



# Sinergie preziose

Dopo Montecchia, Paolo Casati ha acquisito una quota importante a Frassanelle, con l'obiettivo di...

di Fulvio Golob

**N**el corso del 2013, Paolo Casati, detentore della quota di maggioranza del Golf della Montecchia, ha acquisito anche una quota rilevante del club di Frassanelle, altro circolo padovano. Una sinergia importante quella venutasi così a creare fra due golf club distanti appena una dozzina di chilometri, che hanno mantenuto le proprie identità ma stanno lavorando insieme. Paolo Casati, che inoltre è anche vice presidente della Federgolf, ha idee molto chiare sul futuro delle due strutture e su come dovranno agire in perfetta sintonia.

“Stiamo già mettendo in comune molti aspetti della gestione, dal marketing alla cura del verde e dei principali servizi – dice Casati. – In questo modo è possibile ottenere reali risparmi che in momenti difficili come quelli che stiamo attraversando permettono di non perdere posizioni in fatto di qualità. E anche i soci dimostrano di apprezzare il nuovo assetto dei due circoli”.

**Per loro cosa è cambiato?**

Direi che se è cambiato qualcosa, può essere solo in meglio. Hanno interessanti agevolazioni e stanno accogliendo con favore i cambiamenti. Ad esempio un socio di Montecchia può giocare a Frassanelle pagando solo 15 euro, che diventano 25 se succede il contrario. Sono green fee lontani dai prezzi standard. In più, quando Frassanelle ha chiuso per un paio di settimane, tutti i suoi soci hanno avuto la bella opportunità di continuare a giocare sulle buche di Montecchia.

**Quanti sono i soci dei due circoli?**

Un buon numero, per fortuna in leggero aumento, che ci consente di lavorare bene e di fare anche interventi concreti, integrando le due strutture. A partire dalle macchine per la lavorazione dei campi, che devono sempre essere aggiornate per consentire risparmi in termini economici e di tempo. In questo momento, a fronte di entrate che non crescono o addirittura scendono, la crisi rischia davvero di mettere in ginocchio chi non riesce a controllare i costi. Tutti ci auguriamo che finalmente passi, ma non si può restare fermi sperando di cavarsela senza danni.



***E la politica di abbassare i prezzi a ogni stagione?***

Spesso, seguendola senza alternative, gli amministratori dei golf club sbagliano. Non ha senso cercare di portar via golfisti agli altri circoli per un pugno di euro. Noi siamo riusciti, dal 2011, a creare un notevole numero di nuovi giocatori e oggi abbiamo un gruppo importante di giovani, quasi un centinaio, a dimostrazione che la strada scelta – quella di miglioramento dell'offerta – è senz'altro giusta per mantenere prezzi utili a un buon bilancio.

***Il vostro intervento sul tappeto erboso a Montecchia fa parlare molto di sé. Che risultati sta dando?***

È uno dei punti cruciali del nostro nuovo corso. L'utilizzo di Bermuda Patriot su tutti e tre i percorsi ci ha portato grandi benefici, sia in termini di contenimento costi che di giocabilità. Ora diamo acqua una volta a settimana e in giugno, luglio e agosto Montecchia è comunque in condizioni perfette. Lo stesso discorso vale per l'importante riduzione di sostanze chimiche, positivo sia sul fronte dell'inquinamento sia su quello economico. Siamo stati invitati addirittura in Azerbaigian a parlare dei risultati ottenuti con questa assenza.

***Ripeterete l'esperienza anche a Frassanelle?***

Certo. Abbiamo già deciso le tempistiche. Nel 2014 effettueremo il cambio di essenza sulle prime nove, mentre le seconde saranno sistemate l'anno prossimo. In entrambe le occasioni il disagio sarà ridotto a soli due mesi, perché il sistema di conversione a Bermuda Patriot è ormai ben collaudato. E i soci del circolo avranno sempre a disposizione Montecchia per le loro giocate. Si tratta di una svolta ecologica molto importante per Frassanelle e il club ne trarrà grandi benefici.

***Su cosa puntate per il futuro?***

L'obiettivo è offrire servizi di alta qualità, senza appesantire le quote dei soci. Per migliorare i bilanci dobbiamo applicare al meglio le sinergie e puntare sul turismo. Anche a livello internazionale stiamo incontrando sempre meno golfisti "raffinati", ma un numero crescente di giocatori che guardano con attenzione alle cifre da pagare e ai servizi offerti quando operano le proprie scelte. Inoltre è fondamentale andare a cercare nuovi golfisti che possono arrivare dalla Cina, dalla Corea e da aree lontane. È quello che, già parecchi anni fa, è stato l'obiettivo di Dubai e degli Emirati Arabi.

***Avete quello che serve per attirare il turismo golfistico?***

L'Italia rappresenta un richiamo notevole e il miglioramento di strutture e servizi nei nostri golf club può permetterci di arrivare a standard riconosciuti normalmente anche all'estero. Montecchia fa già parte dei Leading Golf of Europe, gruppo d'eccellenza in cui si può entrare solo dopo aver superato test severi. Certo, per farlo bisogna investire, ma con la concreta speranza di rientrare dalle spese con soddisfazione per i risultati ottenuti. Il golf è a tutti gli effetti un prodotto, che bisogna saper realizzare e vendere.



Nelle foto, la magnifica clubhouse di Montecchia e la buca 15 di Frassanelle, un bellissimo par 3