



NICCHIA • era un'attività praticata da una ristretta élite: ora si apre al consumo

Il golf diventa di moda

Lo sport attrae un numero crescente di appassionati trascinato da testimonial e sponsor. E fa tendenza

EMANUELE SACERDOTE

Forse non è tutto merito di Tiger Woods - il numero uno al mondo - se il golf sta ottenendo il consenso e il favore di una fascia di pubblico sempre più ampia. Ma probabilmente è lo sviluppo naturale di una pratica sportiva che, al pari di altri paesi (Usa e Giappone) dove ha trovato diffusione di massa, sta evolvendo.

Il golf, come disciplina sportiva, ha tutte le caratteristiche per poter divenire

uno sport praticato da un numero crescente di persone, in particolare da un target più giovane di quello attuale, in quanto riesce a mescolare le componenti agonistiche e tecniche con un ambiente rilassante e piacevole.

Il target. Eldrick Woods, detto Tiger è l'artefice della svolta. Uomo di colore, 24 anni d'età e uno sponsor del calibro di Nike, Tiger Woods è l'esempio di un radicale riposizionamento dello sport: tutto merito

più

- ◉ Disponibilità e accesso
- ◉ Target di consumo
- ◉ Sport in crescita

meno

- ◉ Reperibilità dei prodotti

della sua determinazione e del suo coraggio. Un contributo è venuto poi dalla riduzione dei costi (attrezzature, accessori, campi ecc.), ancora elevati, ma non più così proibitivi come una volta.

Le prerogative essenziali dell'abbigliamento da golf sono da sempre l'eleganza, la praticità e quell'eccentricità "classica" fatta di colori vivaci, tessuti tartan, fantasie.

La produzione.

Da qualche tempo assistiamo a due eventi interessanti che evidenziano quanto il fenomeno golf stia prendendo piede.

- Le griffe della moda hanno iniziato a dedicare parte delle loro collezioni al mondo del golf, studiando talvolta linee dedicate ad hoc.

- Alcune marche sponsorizzano giocatori e tornei. Prevale un orientamento più di "massa". I brand tendono ad accreditarsi in qualità di fornitori ufficiali: il che si traduce in un mag-

Dove si vende e come si comunica

DISTRIBUZIONE Gli articoli sono trattati da due reti:

- negozi specialistici, attrezzati in abbigliamento e accessori per il golf;
- negozi sportivi e/o di abbigliamento che hanno in assortimento questi capi. Da notare che le catene specializzate di articoli sportivi (Decathlon) si stanno interessando al golf, offrendo in più prezzi molto competitivi.

E-COMMERCE Esistono siti specifici dove è possibile ordinare e acquistare attrezzature (mazze, palline) e abbigliamento: www.brooksfeldgolf.com; www.golfing.it; www.igogolf.com; www.internetstyle.it; www.golf.com; www.golfitalia.com.

COMUNICAZIONE Non esiste un mezzo di comunicazione specifico. A questo scopo suppliscono le sponsorizzazioni di campioni e di tornei.

TENDENZE

- Trasferimento di alcuni capi da golf, di moda sul green (per colori, modelli), nell'abbigliamento legato maggiormente al tempo libero.
- Un consistente ampliamento dell'offerta di abbigliamento ad hoc per il golf e quindi anche della distribuzione.

Fonte: elaborazione dell'autore

© MARK UP

Le marche e i riferimenti dello stile

GOLF

FootJoy	Scarpe classiche da green in pelle bicolore.
Kasko, Cabretta, Supreme	Produttori specializzati nella lavorazione dei guanti.
Nike, Mizuno, Adidas	La specializzazione acquisita nelle calzature sportive ha orientato la loro attenzione nella produzione e promozione delle scarpe da golf. Lo sforzo maggiore sta nel modificare lo stile ringiovanendo la scarpa e ampliando la gamma.
Rolex, 3M, Omega, Conte of Florence	Sponsor di iniziative sportive e fornitori del relativo merchandising ufficiale per tornei e gare.

ABBIGLIAMENTO

Brooksfeld Golf, Armani Golf, Hugo Boss Golf	Le griffe dell'abbigliamento hanno dedicato collezioni specifiche alla pratica dell'attività sportiva.
Dockers	Ha introdotto in collezione un pantalone per i golfisti: taglio ergonomico, pince sul ginocchio, tasche sagomate per contenere il "tee".
Lacoste, Chervò, Conte of Florence, Husky, Ralph Lauren, Luciano Barbera	Sono alcune tra le marche più note che hanno utilizzato il contesto del golf per promuovere i loro prodotti.

Fonte: elaborazione dell'autore © MARK UP

Dal green al tempo libero (il posizionamento di mercato)



Fonte: elaborazione dell'autore © MARK UP

tutta quella carica di fantasia e creatività di cui il golf è portavoce. Ma per ottenere questo risultato bisognerà puntare su un capo di abbigliamento differenziante, capace di far riconoscere fan e appassionati del golf anche fuori dai campi di gioco.

Le aziende che producono già casual wear saranno

quelle che potranno vantare sulla carta le maggiori chance e probabilità di successo: il loro tipo di abbigliamento è quello più affine al golf per caratteristiche di comfort, praticità e stile, legato al tempo libero.

L'abbigliamento da golf assumerà un ruolo fondamentale nell'affermazione della pratica sportiva per altri target. Dovrà quindi rispettare da un lato i canoni richiesti dal galateo del green, ma dovrà apportare

gior supporto dei media.

