

La nuova era 2.0

Di cosa stiamo parlando? Ma sempre di Golf ovviamente, di quel gioco nato in Scozia nel 1400 e che ad oggi annovera circa 60 milioni di praticanti, **golfisti e non**. Fino a qualche anno fa il gioco della pallina in buca si era difeso dal **peggiore marketing** per l'evoluzione dell'essere umano, cioè quello che si propone di... **“studiare cosa vogliono le persone e darglielo”**, ma la pochezza del capitalismo passato, non ha dimostrato di portare a casa un bilancio decente e si è dovuto arrendere alle nuove regole del Golf World Business, abbandonando le usanze del R&A, e modellando il Golf in modo da renderlo più vendibile.

Nel rispetto della terminologia moderna (quella Hi-Tech), è già stato definito Golf 2.0, e se non è più una novità il fatto di giocare con buche molto più grandi dell'attuale standard, e se non sono più novità nemmeno il fatto che è possibile giocare in campi indefinitivamente corti e per solo 6 buche, non saranno sicuramente una sorpresa i bilanci 2.0

Questa operazione farà molto bene alle aziende che producono “utensili” per il Golf “Out Of The Box” come è stato definito dallo stesso Jack Nicklaus, guarda caso uno dei maggiori produttori proprio di questi utensili.

Ebbene sì, molti campi costruiti da questi grandi campioni sono pieni di erba ma poveri di giocatori, si trovano davanti a resort dalle suite sfitte, distruggono tutto nel rispetto del verde.

E questi grandi giocatori cosa fanno? promuovono golf low-cost ovunque escluso nei loro campi, nei quali i green-fee costano centinaia di euro.

Insomma, grandi golfisti-architetti-businessman, stanno dicendo da qualche anno che il futuro è l'esatto contrario di quello che hanno fatto per decenni, che però stanno facendo ancora oggi e che ancora oggi stanno firmando (contratti) per continuare a farlo pure domani.

La verità è che il momento di svolta sarà durante le Olimpiadi del 2016 in cui il Golf sarà sotto gli occhi di tutti, e tutti sembrano indiscriminatamente pronti a spendere migliaia di euro per dotare la propria struttura (anche un fast food) di almeno un green artificiale per rimanere al passo coi tempi ed offrire ai propri clienti l'opportunità di giocare a Golf!!!

Speriamo che questi nuovi golfisti comprino un sacco di panini, prima che tutto si riveli per quello che è veramente, una sfida persa in partenza che farà bene solo ai numeri, sempre crescenti, delle federazioni nazionali.



www.golfway.biz/management.php

Ottobre 2012