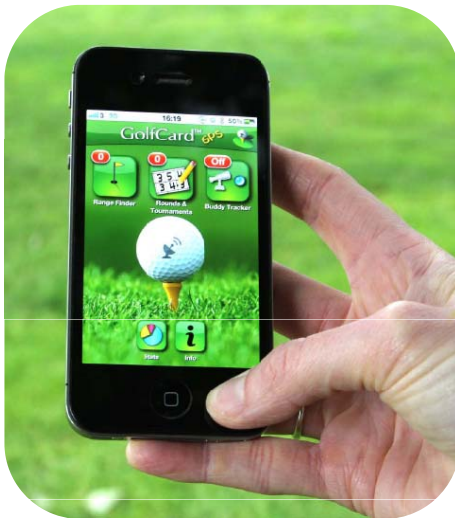
1. Forte crescita dei giochi di **simulazione**
2. I giocatori diventeranno golfisti (e non viceversa): ambienti di **gioco social e video games** orientati alla famiglia incoraggeranno la gente ad avvicinarsi allo sport
3. Le **app** di smartphone e tablet orienteranno i golfisti alla scelta migliore
4. **Sensori** nell'attrezzatura e sui campi aiuteranno a facilitare il gioco



Il turismo del golf – Trend al 2020

SOSTENIBILITA' E ACCESSIBILITA'

- Il golf diventerà un esempio di eccellenza per la gestione delle acque, la conservazione e la biodiversità
- I primi campi da golf 'carbon positive' sono già stati inaugurati
- Il golf sarà più accessibile



Fonte dati: HSBC Report 2020 'The Future of Golf', 2012