

SGUARDO AL FUTURO

03041

03041

VITTORIA Made in Italy

CHIUSA LA RYDER CUP, È TEMPO DI TIRARE LE SOMME DI UN SUCCESSO STORICO E PER NULLA SCONTATO CHE HA PORTATO L'ITALIA GOLFISTICA AL CENTRO DEL MONDO. MA È ANCHE IL MOMENTO DI CAPIRE COME SFRUTTARE AL MEGLIO QUESTO TRIONFO PER PERMETTERE AL NOSTRO SETTORE IL DEFINITIVO E TANTO ATTESO SALTO DI QUALITÀ

a cura della redazione

FRANCO CHIMENTI

PRESIDENTE DELLA FEDERAZIONE ITALIANA GOLF

"È stato un evento epico, memorabile. Non mi sbagliavo: in quasi cento anni di storia, questa si è dimostrata la Ryder Cup più bella di sempre, grazie a un pubblico emozionante e una città, Roma, unica al mondo. Ha vinto l'Europa unita. E un grande contributo lo hanno fornito anche i due vicecapitani italiani: Francesco ed Edoardo Molinari. È un successo non solo personale, ma di tutto il Paese. Uno spot per lo sport italiano."

ANTONIO TAJANI

VICEPREMIER E MINISTRO DEGLI ESTERI

"Orgogliosi del grande successo di Roma e del sistema Italia!"

ANDREA ABODI

MINISTRO ALLO SPORT

"Lo sport unisce, e quindi aiuta. Abbiamo però spesso sottovalutato il tema del turismo sportivo. A questo proposito corre in nostro aiuto l'esempio offerto dalla Ryder Cup la quale ha

portato al golf un indotto di circa 1 miliardo e 600 milioni di telespettatori. Tutta gente che magari non sa nemmeno dov'è il nostro Paese e ha sempre avuto un'idea distorta di quello che siamo noi italiani. Bene, con questo successo certamente li abbiamo sorpresi mostrando un'altra immagine dell'Italia preservandone il decoro, la bellezza e il valore che meritiamo."

GIOVANNI MALAGÒ

PRESIDENTE DEL CONI

"Questo è lo spot migliore che potevamo fare

UNA RYDER STORICA

Da destra, Giovanni Malagò, Alberto di Monaco, Franco Chimenti, Lavinia Biagiotti e Gian Paolo Montali allo stand FIG al Marco Simone



per le nostre future candidature e ovviamente per quelle già in essere. Questo successo porta ancora più credibilità al nostro Paese e alla nostra capacità di rendere i più importanti eventi sportivi unici e indimenticabili. In pochissimi, un ristrettissimo gruppo di pazzi visionari e sognatori credevano nella realizzazione della Ryder Cup in Italia poi, man mano, la realtà ha superato la fantasia e si è arrivati a questo risultato senza precedenti. Far capire l'importanza di una manifestazione del genere a chi del golf non sa nulla è forse stata la scommessa vinta più significativa".

.....
GUY KINNINGS
EXECUTIVE DIRECTOR
DELLA RYDER CUP

"La Ryder Cup ha ancora una volta sottolineato il fascino globale che non conosce confini.

Quest'anno è stata resa ancora più speciale dalla sua cornice, la città di Roma, e dai numeri emersi che rendono questa edizione la migliore degli ultimi anni e sono la testimonianza del meraviglioso intrattenimento fornito dalle due squadre in campo e dal lavoro di tutti coloro che hanno operato dietro le quinte".

.....
DANIELA SANTANCHÉ
MINISTRO DEL TURISMO

"Un'occasione unica e preziosa sia per Roma che per l'intera Nazione. In particolare, a beneficiarne è stato il settore turistico. Basti pensare alle oltre 70mila camere prenotate, agli oltre 250 mila biglietti venduti in 89 Paesi, e al miliardo di indotto previsto. Numeri che testimoniano quanto il connubio tra sport e turismo sia strategico e vincente".

ROBERTO GUALTIERI
SINDACO DI ROMA

"I numeri sono da capogiro: 620 milioni di telespettatori in più di 190 paesi, oltre 270mila presenze in città, 100 mila passaggi in tre giorni sulla metro B di Roma.

Questa incredibile Ryder Cup è stata una grande opportunità per promuovere la cultura e la bellezza della Capitale, ma anche e soprattutto un eccezionale volano per l'economia cittadina. Grazie a tutti coloro che hanno lavorato duramente per rendere possibile questo evento, dai vertici istituzionali, sportivi, locali coinvolti a tutte le lavoratrici e i lavoratori di questa colossale organizzazione.

Continueremo a lavorare per fare di Roma una capitale di grandi eventi che stupiscono il mondo".

Cosa fare adesso

MARIA AMELIA LOLLI GHETTI
VICEPRESIDENTE VICARIO FIG
E PRESIDENTE GOLF CLUB MARGARA

Finalmente con la Ryder Cup i turisti e tour operator hanno capito che l'Italia è una destinazione turistica golfistica. E questo è fondamentale perché non essendoci molti tesserati abbiamo assoluto bisogno di visitatori stranieri, fonte fondamentale per il bilancio del golf. Non abbiamo mai registrato una così alta affluenza di turisti provenienti da ogni parte del mondo. Ora però, la sfida più grande sono gli italiani e convincerli a provare il golf. Abbiamo di recente creato una commissione composta da membri del consiglio federale e presidenti dei comitati regionali con l'obiettivo di aiutare i circoli ad avere nuovi tesserati e neofiti.

.....
CARLO BORGHI
PRESIDENTE COMITATO
REGIONALE FIG LOMBARDIA

Nel corso degli anni è stato provato di tutto ma il problema è che i circoli italiani per storia, territorio, statuto, posizione geografica sono troppo diversi gli uni dagli altri ed è quindi sbagliato generalizzare e trovare una formula che vada bene per tutti. A mio avviso bisogna investire sui giovani e portarli a giocare a golf. I singoli circoli dovrebbero omaggiare i ragazzi della quota associativa o, arrivati ai 14 anni, far pagare loro una cifra irrisoria e farli crescere. Se porti dentro un giovane, di conseguenza avrai quasi sicuramente anche i genitori ed è così che si aumentano i soci e tesserati.

MARCO FRANZIA
PRESIDENTE COMITATO
REGIONALE FIG PIEMONTE

Il lavoro da portare avanti si divide essenzialmente in due parti: trovare nuovi golfisti e sviluppare il turismo legato al nostro sport. Per il secondo punto, con la Ryder Cup è stato creato lo spot più importante ora però tocca ai singoli circoli promuovere le proprie attività. Sul primo punto, ci abbiamo provato in tutte le forme per trovare iniziative sul territorio per allargare la fascia golfisti. A luglio è stato firmato un protocollo di intesa con il Ministro dell'Istruzione per ampliare il Progetto Scuola e far sì che il golf diventi oggetto di studio nei diversi istituti e sport da scegliere tra le discipline didattiche. Il bacino da cui attingere è ampio anche se il vero problema che sta alla base dell'Italia è che siamo un Paese calcio-centrico e far capire che anche il golf è uno sport ed è abbordabile a tutte le tasche non è facile da far digerire.

.....
STEFANO FRIGERI
PRESIDENTE COMITATO
REGIONALE FIG EMILIA ROMAGNA

Quel che è certo è che d'ora in avanti dobbiamo tutti rimboccarci le maniche per sfruttare questo successo e per farlo, dobbiamo lavorare tutti insieme. Il Comitato Regionale Emilia Romagna ha presentato alcuni progetti per la riqualificazione di aree abbandonate come parchi e zone verdi vicino alle grandi città (Bologna e Modena), prendendo spunto da Vigatto a Parma. L'obiettivo

vo è creare strutture smart come campi pratica e pitching green, che possano attrarre nuovi appassionati, senza barriere all'entrata. Fondamentale poi puntare sui giovani con il Progetto Scuola che dovrà necessariamente prendere finalmente piede ed essere aiutati direttamente dai docenti di educazione fisica e far capire loro i benefici che questo sport può apportare a livello medico-sportivo.

.....
DAVIDE LANTOS
PRESIDENTE ASSOCIAZIONE
ITALIANA TECNICI DI GOLF

La Ryder Cup ha mostrato al mondo un volto del tutto inaspettato del nostro Paese dal punto di vista della destinazione golfista. Non possiamo però dimenticare che soffriamo una penuria assoluta di golfisti nostrani. A mio avviso, quindi, la FIG dovrebbe cercare di convincere le amministrazioni pubbliche a creare almeno un circolo promozionale (tre o sei buche) per provincia, accessibile a tutti, a prezzi molto bassi e senza le "barriere" all'ingresso che invece si percepiscono in molti golf club. I circoli, a loro volta, dovranno invece aprirsi in maniera reale, cercando di concedere le proprie strutture a iniziative federali di sviluppo del golf.

.....
ASCANIO PACELLI
PRESIDENTE PGAI E CLUB MANAGER
GOLF CLUB TERRE DEI CONSOLI

La Ryder Cup è stata qualcosa di inaspettato, erano tutti pronti a puntare il dito invece il suc-

cesso generale è andato oltre le aspettative. Ora, attirata l'attenzione degli italiani bisogna agire nel concreto e iniziare a spiegare con un linguaggio semplice come funziona il golf e qual è il percorso da fare per chi desiderasse iniziare. Ecco, quindi, che i golf club devono diventare delle hub dove coinvolgere chi vi transita per la prima volta con attività collaterali e lì, farli provare a giocare. Per i giovani invece c'è un problema alla base che sono i genitori con le loro difficoltà nell'organizzazione quotidiana delle attività sportive. Quindi bisognerebbe creare una rete di aiuti e di trasporti che li facilitino nella gestione dei ragazzi.

.....

PIETRO APICELLA
PRESIDENTE CHERVÒ
HOTEL SPA & RESORT SAN VIGILIO

È sbagliato pensare che la Ryder possa incrementare il numero di golfisti e tesserati italiani. Al contrario, è stata ed è uno splendido fermo immagine su un'Italia che gioca a golf. Con questa manifestazione ci siamo fatti conoscere e ora anche gli americani sanno che nel nostro Paese ci sono bellissime realtà nella quali poter fare 18 buche. Al Chervò San Vigilio abbiamo avuto un incremento pazzesco negli ultimi mesi, a settembre e ottobre il 98% degli ingressi sono stati stranieri. I circoli però devo aprirsi e permettere ai turisti di giocare anche nel weekend. Una via di mezzo tra circolo provato e turistico non porta a nulla se non lamentele e costi inutili. La domanda ora è: i circoli sono pronti ad accogliere i turisti e offrire loro tutte i servizi e strutture adeguati alle loro richieste?

.....

ALBERTO BERETTA
PRESIDENTE CIRCOLO GOLF
VILLA D'ESTE

Villa d'Este da un paio d'anni ha deciso di investire sulla qualità più che sulla quantità e per questo abbiamo incrementato volutamente i green fee del 40% senza perdere la nostra clientela estera che per lo più arriva dal centro Europa e Stati Uniti. Siamo un circolo vicino a Como, meta molto gettonata, e all'aeroporto di Malpensa quindi i flussi turistici ci sono. Resta comunque difficile mettersi in competizione con realtà come la Spagna, l'Irlanda e l'Inghilterra, che propongono tantissimi percorsi di alto livello e a poca distanza gli uni dagli altri. Con i sei circoli della provincia di Como oltre a Lecco, Barlassina e il Golf dei Laghi, abbiamo aderito alla "Destinazione Como Lake", un nuovo consorzio creato per unire le forze e attirare sempre più turisti possibili.

.....

GIANLUIGI ORECCHIONI
DIRETTORE BOGOGNO GOLF RESORT

La Ryer ha portato un crescente interesse verso l'Italia come meta turistica, ora diversi tour ope-

rator da ogni parte del mondo, India, Messico, Nuova Zelanda solo per dirne alcuni, vogliono lavorare con noi. Il problema è avere facilities e servizi di altissimo livello adatti alle richieste di una clientela sempre più esigente. Noi di Bogogno cerchiamo di proporci come destinazione golfistica del Lago Maggiore e quindi proporre un pacchetto che comprenda la nostra realtà insieme a Castelconturbia, Des lles Borromées e Varese. Un'importante novità è la partnership che con Rita D'Adamo, Ceo di Golf Resort Agency a Roma così da allargare il bacino e avere una clientela che dalla Capitale si sposti poi da noi creando pacchetti viaggio ad hoc che comprendano golf e turismo oltre che una hostess dedicata che li accompagni e li assista in tutte le necessità che si possono riscontrare.

.....

MARIA PAOLA CASATI
PROFESSIONISTA
MONTECCHIA GOLF ACADEMY

PlayGolf54 by Montecchia Group comprende al suo interno i circoli della Montecchia, di Frassanelle, di Galzignano Terme e quello di Albarella. Da anni siamo attenti e orientati al turismo offrendo servizi e attività di livello in base alle diverse richieste. Credo fortemente che per cavalcare l'onda mediatica che ci ha regalato la Ryder Cup, soprattutto a livello di visibilità, si debba prendere spunto da altri Paesi e dalle loro iniziative, come Visit Scotland o Visit Ireland, e intraprendendo così attività coordinate a livello Italia. Bisogna comunicare le bellezze e i valori del nostro Paese a livello golfistico e turistico, partendo dalla collaborazione reciproca tra circoli.



OTTAVIO COPPOLA

DIRETTORE ARGENTARIO GOLF CLUB

La Ryder ha fatto capire che in Italia si gioca a golf in contesti unici, quindi è importante proporre un'offerta sempre più completa. Ecco, quindi, che all'Argentario abbiamo creato il pacchetto "Golf in Tuscany" che coniuga golf e lifestyle. Alloggiando all'Argentario Resort si può così visitare Roma e giocare al Marco Simone, spostandosi poi nel cuore della Toscana e dei suoi borghi medievali e fare 18 buche a La Bagnaia. Rispetto allo scorso anno abbiamo registrato il 40% dei green in più tra settembre e ottobre, segno dell'importanza mediatica della Ryder. È importante avere sempre servizi di altissimo livello che comprendano non solo il golf ma attività collaterali come la vela, la bici elettrica o corsi di cucina e visite guidate nei caseifici vicini alla nostra struttura.

ANGELO CORI

DIRETTORE CIRCOLO DEL GOLF ROMA ACQUASANTA

L'effetto Ryder Cup ha portato essenzialmente due aspetti positivi: il primo è ovviamente il numero di green fee registrati, noi abbiamo fatto un quinto dell'intera stagione, e poi l'interesse verso il golf. Si è iniziato a parlare di più di questo sport e la gente si è mostrata interessata volendo provare a giocare soprattutto tra i bambini e genitori.

CORRADO GRAGLIA

DIRETTORE GOLF CLUB OLGIATA

Da settembre a ottobre abbiamo fatto 2.000 green fee (70% stranieri e 30% italiani), ma questo non basta. Occorre lavorare sulla cura nell'avvicinamento al golf e generale entusiasmo per questo sport. Per noi la Ryder ha stimolato la curiosità

delle persone, ora bisogna raccogliere i frutti di questo successo anche grazie al passaparola. Un ulteriore problema è l'età anagrafica dei golfisti italiani, la maggior parte dei tesserati sono super senior e senior (il 65% è over 50). I circoli italiani debbano lavorare sull'equilibrare e aumentare il numero dei propri soci, che poi è il core business della maggior parte dei golf club italiani.

MONICA COSENZA

DIRETTORE SAN DOMENICO GOLF

L'effetto Ryder Cup è arrivato anche in Puglia. Al San Domenico da settembre a ottobre abbiamo registrato 400 green fee in più rispetto alla stagione scorsa, segno che il turismo golfistico si muove, è attivo ed è lì che i circoli devono prendere linfa vitale. Abbiamo notato che gli stranieri, soprattutto americani e inglesi, hanno approfittato della Ryder per girarsi l'Italia quindi da Roma si sono spostati in Costiera Amalfitana e sono arrivati da noi. Bisogna quindi lavorare sulla promozione dei campi e delle bellezze offerte dal nostro paese attraverso le fiere e il passaparola.

DONATO DI PONZIANO

GOLF DEVELOPMENT MANAGER VERDURA RESORT

L'edizione di quest'anno è stata la più bella a cui ho assistito, dopo le cinque edizioni nel board. L'Italia d'ora in avanti avrà l'obiettivo di cavalcare l'onda di questo evento planetario facendo capire alla politica e alle amministrazioni locali l'importanza di investire nel golf come volano per il turismo. La struttura del Verdura Resort continuerà ad essere un punto di riferimento in Italia come prodotto golfistico da far conoscere all'estero. Il nostro obiettivo sarà quello di intercettare il mercato americano, che finalmente ha iniziato a conoscere l'Italia come meta golfistica.

LOLA GEERTS

PRESIDENTE U.S. KIDS GOLF ITALY

L'effetto Ryder deve essere sfruttato il più possibile ma per cavalcare questo successo c'è un lavoro profondo che parte dallo sviluppo delle strutture ricettive e, in particolare, dei circoli e delle Academy dedicate ai più piccoli. C'è un vuoto tra i piccolini che iniziano con la U.S. Kids e la fascia di ragazzi che poi prosegue nel proprio percorso golfistico. Per far questo credo si debba lavorare maggiormente nelle scuole e far divertire i bambini senza l'ossessione dell'handicap di gioco, del ranking e delle classifiche. Prima bisogna appassionare allo sport e creare attività ludiche, poi crearli intorno tutte le strutture e le possibilità perché questo possa essere il suo futuro.

