



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

COMITÉ COMERCIAL CAMPO DE GOLF



INDICE

	Páginas
FITUR	305
FESPO.....	306
DANISH GOLF	307
RHEINGOLF	309
PARTICIPACION RFGA.....	310
HELSINKI	312
ITB BERLIN	314
SCOTTISH GOLF SHOW.....	315
OPEN ESPAÑA.....	316
RAIFFESEN BANK	317
OPEN DE FRANCIA	318
OMEGA EUROPEAN MASTERS	319
KLM OPEN	320
WORLD TRAVEL MARK	321
LONDON GOLF SHOW	322
IGTM ALGARVE	323



FITUR, Madrid, (18-22 enero)

Junto con la ITB de Berlín y la World Travel Market de Londres, Fitur está considerada una de las ferias de turismo más importantes a nivel europeo, además del evento turístico principal a nivel español.

Este año, ha celebrado su 32ª edición y -como en anteriores ocasiones- Turismo Andaluz ha contado con un pabellón de más de 6.000 m², dividido en diferentes zonas: punto de información; mesas de trabajo; stands dedicados a la Comunidad y sus provincias; y expositores divididos por segmentos turísticos.

Uno de esos segmentos turísticos con stand propio ha sido el del mundo del golf y también al igual que en anteriores ediciones- la Real Federación Andaluza de Golf ha atendido el mostrador, situado en un lugar destacado, nada más entrar al pabellón a la derecha.

El evento puede considerarse un éxito y el pabellón de Andalucía -que fue galardonado con el premio al mejor stand de Comunidad Autónoma de Fitur 2012- atrajo, según datos facilitados por la organización, a un 87% sobre el total de asistentes a la feria, lo que se traduce en más de 183.100 visitantes, un 34% más que en 2011.

El 58% de estas personas que pasaron por el pabellón eran profesionales, y de ellos, el 44% eran andaluces y el 31% madrileños. El porcentaje restante -siempre según datos de la organización- se dividía entre las demás comunidades autónomas españolas y un 7% correspondía a visitantes extranjeros.

Al ser una feria de turismo general, no todo el mundo que pasaba por el mostrador se detenía a interesarse por el golf. En este sentido, es totalmente diferente a ferias específicas de golf donde todo aquel que se acerca a nosotros es porque quiere llevarse cuanto más información mejor.

Sin embargo, a pesar de ello, el evento ha resultado muy productivo. De hecho, en las encuestas que la organización realizó durante los cinco días de duración de la feria, el golf ha sido uno de los segmentos más valorados por los visitantes profesionales en cuanto a competitividad turística de la comunidad. Junto a los segmentos de sol y playa, ocio, y cultura, ha sido valorado con más de un 8 sobre 10.

Este interés que la gente ha demostrado, se vio reflejado en el éxito con el que todo el material promocional se repartió. El último día a primera hora de la tarde ya se había agotado todo lo que se había enviado, tanto por parte de la Federación como por parte de los campos.

Mientras que en algunos de los mostradores cercanos se quejaban porque les sobraba mucho más material del que esperaban, nuestro cálculo en lo que a envío de material se refiere fue muy acertado.

En resumen, unas 650 guías en español (150 de ellas con pen drive), folletos y material de todos los campos que quisieron participar en el evento y productos de merchandising (bolígrafos, gorras, caramelos, llaveros...).

Como en casi todos los eventos a los que asiste el Comité Comercial de la RFA, uno de los mayores aciertos son las guías con pen drive. Los visitantes en general las agra-



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

decen mucho, aunque realmente resulta interesante entregarla durante los primeros días del evento, en las jornadas dirigidas a los profesionales. Ellos son los que realmente más valoran la información digital, mucho más cómoda de llevar sin cargar con mucho peso ni ocupar demasiado espacio.

La guía de la RFAAG, igualmente, se ha repartido sin ninguna dificultad. En esta feria especialmente, al ser la primera del año, muchísimas personas se han acercado preguntando directamente por la guía de campos para 2012. Muchos de los visitantes comentaban que cada año vienen a recogerla para renovar la del anterior.

Como sabemos, Andalucía como destino de turismo de golf está más que consolidada en el mercado madrileño y en el del resto de España, por lo que la mayoría de los golfistas que se acercaban al stand aseguraban haber jugado con anterioridad en algún campo de golf andaluz -casi siempre en varios de ellos- o pasar las vacaciones de verano en nuestro destino, ya fuese eventualmente en algún hotel o, muchos de ellos, cada año en casas propias.

En cuanto a los folletos de los campos, los mejor acogidos entre el público fueron igual que en sucede en otros eventos- aquellos que ofrecían algún tipo de oferta, especialmente si ésta incluía alojamiento + golf o algún tipo de descuento.

Por tanto, podemos considerar que el evento ha sido un éxito y que sigue siendo muy beneficioso para nosotros asistir a este evento de la mano de Turismo Andaluz, representando al mundo del golf dentro del pabellón de Andalucía.

Además, la gran cantidad de profesionales que se dan cita en Fitur, hacen de esta feria un momento idóneo para mantener reuniones con representantes de OET y otros organismos con los que se han llegado a acuerdos para seguir promocionando el golf andaluz en el mercado europeo como siempre hemos hecho.

FESPO, Zurich, Suiza (26-29 enero)

Como en años anteriores, la Real Federación Andaluza de Golf ha estado presente en la feria Fespo, celebrada en Zurich del 26 al 29 de enero.

En esta feria -la más importante dedicada al turismo en Suiza- existe una zona dedicada exclusivamente al golf que está considerada como una de las plataformas de encuentro más importantes de este país enfocadas al mundo del golf.

El número de visitantes de esta edición, facilitado por la organización de la feria, ha sido de 70.000.

Como un dato curioso que se ha observado, resulta sorprendente que, aunque muchos visitantes sepan localizar Andalucía en el mapa y hayan jugado al golf en nuestra región, otro gran número de visitantes todavía no tiene conocimiento exacto de lo que es Andalucía y dónde se localiza.

La comercialización del golf andaluz en Zurich es esencial para poder captar clientes de calidad para Andalucía, no hay que olvidar que la Confederación Suiza goza de uno de los mayores índices de renta per cápita del mundo.



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Las guías de campos de golf editadas por la RFAAG y, especialmente, las que incluyen una memoria USB, son acogidas con gran entusiasmo entre los visitantes y suponen una herramienta muy útil de promoción de los campos de golf de Andalucía.

Hay que tener en cuenta que, al situarse Zurich a pocos kilómetros del sur de Alemania y del oeste de Austria, los golfistas que acuden a la feria no sólo son de nacionalidad suiza, sino que este año se ha notado un importante incremento de visitantes alemanes y austríacos, atraídos por la reputación que la feria de golf Fespo se ha ido labrando en las ediciones anteriores.

Observaciones derivadas del sentir de los visitantes que deberían ser tenidas en cuenta para futuras ocasiones:

- Cursos de golf. No todos los visitantes son jugadores, sino que se ha percibido un creciente interés por el aprendizaje del golf y sin embargo -exceptuando las referencias generalizadas de la guía- no se disponía en el stand de información específica de cursos de golf, con la programación y los precios.

Esto sería un punto a tener en cuenta por las escuelas a las que les interesaría enviar información sobre sus cursos, a poder ser con precios.

Los visitantes se interesan especialmente por conocer el precio de los green fees en los campos andaluces. Por tanto, sería interesante que se enviaran más precios y ofertas en algún tipo de folleto o publicación, con lo que esa necesidad de información del visitante quede satisfecha.

- Petición de tarjetas de golf. En años anteriores, los campos de Cádiz ofrecían unas tarjetas que permitían jugar en diferentes campos de golf de la zona con un pequeño descuento en los green fees. Esta es una petición muy extendida porque a los clientes les facilita la labor de tener que elegir donde jugar, especialmente si visitan la zona por primera vez y desconocen los campos.

- Paquetes de hotel y green fees. Por el mismo motivo que en el punto anterior -es decir, por desconocimiento de la zona y comodidad en la reserva, incluso por ahorro en el precio- un elevado número de clientes suizos demandan paquetes en los que se incluya la habitación y los green fees. No estaría de más que los campos que cuenten con hotel envíen ofertas de una semana de alojamiento, que es la opción más demandada, con opción a jugar cuatro o cinco veces en su campo y en los campos cercanos.

Se repartió todo el material que se había enviado, tanto guías, como folletos de campo y productos de merchandising y, además, una caja de guías se le facilitó a la OET de Zurich, ya que durante el año tienen siempre peticiones relacionadas con el golf y reparten estos ejemplares entre los interesados.

DANISH GOLF SHOW, Herning, Dinamarca (24-26 Febrero)

Con el nombre de Ferie for Alle, en trece pabellones en Herning Dinamarca, se ofrecieron cinco temas vacacionales: Holiday Abroad, Holiday in Denmark, Danish Golf Show, Outdoor y Camping.

Con un recinto ferial de 66.000 m², se considera esta feria la más importante del país.



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Según los organizadores, el 81% de los visitantes salen de viaje al extranjero por lo menos dos veces al año y el 73% tienen interés en viajar hacia el sur de Europa. Los visitantes han sido:

Viernes	22.623
Sábado	23.354
Domingo	20.318
Total	66.295

Siempre según los organizadores, el 24% del total de visitantes tuvieron interés en el pabellón de golf, por tanto, se estima que casi 16.000 personas han visitado esta zona de la feria.

Dinamarca con una población de casi 5.5 millones de habitantes- ha visto un considerable incremento de la construcción de campos de golf en el país a lo largo de los últimos años. Según el Danish Golf Union, ya cuentan con 180 campos y más de 150.000 jugadores federados.

El país tiene buena conexión aérea con nuestro destino, manteniendo vuelos directos desde Copenhague y Billund hacia Málaga. Hay buena posibilidad de que a lo largo de este año se inauguren vuelos directos también a Jerez o Sevilla.

La ralentización de la economía danesa y la baja confianza del consumidor hacen que exista una tendencia de ahorro en Dinamarca, donde el sector de viajes crece menos que en el resto de los países nórdicos.





REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Se espera una leve subida del número de golfistas hacia España para el 2012. No obstante, el número total de turistas daneses será similar al del año anterior. El segmento de golf da muestras de recuperarse antes que otros segmentos.

Aunque, en general, el mercado se mueve por precio, todavía hay muchos golfistas que buscan productos con buena relación calidad/precio, por tanto, nuestro destino es objeto de mucho interés a la hora de elegir un viaje de golf.

Todo el material gráfico, unas 420 guías y todos los folletos enviados por campos de golf, ha sido entregado directamente a personas que han manifestado interés y a las cuales se ha informado de las distintas posibilidades que ofrece el turismo de golf en Andalucía.

Se han mantenido conversaciones con los siguientes tour operadores, que venden activamente viajes de golf hacia Andalucía. Puede ser interesante enviar más información y eventuales ofertas especiales.

RHEINGOLF, Colonia (2-4 marzo)

Tal y como estaba previsto en nuestro Plan de Acción para 2012, la Real Federación Andaluza de Golf 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.

Por parte del Comité Comercial de la RFAG ha asistido Andrés Sánchez y, además han asistido al stand Gudrun Selzer de Costa Ballena, Ricardo Andrades de Almenara y Jessica Kronborg de Los Naranjos.

Creo que es la séptima vez que asistimos a esta feria de golf, la cual ha sido este año en volumen de visitantes mucho menor que los anteriores años.

Este año asistieron 25.200 visitantes versus los 27.100 visitantes del 2011. Estos estaban muy interesados en jugar nuestros campos de golf.

Los problemas de Egipto y otros países musulmanes nos vuelven a poner en un país de destino de golf. Mallorca y las Islas Canarias tienen según nos comentan aquí, los campos y hoteles completos.

Igualmente Turquía tiene los campos y hoteles con el cartel de "fully booked" colocados aunque nos informan que el ritmo de juego en estos campos es muy lento llegando a las 6 horas para jugar los 18 hoyos. Nos suena esta música a los años 2001 en la Costa del Sol.

Este año, el precio de la entrada de 20,00 € por persona, frenó la asistencia del público masivo también por el aparcamiento a 9 €.

Pocas agencias de golf han asistido a esta feria, por lo tanto los visitantes a la feria son jugadores individuales y profesionales con interés en jugar a golf Rheingolf es una feria en la cual la mayoría de los expositores son empresas vinculadas con material deportivo,



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

inmobiliarias, hoteles, cruceros, campos de golf y muy pocos tour operadores.

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.

Mucha demanda por el paquete de green fees de Cádiz el cual creo que ya no existe.

PARTICIPACIÓN DE RFGA

- Características del Stand

Stand modular de 8x3 m2.

Las paredes se han decorado con 4 pósters de la Federación Andaluza de Golf y pegatinas con el logo de la misma.

En el stand nuestro también tuvimos la presencia de T. Rocio Laynez de Barceló hoteles y Kamal Doria del Torrequebrada Hotel.

- Ubicación del Stand

Buena ubicación dentro del recinto de exposición, situado en la primera calle del pasillo central haciendo esquina, delante de un campo de prácticas con eventos concertados..

- 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.

Sobró material de golf, 2 cajas de guías de golf de la RFGA. Otros años se entregaron todas.

Algunos campos envían una gran cantidad de unidades que luego se queda sin distribuir. Hubo bastante petición de campos de golf de la Costa del Sol y de Cádiz /Huelva pero por falta de este no se le pudo dar a los clientes. Todos los campos deberían de enviar su material comercial para promover mejor sus zonas.

El merchandising: Gorras, pins, llaveros, bolas, salieron todas.

Número de visitantes:

Según la organizadora unos 26.200 visitantes, difícil de creer estos números. Cambiaron este año de hall de exposición, una más pequeña.

Un dato curioso es que apenas entraron niños, otros años invitaron a colegios enteros para incentivar a los jóvenes a practicar el golf. Tendremos que preguntarle al organizador Michael Jacoby el porqué de este dato.



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

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.

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 algunos 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, servicio (Todo incluido) 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.

Contactos profesionales:

No todos los TTOO especializados en Golf de Alemania están presentes como expositores en nueva edición de RheinGolf.

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

Contactos realizados:

- Richard Eisendraut Golf Club Franzensbad.
- Classic Golf Tours
- Players Board (nuevo TTOO)
- Master Golf Tours
- Golfreisen&Meer

CONCLUSIÓN

En general estuvo la feria de golf floja pero con bastante interesados, 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.



FERIA DE GOLF EN HELSINKI (GO EXPO), Helsinki, (02-04 de Marzo)

El comité de la Federación fue representado por Carlos Pitarch y Nina Nordenswan de Lauro Golf y Gary Ford de La Cala.

La feria estuvo mucho mejor que el Open Femenino Finnair Masters que asistimos en los dos años anteriores porque había muchos más visitantes.

La gran mayoría de los visitantes han jugado al golf en Andalucía o por lo menos conocen el destino y tienen interés en visitarlo. Los campos que más se conocen son los de la Costa del Sol. Cádiz, Huelva y Almería se conocen menos, pero algo sí. El interior no es conocido como un destino de golf entre los golfistas finlandeses y habría que hacer un esfuerzo allí.

Nos quedamos sin guías, se acabaron la mañana del domingo, nos faltó material.

Creo que vamos a ver un incremento de visitantes finlandeses a corto plazo. Actualmente el equipo junior de la Federación Finlandesa está patrocinado por un campo de golf malagueño y entrenan en la Costa del Sol habitualmente en los meses de invierno, teniendo como consecuencia una presencia constante en los medios de comunicación finlandeses.

En mi opinión la manera de comercializar nuestro destino en el mercado finlandés es:

- A través del TTOO solo paquetes muy completos dándole el trabajo hecho al TTOO que por comodidad vende el paquete que le deje más margen y le de menos trabajo. Tendremos que ser nosotros los que hagamos el esfuerzo de organizarles la estancia, golf, actividades alternativas, etc.

- A través de "otros agentes": no hace falta que los paquetes sean tan completos: por ejemplo estancia y golf a través de los pros de los clubs de Finlandia, etc. Algunos campos de golf tienen mucho éxito vendiendo estancias a grupos de amigos golfistas, chavales que quieren hacer dos semanas de entrenamiento, etc. Los paquetes de estancia pueden incluir desayuno, golf, clases con el pro, uso ilimitado de driving range, etc.

- En Finlandia prácticamente todo el mundo se maneja por internet y es un medio fenomenal para llegar allá. Para vender GF's a secas tiene casi más importancia la publicidad en los medios de comunicación que los agentes de venta, y así el cliente se organiza sus propias vacaciones en el internet. Tiene un impacto muy positivo la traducción al finlandés de los folletos, guías y páginas web, etc. Hay que tener en cuenta que muchos finlandeses mayores de 60 años no hablan inglés.

- En general para este igual que para cualquier otro destino es esencial el vuelo directo, y en este sentido Huelva, Cádiz y Almería lo tienen bastante más difícil que Málaga, siendo la negociación con la administración pública algo esencial para conseguir estos vuelos directos y por tanto incremento de turismo de golf.

Hicimos una encuesta entre más de 200 visitantes y según la misma, cosas que se valora en un campo de golf:

El precio

Localización (con esto se refiere a Andalucía por su clima, gastronomía, etc.)



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Sin embargo tenemos que señalar dos cosas: en primer lugar el precio que consideran oportuno es entre 50-70 € por green fee, lo que hace sospechar que tienen la información desactualizada, y por ello considero muy importante que sigamos acudiendo a ferias y eventos en mercados ya maduros para informar de los nuevos precios, ofertas especiales, etc. En muchas ocasiones cuando alguien se quejaba de los precios, y les informábamos de las tarifas a las que trabajamos, se sorprendían y decían que creían que eran precios mayores (los de hace cinco años).

Acerca de servicio, aparte de lo ya contado del idioma estamos hablando de ofrecer paquetes especiales de semanas o meses ya que es costumbre que el finlandés venga a España por periodos relativamente largos. Nos han comentado que hay campos que no contestan al e-mails, la señalización para encontrar los campos es mala y cosas así.

Por último se trata de un mercado de golfistas que se toma especialmente en serio el golf como deporte, no solo como ocio, y ello conlleva cierta necesidad de entrenar en invierno para no perder el nivel. Como quiera que los campos están cerrados de fin de octubre hasta abril, esta es la época en la que tenemos que ofrecer paquetes de estancia y golf de una o dos semanas, 1 mes etc. teniendo en cuenta también la semana blanca que en Finlandia es en febrero y cuando muchas familias viajan al extranjero.

Se circulará un listado a los campos de golf federados con e-mails de personas que rellenaron la encuesta marcando los que querían recibir más información sobre golf en Andalucía.

Entre todos ellos hemos sorteado: una semana de alojamiento con golf en Lauro Golf, ganador: Sr Hans Elfving. Un paquete de green fees en Lauro Golf, La Cala, Atalaya, La Quinta, Mijas Golf y Baviera, ganador: Sr Keijo Nylund. Dos green fees en Lauro Golf y dos green fees con buggy en La Quinta, ganadora: Taija Waber. Dos green fees en Lauro Golf y dos green fees con buggy en La Quinta, el ganador: Ilkka Penttilä.

Recomendaciones para próximos eventos:

Hacer mas atractivo el stand, llevábamos material escaso y pobre y conviene tener, además del típico merchandising, un poco de jamón o queso con vino, o un putting green, etc. que atraiga al público (un TTOO tuvo su stand lleno todo el día por esa chorrada). No solo es un evento para dar información (sobre todo las guías) sino sobre todo para pedir información. Ya que no se puede hablar personalmente con cada persona que visite el stand, un buen medio de sacar datos e información son las encuestas que hemos hecho en los dos últimos eventos.

No da buena imagen un montón de folletos por todo el stand, cada uno distinto y algunos desactualizados (hubo alguno que había enviado news letters de verano de 2011). Estos eventos no deben servir para quitarnos del medio los folletos antiguos. Creo sinceramente que debemos hacer un esfuerzo para agrupar la oferta por aeropuertos y vuelos, sobre todo si estos son directos. También se puede dar información/ofrecer paquetes con otras temas como visitas a bodegas en Jerez, entradas a museos en Málaga, quizás hacer paquetes especiales para familias, etc. Andalucía no es un único destino de golf sino que engloba a varios. Así se percibe en diversos lugares considerados mercados maduros. En Finlandia Málaga y Cádiz son considerados dos destinos vacacionales distintos, y los finlandeses le dan mucha importancia a la gastronomía y sobre todo al vino.



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Otra cosa que muchas personas nos han solicitado en todos los eventos que hemos asistido es la posibilidad de comprar paquetes de green fees en varios campos, ya que muchos jugadores quieren jugar en campos distintos, no solo en uno durante sus vacaciones, pero comprando los green fees a precio normal les resulta caro. Lo que nos piden es que nos juntemos entre cuatro o cinco campos de golf para vender libritos de 1 green fee en cada campo, todos al mismo precio. Ya sé lo que pensará cada uno cuando lea esto, pero la realidad es que es lo que nos piden los clientes potenciales.

TTOOs Finlandeses:

Event Travel christer.herlin@event-travel.fi

Lassen Golfmatkat: lasse@solantum.com

Scancoming: reservations@scancoming.es

Aurinkomatkat: myynti@aurinkomatkat.fi

Area Matkat: ryhmamatkat@area.fi

AK-Tours: harri.kontola@ak-matkat.fi

Golf Resepti Travel: info@golfresepti.fi

ITB BERLIN, Alemania (7 – 11 de marzo)

La Real Federación Andaluza de Golf ha estado presente en la 46 edición de la feria de turismo más importante del mundo: la "Internationale Tourismus Börse – ITB 2012", que se ha celebrado en la ciudad alemana de Berlín del 07 al 11 de marzo 2012. Ignacio Iturbe ha sido la persona encargada de representar a la Federación Andaluza de Golf acudiendo al evento junto a Turismo Andaluz. Esta vez no se disponía de un mostrador propio sino de una mesa de trabajo.

Datos básicos de la ITB 2012

Con una ligera disminución de expositores extranjeros (519 expositores menos que en el 2011), pero con un positivo aumento de los visitantes profesionales (+ 2.215 pax) y con buenas perspectivas de futuro por parte de los expositores, ha cerrado sus puertas demostrando una vez más, su liderazgo como uno de los eventos mediáticos más importantes del sector turístico.

Según datos oficiales del departamento de prensa de la Messe Berlín, en la edición del 2012 se han dado cita 10.644 expositores de 187 países.

El número total de visitantes registrado ha ascendido a 172.132 personas, de los cuales 113.006 han sido visitantes profesionales y 59.126 visitantes particulares. El congreso de celebración paralela ha registrado igualmente un incremento de visitantes, alcanzando un total de 17.000 participantes (20% más que en la edición anterior).
Ubicación del stand

Visitantes de Interés:

Por parte de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía, ha estado presente el Consejero de Turismo, Sr. D. Luciano Alonso, acompañado de la Secretaria General de Turismo, Dña. Montserrat Reyes, y de la Jefa de Prensa del Gabinete, Dña. María del Carmen Martínez.

Resumen de la actividad realizada por la Real Federación Andaluza de Golf:



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Como en años anteriores, se han mantenido reuniones y encuentros con los principales tour operadores alemanes y con otras empresas del sector con las que colaboramos habitualmente o deseamos colaborar en un futuro. Si bien, y con objeto de atraer más público hacia el stand de Andalucía durante el fin de semana, - días dedicados a los "no profesionales" 10 y 11 de marzo - y, al igual que vienen haciendo otros países participantes que presentan diversas propuestas de animación en sus stands.

En el Stand de Turismo Andaluz tuvo lugar degustaciones diarias, acompañadas de un veneciador del Vino de Jerez y de un cortador de Jamón Ibérico.

SCOTTISH GOLF SHOW, Edimburgo (30 de marzo a 01 de abril)

Lugar: Royal Highland Center, Ingliston, Edimburgo

Fecha: 30 de Marzo al 1 de Abril 2012

Stand de Turismo Andaluz

Atendieron el Evento Fernando Aspuru y Marco Polacci

Durante las fechas arriba señaladas, el Comité Comercial de Campos de la RFA atendió el stand promocionando los Campos de Golf de Andalucía, dando información a todos aquellos que se interesaron por nuestro destino, al igual que en anteriores ediciones, dada la importancia que este mercado británico representa para nosotros.

Es importante resaltar la gran afluencia de público que asistió, especialmente teniendo en cuenta que el tiempo en esos días fue casi veraniego, registrándose temperaturas de hasta 24 grados durante el día casi a diario. Según los datos que nos han proporcionado los organizadores, el pimer día registraron 5.500, el segundo día 5.600 y el domingo superaron los 6.500 visitantes, lo que suma un total de cerca de 1.800 en 3 días, superando así la afluencia de ediciones anteriores.

Entre los participantes cabe destacar una fuerte presencia de Turquía, representada por Altaya Golf Club, Bilyana Golf Holidays (touroperador) EMAIL info@bilyanagolf.co.uk WEB www.bilyanagolf.co.uk . Otro touroperador que se presentó con una fuerte imagen de Turquía fue Golfkings cuyo nombre titular para su stand era Golfkings Golf in Turkey y cuyos datos de contacto son tlf. 01412262969, EMAIL sales@golfkings.co.uk , WEB www.golfkings.co.uk representado por Mr. Neil MacRae. Otros touroperadores presentes fueron:

- Golf Holidays Worldwide
- Golfbreaks
- Your Golf Travel
- Sunset Beach Club

que aunque son mas bien hoteleros, desde hace años confeccionan y venden paquetes de golf en colaboración con campos de golf de la zona.

Después de cambiar impresiones con los touroperadores, algunos de ellos nos informaron de que actualmente las autoridades Turcas se han volcado con ellos ayudándoles económicamente en sus promociones, en la confección de sus folletos etc.

Merece mencionar también la presencia de Resorts con Golf de Túnez y de Marruecos.

Destacar también la presencia de Organismos Oficiales de varios países como:



- Estoril Golf Bureau
- Turismo Andaluz
- Oficina Nacional de Turismo de Túnez
- Oficina Nacional de Turismo de Marruecos

En cuanto al desarrollo de la Feria merece especial mención la correcta ubicación (cerca del aeropuerto) y la muy buena organización del evento por parte de los organizadores.

La gran afluencia de público, hizo que el domingo por la tarde y a tan solo una hora del cierre del evento agotáramos todo el material tanto de guías de la RFAG así como los folletos de los 12 campos que enviaron material a través de la Federación.

Por último mencionar que hubo muchos comentarios por parte de los visitantes al stand respecto a que jugar a golf en España seguía resultando muy caro. Cuando se les demostraba que estaban equivocados se quedaban como muy sorprendidos. Obviamente esto quiere decir que en algún lugar y por alguna causa la comunicación falla con nuestro principal mercado que es y siempre ha sido el Británico. También algún turoperador se quejó de que se está vendiendo en muchos casos a precios por debajo del precio de turoperador, lo que consideran desleal, además de causarles problemas, y recordaron que actitudes de este tipo perjudican a todos y no sólo a los turoperadores puesto que a la larga, en los negocios, la seriedad y la profesionalidad son siempre la clave del éxito.

Dicho esto, consideramos que un año más el Scottish Golf Show ha sido un evento de éxito para nuestros intereses en Andalucía, por lo que recomendamos se incluya en el listado de eventos a atender por parte del Comité Comercial de Campos para el 2013, y que tendrá lugar en Glasgow.

SEGUNDO Y TERCER TRIMESTRE

OPEN DE ESPAÑA, Sevilla (3-6 Mayo)

Campo: Real Club de Golf de Sevilla

La Federación Andaluza de Golf atendió el evento a través de su Comité Comercial de Campos, al igual que ha venido haciendo durante estos últimos años. En esta ocasión, desde el espacio que nos cedió la Federación Española en su stand. Atendió el evento Fernando Aspuru.

Como organismos oficiales presentes con representación en los stands solamente estuvieron Turismo Andaluz, con un stand de 50m² y una sola persona atendiéndolo, y el Ayuntamiento de Sevilla con un stand de 15m². El resto de los pocos stand que había, estaban ocupados por firmas comerciales que no nos afectan.

Las condiciones meteorológicas bajo las que se disputó la competición fueron muy malas debido a la lluvia torrencial y al fuerte viento de los tres primeros días, llegando a detenerse la competición durante 3 horas uno de los días por encharcamiento y tablas de agua en los greens. No obstante cabe destacar el espléndido día soleado del domingo. Habiendo dicho esto, los datos de afluencia de público al evento que me han sido facilitados por la Real Federación Española de Golf en fecha 8 de Mayo es la siguiente:



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

- Jueves 3 de Mayo	5.000 personas
- Viernes 4 de Mayo	5.000 personas
- Sábado 5 de Mayo	5.000 personas
- Domingo 6 de Mayo	20.000 personas
TOTAL	35.000 visitantes aproximadamente

Turismo Andaluz tenía organizada una comida en la carpa de hospitality, a la que había invitado a personalidades, algunos directores de golf, y algunos turoperadores, lo cual fue un fiasco debido al elevadísimo número de cancelaciones a consecuencia de las trombas de agua que cayeron durante esa mañana. Merito tiene la presencia del único turoperador asistente, que era un viejo conocido de muchos de nosotros.

Por último, solo me queda decir que a pesar de todos los inconvenientes el material (guías de campos) que se envió para atender el evento, salió en su totalidad gracias quizás al buen tiempo del domingo, aunque sobre el mostrador quedaron ya por la tarde algunos folletos de algunos de los campos que enviaron material.

RAIFFEISENBANK PRAGUE Golf Masters, (22-24 junio)

La Real Federación Andaluza de Golf sigue promocionando el turismo de golf en la República Checa, en esta ocasión y por primera vez asistiendo al torneo femenino del circuito Ladies European Tour celebrado en el Albatros Golf Resort, cerca de Rudná en las afueras de Praga. El Raiffeisenbank Prague Golf Masters, que se ha celebrado por segunda vez en el mismo campo, contaba con la participación de las jugadoras más importantes del circuito europeo y también de las ocho jugadoras locales que han aportado un interés añadido al torneo.

Todas las actividades comerciales se centraron en el "Golf Village" ubicado muy cerca de la casa club, favoreciendo el flujo de público.

Ha sido indispensable la contratación de una azafata checa para comunicar con el público que en su mayoría habla solamente su propio idioma.

En los tres días del torneo, el número de asistentes según la organización, superó los 6000. La asistencia de público ha sido escasa comparado con otros torneos en Europa pero de muy buena calidad y este mercado emergente incrementa todos los años el número de golfistas dispuestos a viajar. Todo el material gráfico sobrante ha sido entregado a los tour operadores Artis3000 y Golf Planet que han asistido al torneo.

La República Checa es el mercado de golf más desarrollado de Europa del Este con un crecimiento del 650% en los últimos diez años. Con una población de 10.5 millones de habitantes el país ya cuenta con 53,500 jugadores de golf de los cuales 59% son hombres, 26% mujeres y el restante 15% junior (menos de 18 años). Además la mitad de todos los jugadores tienen más de 36 de hándicap.

En el país ya cuentan con aproximadamente 150 profesionales de golf que, sobre todo, dedican su tiempo a la enseñanza. En cambio las mujeres participan en el Ladies European Tour con ocho jugadoras.



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

La crisis económica también está afectando el país aunque menos que en España.

El precio sigue siendo el factor más importante a la hora de elegir un destino. Según los tour operadores contactados, Turquía se lleva un 60% 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 competitivos. Hay indicaciones de que muchos golfistas, después de la experiencia turca, quieren un destino que da la libertad de elegir y desplazarse sin limitaciones del resort como por ejemplo Andalucía.

Han visitado el stand:

Golf Planet – Radek Jaromerski (TT.OO)
radek@golfplanet.cz
www.golfplanet.cz
www.luxurygolf.cz

Artis 3000 – Leos Kopecký (TT.OO)
golf@artis3000.com
www.artis3000.com

White Grant s.r.o – Bozena Teissingová (AA.VV)
teissingova@whitegrant.cz
www.whitegrant.cz
www.nemecke-cestovky.eu

OPEN DE FRANCIA, ST. QUENTIN EN YVELINNES (5,6,7 y 8 JULIO)

Un año más el Open de Francia, se juega en las afueras de Paris en el Golf National, sede de la Ryder Cup 2018.

En las ediciones anteriores los federados de golf tenían entradas gratis al campo de golf mientras esta vez había que pagar una entrada de 25 euros al día o un abono para los cuatro días cuyo coste era de 50 euros. A pesar del alto precio de la entrada, y con la climatología adversa muchísimo frío y lluvia los cuatro días, la afluencia de público ha sido más que aceptable, según nos dijeron los responsables del evento unas 40.000 personas en total (los cuatro días) el sábado y domingo se notó más gente.

Del informe de coyuntura de Turespaña leemos que las cifras del periodo Enero-Agosto del 2011 demuestran que Francia sigue siendo unos de los mercados internacionales más sólidos y fieles hacia España. Las previsiones generales respecto al año 2011 se mantienen en un aumento del mercado francés entre el 4% y el 6%. Aunque estos datos son relativos al turismo en general, se considera que al segmento del golf se le pueden asignar similares o hasta mejores porcentajes y previsiones.

Desgraciadamente el nuevo director de la Oficina Española de Turismo en Paris, Ignacio Vasallo, según la versión oficial a la que tuvimos acceso, no tiene estadísticas específicas sobre el movimiento de turistas de golf hacia España y por lo tanto prefiere asignar fondos para otros eventos promocionales abandonando el apoyo que la Oficina Española de Turismo en Paris venía efectuando en los últimos años al Salón del Golf de Paris y al Open de Francia.



Entregamos todo el material gráfico traído a personas que realmente tenían mucho interés en el producto y destino y por el interés demostrado, prevemos que se puedan recibir bastantes peticiones directas en un futuro no muy lejano, final de verano o principio del otoño 2012. El mercado francés es sin duda un mercado en el cual hay que insistir con la promoción en el futuro. Francia cuenta con más de 62 millones de habitantes de los cuales más de 410.000 son federados y por consiguiente jugadores de golf y Francia cuenta ya con casi 800 campos de golf.

Para concluir deseo manifestar la gran profesionalidad de Marco Polacci, creo que es una de las personas que más sabe de nuestro negocio.

OMEGA EUROPEAN MASTERS, Crans sur Sierre, Suiza (30 agosto a 2 septiembre)

El Omega European Masters se ha celebrado nuevamente en el Golf Club Crans Sur Sierre. Este torneo sigue atrayendo muy buenos jugadores como Miguel Ángel Jiménez (ganador del torneo en 2010), Colin Montgomerie, Lee Westwood, Matteo Manassero, Darren Clarke, José María Olazabal, Alex Cejka que a su vez aseguran una buena asistencia de público aunque este año, probablemente debido al mal tiempo, la asistencia de público ha bajado hasta 45.200 (datos según la organización).

Este año el stand, la mitad de años anteriores debido a que tanto Turismo Andaluz como Turespaña ya no asisten a este evento por problemas económicos, estaba situado en el mismo sitio privilegiado del año anterior; justo en frente del Putting Green.

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. Como en ediciones anteriores Miguel Ángel Jiménez, cada día, se acercaba para cortar jamón atrayendo siempre mucho público. Para obtener una base de datos había una bolsa de palos Callaway que el domingo se sorteó y que en esta ocasión la ganó Aeschbacher Mariette.

El Omega European Masters es el torneo de golf más importante 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.

Los suizos representan aproximadamente el 2,1% de las entradas de turistas internacionales en España (1.157.556 en 2011 según la encuesta de Frontur del IET), y se mantienen entorno a este porcentaje año tras año, por tratarse de un mercado maduro en el que no es previsible que se produzcan grandes variaciones. Los destinos favoritos de los suizos en España tampoco presentan grandes variaciones con Andalucía consiguiendo el 10,8%. Se considera que el 10% de los turistas que visitan España (unos 125.000) son turistas deportivos y de naturaleza por tanto se estima que por lo menos 30% (unos 37.500) viaja para jugar al golf.

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. 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.



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

El Omega European Masters es un evento dirigido a la captación del cliente individual y la información sobre los campos de golf Andaluces ha sido bien recibida y todo el material gráfico traído ha sido entregado directamente a personas realmente interesadas. Los siguientes Tour operadores venden paquetes de golf a nuestro destino por tanto tienen interés en información y precios netos actualizados.

KLM OPEN, Hilversum, Holanda (06-09 de septiembre)

Este torneo cuenta con el patrocinio de KLM desde hace nueve años y durante el torneo han firmado el acuerdo de patrocinio hasta el 2015. Los copatrocinadores son Deloitte y ABN AMRO. En los últimos años la cantidad de dinero para los premios a los ganadores ha subido hasta alcanzar un millón y ocho cientos mil euros de los cuales tres cientos mil van al ganador. El acuerdo de tres años con Hilversumsche Golf Club ha terminado y parece que el año próximo este evento se celebre al oeste de Ámsterdam cerca de Harlem.

Según los organizadores el público que ha asistido al evento ha sido de cuarenta y cinco mil, unos cinco mil más que en 2011.

The Village, zona con más de cincuenta expositores que resulta ser la feria de golf más importante del país, estaba ubicada a la entrada del campo de golf obligando al público a pasar por delante de todos los stands tanto a la llegada por la mañana como a la salida por la tarde. La gran atracción en el stand, compartido con Turespaña, ha sido sin duda la degustación de un jamón pata negra (uno cada día) atrayendo siempre muchísimo público.

Según los últimos datos publicados por Frontur, el número de turistas que visitaron España en el periodo Enero-Septiembre 2011 ha ascendido a 2.274.714, un 22,6% más respecto al mismo periodo del año anterior y de los cuales 297,818 han elegido Andalucía. El 20% (casi 455.000) han viajado por deporte y naturaleza aunque se estima que solamente un 25% (113.750) son golfistas.

Según los datos confirmados en 2011 por su Federación de Golf, Holanda cuenta con 367.659 jugadores de golf de los cuales 230.390 hombres y 117.449 mil mujeres. Además en el país ya tienen un total de 201 campos de golf de los cuales 3 de seis hoyos, 87 de nueve hoyos, 1 de doce hoyos, 92 de diez y ocho hoyos, 15 de veinte y siete hoyos y finalmente tres de treinta y seis hoyos. Estos datos vienen a confirmar el elevado interés por el golf en este mercado emisor.

El público, en general, ha mostrado buen conocimiento de nuestro destino y un particular interés en la información de todos los campos de golf en Andalucía. Notoriamente los holandeses siempre han buscado ofertas interesantes y en este periodo de incertidumbre económica aun más. Todo el material, tanto de los campos de golf como las guías de la Federación, ha sido entregado solamente a personas realmente interesada.

No obstante que el KLM Open es un evento prácticamente dirigido a la captación del cliente individual, se mantuvieron conversaciones con los siguientes tour operadores que ofrecen paquetes de golf hacia Andalucía y siempre están interesados en tener información y precios netos actualizados.



CUARTO TRIMESTRE

WORLD TRAVEL MARKET, Londres (5 al 8 de Noviembre)

Un año mas se celebró en la capital del Reino Unido, en el recinto ferial de Exel la feria internacional de turismo W.T.M. con la presencia de representaciones de todo el mundo como suele ser habitual en este tipo de evento.

Atendieron la feria en esta ocasión Fernando Aspuru y Marco Polacci desde un pequeño mostrador cedido por Turismo Andaluz dentro del stand de Andalucía. Se dejó ver la falta de recursos económicos por parte de Turismo Andaluz, al haber montado un stand de cartón del que se usa normalmente para la fabricaron de cajas, todo hay que decirlo, para ser de ese material, estaba bastante bien diseñado y muy bien conseguido dadas las circunstancias de los momentos en que vivimos. Así mismo, el bar que habitualmente montan en el stand en base diaria para invitar a clientes etc., brilló por su ausencia. En vez de esto, se improvisó un bar el primer día durante 2 horas en las que se invitó a buen vino, jamón, chacina y queso, eso si, todo de primerísima calidad, pero eso fue todo durante los 4 días de feria. También se pudo apreciar que el número de mesas de trabajo donde las empresas suelen llevar a cabo sus citas con turoperadores, agencias, etc. era muy inferior a años anteriores. Muchos de ellos incluso estuvieron solo un par de días y luego se marcharon, supongo en parte también para minimizar gastos.

En conclusión, se notó en general una feria un tanto venida a menos sin duda debido a la crisis económica generalizada a nivel global, y que quito algo de brillantez a una feria que siempre ha estado entre las dos mas grandes e importantes del mundo. Por nuestro pequeño mostrador pasaron todo tipo de gente, desde los que ven la feria como un buen sitio para vender, así como algunos turoperadores y publico general durante los dos últimos días, aunque no demasiado, al tratarse de un miércoles y un jueves. Interesante fue la visita del Capitán de Marina Sr. Amable Esparza, quien durante la conversación que mantuvimos, sugirió que tomáramos contacto con las cuatro o cinco agencias mayoristas de cruceros que en la actualidad existen en España y que ofrecamos tarifas netas (tarifas I.T. o de Itinerario Turístico) que sean muy competitivas puesto que la demanda de Golf como un atractivo más en los cruceros que tocan los puertos Andaluces esta incrementándose cada vez mas, por lo que aquellas provincias costeras donde recalán grandes cruceros pueden verse beneficiadas, si negocia correctamente.

También pasaron por nuestro mostrador los siguientes turoperadores con los que se hablo y se les entregó la guía de la Federación por si quieren contactar con algún campo, y que son los siguientes:

Por supuesto, hubo otras muchas visitas a nuestro mostrador las cuales son irrelevantes por su falta de interés para nosotros. Quizás la ausencia de turoperadores de Golf se deba a que a la siguiente semana se celebraría la IGTM en Portugal. Por último mencionar que a pesar de todo el material enviado por Federación, compuesto tanto de guías salió casi en su totalidad.



LONDON GOLF SHOW, Londres, Recinto Ferial: Erls Court (9,10 y 11 de Noviembre)

Un año más, se ha celebrado en Londres la arriba mencionada Feria de Golf. En esta ocasión atendieron el stand Fernando Aspuru y Marco Polacci. La ubicación de la feria era magnífica, puesto que Erls Court se encuentra ubicado en el corazón de la ciudad y con excelentes comunicaciones. No obstante cabe destacar el extraño horario de apertura al público, y que fue el viernes de 10.00 AM a 8.00 PM, el sábado de 10.00 AM a 5.00 PM y el domingo de 10.00 AM a 4.00 PM. Por otro lado conviene destacar también, que nuestra posición respecto a la distribución de los stands dentro del recinto era muy buena. Disfrutábamos de un espacio tipo isla de aproximadamente 60m² de los cuales unos 20m² eran de la RFAG y los otros 40m² separados por un panel divisor eran para un juego que podríamos denominar snooker-puttingreen y que correspondía a un charity, donde la Federación estaba involucrada en el premio final que se entregó el domingo por la tarde y que consistía en 2 NOCHES DE HOTEL PARA 2 PERSONAS en el Hotel Atalaya Park, 2 GREEN FEES en el Club de Golf Atalaya y 2GREEN FEES, en el Club de Golf La Quinta. Vaya desde aquí nuestro agradecimiento por su cortesía. El hecho de que el evento se llevara a cabo en un sitio tan bien conectado así como otras circunstancias ya mencionadas hizo que la afluencia de público fuera muy considerable, especialmente por las mañanas y hasta las 2.30pm, a partir de esa hora y hasta el cierre, el número de visitantes bajaba considerablemente. Aún con eso, el interés del público británico por el destino Andalucía sigue siendo muy grande, y así nos lo hicieron saber todos aquellos que se acercaron a nuestro stand, que fueron muchos. Indudablemente, era una feria para contactar con el público directamente, donde no había turoperadores, dado que estos ya habían estado en la World Travel Market del 5 al 8 de Noviembre, o sea de lunes a jueves de esa misma semana, y los que no estuvieron en la WTM sin duda estarán en la siguiente semana en Portugal en la IGTm. destacar que lo importante de este tipo de eventos como el London Golf Show, es que nos permite el contacto directo con el propio consumidor, lo que no tiene nada que ver con la consabida queja del turoperador buscando siempre su beneficio personal. Dicho esto, cabe añadir que no hubo quejas salvo un par de ellos que aún les parecían caros los precios de los green fees, y que ahondando en la conversación te dabas cuenta de que hacia al menos dos o tres años que no habían venido a Andalucía. Algunos otros mencionaron Turquía como el nuevo destino emergente y en alguna forma muy atractivo para muchos de ellos por su fórmula All Inclusive donde además de que el paquete completo es muy barato, se pueden poner ciegos a alcohol sin límites. No obstante, para la gran mayoría de los británicos, Andalucía sigue siendo el destino ideal para sus vacaciones de Golf. Por último mencionar que del material que llevamos para esta feria, los folletos de los Campos salieron en su totalidad y de las Guías de Campos de la RFAG quedaron muy pocas a la hora del cierre de la feria. Además pasaron por el stand:

Mr. Simon Wradley & Mr. Yannis Kafetsoulis
London Eye Hospital
8-10 Harley st.
LONDON W1G
www.londoneyehospital.com

Estos señores estaban interesados en buscar clientes para operaciones de vista y oído entre los golfistas británicos que acuden a jugar a golf a Andalucía. "Curiosidades de la vida"

El otro perdido fue:



Mr. Gimmi Grosso
Ruelle de Borjaux 4
CH-1807 Blonay
www.golferspages.com

IGTM, Algarve (12 – 15 noviembre)

Un año más se ha celebrado la IGTM, en esta ocasión ha sido en Algarve, por segunda vez. El comité comercial de la RFAG viene asistiendo a este evento desde 2005, con el objetivo y finalidad de reunirse con el mayor número de tour operadores y recoger sus comentarios, para luego trasladarlo mediante informe a todos campos federados como hemos venido haciendo hasta la fecha. En esta ocasión se desplazaron Marco Polacci y Jaime Bosch para atenderlo. El próximo año se celebra en Costa Dorada y en el 2014 en Como, Italia.

La International Golf Travel Market ha celebrado este año su décimo quinta edición, sigue siendo el evento promocional con mayor relevancia para el turismo de golf, es el foro más importante a nivel mundial especializado en el segmento de golf.

En la edición de este año y según la organización ha habido más de 1.200 delegados, de los que 350 han sido compradores (tour operadores) y el resto vendedores, ya que este evento es un WORK SHOP puro y duro, a pesar de que en los últimos años esta proliferando mucho los Stand de diseño por parte de los vendedores.

La idea inicial fue la de tener un evento donde compradores y vendedores tuvieran la oportunidad de sentarse en una mesa y negociar sus productos, no la de convertirlo en una feria de turismo más. Eso no quiere decir que Andalucía debería asistir, no solo a este evento, si no a todos con una misma imagen, que tanto los tour operadores, como el consumidor final nos identifique fácilmente mediante una imagen homogénea. Son muchas las reuniones que este comité ha mantenido con los responsables de Turismo Andaluz, para que se hubiera convertido en realidad, al igual que venimos solicitando un Departamento para la promoción del golf, no sabemos con cuantos Consejeros de Turismo, Consejeros Delegados y Directores de Turismo y de Áreas nos hemos reunido, sin haber conseguido todavía nuestro objetivo, actualmente estamos a la espera que el nuevo Consejero de Turismo nos conceda una reunión donde nuevamente le haremos llegar nuestras inquietudes al respecto.

Centrándonos en el Evento de este año, podemos decir que no hemos recibido quejas como ocurriera años anteriores, por el contrario entendemos que no solo los tour operadores consolidados están satisfechos, si no que además desean ampliar sus vías de negocios en Andalucía, muchos otros operadores que o bien aun no operan con nosotros o en muy poca medida, quieren comenzar a hacerlo.

La competencia es dura como hemos podido comprobarlo en Algarve, si no también en países como Turquía, Túnez, etc. De acuerdo con la opinión de los tour operadores, tenemos un buen producto que debemos cuidar y tener conciencia de cobrar de acuerdo a los servicios y productos que ofrecemos, lo que ellos llaman "VALUE FOR MONEY". Actualmente y según los datos aproximativos que disponemos, la tour operación supone alrededor del 40% de la ocupación de nuestros campos, en Portugal están aproximadamente alrededor del 70%, la política que siempre han llevado es la de ofrecer un Rack rate muy alto y ofrecer a los tour operadores un descuento como mínimo del 50%. Como última apreciación



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

nos han indicado que los golfistas poco a poco están volviendo a interesarse por nuestro destino, a pesar del reciente incremento del IVA del 8% al 21%.

A continuación hacemos un detalle de todos los tour operadores con los cuales que nos reunimos durante la celebración de este evento:

Golfspanien – Katharina Samuelsson
info@golfspanien.se

Operador sueco con oficina en Huelva que es el destino principal ofrecido aunque ahora quiere ampliar y añadir más destinos en Andalucía. Para sus clientes necesitan encontrar apartahoteles en campos de golf. Enviar información y precios.

Skytours Travel Ltd – Brian Nevin
www.skytours.ie
www.golfholidays.ie
brian.nevin@skytours.com

Tour operador de golf en actividad desde hace ya muchos años. Aunque el mercado irlandés no genera en este momento el volumen de golfistas de antaño, sigue siendo un mercado interesante que se está recuperando lentamente. Enviar información y precios.

Golflife Travel – Jüri Tiitus
jyri@spoleman.ee

Operador con oficina en Tallinn, Estonia. Este país solamente cuenta con dos mil golfistas que viajan sobre todo desde Mayo hacia Septiembre con vuelos chárter. Tiene mucho interés en nuestro destino aunque no puede prometer grandes grupos. Enviar información y precios.

Pin High Golftravel – Eric Bakker
eric.bakker@pinhigh.com
www.pinhigh.nl

Tour operador de golf mas significativo de Holanda. Se considera que sea el más importante del país y es un referente tanto para otros operadores como para los clientes. Enviar información y precios.





REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Golf Planet – Michal Krecek

www.golfplanet.cz

www.luxurygolf.cz

michal@golfplanet.cz

Golf Planet es el único tour operador de golf en la República Checa especializado en el segmento aunque hay otros tour operadores que venden también vacaciones de golf con mucho éxito. Tienes interés en recibir información y precios.

Moinhotur – Ondina Becker

www.moinhotur.com.br

ondinabecker@moinhotur.com.br

Se trata de un tour operador con gran conocimiento de nuestro destino y que tiene una estrecha vinculación con una feria de golf que se celebra en Sao Paulo, Brasil. El número de golfistas en este país es de tan solo 25000 pero con elevado poder de adquisición y acostumbrados a vacaciones de golf al extranjero.

Golfmedia – Jesper Bergreen

www.golfloop.com

Jesper@golfloop.com

Golfloop es la empresa que viene subcontratada para la gestión de viajes de golf. Jesper Bergreen colabora con los profesionales de 55 clubes de golf en Escandinavia (Noruega, Suecia y Dinamarca) por tanto necesita proponer campos de golf con zonas de práctica donde se puede dar clases. Todos los grupos vienen acompañados de un profesional de golf. Enviar información y precios.

Exclusive Destinations – Marc Van Zeveren

www.exclusive-destinations.be

info@excusivedestinations.be

Tour operador con varias programaciones incluyendo el golf. Trabaja con las propiedades pidiendo, para la inclusión en su folleto, una colaboración a pagar sobre producción. Enviar información y precios.

Your Golf Travel – Andrew Smith

www.yourgolftravel.com

andrews@yourgolftravel.com

Posiblemente el tour operador de golf más importante del Reino Unido conjuntamente con Golf Breaks. YGT se ha quedado con Saga, 3D, Bill Goff, Forgolf.com y Longshot. Intentan negociar a la baja y se limitan a un margen muy pequeño para poder vender a precios más bajo en el mercado británico pero generando un volumen importante de ventas.

Golf Plaisir – Niklas Högborn

www.golfplaisir.se

Niklas.hogborn@golfplaisir.se

El gran tour operador Kuoni es propietario de Apollo Resor AB (en Suecia y Finlandia) como también de Golf Plaisir, Golf Plaisir Norway, Out of Bounds, y más recientemente de Krone en Dinamarca y Gotia en Suecia.



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

De momento será Golf Plaisir a coordinar la comercialización de todos los operadores de golf. Niklas es el responsable de producción. Actualmente solo trabaja con un campo de golf, están interesados en ampliar su horizonte, por lo que les interesa recibir información y precios de los demás campos de golf de Andalucía

Golf & Country Travel – Marlies Nelissen
www.golfandcountrytravel.nl
info@golfandcountrytravel.nl

Tour operador de golf en actividad desde hace diez años que ahora tiene intención de ampliar su oferta de productos en España. Marlies Nelissen informa que ofrecen solo hoteles de cuatro y cinco estrellas. Está interesado en recibir información y precios.

Fairways to Heaven Golf – Neville McCrindle

www.f2hgolf.com

nevillemcCrindle@btinternet.com

swinton@f2hgolf.com

El titular de la empresa, Sean Winton, escocés con base en Tampa Florida, está creando un portal destinado a la venta de diferentes destinos para golfistas americanos. En actividad desde hace catorce años. Tiene interés en recibir información y precios netos.

Albatross Golf Tours – Gavin Riddall

www.albatrossgroltours.com

inf@albatrossgolftours.com

Empresa con base en Costa Blanca que quiere convertirse en tour operador aunque ya actúa como tal desde hace tiempo. Gavin Riddall es un profesional de golf. Ofrecen Costa Blanca y Almería como destinos de golf pero quieren ampliar la oferta.

Golf Vacations - Patrick Barta
Golf Gourmet – Patrick Barta

patrick@golfgourmet.co.za

patrick@golfvacations.co.za

www.golfvacations.co.za

www.golfgourmet.co.za

Es un receptor y un emisor de golf de Sudáfrica. Envían grupos al torneo Masters de Augusta, Dubái, Turquía, Argentina, Tailandia y en España donde quieren ampliar la



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

gama de productos. Especializados también (Golf Gourmet) en ofrecer vacaciones de golf con oferta gastronómica. Complementan sus actividad de tour operación con dos revistas; Tee and Sandwedges (30.000 copias) y Blaque además de un programa de televisión, Ultra simple Golf, en una cadena de golf.

Enviar información y precios netos.

CostalessGolf SL – Ron Garrood
Wendy Garrood

ron@costalessgolf.com

wendy@costalessgolf.com

www.costalessgolf.com

Agencia de viajes con número C.I.A.N. 29913-2 y con sede en Fuengirola que opera desde hace varios años. Ron y Wendy informan que son tour operadores de golf que colaboran ya con muchas propiedades pero quieren ampliar el abanico de productos.

Greens du Monde – Daniel Remiot
www.greensdumonde.com
daniel.remiot@golfeo.com

Tour operador de golf francés consolidado que solamente ofrece propiedades de cuatro y cinco estrellas. Enviar información y precios.

SponsorLink – Inge Thorp
inge@sponsor-link.no
www.sponsor-link.no

Tour operador de golf gestionado por personas muy calificadas en turismo de golf de Noruega. Ofrecen a sus clientes una selección muy limitada de propiedades. La relación calidad/precio es el parámetro usado en su selección.

Sportstours – Martin Spence
info@sportstours.com
www.sportstours.com

Tour operador Americano que opera desde el 1990 especializado en el segmento tenis hasta el 2000 cuando empieza con el golf. Trabaja con hoteles de cuatro y cinco estrellas. Conoce muy bien nuestro destino.

Tee Times Golf – Paula Cavaco

www.teetimes.pt

www.spainholidays-golf.com

info@teetimes.pt

Tour operador portugués en actividad desde hace 20 años. Recientemente ha em-



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

pezado a ofrecer la zona de Huelva y ahora quiere ampliar su oferta Andaluza. Solicita información y precios.

Golf Tailors Ltd. - Susanna Särkinen

susanna@golftailors.fi

www.golftailors.fi

Susanna Särkinen gestiona su propia empresa de tour operación de golf conjuntamente con su marido (Ilkka Särkinen). Muy activos en el mercado, consiguen organizar viajes a unos 2000 golfistas al año a los varios destinos ofrecidos. Portugal resulta ser el destino favorito con casi el 50% del volumen total gracias también a los cinco vuelos directos semanales de la compañía aérea de bandera portuguesa Tap. España recibe un 25% mientras el restante 25% para el resto del mundo. Enviar precios.

A2B Incentives - Lorraine Connaughton

info@a2b-incentives.com

www.a2b-incentives.com

Miembro de IAGTO, colabora solamente con hoteles de cuatro y cinco estrellas para su cartera de clientes de alta gama para viajes de incentivos. Conoce muy bien España donde ha llevado muchos grupos de incentivos

S-Guide - Robert Paul

robert.paul@sguide.cz

www.golfve-cesty.cz

Tour operador de la Republica checa con quince años de actividad en el mercado de golf que es un segmento emergente. El país cuenta ya con unos 60.000 jugadores de golf de los cuales el 55% son hombres, 35% mujeres y el restante 10% jóvenes por debajo de los 18 años.

S-Guide está interesado en ampliar el número de golfistas que envía a España, actualmente unos 900/1000 pax. Enviar precios.

Heimsferdir – Magnús Birgisson

www.heimsferdir.is

magnus@heimsferdir.is

Posiblemente se trata del tour operador más significativo en Islandia. Envían unos 3000 jugadores de golf, todos los años, a España. Magnus, profesional de golf, acompaña algunos grupos. Tiene mucho interés en recibir información y precios.

Golf Travel – Celso Teixeira

www.golftravel.com.br



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

cteixeira@golftravel.com.br

Tour operador de golf en actividad desde hace pocos años. Aunque no hay muchos golfistas en Brasil, unos 25.000, si que muchos de ellos viajan al extranjero para jugar su deporte preferido.

Tiene interés en recibir información y precios.

Marco Polo – Eva Jesuová

www.marco-polo.cz

golf@marco-polo.cz

Tour operador de la Republica Checa con departamento de golf. En actividad desde hace muchos años enviando un volumen reducido de golfistas a España. Tiene el convencimiento de poder incrementar el número de personas hacia nuestro destino ya que hay muchos golfistas que se han cansado ya de Belek. Enviar precios.

Golf Extra (EMU exclusive Travel gmbh) – Ergül Altinova

erguel.altinova@golf-extra.com

www.golf-extra.com

www.emu-travel.com

Tour operador de golf con sede en Alemania que ya ofrece algunas propiedades en España. Envía unos 6.500 jugadores al extranjero para jugar los torneos que organiza. A través de Toms Premium también ofrece hoteles de lujo. Enviar información y precios.

Golfing Holidays – Kevin Batty

www.golfingholidays.org

kevin@golfingholidays.org

Golfing Holidays, empresa especializada en viajes de golf, hace parte del tour operador GB Travel Group con sede en Inglaterra. Al frente tienen Kevin Batty, un profesional del turismo con más de treinta años de experiencia y gran conocimiento de nuestro destino. Enviar precios.

Members Only Golf Breaks – Stephen McDermid

www.membersonlygolfbreaks.co.uk

stephen@membersonlygolfbreaks.co.uk

Stephen McDermid informa que vende viajes de golf a grupos a través de los clubes de golf, los pros o secretarios de golf. No es un tour operador ni agencia de viajes pero actúa como tal.

Novasol Vakantiehuizen – Frans Schoon



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

www.novasol.nl

frans.schoon@novasol.com

Empresa especializada en estancia en villas y apartamentos. Tiene interés en recibir información y precios.

Golf Clicker – Ana Rodriguez

www.golfclicker.com

info@golfclicker.com

Empresa de muy reciente creación vinculada a DonostiRec, mayorista/minorista que tiene asociadas un grupo de mas de 314 agencias perteneciente al grupo Edenia y a su vez AGC. Está interesado en recibir información y tarifas de los campos de golf.

Sports Travel Hospitality Group B.V. – Ed Brouwer

www.st-hg.nl

brouwereduard@gmail.com

Empresa holandesa que se dedica a organizar viajes de golf con otra actividad o atracción añadida tipo golf y futbol, golf y la ciudad, golf y Spa de lujo. También se ocupe de viajes de incentivos pero siempre tratando de ofrecer algo especial añadido.