



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

COMITÉ COMERCIAL CAMPO DE GOLF



INDICE

| | Páginas |
|---------------------------------------|---------|
| FITUR | 387 |
| FESPO | 388 |
| DANISH GOLF | 389 |
| RHEINGOLF | 390 |
| ITB BERLIN | 391 |
| HELSINKI | 392 |
| MADRID GOLF | 394 |
| SCOTTISH GOLF SHOW..... | 395 |
| MANCHESTER GOLF SHOW | 396 |
| OPEN ESPAÑA..... | 397 |
| NAC NORTH AMERICAN | 398 |
| OPEN DE FRANCIA | 401 |
| OPEN DE ESPAÑA FEMENINO | 403 |
| OPEN OMEGA | 403 |
| LADIES EUROPEAN TOUR | 404 |
| KLM OPEN | 406 |
| INTERNATIONAL WORLD TRAVEL MARK | 409 |



INFORME

PRIMER SEMESTRE DEL COMITÉ COMERCIAL DE CAMPOS

FITUR, Madrid, (30 enero – 03 febrero)

La primera acción del Comité Comercial de Campos de la Real Federación Andaluza de Golf, como cada año, fue Fitur, feria a la que acudimos de la mano de Turismo Andaluz en el pabellón que la organización, como en cada edición, reserva para el evento.

Fitur es un evento clave dentro de la promoción de Andalucía como destino turístico y una oportunidad óptima para vender en él nuestro deporte de golf al mercado nacional. Según datos de la organización, durante los cinco días que duró el evento, el pabellón de Andalucía recibió la visita de 144.000 personas, aproximadamente el 66 por ciento del total de asistentes al evento.

Si bien es cierto que al tratarse de una feria de carácter turístico general es más difícil llegar al público que en una feria especializada como puede ser Madrid Golf, también es verdad que los aficionados a nuestro deporte que se acercan al pabellón de Andalucía lo hacen con la idea principal de buscar nuestro stand.

Este año, el golf ha tenido un peso mayor que otros años al aprovecharse la cita en FITUR para firmar un acuerdo entre la Consejería de Cultura y Deporte de la Junta de Andalucía y la Real Federación Española de Golf.

Ese acuerdo permitirá a la Administración autonómica promocionar la oferta turística de golf entre los más de 314.000 jugadores federados en el país.

Como en cada edición, destaca la fidelidad a nuestra región de los visitantes al stand, que aseguran haber visitado los campos andaluces -normalmente en más de una ocasión- y que prometen volver. Además, la práctica totalidad de los golfistas que nos visitan pregunta por la nueva Guía de Campos de la RFGA, con el objetivo de estudiarla bien y encontrar nuevas zonas que conocer y campos para jugar.

Además, agradecen muy especialmente los folletos de campos que junto a unas imágenes llamativas y una información atractiva del campo especifican los precios de los green fees, buggies y, si es posible, alojamiento tanto para los jugadores como para los acompañantes no jugadores. Es en este punto donde más merece la pena hacer un esfuerzo y ofrecer al público la información que está buscando de la manera más clara posible.

Durante los cinco días que duró el evento, se repartió todo el material que se había enviado, tanto las guías de la RFGA como los folletos de los campos.



FITUR

FESPO, Zurich, Suiza (30 enero – 03 febrero)

El stand de la Federación Andaluza de Golf en la feria de turismo Fespo estuvo compartido con Turismo Andaluz.

El Comité comercial de la Federación Andaluza de Golf fue representado por Andrés Sánchez Garca. Igualmente se personó Tomás Llanza de La Cala Golf.

Una feria de turismo en general muy cerca del centro de Zurich, la cual fue bastante concurrida por un público de alto nivel económico y además 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 y Cádiz, Huelva y Almería se conocen menos, pero tienen interés por visitarlos.

Pocas agencias visitaron nuestros stands o estaban presentes en la feria.

La feria comenzó el 31 de enero y finalizó el 3 de febrero, de jueves a domingo.

Los horarios de apertura para los primeros dos días fue de las 13.00h a las 20.00h,



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

horas extrañas de apertura para una feria de turismo pero esto es según los organizadores debido a los horarios de trabajo del público.

Sábado y domingo era de 10.00h a 18.00h.

Visitaron esta feria unas 70.000 personas según los datos de la organizadora Fair-Com AG.

El precio de entrada era de 14 francos suizos, unos 11 € y los niños menores de 12 tenían la entrada gratis, aun con estos precios, no entraron muchos niños. Unos 600 exhibidores estuvieron presentes en los diferentes pisos del edificio.

Una feria muy interesante por el público de alto nivel económico, amante de los campos de golf de Andalucía y cliente repetidor.

DANISH GOLF SHOW, Herning, Dinamarca (22-24 Febrero)

La Real Federación Andaluza de Golf, una año mas, ha asistido al Danish Golf Show que se ha celebrado del 22 al 24 de Febrero, compartiendo medio stand con el tour operador de golf danés Green 2 Green. El Danish Golf Show es uno de los cuatro temas vacacionales, junto con Holiday Abroad, Holiday in Denmark, Outdoor y Camping que se ofrecen en Ferie for Alle, considerada como la feria más importante de turismo del país. Representantes de Almenara Golf, Villa Nueva Golf, Costa Ballena y Lauro Golf han aprovechado con



Danish Golf Show



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

su presencia el espacio ofrecido por la RFGA.

Según los organizadores más del 80% de los visitantes salen de viaje al extranjero por lo menos dos veces al año y el 70% tienen interés en viajar hacia el sur de Europa.

También este año más de 65.000 personas visitaron esta feria. Siempre según los organizadores, el 24% del total de visitantes tuvieron interés en el pabellón de golf por tanto se estima que algo menos de 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 una buena conexión aérea con nuestro destino manteniendo vuelos directos desde Copenhague y Billund hacia Málaga. Además Green 2 Green, en otoño, inaugurará un vuelo directo hacia Sevilla manteniendo dos vuelos hacia Faro.

La ralentización de la economía danesa hace que exista una tendencia de ahorro en Dinamarca donde el sector de viajes crece menos que en el resto de los países nórdicos.

La previsión para la temporada de invierno 2012/13 es de un incremento del número de turistas daneses a España respecto al invierno pasado. Aunque en general el mercado se mueve por precio, todavía hay golfistas que buscan productos con buena relación calidad/precio por tanto nuestro destino, considerado de calidad, es objeto de mucho interés a la hora de elegir un viaje de golf.

Todo el material gráfico traído ha sido entregado directamente a personas que han manifestado interés en los campos de golf de nuestro destino. Además, visitaron el stand los siguientes tour operadores de golf que promocionan activamente nuestra zona:

Daniel Kristensen - Bravo Tours
Peter Grinsted - Green2Green
Stig Horup - Fair Play Golf Tours
Thomas Hamilton - Caddie Golfrejser
Kostantin Mirliauntas - Fairway Golf Travel

RHEINGOLF, Colonia (01-03 marzo)

Rheingolf, en su decimo quinta edición se ha celebrado por primera vez en Düsseldorf para intentar reanimar este evento que estaba perdiendo interés de público en Colonia después de tantos años. Según los organizadores casi 15.000 personas han visitado la feria durante los tres días. En general los golfistas de la zona de Düsseldorf, donde hay unos 35 campos de golf en un radio de 30 kilómetros del centro, tienen un poder adquisitivo medio/alto.

Según la Federación Alemana de Golf, el país cuenta con 648 campos de golf y más de 600.000 jugadores federados de los cuales casi una tercera parte son mujeres, es el país europeo con mayor participación femenina en este deporte. Alrededor de Düsseldorf, en un radio de 250 kilómetros reside la mayor concentración de golfistas de Alemania (unos 300.000).



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Alemania parece sufrir menos la crisis económica no obstante la importancia tan relevante que tiene la industria del automóvil en su economía. No obstante el mercado alemán, en general, se mueve por precio. Muchas personas que pasaron por el stand preguntaron por Sancti Petri que resulta muy popular por tener unas ofertas con una muy buena relación calidad precio. Para el mercado alemán Turquía resulta ser unos de los destinos con más éxito. En Antalya, Air Berlín cuenta con su propio terminal.

Representantes de Costa Ballena Golf y Villa Padierna Golf Resort han aprovechado el espacio que la RFGA ha puesto a disposición de los campos de golf Andaluces.

Todo el material gráfico traído ha sido entregado directamente a personas que han pedido información específica sobre nuestra zona. Se han mantenido conversaciones con los siguientes tour operadores que venden activamente nuestro destino:

Classic Golf Tours – Britta Reinhardt – director product management

ITB BERLIN, Alemania (06 – 10 de marzo)

La Real Federación Andaluza de Golf ha estado presente en la 47 edición de la feria de turismo más importante del mundo: la Internationale Tourismus Börse – ITB 2013, que se ha celebrado en la ciudad alemana de Berlín. La Canciller alemana Angela Merkel fue la encargada de inaugurar la feria para todos los asistentes. Sin duda el sitio de reunión de empresarios y responsables de la toma de decisiones sobre política turística internacional más grande del mundo.

D. Ignacio Iturbe ha sido el representante de la Federación Andaluza de Golf acudiendo al evento junto a Turismo Andaluz.

Con un total de 10.086 expositores representando a 188 países que presentaron sus productos y servicios en salas de exposiciones con aforo totalmente completo. En total, unos 110.000 visitantes, el 43% de ellos extranjeros, se acercaron a Berlín. La Convención de la ITB de Berlín tuvo niveles récord de asistencia.

El martes día 6 de Marzo la afluencia de profesionales y políticos fue notable destacando en la inauguración la presencia del Ministro de Industria, Energía y Turismo D. José Manuel Soria y el Consejero de Turismo y Comercio de la Junta de Andalucía D. Rafael Rodríguez acompañado del Presidente de la Diputación D. Elías Bendodo.

Entre las visitas de interés al Stand de la Federación destacamos: Sasco Travel, Global Destination Tour, Best Hotels, Golf & Tourism Promotions, Global Green Events.

Sin olvidar interesantes propuestas de Túnez y Turquía como TKDK, el internacional Eurosport y redactores de prestigiosas revistas como Tagesspiegel y Cuilis Golf.

El miércoles día 7 de Marzo destacamos la celebración de la Noche de España en el Hotel Meliá Berlín situado en la Friedrichstrasse. Gracias a la invitación personal del Director de la OET D. Ignacio Iturbe acudió en representación de la RFGA. Un importante acto que contó con D. José Manuel Soria como anfitrión, actualmente Ministro de Industria, Energía y Turismo de España.



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Los Tour operadores tuvieron la oportunidad de visitarnos desde el miércoles hasta el viernes y para el público en General hubo puertas abiertas el sábado y Domingo.

Las reuniones y encuentros con los principales profesionales del sector fueron numerosos y en la mayoría de los casos muy satisfactorios. En el plano crítico, destacamos la queja de Eduard Reinert de Golf i Sol, según nos comenta la postura negativa de la Costa del Sol en el trato al profesional, al que se le obliga en algunos casos a pagar el Greenfee cuando este acompaña un Grupo. Motivo que lo han inducido a inclinarse por la Costa de la Luz como destino elegido.

Turismo y Deporte de Andalucía ofrecieron al público asistente una degustación de Vino y Jamón Ibérico de denominación de origen. A su vez, el sábado un grupo de flamenco amenizó la jornada con una actuación para deleite de los presentes.

HELSINKI (GO EXPO), (08-10 de Marzo)

La RFAG, mediante su comité de campos comerciales estuvo presente con stand propio en esta feria y fue representada por D. Carlos Pitarch, de Lauro Golf, asistiendo también Jesús Pérez Camino de Costa Ballena y Nina Nordenswan, trabajadora de Lauro y de nacionalidad finlandesa, lo cual facilita enormemente las cosas. Tuvimos una enorme asistencia de público y como detalle para aquellos a los que les gusta saber del tiempo, me hizo 14 grados bajo cero en la calle, casi nada.

Se trata de una feria deportiva en general donde prácticamente el golf y el ciclismo ocupan más de un 50% de la feria, y dentro del golf hay un sector especial para destinos de golf, con presencia de Turquía, Portugal, Alemania, Estonia, Túnez, Tailandia, Norte de Italia, Bulgaria, Suecia, Lituania, Republica Checa, Republica Dominicana. Dentro de España sólo estábamos presentes Cataluña y nosotros. El stand más visitado era precisamente el de Andalucía, en definitiva el de mayor éxito y por tanto la sensación que tenemos es enormemente positiva acerca del creciente interés por nuestro destino. Hicimos una encuesta (los resultados de la misma los adjuntamos más abajo), resultando de ella la creación de una base de datos con unos 360 email.

En estos momentos el principal destino de golf para los finlandeses es Andalucía, y más en concreto Málaga. El equipo de juniors de la Federación Finlandesa entrena en Málaga y la presencia del golf malagueño es constante en los medios de comunicación (en particular en la prensa y en Internet). Para los finlandeses Andalucía es sinónimo de Málaga, Fuengirola, Mijas y Marbella, y algo de Sotogrande. Existe un creciente conocimiento de Cádiz, aunque no demasiado, y mucho más flojo es su conocimiento de Huelva y Almería como destino de golf.

Para el cliente finlandés, una de las cosas más importantes a la hora de elegir un destino de golf es la existencia de vuelo directo. Como opinión personalísima cada destino de golf andaluz debiera enfocar sus esfuerzos en tener conexiones de vuelo directo con Helsinki y otras capitales de países emisores de clientes golfistas (Málaga no tiene este problema), y en sentido contrario cada campo de golf debe hacer promoción en aquellos lugares que tengan vuelo directo, mientras que si aún no lo tienen, el esfuerzo hay que dedicárselo a tenerlo.

Soy consciente de lo obvio y a la vez lo complicado que resulta lo que estoy diciendo, pero zonas como Huelva, Almería y Cádiz mejorarían su mercado en Finlandia, y otros



muchos países europeos, si a través de las Administraciones Públicas, Patronatos, etc., se fomentase que se estableciesen rutas directas en temporada invernal (desde octubre a abril), cuando el golf en el norte de Europa no se puede practicar. A veces hacemos unas ofertas estupendas a unos clientes que para venir a jugar a Cádiz, por ejemplo, tienen que estar todo un día volando con escalas, y no obtenemos resultados. Como ejemplo se puede mencionar la popularidad de Tailandia como destino de golf en Finlandia. Los paquetes de golf no tienen una ventaja competitiva desde el punto de vista del precio, pero cuentan con vuelo directo, aunque sea un poco más largo.

Con Helsinki, así como otros países como Suecia, Dinamarca, etc., del norte de Europa, el poder coger un avión y estar aquí en cuatro horas es fundamental. En concreto Finlandia está al doble de distancia de otros lugares como Suiza, Inglaterra, etc. y tener que hacer una escala supone perder el día de ida y de vuelta, de manera que ya no salen rentables unas vacaciones cortas de cuatro o cinco días, y sólo podemos optar a los clientes de vacaciones largas, que son minoría.

El cliente finés es un cliente de una estancia media entre 4 y 7 días (solo en destinos con vuelo directo) y de viajes entre 1 semana y 3 meses (las familias y los grupos de amigos suelen quedarse una semana y los jubilados entre 1 y 3 meses) en el resto de los destinos. En este sentido lo más demandado son los abonos de corta temporada de una semana o de un mes, que según comentarios recibidos, se echan en falta en algunos campos.

En mi opinión la manera de comercializar nuestro destino en Finlandia es la siguiente (y son las mismas recomendaciones del año pasado, prácticamente),

- A través del TTOO solo paquetes muy completos dándole el trabajo hecho. Estas agencias venden no sólo aquellos paquetes que les den un buen margen sino aquellos que les den poco trabajo. Tendremos que ser nosotros los que hagamos el esfuerzo de organizarles la estancia, golf, actividades alternativas, etc.

- A través de clubes de golf, vendiendo estancias a grupos de amigos golfistas, chavales que quieren hacer dos semanas de entrenamiento, etc. y esto se comercializa a través de clubes de golf con muchos socios.

- Pero también está la figura del pro de cada campo. Tened en cuenta que son unos pros que se quedan en el paro desde octubre a abril, sin nada que hacer por la imposibilidad de jugar en el norte de Europa y si les permitimos organizar viajes de golf, con clases a sus propios alumnos, etc., les damos la oportunidad de trabajar. Y son ellos mismos los que se encargan de promocionarnos, no tanto por el margen que les podamos ofrecer, sino porque tienen la posibilidad de seguir dando clases a sus alumnos durante el invierno.

- En Finlandia prácticamente todo el mundo se maneja por Internet y es un medio fenomenal para vender greenfees con poco coste. Si antes decía que el ttoo es quien nos vende los paquetes completos, en lo que se refiere a greenfees sueltos tiene más importancia la publicidad en los medios de comunicación ya que para muchos golfistas, esto ya es un destino maduro y conocido y ellos se organizan su viaje a su antojo. 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.

Contactos de TTOO 's finlandeses hemos sacado muy pocos ya que la feria es para



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

cliente final y es deportiva. Adjuntamos los que sí contactaron con nosotros, alguno ya conocido:

- Christer Herlin, Katriina Mikkola
- Tuomas Kiiskinen

- Andrey Udovichenko

Entre el público hicimos una encuesta, con la participación en un sorteo cuyos premios se detallan más abajo. (Quiero dar las gracias a los campos que aportaron premios). De esta acción hemos sacado los datos que a continuación se detallan y una base de datos de 360 email aproximadamente.

La mayoría conoce Andalucía como destino de Golf. Los campos más conocidos son: Lauro, Parador, Guadalhorce, La Cala, Mijas y Costa Ballena.

.Puntos que tenemos que mejorar según los encuestados:

- Precios cuando se juega varias veces en un corto periodo.
- Marketing: actualizar la información en las páginas de web, traducirlas al finlandés etc.
- Vuelos directos o con escalas cortas.
- Señalización (hay muchas quejas de lo difícil que es encontrar algunos campos).
- Paquetes conjuntos de estancia y golf.

.Sugerencias y peticiones que nos hicieron:

- Más ofertas de paquetes con vuelos, alojamiento, golf (incluyendo transfer o rent a car, etc.).
- Abonos de corto plazo.
- Ofertas para matrimonios.
- Ofertas para familias, con otras actividades aparte del golf para familias donde no todos jueguen al golf.
- Paquetes de green fees para varios campos.

MADRID GOLF (15 - 17 de marzo)

La séptima edición de Madrid Golf se ha celebrado en el pabellón 5 de IFEMA entre el 15 y el 17 de marzo de este año 2013, siendo la primera vez que se celebra en esta época y no en noviembre, como las seis primeras ediciones.

La organización ha declarado estar muy satisfecha con el cambio de fechas, que ha supuesto una nueva oportunidad de generar negocios y establecer contactos para los más de 3.000 profesionales acreditados que acudieron al evento y que, en total, ha congregado



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

a unos 16.000 visitantes amantes del mundo del golf.

La Real Federación Andaluza de Golf ha estado representada tanto en el stand de la Real Federación Española de Golf como en el de Turismo Andaluz. El contar con dos puntos de información que, además, estaban bastante distanciados entre sí, nos ha permitido atender fácilmente a todos los asistentes.

Uno de los aspectos positivos del cambio de fechas ha sido que los visitantes han agradecido mucho llevarse la guía de la RFGA recién actualizada pues, cuando la feria se celebrara en noviembre, se la llevaban sabiendo que en un par de meses ya se habría editado la nueva.

Andalucía es un destino de golf, como ya sabemos, más que consolidado entre el público madrileño. La inmensa mayoría de los visitantes ha jugado en más de una ocasión en nuestros campos, y para muchos de ellos, Andalucía es su destino fijo de vacaciones, llevan muchos años viniendo y lo que buscan es conocer campos nuevos o descubrir zonas de Andalucía que no son las que suelen visitar.

En general, todos los comentarios sobre nuestro destino de golf son positivos, no sólo por los campos, sino por el trato que han recibido, la calidad de los hoteles, la restauración y el clima. Los que han estado prometen volver.

Como en anteriores ediciones –junto con la guía de la RFGA lo que más ha llamado la atención del público han sido aquellos folletos de campos que, junto con la descripción e historia del mismo, ofrecen ofertas y precios de green fees, si vienen acompañados de alojamiento, mejor aún.

Se repartió todo el material que se envió para el evento incluyendo –por supuesto– todos los folletos que los campos enviaron para su difusión.

SCOTTISH GOLF SHOW, Glasgow (22 a 24 de marzo)

En su octava edición el Scottish Golf Show se ha celebrado nuevamente en Glasgow. Los organizadores han decidido celebrar este evento en Glasgow y Edimburgo alternando ciudad cada año. Además procuraran evitar, en el futuro, que la fecha coincida con el Salón de golf de París. Stand compartido con Turismo Andaluz. Posiblemente debido al mal tiempo la afluencia de público ha sido muy buena. El número de visitantes, según la organización, han sido de 18.064 para los tres días:

Escocia tiene la suerte de que el golf hace parte de su cultura y el SGU (Scottish Golf Unión) mantiene un programa de desarrollo muy ambicioso prefijándose un 10% de incremento de golfistas para el 2020. El país con 5.5 millones de habitantes cuenta con más de 550 campos de golf. Actualmente 257,000 personas son miembros de algún club de golf en Escocia y se estima que unas ulteriores 250,000 personas juegan regularmente pagando un Green fee. Siempre según el SGU, de los 257,000 socios de club, 76% son hombres, 13% mujeres, 10% juniors varones y el 1% juniors niñas.

Este país con sus más de 500.000 golfistas es de gran interés para nuestro destino siendo España uno de los destinos preferidos tanto para las vacaciones con la familia como para las vacaciones con los amigos para jugar a golf. La corta duración del vuelo y los distintos vuelos directos nos ayudan a competir con destinos de gran éxito como Turquía.



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

La crisis económica en el Reino Unido está afectando el volumen de turistas dispuestos a viajar. Muchas personas que se han acercado a buscar información sobre paquetes de golf han expresado una preferencia para productos con precios más económicos aunque los productos con buena relación calidad/precio han suscitado también gran interés. Ahora que estamos alcanzando precios competitivos, es importante mantener la calidad de nuestro producto si queremos recuperar nuestra cuota de mercado y competir con los muchos destinos de golf en Europa.

Todo el material gráfico ha sido entregado directamente a personas interesadas y por el interés demostrado se espera ver una subida en reservas hacia Andalucía.

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 que venden activamente vacaciones de golf en Andalucía:

Gordon Murray - Golf Amigos
Derek Andersen - Golf Holidays Worldwide
Neil MacRae - GolfKings.co.uk
John Macdougall - Strike Golf Travel

Su representante en España es Jose Luis Moya de la empresa Golf in Spain.

MANCHESTER GOLF SHOW, (5 a 7 de abril)

Se celebra esta feria de golf por primera vez en Manchester después de unos cuantos años en Birmingham. Esta zona de Inglaterra conocida como el Northwest incluye Cheshire, Cumbria, Isle of Man, Lancashire y Merseyside. Zona con más de doscientos campos de golf de gran calidad donde el Open Championship se juega con frecuencia. En el Reino Unido hay más de un millón trescientos mil jugadores asociados a algún club de golf y una cantidad importante, que se estima alrededor de medio millón, de jugadores que juegan sin ser miembros de un club. En el país hay más de 3000 campos de golf, más que en Francia, Alemania, Holanda, España y Portugal juntos. Además en cuanto a la demanda de golf en Europa, el Reino Unido con el 30% del total sigue siendo el mercado más importante seguido por Alemania con el 14%.

Otros destinos, aparte de Andalucía, representados en el Manchester Golf Show han sido Turquía, Marruecos, Túnez, País de Gales, Inglaterra e Irlanda. Según los organizadores el número de asistentes superó los 8.500 y aunque el mercado británico genera menos jugadores de golf dispuestos a viajar por problemas económicos que hace unos años, sigue siendo el mercado más interesante para España.

El Manchester Golf Show, celebrado entre el cinco y siete de Abril, ha ofrecido todo lo relacionado al juego de golf. Muy bien organizado en el recinto ferial de Event City junto al Manchester Trafford Centre. El público, en general, ha mostrado buen conocimiento de nuestro destino ya que España es uno de los destinos más populares de vacaciones para el mercado británico. Esta feria tiene un carácter muy específico, por lo que los visitantes, aficionados al golf, buscan en ella las novedades que se puedan presentar en material deportivo, ropa y viajes de golf.

El Manchester Golf Show es un evento dirigido a la captación del cliente individual



y las ofertas de paquetes han sido bien recibidas. Todo el material gráfico traído ha sido entregado directamente a personas interesadas a nuestro destino.

Se han mantenido conversaciones con los siguientes operadores que venden nuestro destino:

Glencor Golf – Peter Renton director
Glen Renton director
Holidays 4 Golfers - Julie Franklin directora
Your Golf Day – Jennifer Shaw

OPEN DE ESPAÑA MASCULINO, El Saler (18 a 21 de abril)

El Campo de Golf Parador de El Saler acogió entre los días 18 y 21 de abril la 87ª edición del Open de España Masculino, que se celebraba en este campo por cuarta vez en la historia.

En esta ocasión, acudimos al evento junto con la Federación Nacional, que contrató un stand en el área comercial, siendo la Real Federación Andaluza de Golf la única territorial que estuvo representada en él. Además, en esta ocasión destacó especialmente la gran cantidad de clubes andaluces que aprovecharon esta oportunidad para vender entre todos Andalucía como el principal destino de golf de España.

El número de clubes que se animaron a enviar sus folletos informativos y ofertas fue bastante más alto del habitual, algo que contribuye a dar una imagen aún más fuerte de destino consolidado y a mostrar al mercado nacional la amplísima variedad golfística de la que pueden disfrutar en nuestra región. De hecho, los dos mostradores y la mesa que formaban el mobiliario del stand fueron ocupados enteramente por el material enviado por los campos y la Federación Andaluza.

Los visitantes a menudo buscan información específica sobre varios campos de una misma zona para comenzar a planear su próxima visita al sur, incluyendo una ruta por distintos campos. La guía de la RFGA es por ello muy bien recibida, pero los visitantes agradecen, además, tener información complementaria sobre precios o alojamiento en esos campos.

En este evento, al estar la zona comercial junto a la salida, ha sido muy fácil el acceso al público que pasaba a vernos antes de irse, habiendo mucho movimiento de personas atraídas por la gran cantidad de información que hemos ofrecido y por el minigolf que la Federación Española y Mahou pusieron delante del stand y que hacía que nuestra zona fuera la más concurrida.

El material enviado por la Federación y todos los folletos y material de merchandising enviados por los campos se repartieron sin problemas, resultando este evento un éxito tanto para la Federación Nacional como para nuestra Federación Andaluza.



NAC – NORTH AMERICAN CONGRESS GOLF TOURISM, Marco Island, (26 – 28 junio)

El Comité Comercial de la RFGA conjuntamente con Turismo Andaluz ha tenido la oportunidad de asistir a la NAC, (North American Congress Golf Tourism) que se ha celebrado en Marco Island, Florida del 26 al 29 de Junio de 2013. Para tal efecto se desplazaron Marco Polacci y Jaime Bosch y por parte de Turismo Andaluz fue Manuel Ortega. También nos acompañó Braulio Pitera de la Oficina Española de Turismo de Miami.

El evento ha consistido en una presentación de destino a los tour operadores presentes de los cuales la mitad americanos y la participación en el Workshop y Net Working.

En líneas generales el destino de Andalucía es bien conocido por la mayoría de los tour operadores con los cuales nos reunimos, aunque no todos operan con nuestra zona. Valderrama sigue siendo el campo de golf de referencia sobre todo para los operadores americanos. A los que no conocían el destino de Andalucía, se les dio cumplida y amplia información del mismo. La oferta complementaria como la cultura, la gastronomía etc. son de suma importancia a la hora de elegir Andalucía como destino de un viaje de golf.

Entendemos que es un evento de suma importancia por la información recogida y el seguimiento que debemos de hacer para que fructifique el trabajo realizado.

- TEETIMES4GOLF – Bert Van Den Euvel

Nos indicó que está operando poco con Andalucía, donde ha decidido operar más es en Valdecañas Extremadura, con paquetes de una semana muy baratos, vuelan a Madrid y desde allí una hora y media a su destino.

- SPORTSTOURS – Martin Spence

Tour operador de Norte América, su intención es la de operar especialmente en la Costa del Sol, a lo que nos solicitó información.

- TIME TRAVEL AB – Ronnie Olovsson

Tour operador sueco, nos informó que traen grupos a Resort de la zona de Cádiz Mediterránea. Sus clientes no quieren conducir por lo que no meten alquiler de coches en sus paquetes, de esa manera dice sus clientes están mucho mas relajado.

- EXPERIENCE GOLF – Bill Mabey

Tour operador de Nueva Zelanda, quiere operar con España y especialmente con Andalucía trayendo pequeños grupos de golfistas, se le dio toda la información necesaria.

- PRO GOLF TOURS – Patricia Álvarez

Tour operador que viene trabajando con nuestro destino desde hace tiempo, ella anteriormente estuvo trabajando en la Oficina Española de Turismo de Copenhagen.

- EURO GOLF TOURS LTD – Bill Campbell

Tour operador americano que opera en diferentes destinos europeos, entre ellos España, mandando pequeños grupos de golfistas.

- BALL TOUR - Carlos Bokser

Tour operador mayorista Argentino, muy interesado en recibir información, tarifas



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

y condiciones de los campos de golf andaluces.

- GOLF & MORE – Kees Van Donselaar

Tour operador holandés, está comenzando a trabajar el destino de Andalucía, quiere para sus clientes no solo ofrecerles golf, sino una buena oferta complementaria, interesado en recibir información y precios.

- TEE OFF TRAVEL – Christophe Luneau

Tiene una página web, donde promociona los diferentes destinos de golf. El Hotel, Resort o Campo tendría que pagar un fee por estar en su web, acepta intercambio para el pago.

- KINZEL REISEN – Alfonso Kinzel

Tour operador alemán, se queja de que sus clientes están encontrando mejores precios en las páginas web de los campos de golf, que lo que ellos pueden ofrecerles. Por lo que les es muy difícil operar con nuestro destino.

- GOLF CORPORATE BRASIL – Michael Nagy

Tour operador de Brasil, nos informa que los brasileños cuando vienen a España, van a Madrid y Barcelona pero no a jugar a golf. Nos dice que hay unos 25.000 jugadores en su país, pero de muy alto poder adquisitivo. Su intención es la de comenzar a vender paquetes de viajes con golf a nuestro destino. En Septiembre se va a celebrar la primera feria de golf en Brasil, se ha ofrecido a repartir todo el material publicitario que le mandemos las instituciones.

- TEE-LINKS.COM – Claude Pope

Tour operador norteamericano quiere empezar a trabajar en España y en nuestro destino, por lo que están interesado en recibir información y tarifas de nuestros productos.

- GOLFBREAKS.COM – Daniel Grave

Es el agente de Golfbreaks en USA, organiza todos los años un Pro-Am que se juega en Andalucía. Nos pide apoyo para continuar y seguir promocionando nuestro destino para los americanos.

- INBOUND GOLF MANAGER – Nicolas Iorio

Tour operador de Argentina, traen jugadores a nuestro destino, organizan Torneos de golf en Argentina y quieren hacer lo mismo en Andalucía, quiere que los campos y Hoteles contacten con ellos.

- ESPRIT GOLF – Shuhei Togano

Tour operador Japonés, controlan al año unos 5.000 clientes, nos indica que el 10% de mucho poder adquisitivo, nos solicita información para empezar a traer jugadores a Andalucía.

- GILTEDGE TRAVEL – Murray Gardiner

Tour operador de Sudáfrica, normalmente opera con Escocia, está buscando nuevos destinos para sus clientes. Nos informa que en Sudáfrica hay aproximadamente 150.000 jugadores. Nos solicito información sobre el destino andaluz de golf.

- HARD ROCK GOLF CLUB – Cesc Targa Ballesta

Es el primer campo de golf que esta marca abre al público, está en la Republica Do-



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

minicana en Punta Cana, nos ofrece la posibilidad de que se produzca un flujo de jugadores en ambos sentido.

- FAIRWAY TO HEAVEN GOLF – Sean Wiston

Tour operador norteamericano afincado en Tampa, Florida. Quiere expandir su negocio fuera de USA y está buscando nuevos destinos, muy interesado por Andalucía, especialmente en la costa del Sol. Nos solicita que le enviemos información. Trabaja con pequeños grupos de golfistas de mucho poder adquisitivo.

- WORLD SPLENDOUR HOLIDAYS - Parichote Sukriket

Tour operador Tailandés, ya ha traído pequeños grupos de golfistas a la Costa del Sol, nos solicitó mas información sobre nuestro destino.

- GREE2GREEN – Olle Grauting

Tour operador danés, viene colaborando con el Comité Comercial de la RFGA en el Golf Show de Dinamarca, cediéndonos un espacio para nuestra promoción. Nos informa que en estos momentos está trabajando en unos paquetes de golf con vuelos a Sevilla jugando en campos de golf de Cádiz y Huelva.

- ELITE GOLF EXPERIENCE – Paul Clare

Tour operador norteamericano, que trabaja desde hace tiempo con nuestro destino, muy interesado en campos de golf con Hotel de lujo para grupos pequeños de alto poder adquisitivo.

- ACTIVE GOLF & THALASSO - Olivier Kinable

Tour operador que trabaja en Bélgica y Francia, viene operando en nuestro destino solo con los campos integrados en Resort. Sus clientes buscan destinos que tengan una buena oferta complementaria. Realiza circuitos de golf y solicita la colaboración de Turismo Andaluz para promocionar el destino.

- SEASIDE GOLF VACATIONS – Eric Rosenberg

Tour operador norteamericano, ha visitado nuestro destino un par de veces, pero todavía no trabaja con nosotros, está interesado en encontrar un receptivo para comenzar a operar, le dimos información al respecto.

- NASCIMENTO TURISMO – Oswaldo Freitas

Tour operador de Brasil, nos indica que se tiene que promocionar mas nuestro destino en Brasil, que la Oficina Española de Turismo en Brasil hace muy pocas cosas por la promoción del golf en España.

- OMEGA REISEN – Michael Binder

Tour operador Austriaco, conoce bien nuestro destino, se queja de que Air Berlín pierde mucho equipaje y bolsas de golf. Nos pide de que las Instituciones andaluzas se les presione para que no ocurra. También nos informa de que en su opinión los alemanes visitan todos los destinos andaluces menos la Costa del Sol y de que sus clientes cuando viajan prefieren elegir campos de golf con Resort.

- BRITANNIA GOLF – Jason Scarth

Tour operador americano, nos informa que desea conocer nuestro destino y comen-



zar a operar enviando grupos de golfistas.

- ALL OVER – Daniel Magenheim

Tour operador argentino, nos dice que el jugador argentino viaja mas a Escocia, Méjico, Colombia y Florida que a España y concretamente a Andalucía, eso ocurre por la falta de promoción que hacemos en Argentina de nuestro destino, nos ofrece la posibilidad de que la Instituciones participen en un circuito de golf que ellos organizan.

GOLF.EXTRA – Markus Stadler

Tour operador alemán que ya está trabajando en Andalucía, trata de ampliar su negocio organizando Pro-am. Busca apoyo para la organización.

KRONE GOLF – Michael Jensen

Tour operador Danés, desde hace tiempo opera con nuestro destino, nos informa que actualmente está trabajando con los campos de Cádiz de la zona mediterránea. Pide apoyo para promocionar mas nuestro destino.

GOLFPAC TRAVEL – Jeff Hamilton

Tour operador norteamericano, no trabaja nuestro destino, nos solicita información general.

- GREENS DU MONDE – Daniel Rémiot

Tour operador francés que desde hace tiempo viene operando en Andalucía, trabaja con pequeños grupos, conoce muy bien el destino.

- OPEN DE FRANCIA, Paris (4 al 7 de julio)

Un año más estamos presentes en el Open de Francia 2013. Se celebra como es habitual, en el Golf National, en St. Quintin en Yvelines cerca de Paris, que va a ser la sede de la Ryder Cup en 2018.

Al igual que el año pasado la OET no ha participado. Asistimos con Turismo Andaluz, siendo María José Rubia su representante, estando presente jueves y viernes; el sábado contratan una azafata española de Paris.

Asisten, por parte de la Real Federación Andaluza de Golf, Marco Polacci y Joaquín López Aulestia.

Este año la zona comercial ha cambiado de escenario, en lugar de situarse a la derecha del hoyo 16, como era habitual, se ha trasladado a una zona nueva, cerca del Putting Green, las oficinas y hotel, en mi opinión mucho mejor y con mas afluencia de público. Este año han sido 52.000 espectadores los 4 días.

Se ha entregado todo el material publicitario, tanto el nuestro propio como el que nos han hecho llegar hoteles y campos de golf de Andalucía.

Más del 80 por ciento de las preguntas es sobre Huelva y de ese 80 por ciento el 90 por ciento sobre El Rompido. Los franceses están descubriendo España como destino golf, quizás debido a la situación de los Países Árabes y por otro lado la facilidad de comunicación con la zona de Huelva, dado que hay tres vuelos diarios Paris Sevilla y dos Paris Faro.



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF



D. Joaquín López Aulestia
Open de Francia



D. Joaquín López Aulestia y D. Marco Polacci
Open de Francia



OPEN ESPAÑA FEMENINO, Madrid (18 a 21 de julio)

El Open de España Femenino se celebró entre el 18 y el 21 de junio en el Club de Campo Villa de Madrid. Esta edición del Open de España Femenino, promovida por la Real Federación Española de Golf y que contó con el apoyo de Turismo de Madrid, de la Consejería de Deporte de la Comunidad de Madrid y de la Federación Madrileña de Golf, estuvo especialmente marcada por la candidatura de la capital española a acoger los Juegos Olímpicos de 2020.

El espíritu de la candidatura olímpica estuvo muy presente durante las cuatro jornadas de competición y el Club de Campo Villa de Madrid -que había sido designado como candidato a ser sede olímpica de golf- así como sus socios se esforzaron por atender el evento de la mejor manera posible. Esto favoreció la asistencia de público al evento, si bien es cierto que, desgraciadamente, el golf femenino aún no atrae a tantos aficionados como lo hace el masculino.

No obstante, fueron muchos los asistentes y socios del club que se acercaron a nuestro stand para solicitar información sobre nuestros campos. En la inmensa mayoría de los casos, las personas que se nos acercaban ya conocían nuestro destino de golf y normalmente habían estado en Andalucía en más de una ocasión y habían jugado varios campos.

Además de la guía de campos -que siempre tiene una buenísima acogida entre el público madrileño- las informaciones más valoradas y mejor recibidas por los visitantes fueron aquellas enviadas por los campos que incluían ofertas o precios de paquetes de green fees y hotel, o green fees y buggies.

OPEN OMEGA, Crans Montana (5 a 8 de septiembre)

Se ha celebrado nuevamente el Omega European Masters en el Golf Club Crans Sur Sierre. Este torneo sigue atrayendo muy buenos jugadores como Miguel Ángel Jiménez (ganador del torneo en 2010 uno de los jugadores más querido por el público), Padraig Harrington, Matteo Manassero, Thomas Bjorn, Darren Clarke y Jose Maria Olazabal que por su presencia aseguran una buena asistencia de público. Este año la asistencia de público ha subido respecto al año pasado superando los cincuenta mil (datos según la organización).

| | |
|----------------------|--------|
| De Lunes a Miércoles | 6.000 |
| Jueves | 8.300 |
| Viernes | 12.400 |
| Sábado | 14.200 |
| Domingo | 10.300 |
| Total | 51.200 |

Este año, igual que en los últimos diez años, seguimos con el mismo stand privilegiado situado 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. Como en ediciones anteriores Miguel Ángel Jiménez se acercaba cada día para cortar jamón atrayendo siempre mucho público.

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



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

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. Todo el material gráfico traído ha sido entregado directamente a personas interesadas en nuestro destino.

Ha sido interesante 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. El Omega European Masters es un evento prácticamente dirigido a la captación del cliente individual y las ofertas de paquetes han sido bien recibidas.

No obstante que este evento sea dirigido a la captación de clientes directos, se han mantenido conversaciones con los siguientes tour operadores y agencia de viaje;

Fert Golf – Didier Allaz (managing director)

www.fert.com

d.allaz@fert.ch

Golf Travel & More – Jacqueline Hagius (directora)

- Cedric Jacquinod (director)

www.gtmgolf.ch

jaqueline@gtmgolf.ch

cedric@gtmgolf.ch

Immobilier Discovery Voyages - Dominique Evéquoz (director)

montana@discovery.ch

www.discovery.ch

LADIE'S EUROPEAN TOUR, Helsinborg - Suecia (5 – 8 de septiembre)

La Federación Andaluza de Golf estuvo presente en esta prueba del circuito profesional femenino celebrado en Vasatorp Golf Club. España tenía un stand organizado por Tour España, dividido en dos, la mitad para Turismo de Cataluña y la otra mitad para Turismo Andaluz, representado por María Gema Jurado, quien a su vez nos invitó a la Federación Andaluza de Golf a asistir, por lo cual el coste sólo ha sido el viaje. La Federación fue representada por Carlos Pitarch y Nina Nordenswan de Lauro Golf, pero en el stand también estuvieron Måns Lundahl de Los Naranjos e Isabel Río de La Quinta.

Como anécdota Vanessa Vignali de la organización del Ladies European Tour, nos trajo la Solheim Cup para hacernos una foto con ella en el stand, lo cual no está nada mal. La aceptación fue buena pero en general una prueba como ésta no tiene la misma afluencia como una feria ya que la gente va a ver a las jugadoras, y los stands son algo secundario.

Sin embargo, dado el bajo coste (el stand estaba pagado por Tour España), creímos buena la ocasión.

Sin embargo, y aunque la sensación es positiva, mi recomendación es sustituir esta actuación por la asistencia a alguna feria de tipo turístico vinculado con el golf, que aunque pueda tener un coste un poco mayor (a ser posible que podamos compartir con alguna institución), puede que el número de impactos haga más interesante la feria turística. A modo de ejemplo en Finlandia asistimos a la feria Go Expo. En Suecia hay una feria pare-



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

cida TUR (Swedish International Tourism and Trade Fair) que se hace en Gotemburgo en Marzo 2014 y Reiselivsmessen en Oslo Noruega en Enero 2014. Evidentemente dependerá de presupuestos.

Como comparación, la feria Go Expo nos trajo una base de dato de cerca de cuatrocientos contactos mientras del torneo en Helsingborg solo sacamos unos ciento cuarenta. Resumiendo la información recogida de las encuestas: El 65% de los que contestaron conocen el destino y se da un conocimiento bastante amplio de Cádiz, Huelva y Almería además de Málaga que es el destino más conocido. La existencia de vuelo directo es muy importante para tener éxito en la comercialización. Según nuestra experiencia en el torneo, para el público sueco nuestra competencia sobre todo hace Portugal, más que Turquía, y dentro de España Las Islas Baleares, Las Islas Canarias y Cataluña.

En el torneo asistieron en sus stands los siguientes Tour Operadores: Easton Travel (Sara: info@eastongolf.se): especializados en la provincia de Málaga y larga estancia. Se plantean otros destinos a los que poder volar directamente. Normalmente requieren estancia de entre dos semanas y dos meses, y además solicitan que se acomode a un tour leader.

Solresor (Peter: info@solresor.se): Ahora trabajan los destinos de Almería y Cádiz. Golf Plaisir (Johan: info@golfplaisir.se): destinos en Costa de la Luz, Almería y Málaga, Time Travel (Ronny: info@timetravel.se): destinos en Huelva (especializado en grupos que viajan con el pro).

Para los suecos encuestados los campos más conocidos son en este orden: Los Naranjos, Valderrama, La Quinta, Mijas Golf, Aloha, La Cala, Almerimar. Al ser una encuesta de sólo 140 personas, pueden haber divergencias.

Nos sorprendió que hay mucha demanda en larga estancia. Se está creando un mercado turístico creciente de jugadores de golf que quieren visitarnos varios meses. La oferta de golf de larga estancia está compitiendo como alternativa con la industria inmobiliaria ya que hoy tenemos antiguos potenciales clientes de residencial que prefieren optar por el alquiler en golf por un periodo de hasta seis meses. También nos pidieron información sobre paquetes de una semana hasta un mes. En mi opinión personal, creo que los canales de comercialización de nuestro destino son, aparte del clásico canal de touroperación al que debemos ofrecer el paquete lo más completo posible, también tenemos que comercializar directamente con los profesionales de golf de los distintos campos que en invierno se dedican a hacer viajes con sus clientes. Por supuesto el internet es esencial y creo que los campos de golf pueden ofrecer abonos de corto periodo de una semana, un mes etc.

La información obtenida de las encuestas también nos demuestra que un 85% considera Andalucía como destino como bueno o muy bueno. La mayoría considera 50-60€ razonable para un green fee, pero muchos están preparados de pagar hasta 100€ por un campo premium.

Nos han pedido mejorar la señalización de los campos y en algunos casos los restaurantes. En algunos campos consideraron que el nivel de mantenimiento no es el adecuado.



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Entre los participantes sorteamos varios premios, el mejor siendo una semana de alojamiento con golf para cuatro en Lauro Golf (Ylva Stockelberg), y los otros premios se consistieron de paquetes de green fees:

- 1 noche en apartamentos Añoreta con 2GF+B en Baviera y 2GF+B en Añoreta: Tommy Berglund
- 2 GF en Miraflores, 4GF+B en Aloha, 2GF+B en Mijas, 2GF en Antequera: Julia Eriksson
- 2GF en Guadalhorce, 2GF+B en Marbella Golf, 2GF en Antequera, 2GF en Lauro



Golf: Rebecka

- 2GF en La Monacilla, 2GF en Bellavista, 2GF en Isla Canela, 2GF+B en Benalup: Marianne Nilsson
- 2GF+B en Villanueva, 2GF+B en Costa Ballena, 2GF en Arcos Gardens, 2GF+B en La Alcaidesa: Mats Hkansson

KLM OPEN, Kennemer G&C.C - Holanda (12-15 de septiembre)

Nuevamente este año la RFGA conjuntamente con Turismo Andaluz y la OET de Ámsterdam ha asistido al KLM Open que sigue atrayendo jugadores de renombre que a su vez atraen mucho público. Los premios a los ganadores han subido hasta alcanzar un millón y ocho cientos mil euros de los cuales tres cientos mil van al ganador. Este torneo sigue contando con el patrocinio de KLM desde hace diez años y el copatrocinio de Deloitte y ABN AMRO. El acuerdo actual prevé que se juegue el Open en Kennemer G & CC para dos años mas.

Según los organizadores el público que ha asistido al evento ha sido de cincuenta mil, unos cinco mil mas que en 2012.



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

“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.

Según los datos confirmados por la Federación de Golf, Holanda cuenta con 370.000 jugadores de golf de los cuales 252.000 hombres y 118.000 mil mujeres. Además en el país ya tienen un total de 201 campos de golf. Estos datos vienen a confirmar la importancia de este mercado para nuestro destino.

El público, en general, ha mostrado buen conocimiento de nuestra comunidad autónoma y las provincias con campos de golf comerciales. Notoriamente los holandeses siempre han buscado ofertas interesantes y en este periodo de incertidumbre económica aun más. Por tanto los precios actuales de los Green fees resultan interesantes.

Han asistido en el stand con la RFGA Isabel Río de La Quinta, Ana Berbel de Alcáidesa y Rocio Laynez del grupo Barcelo.

No obstante que el KLM Open es un evento dirigido a la captación del cliente individual, también se mantuvieron conversaciones con los siguientes tour operadores que venden activamente vacaciones de golf a nuestro destino:

Golfarrangementje.nl – Dennis van Leuwen
dennis@golfarrangementje.nl
www.golfarrangementje.nl

Executive Golf Travel – Jaco Buitenhek (product & sales manager)
www.executivetravel.nl
jaco@executivetravel.nl

A2B – Incentives – Lorraine Connaughton
lorraine@a2b-incentives.com
www.a2b-incentives.com

Golftime Travel – Anne-Marie Doctor (product manager)
www.golftime.nl
adoctor@golftime.nl

Pin High Golftravel – Marianne Kortekaas
mariannekortekaas@pinhigh.com
www.pinhigh.nl

3D Golfvakanties – Bert Trommelen (director of golf)
www.3dgolf.nl
b.trommelen@3dgolf.nl

Time4golf – Bert van den Heuvel
bert@time4golf.nl
www.time4golf.nl



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Golf2Golf Travel & Events – Ingrid Balvert-Rooda
ingrid@golf2golf.nl
www.golf2golf.nl

Golf & More Ludovic Hoytema van Konijnenburg
info@golfandmore.nl
www.golfandmore.nl

Fairway Golftravel Group – Stef Buizer
sb@golftravel.nl
www.golftravel.nl



D. Marco Polacci-KLM OPEN



Stand Real Federación Andaluza de Golf-KLM Open



INTERNATIONAL GOLF TRAVEL MARKET (IGTM), Costa Dorada (11 a 14 de noviembre)

Para la industria del turismo de golf, el International Golf Travel Market (IGTM) en su décimo sexta edición celebrada en Costa Dorada, sigue siendo el evento promocional más importante del año. Se ha celebrado en Andalucía ya en tres ocasiones; Marbella dos veces y Málaga en 2008. Es el evento itinerante estrella a nivel mundial especializado en este segmento. Ofrece la oportunidad de un encuentro con tour operadores de golf, networking y benchmarking.

Según datos de la organización, este año, estaban presentes 350 tour operadores y un total de 1300 personas. Los tour operadores miembros de IAGTO controlan más del 80% de los paquetes de golf que se venden mundialmente (excluyendo Asia) y la facturación global ya supera los mil millones de euros.

La industria Española del turismo de golf ha reaccionado con decisión al incremento del IVA sobre los Green fees y con grandes esfuerzos sigue manteniendo la calidad del producto y los paquetes de golf son todavía competitivos. En ningún momento se ha oído hablar de crisis y todas las conversaciones han discurrido de forma profesional y optimistas. En general la previsión es muy positiva para España.

Según el estudio realizado por IAGTO, el turismo de golf en general ha subido un 9,3% en 2013 y todo indica que tendremos un ulterior crecimiento en 2014. Esta previsión optimista seguramente será reflejada en el estudio del turismo de golf a nivel mundial del año próximo. Nuestro futuro sigue vinculado más que nunca a un producto de calidad a su justo precio que el mismo mercado nos indica.

La próxima edición del IGTM se celebrará en Lago di Como, Italia entre el 27 y 30 de Octubre 2014.

Se han mantenido conversaciones con los siguientes operadores que han confirmado su interés en organizar viajes de golf hacia nuestro destino:

Heimsferdir – Hördur H. Arnarson
www.heimsferdir.is
sport@heimsferdir.is

The Aspiration Group – Simon Wordsworth
www.theaspirationgroup.com
simon@theaspirationgroup.com

Golf Corporate Brazil – Michael Nagy (Brazil)
pmngolf@hotmail.com
www.golfbrazil.com.br

Golf Travel Partners – Garreth Cooke
www.golftravelpartners.com
gcooke@golftravelpartners.com

Golfspanien – Katharina Samuelsson
info@golfspanien.se



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

GoGolf – Karolina Björkander
www.golggolf.se
karolina@gogolf.se

Golf Gourmet – Patrick Barta
patrick@golfgourmet.co.za
fairway@global.co.za
www.golfgourmet.co.za

Faszination Golf Reisen – Christian Gürtner
info@faszination-golf-reisen.de
www.faszination-golf-reisen.de

Elite Golf Experience – Paul Clare (USA)
office@elitegolffexperiences.com
www.elitegolffexperiences.com
www.golftravelconsulting.com

Century Holiday International Group – Iris Gi
chgolf@cjnet.com.cn
www.chimatouradvisers.com
www.cjnet.com.cn
www.travelmart.com.cn

Domeier – Reisen – Michael Domeier
info@domeier-reisen.de
www.domeier-reisen.de

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

Ball Tour – Carlos Bokser (Argentina)
balltour@balltour.com.ar
www.balltour.com.ar

Golf Travel Hungary Ltd – Krisztina Batta
kbatta@golfutazasok.hu
www.golfutazasok.hu

GolfKings – Frank Docherty
fdocherty@golfkings.co.uk
www.golfkings.co.uk

Loraine Cunningham Travel – Loraine Cunningham
loraine@lct.ie
www.lct.ie

Pro-Golf Tours – Claus Tranberg
cltr@pro-golftours.dk
www.pro-golftours.dk



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Private Golf Key – Olivier Odin
olivier.odin@privategolfkey.fr
www.privategolfkey.fr

Fairways to Heaven Golf – Sean Winton (USA)
swinton@f2hgolf.com
www.f2hgolf.com
www.golfsinnercircle.com

Krone Golf Tours – Mikael Jensen
mj@kronegolftours.dk
www.kronegolftours.dk

Green2Green - Peter Grinsted
pg@green2green.dk
www.green2green.dk

Gaston Golf Tours – Robert Gaston
info@gastongolf.com
www.gastongolf.com

Golfrespti Travel – Markku “Luigi” Nord
markku.nord@resepti.fi
www.resepti.fi

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

Glencor Golf – Peter Renton
www.glencorgolf.com
info@glencorgolf.com

Daley Golf Holidays - Stuart Dale
stuart@daleygolfholidays.co.uk
www.daleygolfholidays.co.uk

Astro Tours – Fernando Copete
gerencia@astrotours.com.co
www.astrotours.com.co

Sports Travel Hospitality Group B.V. – Ed Brouwer
www.st-hg.nl
brouwereduard@gmail.com

Greens du Monde – Daniel Remiot - Audrey Zorzy
www.greensdumonde.com
daniel.remiot@golfeo.com
audrey@greensdumonde.com