



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

COMITÉ COMERCIAL CAMPO DE GOLF



INDICE

	Páginas
FITUR	269
WORLD OF GOLF DE ZURICH	269
GOLF WORLD PRAGUE	269
SALON DU GOLF	271
SCOTTISH GOLF SHOW	272
RHEIN GOLF	273
OPEN DE ESPAÑA	276
BMW ITALIAN OPEN	276
JORNADAS CHINA, TAIWAN Y JAPON	277
OPEN DE FRANCIA	278
BRITISH OPEN MASCULINO	279
SCANDINAVIAN MASTERS	280
IRISH OPEN	282
LADIES BRITISH OPEN	282
CAMPEONATO DE PROFESIONALES FEMENINO "FINNAIR MASTERS"	283
FINNAIR MASTERS TALI GOLF CLUB	284
OPEN OMEGA	285
KLM OPEN	286
PARTICIPACION FGA-TURISMO ESPAÑOL	287
IGTM	288
MADRID GOLF	289



ASISTENCIA A FERIAS

FITUR (20 al 24 Enero-MADRID)

Un año más Turismo Andaluz nos cedió un espacio dentro del Área Temática de Deporte. Para tal fin se contrató una azafata para atenderlo. Hubo una gran afluencia de público, por lo que se repartió todo el material que se había enviado. Fueron muchos los jugadores de golf de Madrid que se acercaron pidiendo la Guía de la RFGA de este año en curso.

WORLD OF GOLF DE ZURICH (28 al 31 de Enero)

Asistimos con un mostrador contratado a la Organización, fueron Juan José Gómez-Raggio y Sonia Hernández quienes se responsabilizaron de atenderlo.

Este año hemos contado con colaboradores de los campos de golf de Cádiz.

Es difícil estimar el número exacto de asistentes a la World of Golf, ya que se celebra conjuntamente con la Fespo. La respuesta de los visitantes que se acercaron al mostrador del Comité Comercial fue muy positiva, interesándose en líneas generales por los Campos de Golf de Andalucía, llegando a repartir todo el material que llevamos.

GOLF WORLD PRAGUE (04 al 07 de febrero)

La Real Federación Andaluza de Golf ha participado, con stand propio, a Golf World Praga que se celebra conjuntamente con la más establecida feria de turismo general Holiday World. La feria se ha celebrado del 4 al 7 de Febrero 2010. La zona asignada al golf se ubicaba en el primer pabellón justo a la entrada principal.

Los primeros días de Golf World Prague han sido para los profesionales mientras que el fin de semana el acceso a la feria fue para el público en general. La contratación de una azafata checa ha resultado indispensable para comunicar con el público que en su mayoría habla solamente checo. El costo de la entrada diaria ha sido de 140 coronas que equivalen a unos 6 euros.

En los cuatro días de feria, el número de asistentes, según la organización, superó los 36000 sin pero saber exactamente cuantos de ellos eran golfistas. El único dato indicativo puede ser el número de guías, aproximadamente 600, que la Federación Andaluza de Golf ha entregado a personas interesadas en los campos de golf de Andalucía. Todas las guías de la Federación como también todo el material promocional de los campos de golf se han entregado antes del cierre de la feria el último día.

En la republica Checa hay más de diez millones de habitantes y cada año unos 450.000 viajan a España para sus vacaciones. En el segmento de golf, este país ya cuenta con aproximadamente 150 profesionales de golf que, sobretodo, dedican su tiempo a la enseñanza. El golf en la Republica Checa está en claro aumento. En tan solo tres años pasan a tener de 50 a 85 campos de golf. Hoy en día, la Federación cuenta con aproximadamente 50.000 jugadores registrados, mientras tenían tan solo 32000 en 2006 y la Federación



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Checa pretende alcanzar el número de 100.000 federados para el 2012, cosa que parece realmente improbable. Confirmando la intención de promocionar el golf en este país, se ha celebrado, ya el año pasado, el Czech Open en el Prosper Golf Resort de Celadna. Por lo visto el acuerdo es para diez años con 2.000.000€ en premios.

Aunque nuestras ofertas de paquetes de golf son interesantes, el precio sigue siendo el factor más importante a la hora de elegir un destino. Según el tour operador Golf Planet, Turquía se lleva un 75% de los golfistas que viajan al extranjero. Turquía ofrece el todo incluido, en una zona (Anatolia) con 16 campos de golf y unos cuantos hoteles de lujo, a unos precios muy competitivos. Golf Planet ofrece por € 1200 el vuelo, transfers, hotel, golf, comida y bebida para siete noches. Todavía nos queda mucho trabajo que hacer en este mercado.

A pesar de ser un evento prácticamente dirigido a la captación del cliente individual, también se hicieron contactos con los siguientes tour operadores y agencias de viajes:

BCD Travel – Daniel Valchovnik
daniel.valchovnik@bcdtravel.cz
www.bcdtravel.cz

Orbis – Jirita Gabrielova
caorbis@email.cz
www.caorbis.infohelp.cz

Ideatour – Lenka Sedova
ideatour@ideatour.cz
www.ideatour.cz

Golf Planet – Michal Krecek
michal@golfplanet.cz
www.golfplanet.cz
www.luxurygolf.cz

Artis 3000 – Leos Kopecký
golf@artis3000.com
www.artis3000.com
Delfin Travel – Tomas Hubka
info@delfintravel.cz
www.delfintravel.cz

Snail Travel International a.s. – Kristina Kralova
kristina@snailtravel.cz
www.snailtravel.cz

Unitravel Group – Martina Vachelova
martina@unitravelgroup.cz
www.unitravelgroup.cz

Prazdninovy Klub – Alonso Melero
alonso@pke.cz
www.pke.cz



Marco Polacci



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Ital Viaggi – Hugo Tichy
hugo@ital.cz
www.ital.cz

SALON DU GOLF (20 al 22 Marzo-PARIS)

Hemos asistido por primera vez a esta feria, junto a Turismo Andaluz, en su stand. Ignacio Iturbe ha sido el encargado de representar a la Federación.

Ha tenido un primer día muy bueno, de gran asistencia (según la organización 10.000), creemos que un poco exagerado, pero bien podían haber entrado 6 o 7.000, que es una gran asistencia, y sobre todo por la cantidad de información que retiraron. A pesar de estar en uno de los pasillos laterales de la feria y de tener delante a los vecinos marroquíes y detrás a los turcos con mejor posición y sobre todo diseño del stand (como se aprecia en la fotografía).

El segundo día, Domingo, nos extrañó encontrar menos público que el día anterior (8 o 9.000) según la organización pero podía ser la mitad, pero coincidió con las votaciones regionales de Francia y pienso que tal vez esto restó. Con todo y con eso se trabajó correctamente.

El lunes (día de profesionales), fue, curiosamente el mejor de los tres, quedándonos sin material a media mañana (tanto las 5 cajas en francés como las 120 cartucheras). Pero en cuanto a touroperadores no eran tal y como en otras ferias (tal vez por estar ellos en stands propios), pero sí se pasaron grupos profesionales tipo colegios (médicos, abogados, etc) que sí solicitaban dicha información.

En ésta feria coincidimos, Amelia García por parte de Turismo Andaluz, Begoña Salas y Vanessa Fernández por Patronato de Turismo, Marco Polacci, Eva Guerrero Hotel Elba, y servidor de ustedes. A esto Turismo Andaluz tenía contratada una chica que trabajó en la OET como ayuda para el Domingo y Lunes, con lo cual hubo personal más que suficiente para cubrir dicho evento.

Manifestamos a director de la feria, nuestro descontento por la mala posición que nos habían adjudicado argumentando que se mejoraría el año próximo con más tiempo para decidirlo. A pesar de todo se repartió todo el material uno a uno, ya que al ver el interés del público asistente decidí no hacer bolsas con los distintos folletos y guías para que dieran más de sí.

Me sorprendió el interés de los asistentes por nuestra Andalucía en general, porque desde parejas que se interesaron por Sevilla, la costa de Huelva, algunos por zona de Cádiz y Almería, y sobre todo la Costa del Sol (así se lo hice saber a Ana Gómez ayer cuando coincidí con ella). Y sobre todo apostar por mercados como éste que a pesar de no ser tan importantes por la cuota de mercado, sí van creciendo poco a poco, su interés por nosotros. De ahí que crea que debemos continuarlos en futuras ediciones.

Hubo algunos periodistas que los dirigí directamente a ponerse en contacto con la RFAG por medio de la Web. Así como un miembro de la Federación Francesa de Golf.

Un señor que quería presentar su obras (artista) www.golfenprive.com también se pondrá en contacto con nosotros vía mail. Por lo que pueden llegar algunos correos de



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

distintos destinatarios del Salón.

Visité algunos profesionales como Formigolf, Golffy, Greens du monde, y Fairways-Mag pidiéndoles que nos enviaran por medio de la guía sus inquietudes o intereses. El amigo Nicolai Andersen, que trabajaba en la tour operación, se presentó con la casa Garia (www.garia.com) especializada en coches de golf de alta gama, personalizados y con calidades muy particulares (por si alguien está interesado).

SCOTTISH GOLF SHOW (26 al 28 Marzo-GLASGOW)

Quinto año de esta feria relacionada al juego y turismo de golf que se ha celebrado los dos primeros años en Edimburgo. Los organizadores han estimado necesario, visto el éxito creciente de esta feria, encontrar un sitio más grande y con mejor infraestructura escogiendo el SECC de Glasgow.

El Scottish Golf Show tiene un carácter muy específico, por lo que los visitantes son aficionados al golf y buscan las novedades que se puedan presentar tanto en los diferentes destinos turísticos como en material deportivo y ropa entre otros. El número oficial de visitantes, según la organización, ha sido de 17500 para los tres días. El precio del billete de entrada para el día era de 12 Libras Esterlinas.

Escocia es uno de los mercados históricamente más interesantes para nuestro destino. País con 5.5 millones de habitantes que pero cuenta con 660.000 golfistas registrados y mas de 550 campos de golf. Escocia es el país con más campos de golf por capita del mundo. Claramente se trata de un mercado con muchos golfistas acostumbrados a viajar en el cual hay que insistir con nuestra promoción.



El publico, en general, ha mostrado buen conocimiento de nuestro destino y hace bien esperar de cara al futuro el gran interés que han mostrado para Andalucía y la Costa del Sol. Muchos visitantes han indicado que tienen su propia vivienda en Andalucía, cosa que puede beneficiar a los campos de golf pero no tanto a los hoteles. Es cierto que la crisis está afectando el volumen de turistas hacia nuestro destino pero en general hay claras indicaciones de un recupero vinculado pero a productos con buena relación calidad/precio. En este momento la relación calidad/precio sigue teniendo su importancia y el precio es el único mecanismo a nuestro alcance para convencer los turistas a volver a viajar hacia nuestro destino.



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Todo el material gráfico ha sido entregado directamente a personas interesadas y por el interés demostrado se espera que se puedan recibir peticiones directas en las próximas semanas.

Aunque la feria era de carácter público y nuestra promoción dirigida a la captación de clientes directos, se realizaron contactos con algunos tour operadores de golf.

RHEINGOLF (26 al 28 Marzo-COLONIA)

Tal y como estaba previsto en nuestro Plan de Acción para el 2010, el Comité comercial de la RFGA ha participado en la RheinGolf de Colonia. Acontecimiento considerado como una de las ferias públicas internacionales de golf más importantes que se celebran en este país. Holandeses y algunos belgas por su cercanía se acercan igualmente a este evento.

Creo que es el octavo año consecutivo que asistimos a esta feria de golf la cual ha sido según los exponentes y su director Michael Jacoby bastante buena.

El total de visitantes fue de 21.700 personas durante los tres días de feria, muy similar al número de visitas de los años anteriores aunque nos parece que estas cifras son acordes con lo que nosotros y otros expositores notamos.

Aunque creemos que el excesivo precio de entrada de 20,00 € por persona, el buen tiempo y las fechas (Semana Santa) frenó una asistencia más elevada. Otros años se ha organizado esta feria en la primera semana de marzo. Por lo tanto los visitantes a la feria son jugadores individuales y profesionales con interés en jugar a golf.



Ándrés Sánchez y Joaquín López Auletia

Rheingolf es una feria en la cual la mayoría de los expositores son empresas vinculadas con material deportivo, inmobiliarias, hoteles, campos de golf y muy pocos tour operadores. Este año se confirmaron 51 stands de 24 diferentes países.

La mayoría de los interesados conocían bastante bien nuestra zona, sobre todo la de Sancti Petri, Costa de la Luz (mejor precio paquete completo) y cada vez más la Costa de Huelva.

No observamos una tan negativa imagen como la de hace años en la cual casi todos los interesados se quejaban de los altos precios de green fee. Sí que se han quejado del mal tiempo durante sus vacaciones de invierno en Andalucía.



PARTICIPACIÓN DE RFGA

- Participantes en el stand de la RFGA:

- Real Federación Andaluza de Golf
- Almenara Golf
- Golf Novo Sancti Petri
- Villanueva Golf
- Costa Ballena

- Ubicación del Stand

No tan buena ubicación dentro del recinto de exposición, situado en la segunda calle del pasillo central haciendo esquina, lo cual no ha propiciado un mayor número de visitantes ya que no era muy visible.

- Material promocional

El material enviado para la ocasión: Guías de Golf con pendrive y sin pen drive y material comercial de otros 8 campos de golf.

No salió todo el material de golf, las guías de golf con pendrive fueron un éxito (todas se entregaron) y de las 10 cajas de guías sin pendrive quedaron aproximadamente 1 caja y media sin repartir.

Del material de los campos de golf sobraron bastante por la gran cantidad de unidades que algunos envían.

*** Número de visitantes**

Segun la organizadora unos 21.700 visitantes aunque a todos nosotros nos pareció bastante menos. El pasillo principal es cada año más ancho y bastantes espacios de stands estaban cerrados.

En el 2005 informaron de 22.000 visitantes aunque recuerdo que la ocupación en la feria era mucho más alta.

Un hecho curioso es que apenas entraron niños, otros años invitaron a colegios enteros para incentivar a los jóvenes a practicar el golf. Quizás las fechas festivas con colegios en vacaciones.

*** Perfil de los visitantes**

El público que ha visitado esta feria es de nivel económico alto. El 90% de los visitantes a nuestro stand no sólo conoce nuestro destino sino que lo ha visitado en más de una ocasión. Por tratarse de golfistas, tanto aficionados como profesionales, las zonas que más conocen son Costa del Sol, Costa de la Luz Cádiz y Huelva (zonas en las que se concentran la mayoría de los campos de golf de Andalucía).

Se trata de un turista experimentado, que sabe muy bien lo que quiere y pide una información muy específica.



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Además se trata de un turista que viaja durante todo el año, principalmente de Septiembre a Mayo (desestacionalizando la demanda). Se aloja en hoteles de 4-5 estrellas y muchos de ellos poseen una segunda residencia en Andalucía.

Desde Alemania hay conexiones aéreas con Andalucía, tanto en líneas regulares como de bajo coste, se encuentran vuelos directos a Málaga y Sevilla aunque se ha reducido la intensidad de vuelos y cada vez más están pasando por Mallorca. Asimismo muchos vuelan a Faro (Portugal) y se desplazan a la Costa de la Luz-Huelva.

Nuestro mayor competidor en golf para el mercado alemán es Turquía por su calidad de hoteles y campos de golf en Belek.

También la crisis mundial ha trastocado el planteamiento de los alemanes en forma de menos días de vacaciones y menor consumo.

Cabe destacar que Alemania está intentando organizar la Ryder Cup 2018 (al igual que Madrid) por tanto es un país muy aficionado a este deporte y en que hay que seguir promocionando nuestro destino como un gran destino de golf.

***Contactos profesionales**

No todos los TTOO especializados en Golf de Alemania están presentes como expositores en nueva edición de RheinGolf. Con algunos de ellos tuvimos ocasión de reunirnos y tenderles nuestra mano para apoyarles en la comercialización de nuestro destino, tanto enviándoles material informativo (a DerTour se le entregaron 30 ejemplares de guías de la RFGA, se pondrán en contacto para pedir más) para sus clientes como imágenes para sus web.

Destacar que todos ellos tienen Andalucía en sus catálogos y sus páginas web y en general todos intentan de vendernos aunque nos informan de lo difícil que está el mercado turístico.

Contactos realizados:

- Olimar.
- Drive Golfreisen
- ProGolfReisen
- MasterGolfTours
- Golf Sunreizen (Holanda)

CONCLUSIÓN

En general estuvo la feria de golf regular, el mercado alemán es un cliente con un poder adquisitivo elevado y con ganas de disfrutar sus vacaciones. Según ellos están saliendo de la crisis mundial por lo cual es un mercado que pronto recuperaremos.

El concepto de stand tal como lo estamos organizando en estos momentos es un poco obsoleto, pudimos constatar de que los visitantes se interesan en visitar los stands que hacen música en vivo, dan de beber o tienen un jamón para degustar. Son más interactivos (¿se dice así?), hacen que participen, se entusiasmen y se interesen por el destino.



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Deberíamos cambiar los posters sin actividad por pantallas con imágenes y música, más luz, más circo que es lo que atrae en estos momentos. El típico "sándwich man" con sus carteles en ambos lados del cuerpo gritando por megafonía sus productos.... El turismo desea ser entretenido, ver imágenes multicolores, ser conquistado nuevamente. No es válida la técnica de pensar que el cliente vendrá con unos folletos de información y por el buen clima, hay que ir por él, ofrecerle distracción.

Un buen ejemplo es Mallorca.

Desplegaron unas iniciativas tremendas, stand con shipping green en forma de la isla "Chip on Mallorca), sorteos de vacaciones, invitados importantes dando seminarios,..... Han creado una tarjeta "Mallorca GolfCard" con descuentos y una revista sobre los 23 campos que existen en esta isla.

OPEN DE ESPAÑA (28 abril al 2 mayo-SEVILLA)

El evento tuvo lugar en el Real Club de Golf de Sevilla durante las fechas arriba mencionadas. Vaya nuestro agradecimiento a la RFEG quien cedió el espacio gratuitamente a las Federaciones Territoriales al igual que en años anteriores. Cabe destacar que la única Federación presente además de la nuestra fue la Federación Riojana con un total de tres campos. La situación del stand era muy buena, puesto que las carpas estaban emplazadas en un lugar de paso y junto al tablero marcador de resultados y el puesto expendedor de comidas y bebidas. En esta ocasión atendió el evento Fernando Aspuru del Comité Comercial de Campos, quien nos informa que aunque el material enviado tanto por los Campos así como las guías de la RFAG salieron en su totalidad. Para el domingo a las 13:00 horas apenas quedaba un poco. Cabe destacar la gran aceptación y demanda de nuestra guía de Campos y como anécdota decir que me acerqué al stand de la RFEG a por una guía de campos de España y me dijeron que no tenían y me dieron una tarjeta con la Web de la Federación Española.

Estuvieron en el stand de visita nuestro Presidente Ángel de la Riva, Vicepresidente Javier Aldecoa y Jaime Bosch, Presidente del Comité Comercial. Aunque hubo concurrencia de público durante los cuatro días de competición, los dos últimos fueron los de mayor asistencia a pesar de que coincidía con el Gran Premio de Motos de Jerez. Éxito sin duda de nuestra participación en el evento y éxito también de nuestro golfista Gaditano Álvaro Quirós, quien se hizo con el triunfo final de la versión 2010 del Open de España de Golf.

BMW ITALIAN OPEN (5 al 9 mayo-TURIN)

Este torneo de golf es el más importante de Italia. Se ha vuelto a celebrar este año en el Royal Park I Roveri de Turín. El BMW Italian Open no atrae los jugadores más importantes del mundo pero si algunos de los mas importantes de Europa y tiene una gran tradición iniciada con el primer torneo en el 1925. El público golfista de esta zona acude para ver también a los varios jugadores Italianos que juegan este torneo. Además este año debutaba como profesional la joven promesa Matteo Manassero. Según la organización, el número de visitantes a lo largo de los cuatro días del torneo y el día del Pro-Am han sido aproximadamente 21000. Lamentablemente el mal tiempo ha reducido el número de espectadores que se preveían. La entrada era gratuita.

En la zona del "Villaggio Commerciale" La Real Federación Andaluza de Golf tenía



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

un stand conjuntamente con Turismo Andaluz. También estaba presente Cataluña con su propio stand.

El golf en Italia para muchos años ha sido solo para los más ricos pero ahora, afortunadamente, los precios más asequibles permiten a más personas acercarse a este deporte aunque el país necesita instalaciones públicas para finalmente conseguir que este deporte sea popular. Todavía, en general, este mercado para nosotros sigue siendo un mercado medio alto. Italia ya cuenta con más de 100.000 federados y tienen 360 clubes de golf de los cuales la mayoría en el norte del país.



Muchos de los que se acercaron al stand conocían muy bien nuestro destino habiendo ya estado allí en varias ocasiones. En general han manifestado un interés en viajar hacia nuestro destino pidiendo paquetes de golf e información sobre los campos de golf de las distintas zonas de Andalucía.

Todo el material gráfico, tanto las guías como el material de los campos de golf, ha sido entregado directamente a personas interesadas agotándose ya el domingo a primera hora de la tarde. Por el interés demostrado se espera un incremento de golfistas italianos que viajen hacia Andalucía en un próximo futuro.

Aunque esta acción era de carácter público y nuestra promoción dirigida a la captación de clientes directos, contactamos con un tour operador de golf que a su vez era expositor: Golftours (Luciano Pandolfini).

JORNADAS DE PROMOCION TURISTICA DE ANDALUCIA EN KOREA Y JAPON (16 al 22 mayo-HONG KONG, TAIPEI, TOKIO)

La Real Federación Andaluza de Golf a través del Comité Comercial de Campos ha participado en las Jornadas Técnicas que ha desarrollado la Consejería de Comercio, Turismo y Deportes, con su empresa pública Turismo Andaluz, en el plan de colaboración ya presentado el pasado año, con la asistencia en representación de esta Federación de Juan José Gómez-Raggio.

Las Jornadas en Seúl, tuvieron lugar en el Hotel Lotte, con la entrega del material promocional remitido, Guías de Campos de Golf con CDs, junto a otro material como bolígrafos, pines, etc. Se interesaron bastante por el golf en Andalucía, teniendo una gran participación, realizándose consultas relativas a como se puede concertar salidas y ofertas posibles.

Las Jornadas en Sapporo, en el Hotel Keio, donde se retiró por parte de los asistentes el material desplazado, y al efecto se adjunta contactos realizados.



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

En Tokio las Jornadas tuvieron lugar en el Ogasawara Hakushakutei, donde muchos de los asistentes se interesaron por la presentación de Andalucía como destino, si bien dado el número de asistentes, el material desplazado fue retirado en su totalidad por los participantes.

Las Jornadas finalizaron con un Torneo de Golf en el Tokio Yomuri Golf & Country Club, con una convivencia entre directores de agencias y empresas japonesas y los participantes desplazados a las Jornadas.

La estructura de cada jornada es la siguiente:

- Workshops
- Presentación de la Jornada
- Cena y espectáculo flamenco

Participantes, junto a Turismo Andaluz y esta Real Federación, por parte de los Patronatos solo el de la Costa del Sol, la Oficina Española de Turismo, la Cámara de Comercio de España en Taiwán y la Red de Paradores. El total aproximado de agentes fue de 350.

OPEN DE FRANCIA (01 al 04 julio, París)

Un año más nos damos cita para este Open de Francia 2010 en su 94 edición. De la misma manera que en los dos años anteriores volvemos a padecer una ola de calor insostenible, jueves y viernes, más de 35 grados, sábado lluvia, tormenta y rayos, suspendido el campeonato durante unas horas, y el domingo, última jornada, calor sofocante otra vez.

La participación, me refiero al número de espectadores, muy parecida a los años anteriores, en total 45.000 espectadores, de los cuales el último día de la final 17.000.

En la zona comercial, llamada "Des Arcades", prácticamente los mismos expositores de los últimos años, llamando la atención por su "montaje" el stand de EMIRATES que a su vez es patrocinador del circuito en la RUTA A DUBAI. Por lo que se ve estos países tienen unos presupuestos enormes ya que el despliegue que tienen es impresionante. Nuestro stand, como siempre, compartido con la Oficina Española de Turismo de París, en el mismo lugar que en años anteriores y con un apoyo "impresionante" por parte de ellos, hay que reconocer el apoyo que nos presta esa Oficina cada año, Roberto Fernández a la cabeza pasa 10 horas diarias en el stand, prácticamente sin moverse, además de venir dos personas cada día de la Oficina de París.

Hemos tenido muchos visitantes y se ha entregado la totalidad del material, tanto folletos, como artículos de regalo. En general hemos tratado con clientes individuales, muy interesados por los campos de golf de Andalucía, seguimos con el "San Benito" DE QUE SOMOS CAROS pero nos hemos encargado de desmentir esto y contar la realidad. Nos han visitado varios TTOO que trabajan con diferentes campos de nuestra región y no hemos tenido ningún comentario negativo.

Por último resaltar la victoria de nuestro querido compatriota Miguel Ángel Jiménez con una cuarta jornada de infarto y suspense con play off incluido y magníficamente ganada en el hoyo 73 con un putt sensacional.

Creo que desde el punto de vista de imagen, nuestra presencia en Francia es im-



portante, ya que somos de alguna manera “un clásico”.

BRITISH OPEN MASCULINO (13 al 18 julio, St. Andrew, Escocia)

La persona que se desplazó para cubrir el evento fué Francisco Javier Martín Mendoza.

EVENTOS

Miércoles 14, Torneo de Golf en campo de golf, Kittocks Golf Club: Se trata de un campo de golf muy cercano al pueblo de St Andrews, campo tipo Links muy recomendable para promociones, par 72, muy bien diseñado y con un buen mantenimiento, la casa club es muy acogedora, y un servicio de catering muy aceptable. Tienda muy completa. Vestuarios buenos con todos los servicios.

Al llegar a la Casa Club nos encontramos con TTOO de la zona, momentos en los que pudimos conversar con algunos de ellos durante un café y el reparto de picnic para el juego. La conversación más típica fue la pregunta de la crisis y cómo están los campos en Andalucía y si habíamos mejorado nuestros números durante el segundo trimestre. También se trató el tema del Volcán y la mala suerte con las lluvias de este invierno.

Se transmitió optimismo de cara a la nueva temporada y se insistió en que habíamos mejorado bastante en algunos puntos donde ellos suelen hacer hincapié como es el tema de los precios y la calidad en el servicio.

Si bien se pudieron mantener estas conversaciones más o menos profesionales, no es menos cierto que la actitud con la que ellos afrontan este evento es más bien desde un punto de vista recreativo.

El día fue bastante malo en lo climatológico y más de la mitad de los participantes decidieron no formar parte en la prueba.

El torneo finalizó a las 18:00 aproximadamente, momento en el que nos dirigimos al hotel Fairmont que está dentro del mismo complejo.

El Hotel Fairmont es totalmente nuevo con muy buen aspecto y por lo que podía apreciarse se trata de un hotel bastante caro. Muy recomendable para acciones promocionales en St Andrews. A 5 minutos de St Andrews en coche, no accesible a pie desde el pueblo.

A las 19:30 en la misma sala donde se hizo la cena situaron unas mesas para hacer un pequeño Workshop en el cual los TTOO no se implicaron demasiado. Destacar la presencia de Andrew Smtih de Your Golf Travel con el que guardamos la mayoría de los clubes grandes relaciones comerciales. Y que en principio fue el único con una predisposición positiva hacia el trabajo.

Media hora más tarde se hizo una pequeña presentación del destino de Andalucía y con ello comenzamos la cena.

La RFAG representada por Fco Javier compartió mesa con Gema Jurado y Antonio Martín Machuca de Turismo Andaluz, con MARCO POLACCI de Polacci Promotions, Barry



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Brown y Sra de Golf Leisure & Holidays y Peter Renton de Glencor Golf y Sra.

De la cena pocas conclusiones comerciales pudieron sacarse pues nuestros invitados no se mostraron en una actitud de trabajo.

Jueves 15, Open Británico, Carpa de hospitalidad. Fuimos citados a las 9:00 am horas y nuestros invitados hicieron acto de presencia durante el rato del desayuno, a las 11:00 marcharon a ver partidas del torneo y posteriormente a las 13 horas comenzó el almuerzo. El almuerzo fue bastante correcto y los comensales estuvimos bastante bien atendidos durante el mismo. Sin duda para si hay que hacer una acción de promoción se puede contar con el catering del Open pues nos dejarían en buen lugar ante cualquier anfitrión al que quisiéramos quedar bien.

Poco más tarde comenzaron marcharse a casa agradeciendo nuestra hospitalidad.

OPINION PERSONAL

Se trata de un evento que debe ser enfocado como un acto social en el que fomentar y mantener el contacto con nuestros clientes TTOO. Para de una manera informal mantener unas buenas relaciones comerciales e incluso de amistad, acercando de este modo nuestro destino a sus clientes, y tratando de mejorar la percepción que ellos tengan a través de conversaciones informales. Por lo que desde mi punto de vista, es necesario para futuras ediciones que acuda una persona abierta, con grandes conocimientos de inglés y golf.

Es un evento que para ampliar mercados o comenzar relaciones comerciales es bastante infructuoso.

SCANDINAVIAN MASTERS (22 al 25 de julio)

El Open Scandinavian Master, se celebró este año en el Club de Golf Bor Hof Slott, uno de los mas prestigiosos campos de Suecia, aproximadamente a unos 30 Km de Estocolmo. A pesar de que en este evento la asistencia de público ha sido siempre numerosa - mas de 100.000 espectadores -, este año la afluencia solo llegó a unos 65.000. La razón probablemente haya que buscarla en varias razones, la primera el precio de las entradas que fueron en opinión de todo el mundo muy caras, alrededor de 30€ Jueves y Viernes y algo mas de 40€ para el Fin de Semana, el mal tiempo que acompañó durante el evento pudo ser determinante y quizá la falta de jugadores de primera fila.

El Village estaba bastante separado del Club House, a pesar de ello la situación del Stand era muy buena. Como años anteriores se llevó una Bolsa de Palos Callaway para rifarla y tratar de coger nombres para una base de datos, que ya se ha puesto a disposición de los Campos y un Jamonero que estuvo durante los cuatro días ofreciéndolo al público, con idea de atraer el máximo de espectadores posible al Stand.

La bolsa se entregó el último día al ganador, en el mismo Stand, al coincidir que estaba en el campo.

A pesar de ser un evento prácticamente dirigido a la captación del cliente individual, también se hicieron contactos con los siguiente tour operadores:



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

REvent Golfresor
Elisabeth Viggeborn
Managing director
Köpmangatan 34
SE-831 30 Östersund
Suecia

Tel.: +46 63 431 63
Fax: +46 63 12 97 60
Email: elisabeth.v@revent.nu
Web: www.revent.nu

Gotia Travel Group
Mikael Erdtman
Södra Hamngatan 2
SE-404 26
Göteborg
Tel. +46 31 10 57 70
Mikael@gotiagolf.se
www.gotiagolf.se

Fairway Tours
Kim Holmer
Hjortespringparken 58
Heerlen
Dk-2730 Copenhagen
Denmark
info@fairwaytours.dk

Golf Tours
Peter Sellin
Sveavägen 135
SE-104 32
Stockholm
+46 8 587 086 00
info@golftours.se
www.golftours.se

Se repartió todo el material que se envió, que por parte del comité fueron concretamente, 400 Cartucheras con Guía y CD ROM, 700 guías individuales, así como diverso material de merchandising.
Igualmente se repartió todo el material que enviaron los Campos de Golf:

A pesar de la disminución de público en comparación con otros años, podemos decir que cumplimos con nuestro objetivo. Suecia sigue siendo uno de los países emisores de jugadores de golf mas importante de Europa, con mas de 500 Campos de golf y alrededor de 600.000 federados de golf.



IRISH OPEN GOLF (28 julio al 01 agosto, Killarney)

Entre los días 28 de Julio y 1 de Agosto tuvo lugar el torneo Irish Open de Golf, en el Killarney Golf Club, situado en la localidad de Killarney, en el condado de Kerry.

Se contabilizó un total de público asistente de 81.738 personas. 17.812 el jueves, 17.396 el viernes, 20.857 el sábado y 25.673 el domingo.

Estuvimos en el stand de Turespaña, dentro de módulo de Turismo Andaluz con dos mostradores, y Turismo de Cataluña con otro mostrador. La persona que nos representó fue Joaquín López Aulestia.

En esta edición se contó con un stand de iguales proporciones al del año pasado y una localización muy buena. Se dio salida a todo el material promocional y folletos durante la feria. Gracias al cambio de fechas, el tiempo acompañó durante la celebración del evento.

Los irlandeses muy interesados en Andalucía, el noventa por ciento la Costa del Sol y un poco la costa de Cádiz, el resto de provincias casi no las conocen, hemos explicado, sobre todo, Huelva y Almería, les preocupa que no hay buenas comunicaciones con estas dos provincias, se explica que Almería tiene aeropuerto y que la llegada a Huelva se puede entrar por Faro y Sevilla.

Los representantes de Turespaña y Turismo Andaluz han estado perfectos, muy profesionales, han colaborado con todo y muy bien, por otra parte han entregado mucho y muy buen merchandising, los visitantes estaban encantados con todos los regalos, nuestra Federación ha entregado todo el material, muy interesados en la guía de campos de golf, sobre todo con el USB.

Para terminar decir que el campo de golf presentaba unas condiciones maravillosas, un magnífico campo y que el ganador del Irish Open 2010 ha sido el inglés Fisher y el subcampeón el español Gonzalo Fernández Castaño. Los representantes andaluces un tanto discretos.

LADIES BRITISH OPEN (28 de julio al 01 de agosto, Southport)

En las fechas arriba indicadas, se celebró el Ladies British Open de este año. El campo elegido para el evento fue el Royal Birckdale, magnífico campo tipo Links situado en Southport, donde en varias ocasiones se ha jugado el British Open Masculino, por tanto escenario perfecto para una competición de Gran Slam en el Circuito Femenino de Golf. Merece destacar el hecho de que la organización fue perfecta en todos los sentidos, con un fácil acceso desde los parkings al recinto del evento y a las carpas. Mencionar también que Turismo Andaluz ha sido este año copatrocinador del evento junto a Ricoch, que es el sponsor principal.

Nuestra carpa de unos 30 metros cuadrados estaba perfectamente ubicada muy cerca del único acceso al público, por lo que necesariamente tenían que pasar por delante de la misma tanto para entrar como para salir. La afluencia de público fue muy alta y como siempre en el Ladies Open el público era de calidad. En esta ocasión el evento fue atendido por Gemma de Turismo Andaluz, Francisco Amorós del Patronato de Turismo de la Costa del Sol, Marco Pollacci de Pollacci Promotions, S.L. y Fernando Aspuru por parte de la Real



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Federación Andaluza de Golf, representando a todos los Campos de Golf de Andalucía. Se repartió todo el material promocional que envió la Federación y que consistía en 600 guías de campos, así como gorras, llaveros, pins, bolígrafos, caramelos, etc....Así mismo el material que trajeron los demás como folletos de campos de golf enviados vía Federación, salieron en su totalidad.

La afluencia de público fue la esperada, a pesar de que el viernes y el sábado llovió. El número de asistentes durante los cuatro días de competición superó los 35.000, y si no hubiera llovido, posiblemente hubiéramos superado los 40.000 visitantes muy fácilmente. Dado el éxito del evento, Turismo Andaluz está estudiando la posibilidad de incrementar su participación para la edición 2011.

El próximo año el evento tendrá lugar en Angus, Escocia, del 28 al 31 de Julio, en un campo también tipo Links denominado Carnoustie Links Golf Club, viejo conocido de todos puesto que también ha albergado el Open Masculino en varias ocasiones. Es un campo estrecho y de calles sinuosas con bunkers profundos y greens difíciles, donde el factor principal es el viento que de forma despiadada siempre sopla en Carnoustie. Que duda cabe que Carnoustie es el escenario perfecto para la próxima edición, y que pondrá a prueba la pericia y el buen arte en el juego de las mejores jugadoras del mundo.

CAMPEONATO PROFESIONAL FEMENINO "FINNAIR MASTERS" (27 al 29 agosto, Helsinki)

Compartimos stand con la Oficina Española de Turismo a cargo de Pascual Sarvisé y con la ayuda de Elisa Aro. Los dos muy buenos profesionales, además Elisa, aunque es finlandesa, habla un español perfecto. Además, estuvimos representando a la Federación Andaluza, Nina Nordeswan, trabajadora de Lauro Golf, y yo. Nina es finlandesa y habla también perfectamente español. Por otro lado, durante el sábado contamos con la presencia en el stand de Tapani Saarentola, profesional de Lauro Golf los seis meses de la temporada de invierno y de un campo finlandés, los seis meses de la temporada de verano, siendo además muy conocido entre el público golfista local.

Si bien no hubo una gran cantidad de visitantes, sí contamos, a mi juicio, con una gran calidad de los mismos. Todos golfistas, buenos conocedores del deporte, turistas de golf en el exterior de Finlandia casi todos, con un hándicap medio inferior a 18 (preguntábamos el hándicap y todos decían 6, 17, 9, etc.) Algunos Tour Operadores finlandeses, no muchos, y algún periodista. El nivel de asistencia de público fue algo superior al del Open Femenino celebrado en Flamingos este septiembre de 2.010, según una apreciación personal. Nos dieron también un listado de campo de golf de Helsinki y alrededores.

Tenemos la sensación de que el destino Costa del Sol es muy conocido y, por tanto, el golfista finlandés sería sensible a una publicidad y promoción directa. Además, la práctica totalidad de los consultados, hace viajes organizados por el profesional de su club y, por tanto, es el pro el que sugiere el destino, y la persona a la que debemos, los campos de golf y hoteles, contactar.

Hacemos una pequeña encuesta, muy sencilla, con campos andaluces que conoce, cosas que le gustan de Andalucía como destino golfista y cosas que le gustaría que mejorásemos. A modo de resumen, los resultados son los siguientes:



FINNAIR MASTERS TALI GOLF CLUB (28-30.08.2010)

Encuesta sobre Golf en Andalucía:

- La gran mayoría conoce el destino y ha jugado aquí antes (de ellos la mayoría en la Costa del Sol, solo algunos han jugado en Cádiz y Almería). Quienes no lo conocen están interesados en venir, y también conocer Cádiz, Huelva y en menor medida Almería (sorprende que vinculasen el destino Almería y Murcia como una única zona).

- Los campos que más se mencionó (de 23 campos): Mijas Golf, Lauro Golf, Miraflores y Cabopino.

- Positivo: Atención buena y simpatía al cliente en los campos. Precios en verano. Clima invernal. Infraestructura.

- Negativo: Precios en invierno, sólo de algunos campos. Calor en verano. Masificación en los últimos años, ya no hay tranquilidad (aunque esto tiende a desaparecer). Atención al cliente en otros negocios no de golf mala (comparaban positivamente el trato de hoteles y golf con el de otros servicios que consideraban malo). Algunos clubes tienen ambientes demasiado selectos y el jugador se siente incómodo (hablaron de snobismo).

En general lo que la mayoría dijo fue que los precios son demasiado altos. Sin embargo la inmensa mayoría declara estar preparado a pagar alrededor 50€ por partida en un campo con calidad media alta, siendo "precio alto" a partir de 60 euros. Algunos se quejaron de que no le ofrecen descuentos aunque jueguen una semana o más. Tengo la sensación de que aún piensan en la Costa del Golf de hace dos o tres años y no son conocedores de que hoy existen muchas más ofertas que antes.

En general les gusta la atención al cliente en los campos (salvo algunas excepciones) sin embargo, la atención al cliente de servicios que no son golf es peor, el ejemplo más típico son los taxis.

Hablando de precios, quiero señalar que el campo de golf de Tali, donde fue el Campeonato y otros campos de golf de la zona, tienen una calidad de mantenimiento muy alta y su precio al visitante es de 65 euros. Hablando con profesionales y jugadores, me confirman que los campos de golf del resto de los países nórdicos son de igual calidad. El campo de golf de Tali es el más prestigioso de Helsinki, con hasta una década de espera para ser socio y su precio estaría en la media baja de la Costa del Golf.

Hemos observado que en las ofertas publicadas en Golfdigest Finlandia para greenfees, los precios están en torno a los 37 - 45 euros. Los jugadores consultados entendían, en su mayoría, que el mantenimiento de un campo de golf es más complicado en el Sur de España que en Finlandia y afirmaron que un precio en torno a los 50 o 55 euros por partida es bastante razonable, y en Andalucía muchos campos que ofrecen estos precios.

Si esto es una opinión generalizada en los países escandinavos, quizás nos estamos pasando haciendo ofertas demasiado baratas y sin embargo, estamos descuidando la calidad de nuestros campos que, repito, no es superior a la de los suyos. Los finlandeses están acostumbrados a niveles de calidad altos. Con este público la oferta de precio tirado no creo que funcione en un campo malillo, y el precio más normal sí funciona si el campo lo merece.

Sugiero que, por parte de Turismo Andaluz o los Patronatos de Turismo de cada zona o por el Comité Comercial de la RFGA, se haga una publicidad genérica del destino Andalucía y por parte de los campos de golf, se hagan promociones específicas, ya que nos consideran un destino muy maduro.



OPEN OMEGA (02 al 05 septiembre, Crans Montana)

El Omega European Masters, como es tradicional, se ha celebrado en el Golf Club Crans Sur Sierre. La asistencia de público de acuerdo con los datos de la organización fue de 51.400, casi un 7% más del año pasado. Aunque no participaron muchos jugadores de primera fila, la presencia de Miguel Ángel Jiménez, Edoardo Molinari y Matteo Manassero, entre otros, han creado un gran interés que se ha notado en la subida de asistencia de público.

De Lunes a Miércoles-	4.700
Jueves	- 7.200
Viernes	- 12.500
Sábado	- 14.400
Domingo	- 12.600

Este año el stand, la mitad de años anteriores debido a que Turespaña ya no asiste a este evento, estaba situado en el mismo sitio privilegiado de los años anteriores; justo en frente del Putting Green. La Real Federación Andaluza de Golf y Turismo Andaluz han incluido este evento en su promoción asegurando la presencia de nuestro destino.

La gran atracción en el stand ha sido sin duda la degustación de un jamón pata negra (uno cada día) y un venenciador con Manzanilla de Jerez. Algunos profesionales españoles y argentinos también han aprovechado la degustación pero ha sido Miguel Ángel Jiménez la gran atracción que cada día se acercaba para cortar jamón y todo esto nos ha asegurado un constante flujo de público.

El Omega European Masters es el torneo de golf más importante de cuantos acontecen en Suiza y su relevancia tiene repercusión en los países limítrofes (Francia e Italia), contando con una importante afluencia de visitantes procedentes de los citados mercados sobre todo Italia por cercanía.

Suiza es un país emisor de turistas de golf de calidad más que de cantidad. El público asistente ha mostrado conocimiento e interés en nuestro destino. Lamentablemente la compañía Swiss tiene solamente vuelos directos hacia Málaga desde Zúrich, habiendo suprimidos los vuelos directos que tenían desde Ginebra dejando este servicio a EasyJet, compañía de bajo costo que no es la preferida en este mercado.

El Omega European Masters es un evento prácticamente dirigido a la captación del cliente individual y las ofertas de paquetes han sido bien recibidas. Ha sido sorprendente comprobar que muchas de las personas con las cuales se han mantenido conversaciones, tienen una propiedad en Andalucía teniendo interés sobre todo en las ofertas de los campos de golf.

Todo el material gráfico traído ha sido entregado directamente a personas interesadas y por el interés demostrado se prevé que se puedan recibir peticiones directas en un próximo futuro.

Se ha mantenido una conversación con el único tour operador de golf presente; Fert Golf.



KLM OPEN (del 9 al 12 de septiembre, Hilversum)

Asistencia por parte de la RFGA: Andres Sanchez .

La RFGA ha participado en KLM Open de Hilversum. Acontecimiento considerado como unas de los torneos /stands públicos internacional de golf más importantes que se celebran en este país. Belgas y algunos alemanes por su cercanía y participación de jugadores de su país se acercan igualmente a este torneo.

Este año se celebraba el 90 aniversario de este torneo Holandés.

Participamos conjuntamente en el stand de Turismo Español. (SPAANS VERKEERS BUREAU). Este año se ha desplazado el torneo del campo de golf de Amsterdam al de Hilversum, al Hilversumsche Golf Club durante los años 2010, 2011 y 2012.

El precio de la entrada diaria para ver el torneo era de 40 €, algo caro para que sea atractivo y se llene de visitantes aunque según la información recibida el primer día hubo 10.000 espectadores y en total más de 45.000 durante los 4 días de torneo.

Los visitantes a la feria son jugadores individuales y profesionales con interés en jugar a golf.

La mayoría de los expositores son empresas vinculadas con material deportivo, inmobiliarias, hoteles, campos de golf y muy pocos tour operadores. Este año estuvieron los siguientes TTOO:

- Pin High Golf Travel.
- Executive Golf Travel.
- Golf Time Travel.
- Time4Golf.

Este TTOO no tenía stand pero se pasó por el nuestro: 3D Golfvakanties.

Aparte otros stands: Corendon Golf, Turismo de Portugal, KLM, BMW, Niké Golf, Golf Weekly Travel, Visit Wales, Flying Blue Golf Club, Tunesië, ANWB Golf.

La mayoría de los interesados conocían nuestra zona de Andalucía aunque muchos viajaban a Barcelona, Costa Blanca.

No observamos una tan negativa imagen como la de hace años en la cual casi todos los interesados se quejaban de los altos precios de green fee.

Si que un TTOO se quejó de que no tenemos precios de hotel con todo incluido además de que las habitaciones individuales tienen un suplemento muy elevado.

Después vino otro TTOO que se quejo de que teníamos una oferta de un conocido hotel y campo de golf con la habitación individual al 50% de la doble, sin suplemento.



PARTICIPACIÓN DE RFGA CON TURISMO ESPAÑOL

El stand estaba emplazado como segundo en la entrada principal del público. Este año se ha organizado de tal manera de que todos los visitantes tenían que hacer un recorrido que pasara por los stands. (sistema IKEA).

Lo negativo de este sistema es que cuando entran no quieren llevarse la información por no lastrarlos durante el seguimiento a su jugador preferido por el campo de golf y a la vuelta, después de haber pasado casi por todos los stands, ya no les apetece más información.

- Participantes en el stand de la RFGA
 - Federación Andaluza de Golf
 - La Cala Resort (Rocio Alvarez)
 - Golf Melia La Quinta (Miguel Mateo)
- Material promocional

El material enviado para la ocasión: Guías de Golf con pendrive y sin pen drive y material comercial de otros 8 campos de golf.

No salió todo el material de golf, las guías de golf con pendrive fueron un éxito (todas se entregaron) y de las cajas de guías sin pendrive quedaron 2 cajas y media sin repartir.

Del material de los campos de golf sobraron bastante por la gran cantidad de unidades que algunos envían.

Número de visitantes:

Segun la organizadora unos 45.000 visitantes aunque no podemos verificar estos datos ya que no encontramos información a través de su web site.

Un hecho curioso es que apenas entraron niños, otros años invitaron a colegios enteros para incentivar a los jóvenes a practicar el golf. Tenían un play ground de golf para los peques de la Federación Holandesa de Golf aunque no hubo demasiada participación.

Perfil de los visitantes:

El público que ha visitado esta feria es de nivel económico alto. El 90% de los visitantes a nuestro stand no sólo conoce nuestro destino sino que lo ha visitado en más de una ocasión. Por tratarse de golfistas, tanto aficionados como profesionales, las zonas que más conocen son Costa del Sol, Costa de la Luz Cádiz, Huelva (zonas en las que se concentran la mayoría de los campos de golf de Andalucía), Almería pero sobre todo la zona de Barcelona, Alicante y Murcia.

Se trata de un turista experimentado, que sabe muy bien lo que quiere y pide una información muy específica.

Además se trata de un turista que viaja durante todo el año, principalmente de



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Septiembre a Mayo (desestacionalizando la demanda). Se aloja en hoteles de 4-5 estrellas y muchos de ellos poseen una segunda residencia en España.

Desde Holanda hay conexiones aéreas con Andalucía, tanto en líneas regulares como de bajo coste, se encuentran vuelos directos a Málaga y Sevilla aunque se ha reducido la intensidad de vuelos y cada vez más están pasando por Mallorca y Barcelona. Asimismo muchos vuelan a Faro (Portugal) y se desplazan a la Costa de la Luz-Huelva.

Nuestro mayor competidor en golf para el mercado Holandés es Turquía, Tunez, por su calidad de hoteles y campos de golf pero lo más atrayente son los paquetes con el todo incluido.

También la crisis mundial ha trastocado el planteamiento de los holandeses en forma de menos días de vacaciones y menor consumo.

Casi todos los TTOO especializados en Golf de Holanda están presentes como expositores en nueva edición de KLM Open. Con algunos de ellos tuvimos ocasión de reunirnos y tenderles nuestra mano para apoyarles en la comercialización de nuestro destino.

Destacar que algunos de ellos tienen hoteles y campos de golf de Andalucía en sus catálogos y sus páginas web y en general todos intentan de vendernos aunque nos informan de lo difícil que está el mercado turístico.

CONCLUSIÓN:

En general estuvo el KLM Open de golf bastante flojo en términos de visitantes interesados en golf. El mercado holandés es un cliente con un poder adquisitivo elevado y con ganas de disfrutar sus vacaciones. Son jugadores los cuales les gusta cambiar de destino y explorar nuevos países.

IGTM (15 al 18 de noviembre, Valencia)

Entre los días 15 y 18 de Noviembre, tuvo lugar la IGTM 2010, con la participación de Agentes de muchos lugares del mundo, así como una muy amplia participación también por parte de los Expositores donde se pudo apreciar que el número de destinos turísticos de Golf repartidos por el mundo sigue creciendo a gran velocidad. No obstante, muchos de estos nuevos destinos no están aún consolidados como lo puedan estar España, Portugal, Reino Unido, Irlanda o Estados Unidos, contra los que estos nuevos destinos emergentes están lejos de representar un peligro en cuanto a su capacidad de arrebatarnos cuota de mercado. Sea como sea, es bueno y muy aconsejable observar su trayectoria durante los próximos años y combatirlos mejorando lo nuestro que es nuestra oferta de Golf en Andalucía. Una buena política de precios unida a una buena calidad y una profesionalidad impecable en el servicio que ofrecemos serán siempre las mejores armas para combatir a la competencia y evitar sorpresas en el futuro.

Como en años anteriores, el Comité Comercial de la RFGA, estuvo presente con una mesa de trabajo dentro del área de Turismo Andaluz y estuvo atendido por Jaime Bosch durante todos los días que duró el congreso. Aunque la Federación no puede firmar acuerdos o contratos en nombre de nadie, hubo muchos turoperadores que pidieron cita a fin de cambiar impresiones en cuanto a la situación actual debido a la crisis económica y a las distintas tendencias de nuestros campos para afrontar dicha crisis. Así mismo, muchos se interesaron por Golf en ciudades con patrimonio histórico, con el objeto de que el turista



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

de este tipo tenga la oportunidad de jugar al golf una o dos veces además de visitar monumentos históricos como la Alhambra, La Mezquita de Córdoba o la Giralda de Sevilla por poner algún ejemplo. Fueron los americanos los que principalmente se inclinaron por este tipo de paquete de golf. Otros turoperadores tal como los ingleses, estaban más preocupados por la política de precios que por otra cosa, llegando incluso a mencionar, uno de ellos, lo de ofrecer 2x1 (dos greenfees y cobrar sólo uno). El resto de turoperadores europeos insistieron más en la relación precio / calidad, y algo menos en cuanto a los precios, aunque también lo consideraron un factor importante en estos momentos de crisis global.

MADRID GOLF (26 al 28 noviembre, Madrid)

Por cuarto año consecutivo, se celebró este evento de Golf en Madrid, los dos primeros días fueron para profesionales y el resto abierto al público en general. De acuerdo con los datos que expone la organización el número de visitantes está subiendo cada año:

Como el pasado año, el Comité Comercial de la RFGA tuvo la oportunidad de participar en dos Stands, el de Turismo Andaluz y el de la Real Federación Española de Golf, para ello se contrataron los servicios de dos azafatas, que estuvieron informando, a todo el público que se acercó a los Stands, de la oferta de golf andaluza.

Realizamos el sorteo de una Bolsa completa de Palos, todo los que participaron tuvieron que rellenar un formulario con sus datos, consiguiendo con ello una base datos de clientes directos de jugadores españoles, que ya se ha puesto a disposición de todos los campos.

Esta iniciativa se viene realizando también en otros eventos y la experiencia nos dice que es un incentivo muy positivo para atraer público al Stand, además de conseguir bases de datos.

Se repartió todo el material que se envió. Igualmente se repartió todo el material que enviaron los Campos de Golf.

Creemos que por tratarse de la Feria de golf mas importante de España y teniendo en consideración, que el mayor porcentaje de licencias de golf pertenece a la comunidad de Madrid, debemos continuar asistiendo a este evento. También comentar el interés del público por los diferentes destinos de golf andaluces, que por otra parte conocen bastante bien, por ello tenemos que tratar de fidelizar de la mejor manera posible el mercado de golf nacional.