

AFACERILE LA IARBĂ VERDE

Discret dar sigur, afacerile legate de golf încep să prindă contur și în România, iar numărul celor interesați să investească în domeniu este în creștere

DE CRISTINA ALEXANDRU

PATRICK FOSSETT A CĂLCAT prima dată pe iarba românească în urmă cu trei ani. De profesie inginer, venise să-i dea o mână de ajutor unui prieten care lucra la un proiect de infrastructură în Suceava. În vizita sa în țară nu a descoperit însă doar vinurile moldovenești, ci și câteva oportunități de afaceri. Jucător de golf de peste 40 de ani, membru al Royal & Ancient Golf Club din St. Andrews (autoritatea mondială în domeniu) și proaspăt fondator al unei companii cu activitate legată de acest sport, Patrick s-a gândit că nu ar fi rău să își extindă firma în România. Mai ales că în timpul șederii sale aici a aflat că nu există nici un teren de golf la standarde profesionale (suprafață de cel puțin 60 de hectare, 6.000 de metri lungime și 18 greenuri), dar că pe terenurile care sunt deja în țară, numărul jucătorilor este în creștere.

Așa că în toamna lui 2003 a inaugurat în România o filială a companiei sale, Leico Golf, pe care o înființase în Luxemburg cu doar câteva luni mai devreme, în același an. Subsidiara din România, Vertaria, urma să investească în lansarea unui teren de golf, dar și să ofere celorlalți operatori din domeniu servicii de design peisagistic sau de cultivare și întreținere a gazonului. Patrick Fossett nu este singurul cetățean străin

interesat de investiții în domeniul golfului în România. Acum câțiva ani, un irlandez a amenajat un driving range (pistă de antrenament) în zona de nord a capitalei. Între timp însă, terenul a fost închis. Dar nu pentru că afacerea nu mergea bine, ci din cauza unor probleme personale ale investitorului. Ba chiar, jucătorii de golf din București s-au întristat la auzul vestii că nu mai au un teren special, în aer liber, unde să lovească un coș de mingi. O altă investiție în domeniu, Clubul de golf „Lac de Verde” din Breaza, are la bază tot un grup de irlandezi. Iar alți câțiva investitori din afara țării vor să lanseze și ei minicomplexe turistice construite în jurul unui teren de golf, așa cum este exemplul clubului din Breaza. „Suntem în discuții cu cinci-șase parteneri de afaceri care vor să lanseze terenuri de golf în România, în perioada următoare”, spune Fossett.

În țară există acum patru terenuri de golf - la Clubul Diplomaților din București (6 greenuri), în Breaza la „Lac de Verde” (9 greenuri), în Pianu de Jos, județul Alba Iulia (9 greenuri) și în Recaș, lângă orașul Timișoara (9 greenuri). Sunt însă planificate a fi lansate, în perioada următoare, cel

puțin încă trei terenuri - câte unul în București, Brașov și Constanța, fiecare de câte 18 greenuri. Numai în zona orașului Constanța există patru proiecte de astfel de terenuri. Iar proprietarii terenurilor existente deja în țară vor să le extindă și ei la 18 greenuri. Unul dintre motive este că, în

acest moment, lupta între investitori se dă pentru obținerea titlului de „primul teren din țară amenajat la standarde profesionale - 18 greenuri pe 60 de hectare”. Statut care, evident, i-ar atrage mai ușor pe jucători. Efectul pozitiv al unei imagini de calitate a terenului a fost vizibil în cazul Clubului de golf „Lac de Verde” care, chiar dacă are doar 9 greenuri, a reușit să fie un

motor care să pună în mișcare segmentul golfului în țară. În acest caz, a contat însă și faptul că investiția nu s-a limitat doar la amenajarea terenului de golf, ci s-a extins și prin construirea de facilități de cazare, organizarea de evenimente și posibilitatea de a practica și alte sporturi precum tenisul sau echiata. Modelul de dezvoltare a afacerii din Breaza este unul asemănător cu cel al cluburilor din afara țării. Asta pentru că operatorii terenurilor de golf nu obțin profit doar din taxele anuale plătite de

Cel puțin trei noi terenuri de golf vor fi lansate în curând în țară



INVESTITOR
Patrick Fossett
vrea să își
lanseze propriul
teren de golf
în țară

jucătorii membri ai clubului sau din taxele de joc („greenfee”) plătite de jucătorii din afara clubului. O parte importantă din câștig este generată de organizarea de turnee de golf sau de găzduirea de evenimente în casa clubului – conferințe, petreceri. De exemplu, evenimentele organizate pe iarba terenului de golf din cadrul Clubului Diplomaților din București au o tradiție de zeci de ani.

TURNEELE DE GOLF CUCERESC GAZONUL

OPORTUNITĂȚILE DE AFACERI legate de concursurile de golf nu au fost văzute doar de proprietarii de terenuri. În urmă cu patru ani, Mircea Dragomir lansa pe piața locală prima revistă dedicată acestui sport – „Golf Club” – și, câteva luni mai târziu, prima companie specializată în organizarea de turnee de golf, Fairway Events. Și, dacă în 2002 el trebuia să le explice directorilor de firme avantajele pe care le obțin dacă au propriul concurs, anul acesta companiile au cerut singure să aibă propriul turneu. Așa că, în 2006, Fairway va organiza trei turnee marcă proprie și alte câteva concursuri de tip corporat, sub sigla diverselor companii. „Marile firme sunt interesate să aibă propriul turneu, pentru că obțin vizibilitate în rândul potențialilor clienți și câștigă la nivel de imagine. Este o modalitate foarte bună de poziționare a mărcii”, spune Dragomir. Pentru organizarea unui concurs, firmele plătesc între 10.000 de euro și 200.000 de euro, în funcție de numărul de jucători implicați, de numărul de zile în care se desfășoară competiția, de valoarea premiilor etc. Este vorba de nume precum Banca Transilvania, Volvo sau Carlsberg. Turneele sunt însă pentru jucătorii amatori, nu pentru profesioniști, tocmai pentru că nu avem încă un teren de 18 greenuri.

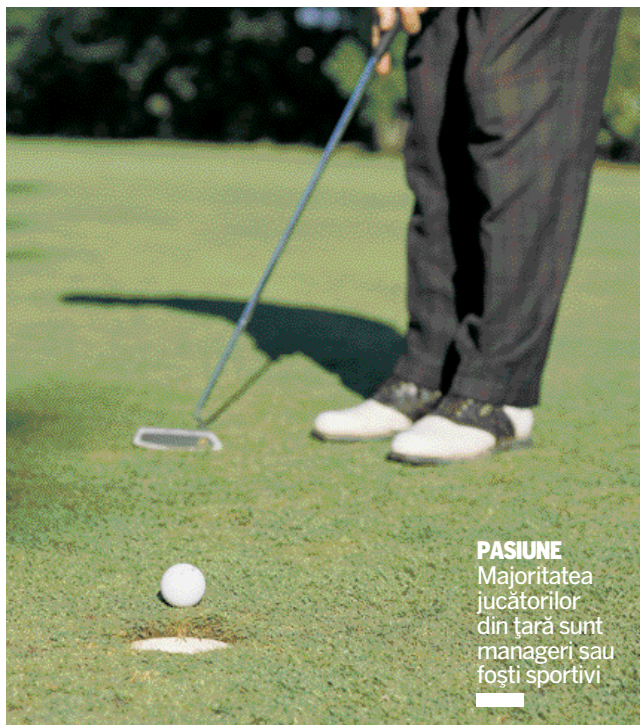
Directorul Fairway Events mai are și alte idei de afaceri pe care urmează să le lanseze anul acesta. Este vorba de organizarea unui concurs de golf pe gheață, în timpul iernii, și de inaugurarea în marile orașe din țară a câtorva școli de instructaj în golf, dedicate tinerilor.

Acum, majoritatea jucătorilor de golf din România sunt directori de companii, ambasadori, cetățeni străini sau foști sportivi. Investitorii vor însă să îi atragă și pe tineri, pentru că ei vor crea baza de jucători în anii următori. Acesta este motivul pentru care la Clubul „Lac de Verde” există cursuri gratuite de golf pentru zeci de copii din Breaza, sau pentru care Dan Tite, proprietarul terenului din Recaș, inaugurat în urmă cu o lună, și, la

rândul său jucător de golf de aproape 20 de ani, spune că îi are în target și pe tineri.

Conform datelor oferite de Federația Română de Golf, în acest moment există în jur de 500 de jucători de golf în țară și, până la sfârșitul acestui an, se estimează că li se vor mai adăuga încă 100 de pasionați ai acestui sport. Cifrele nu par impresionate, dar cei care au afaceri în domeniu spun că, în perioada următoare, domeniul va înregistra o creștere explozivă. Explicația este dată de faptul că lansarea noilor terenuri de golf îi va atrage și pe cei care doreau să practice acest sport, dar care până acum nu aveau un club în apropiere. Iar în acel moment, o altă afacere va începe să se dezvolte puternic – vânzarea de echipament de golf. Acum există deja câteva magazine specializate în țară, dar vânzările lor nu sunt strălucite. Asta și pentru că elementele, precum croșele, pot fi folosite ani buni, iar jucătorii români își cumpără echipamentul din străinătate, unde prețul este mai mic.

Dacă potențialul afacerilor legate de acest sport este atât de mare, de ce Patrick Fossett nu joacă încă golf pe propriul teren în România? Vertaria a cumpărat deja în țară câteva parcele de teren dar, după cum spune el, „deocamdată nu au fost atinși toți parametrii pentru lansarea investiției”. Care este problema? Prețul ridicat al terenurilor din țară crește sumele necesare amenajării unui teren de



PASIUNE
Majoritatea jucătorilor din țară sunt manageri sau foști sportivi

golf și prelungeste perioada de recuperare a investiției. De exemplu, la un preț de 10 euro pe mp, cât costă un teren într-o zonă ferită de aglomerație, dar în apropiere de un mare oraș, numai achiziția lotului necesar de 60 de hectare ar însemna 6 milioane de euro. Bani la care se adaugă valoarea lucrărilor de amenajare, de cel puțin 2 milioane de euro. Lucrările de amenajare pot ajunge însă și la 4 – 6 milioane de euro, în funcție de tipul de teren. Asta pentru că un teren de golf trebuie să aibă și obstacole naturale precum dealuri, lacuri, gropi de nisip sau păduri.

Loturile din zonele colinare au șanse mai mari să aibă deja prezente astfel de suprafețe. În schimb, dacă este vorba de un teren într-o zonă de câmpie, obstacolele trebuie să fie create. Iar săparea de lacuri, plantarea a sute de copaci și ridicarea de dealuri artificiale costă. Tocmai de aceea, din cele patru terenuri de golf care există acum în țară, trei au fost lansate în zone de deal sau munte.

Nivelul ridicat al investiției nu îi sperie însă pe cei care văd viitorul afacerilor legate de golf în România. Chiar dacă, după cum glumește Fossett, abia al treilea proprietar al unui teren de golf reușește să obțină profit. „Primul se îndatorează băncii pentru a face rost de banii necesari investiției, dar nu poate returna creditul, pentru că nu are profit. Al doilea proprietar este banca, dar aceasta nu știe să gestioneze terenul. Abia al treilea investitor, care cumpără terenul de la bancă, reușește să câștige bani”, zâmbește Fossett. ■

“**Multe firme sunt interesate să aibă propriul turneu de golf, pentru că obțin vizibilitate în rândul clienților**”

—Mircea Dragomir,
organizator de turnee de golf