



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

COMITÉ COMERCIAL CAMPO DE GOLF



INDICE

	Páginas
FITUR	355
DANISH GOLF	355
HELSINKI	356
SALON DU GOLF	358
MADRID GOLF	359
SCOTISH GOLF SHOW	360
IGTM	360



FITUR, Madrid, (22 – 26 enero)

Entre los días 22 y 26 de enero, la Real Federación Andaluza de Golf participó -como cada año- en Fitur, la principal feria turística de España, que este año -y según datos de la organización del evento- contó con más de 9.000 expositores y un total de 217.780 visitantes, de los cuales más de 120.000 fueron profesionales y aproximadamente 97.500, público general.

El Comité Comercial de la RFGA acudía, al igual que en las pasadas ediciones, representando al sector del golf en el pabellón de Andalucía, la única Comunidad Autónoma que reserva un pabellón exclusivamente para ella y que, por tanto, tiene una grandísima presencia en el evento.

Según datos de Turismo Andaluz, más del 66% del público total del evento visitó el pabellón andaluz, lo que se traduce en una afluencia de unas 145.800 personas en cinco días.

Además, en cuanto a la importancia del segmento del golf, Turismo Andaluz apunta que fue junto con el turismo de salud y belleza y por detrás del de sol y playa y del monumental el tercer sector más valorado por los profesionales. Para el público general, el golf ocupa el cuarto lugar en cuanto a los intereses que los visitantes manifestaron para visitar Andalucía durante sus vacaciones, por detrás de los sectores de sol y playa, cultural/monumental y de naturaleza.

Por tanto, y a pesar de ser una feria de carácter general, ha quedado confirmado el importante peso del turismo de golf en el mercado nacional y, como cada año, los aficionados a nuestro deporte que visitaban el pabellón lo hacían con la intención de buscar nuestro stand y estudiar las diferentes ofertas que en él ofrecían los campos federados. En total, se repartieron unas 600 guías de la RFGA, además del material enviado por los campos y otros productos de merchandising.

Una vez más, los folletos que más valoraron los visitantes son aquellos que incluyen precios de green fees, buggies y, si es posible, alojamiento, junto a imágenes llamativas del campo.

DANISH GOLF SHOW, Herning, Dinamarca (21-23 Febrero)

Un año más, Ferie for Alle, considerada como la feria de turismo más importante del país, se ha celebrado en Herning, Jutland desde el 21 al 23 de Febrero 2014. En trece pabellones del recinto ferial se han ofrecido distintos temas vacacionales entre los cuales el Danish Golf Show. 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.

Este año más de 65.000 personas visitaron la feria. Siempre según los organizadores, el 25% del total de visitantes tuvieron interés en el pabellón de golf por tanto se estima que algo más 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



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

años. Según el Danish Golf Union, ya cuentan con 180 campos y más de 150,000 jugadores federados.

El país tiene muy buena conexión aérea con nuestro destino manteniendo vuelos directos desde Copenhague y Billund hacia España.

El país se ha recuperado de la crisis económica aunque los daneses siguen muy prudentes a la hora de gastar dinero siendo mayoritariamente de poder adquisitivo medio-alto. Los daneses tienen como primer destino exterior España, llegando a alcanzar la cifra de 985,000 turistas en nuestro país. Se espera un incremento de turistas para el 2014. Hay mucha demanda de apartamentos para larga estancias. Aunque en general el mercado se mueve por precio, todavía hay 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.

El Danish Golf Show es de carácter público y nos dirigimos al cliente directo pero se realizaron también contactos con algunos tour operadores de golf que venden vacaciones de golf hacia Andalucía.

HELSINKI (GO EXPO), Helsinki, (07-09 de Marzo)

La RFAG asistió a esta feria deportiva con stand propio de 9 m2, con asistencia del miembro del comité comercial Carlos Pitarch, y con la asistencia también de Nina Nordenswan, de nacionalidad finlandesa, Andrés Sánchez de Atalaya y Jesús Pérez Camino de Costa Ballena. Hubo muy buena asistencia de público, según la organización 48.000 visitantes (el año pasado fueron 44.000).

Como otros años, es una feria deportiva con cuatro grandes zonas: deportes indoor, ciclismo, caza y pesca, y golf. Dentro de la parte de golf hay un sector dedicado a los destinos vacacionales de golf con presencia de Turquía, Tailandia, República Dominicana, Suecia, Italia, República Checa, y Eslovenia entre otros. Y por supuesto Andalucía.

El stand más visitado era el de Andalucía, y esto ya es costumbre de todas las ferias. El interés por nuestro destino es creciente año tras año. Y es que el principal destino de golf para los finlandeses sigue siendo Andalucía y más en concreto Costa del Sol. Este año hemos notado un ligero aumento de conocimiento de campos en Almería, Huelva y ante todo Cádiz. La madurez del destino malagueño hace que se extienda el interés al resto de Andalucía.

En los mercados maduros lo que funciona es la promoción, no la publicidad. Esto hace que el resultado venga a través de ofertas y paquetes organizados. No me refiero a tirar precios, ya que nuestros precios actuales están dentro de lo que el público, en las encuestas que rellenan, nos dicen que consideran razonable (declaraban que les parece bien entre 50 y 60 euros el greenfee). Este mercado está esperando que le ofrezcamos el paquete de alojamiento y golf, incluso con otros elementos como el rent a car, que fue mencionado varias veces, que podamos ofrecer alternativas para después de la partida. Incluir clases, actividades gastronómicas, culturales y otros deportes es clave para el éxito. Ofrecer simplemente greenfees no nos llevará a gran cosa. Existen varios tour operadores finlandeses, que adjuntamos seguidamente, pero el porcentaje de turistas que no los utilizarán es alto, porque ya se conocen Andalucía, o incluso tienen casa aquí, por lo que el



trabajo de organizarles el paquete se lo debemos hacer nosotros.

Los tour operadores sí funcionan para ofrecer vacaciones de larga estancia: a partir de dos semanas, y lo normal es un mes o dos. Este es el nicho de mercado donde, en mi humilde opinión, debe trabajar Cádiz, Almería y Huelva, ya que la ausencia de vuelos directos les supone una traba para las vacaciones de cinco o siete días. Sin embargo, al turista de larga estancia no le importa invertir un día entero en llegar a su destino, y es un turista que cada vez tiene más importancia. Sé que me repito respecto a otros años, pero nos hemos convertido en la alternativa al turismo residencial. Que no se estén vendiendo viviendas a golfistas por la crisis, no significa que hayan desaparecido esos "turistas residenciales de golf", que hoy prefieren alquilar hasta seis meses una casa en vez de comprársela. Una de las informaciones más demandadas en la feria iba en este sentido "¿dónde me puedo alquilar una casa tres o cuatro meses que incluya golf?".

AK Tours	antero.kontola@ak-matkat.fi
Golf Tailors	www.golftailors.fi
On Golf	www.ongolf.fi/golfmatkat
Tjareborg	www.tjareborg.fi/golfmatkat
Detur	www.detur.fi
Finnmatkat	www.finnmatkat.fi
GolfPiste	www.golfpiste.com
Apollomatkat	www.apollomatkat.fi
Lomamatkat	www.lomamatkat.fi
Golf Point	www.golfpoint.fi
ProClassic	www.proclassic.fi/
Projennitravels	www.projennitravels.fi
Matkapojat	www.matkapojat.fi

Tenemos la sensación de que la mayoría de los campos de golf de Andalucía están hoy en precio. 85% de los encuestados les parece razonable un green fee entre 50-60€. Teniendo en cuenta las ofertas semanales, mensuales etc. el precio no es un problema, pero sí lo es la calidad, no solo del campo de golf sino el servicio, personal de oficina, restaurantes etc.

Como otros años, hicimos el típico sorteo de un par de premios de estancia más golf en Costa Ballena y Lauro, y greenfees en varios campos. Muchas gracias a los que ofrecisteis algo porque esto nos permite hacer base de datos. Unos 375 emails nos hemos traído a sumar a los de otros años y poco a poco vamos haciendo una base gratuita cada vez más amplia a la que poder comercializar el golf en Andalucía. En la encuesta hacemos algunas preguntas básicas y

- Conocen el destino y han estado un 70%
- Campos más conocidos son La Cala, Mijas, Lauro, Costa Ballena y Torrequebrada.
- Ven publicidad (en general, no nuestra) en revistas y periódicos un 40%; internet un 30%, en ferias de golf y/o deportivas un 35%, en TV un 5%, y a través de su propio club de golf un 25%.
- Precios y calidad estamos bien, con alguna excepción. Necesitamos mejorar información de cómo llegar, atención al cliente y algún restaurante. No en todos los campos se



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

puede reservar online, y falta el paquete más organizado.

- Nos piden productos específicos para jugadores que vienen a entrenar, esto es que quieren jugar diariamente 18, 27 ó 36 hoyos, dar 300 bolas en el campo de prácticas, disponer de zona de prácticas de juego corto, etc. Hay también un mercado para esto con los países donde los campos cierran por el frío.



SALON DU GOLF - PARIS (13 - 16 de marzo)

La octava edición del Salón du Golf se ha celebrado en el recinto ferial de Parc des Expositions en Paris. Tanto los profesionales como el público acuden para encontrar toda la información y productos relacionados con el mundo del golf.

Según los organizadores el número de asistentes se mantiene constante con aproximadamente 27.000 personas y algo más de 130 expositores por lo que se puede considerar esta feria de golf como la más importante de Francia. El precio de la entrada a la feria para el público se ha mantenido en €10 por persona y día.

El mercado francés es sin duda un mercado muy importante para nuestro destino. Francia cuenta con 62 millones de habitantes de los cuales más de 420.000 son federados de golf y el país ya cuenta con más de 715 campos afiliados a la Federación. Además el golf es de actualidad porque en el Golf National, a las afueras de Paris, se jugará la Ryder Cup en 2018.

Roberto Fernandez, de la Oficina Española de Turismo de Paris y jugador de golf, promete hacer todo lo posible para que el año próximo podamos asistir a los dos eventos, Salón du Golf y Open de Francia involucrando la misma OET de Paris.

Se entregó todo el material traído a personas que realmente tenían interés en el producto y destino y por el interés demostrado se espera recibir en el futuro peticiones directas o a través de tour operadores. Respecto a anteriores promociones en Francia, principalmente el Open de Francia que se celebra en el Golf National cerca de Versailles, se ha notado un especial interés, por parte del público, en las ofertas de vacaciones de golf en España. Considerando la inseguridad que sigue existiendo en ciertos países que el mercado francés históricamente ha favorecido, la búsqueda de una alternativa más tranquila y segura ve España y Andalucía como primera opción.



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Francia sigue siendo uno de los mercados internacionales más sólidos y fieles hacia España. En 2013 nuestro país se ha mantenido como primer destino internacional del turismo general para los franceses siguiendo la tendencia de los últimos tres años.

Aunque este evento era dirigido a la captación de clientes directos, se realizaron también contactos con algunos tour operadores de golf, agencias de viajes especializadas, profesionales y asociaciones de golf que venden o tienen interés en vender vacaciones de golf con destino Andalucía.

MADRID GOLF (20 - 23 de marzo)

En Madrid, con fecha 20 a 23 de marzo, ha tenido lugar en IFEMA, en su pabellón 5, la 8ª edición de Madrid Golf, la única Feria Internacional de Golf que se celebra en España, a la que ha asistido esta Real Federación Andaluza de Golf con representación en el stand de Turismo Andaluz.

Según la organización, la Feria se ha clausurado con un 12% más de visitantes que en la edición anterior llegando a los 17.500, por lo que este evento vuelve a ser un punto clave de encuentro para profesionales y aficionados del golf y de promoción de este amplio sector.

Fueron, por tanto, muchos los asistentes que se acercaron a nuestro stand. Unos, en su minoría, acudían para conocer por primera vez la zona, y el resto, que declaraban haberla visitado alguna vez, lo hacían para ahondar un poco más en un destino de golf asegurado para ellos: Andalucía.

Según comentan los visitantes que han pasado por Andalucía, éste es uno de los destinos turísticos más visitados por su clima, playas, paisajes, etc. y como no, por su golf. El reparto de todo el material de promoción enviado a la feria guías de la RFGA, guías turísticas de provincias y capitales andaluzas, folletos de campos de golf y material de regalo-, que a penas sobró, es el que demuestra tal afluencia de gente que se acercaba a solicitar información.

El hecho de compartir stand con Turismo Andaluz, ha motivado que, al solicitar el visitante información sobre campos de golf, ésta se complementara con información acerca de las ciudades andaluzas y viceversa. Además, el envío de folletos de algunos campos con interesantes ofertas ha servido de atracción al público que, en momentos de crisis, busca el golf y el alojamiento más baratos.

Cabe destacar la influencia que suponen las relaciones que se dan entre las empresas expositoras que acuden a la feria. Estas interacciones permiten conocer más de cerca otras realidades y nuevas tendencias en este sector. Han sido muchas las empresas que asistían al stand a ofrecernos nuevo material de golf, nuevas aplicaciones móviles, etc. y a pedirnos información, consejos, y colaboración.

Sabemos que la crisis económica que estamos atravesando influye de forma muy directa en los campos de golf y el turismo, por lo que este tipo de evento cobra aún más valor para el fomento y difusión de este deporte.

En definitiva, el encuentro ha servido como escaparate para mostrar la amplia oferta de campos de los que dispone nuestra Comunidad y sus principales atractivos para la



práctica de este deporte.

Por ello, si hacemos un repaso de la Feria en términos generales, podemos confirmar el interés y la necesidad de que exista una feria profesional que sirva de nexo de unión de todo el sector, en el que esta Federación pueda ofrecer a Andalucía como destino de Golf preferente, concluyendo con un balance positivo de la misma.

SCOTTISH GOLF SHOW, Ingliston (28 - 30 de marzo)

El Scottish Golf Show en su novena edición se ha celebrado nuevamente en "The Royal Highland Centre" de Ingliston cerca del aeropuerto de Edimburgo. El recinto ferial se encuentra al lado de la carretera "A9 Glasgow-Edinburgh" facilitando el acceso a los visitantes. Turismo Andaluz ha reservado un mostrador en su stand para la Real Federación Andaluza de Golf.

Según la organización el número de visitantes ha sido de 15,601. Otros destinos representados en esta feria han sido Irlanda, Escocia, Gales, Inglaterra, Turquía, Túnez, Italia y Portugal.

Para incrementar el número de visitantes, los organizadores siempre ofrecen algo atractivo para los golfistas que compran la entrada a la feria. En esta ocasión, ofrecían tres Green fees a elegir entre trece campos de golf de Escocia. Con este incentivo, los organizadores consiguen mantener una buena afluencia de público.

Para España, Escocia sigue siendo un mercado importante. País con 5.5 millones de habitantes que cuenta con 600.000 golfistas registrados y más de 550 campos de golf, Escocia es el país con más campos de golf por cápita del mundo.

El público escocés conoce bien nuestra zona y en general considera que el precio es el factor más importante a la hora de decidir un viaje de golf. Considerando la buena relación calidad/precio que existe en Andalucía, se prevé que el mercado escocés progresivamente vaya aumentando el número de golfistas que enviará a nuestro destino.

Todo el material gráfico ha sido entregado directamente a personas interesadas y por el interés demostrado se espera que se pueda notar un incremento de peticiones de paquetes de golf en el futuro.

Aunque la feria es de carácter público y nuestra promoción dirigida al cliente directo, se realizaron contactos con dos tour operadores de golf a los cuales se puede enviar información y precios.

INTERNATIONAL GOLF TRAVEL MARKET – Lago de Como (28-30 / Octubre)

El Comité Comercial de Campos de la Real Federación Andaluza de Golf ha participado en la decimoséptima edición de la International Golf Travel Market (IGTM), que por primera vez se ha celebrado en Italia, en Lago de Como (Lombardía), entre los días 28 y 30 de octubre, siendo M^a Rosa Giménez la persona encargada de atender el stand.

La IGTM es el principal punto de encuentro internacional especializado en el turismo de golf. Según datos de la organización, en esta ocasión han asistido al evento unos 350



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

profesionales miembros de la Asociación Internacional de Touroperadores de Golf (IAGTO). La Real Federación Andaluza de Golf ha cubierto los gastos del stand y de la persona que lo ha atendido. Hemos asistido al evento en un stand propio, desde el que se ha promocionado nuestra amplia oferta de golf, a través de citas mantenidas con profesionales y touroperadores de los principales mercados emisores, a los que se les ha facilitado información sobre cada uno de los campos federados y los distintos destinos de golf que ofrece Andalucía.

Para ello, en esta edición se les ha hecho entrega de un completo dossier que el Comité Comercial de Campos ha preparado para el evento durante las semanas previas a la IGTM, contactando con cada uno de los campos federados y recogiendo los datos de contacto y aquella información que cada uno de ellos ha querido facilitar para conocimiento de los touroperadores.

El dossier presenta nuestro destino turístico de golf dividido en ocho áreas diferenciadas:

1. Málaga y su entorno
2. Mijas, Marbella y Estepona
3. Cádiz Mediterránea y Sotogrande
4. Cádiz Atlántica
5. Huelva
6. Almería
7. Sevilla
8. Campos de interior en Córdoba, Granada y Jaén

Cada uno de los campos federados aparece en este dossier con una ficha de presentación que incluye, en todos los casos, los datos de contacto de la persona encargada de ventas (teléfono e email), dirección del campo, número de hoyos, enlace QR a su página Web, y fotografía. Además de esto, se incluye la información que cada campo ha querido facilitar a los touroperadores de precios, acuerdos con hoteles y cualquier otra información complementaria.



Luís Navarro (Presidente del Comité Comercial RFGA), con María Rosa Giménez y Carlos Pitarch



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Esta nueva herramienta ha tenido muy buena acogida entre los agentes a quienes se les ha entregado, no sólo por la información de los campos, sino porque además incluye información sobre turismo complementario en cada una de las regiones de Andalucía y las conexiones que unen los aeropuertos andaluces con los distintos mercados emisores de turistas de golf.

Junto al dossier, los touroperadores han recibido un pen drive que incluye información extra y una primera versión de la Guía de Campos de Golf en la que la Real Federación Andaluza de Golf está trabajando para 2015.

Con esta acción, la Real Federación Andaluza de Golf ha querido promocionar nuestro destino turístico y, sobre todo, poner en contacto a los touroperadores con todos los campos de golf federados, incluyendo a aquellos que no hayan podido asistir al evento. Así mismo ha dado a conocer el destino de golf andaluz en mercados nuevos, que no conocen Andalucía, tanto a nuevos tour operadores como a prensa especializada de golf de países del este de Europa, que comienzan a tener un turismo de golf emergente.

De igual manera, a continuación se facilitan los datos de contacto e información sobre cada uno de los touroperadores con los que se han mantenido reuniones y que desean organizar viajes de golf hacia Andalucía, esperando que puedan ser de vuestro interés.

En general, lo que más valoran los touroperadores es la gran concentración de campos de golf que tenemos, su calidad, y la cercanía entre ellos. Han agradecido mucho la presentación de Andalucía dividida en sus principales destinos de golf que, además, les ha ayudado a situar en el mapa algunas zonas que conocían menos o que, en algunos casos, no reconocían como parte de Andalucía.

Se han detenido especialmente en aquellos campos que más información de precios han facilitado y en los que han señalado disponer de alojamiento. Por eso, consideramos esencial señalar la importancia de ofrecer paquetes de alojamiento más golf. Este es el producto mínimo a comercializar, al que se le añadirán otras ofertas complementarias en todo caso. Un acuerdo entre campos de golf y alojamiento facilita enormemente la comercialización con tour operadores.

Junto al stand de la Real Federación Andaluza de Golf, en la misma sala, se encontraban los stands de varios campos de golf. Hemos podido observar como aquellos campos que disponían de hotel tenían cubiertas todas las horas de citas disponibles, lo cual es una clara demostración de que existe una gran diferencia entre ofertar alojamiento + golf y no hacerlo.

Otro punto muy valorado ha sido la cercanía a un aeropuerto y la existencia de vuelos directos que conecten el país de origen de los turistas con los aeropuertos de Andalucía, por eso, han agradecido mucho también la lista de vuelos directos que se les ha facilitado al final del dossier. Este es el mercado tipo para las vacaciones estándar de 4 a 7 días de golf, cuyo destino principal está en la Costa del Sol.

Por otro lado, aquellos campos que no se encuentren lo suficientemente cerca de un aeropuerto, o que estándolo no cuenten con suficientes vuelos directos, pueden optar por comercializar vacaciones de larga estancia, cuyo alojamiento pasa más por viviendas que por hoteles, y cuyo mercado está especialmente en el norte de Europa, allí donde es imposible jugar al golf en los meses de invierno. Paquetes de alquiler de apartamentos con golf



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

incluido todos los días han sido demandados por tour operadores especializados en larga estancia, y cada vez hay más. Se trata de un mercado nuevo que surge a raíz de la caída del mercado inmobiliario. Aquel turista residencial y jugador de golf que antes compraba una vivienda en Andalucía, ahora se la alquila con la intención de jugar a diario o casi. Se trata de un turismo activo y muy deportivo, encontrándose algunos clientes que vienen más a "entrenar" que a jugar.

Además, varios touroperadores han pedido conocer la oferta de turismo complementario, para los acompañantes no jugadores, y para saber qué hacer después de jugar. En estos casos, se les ha remitido a las páginas Web de los patronatos de turismo de cada provincia y a Turismo Andaluz, también incluidas en el dossier, y se les ha puesto en contacto en la misma feria con los stands de Turismo Andaluz y los patronatos. En cualquier caso, cada campo de golf conoce qué ofertas de turismo activo se encuentran a su alrededor, pudiendo complementar sus paquetes con las mismas.

TOUOPERADOR: CLASSIC GOLF

- Contacto: Marc Limschou
- País: Dinamarca
- Teléfono: +45 61 43 93 36 / +45 70 23 55 80
- Email: ml@classicgolf.dk
- Web: <http://www.classicgolf.dk/>

PRINCIPALES PAÍSES O REGIONES DE NEGOCIO: España, Portugal y Turquía.

ÁREAS DE ANDALUCÍA EN LAS QUE ESTÁ MÁS INTERESADO:

- 1º Mijas, Marbella, Estepona
- 2º Cádiz Mediterránea y Sotogrande
- 3º Cádiz Atlántica
- 4º Huelva

RELACIÓN CON ANDALUCÍA: Trabajan especialmente en Marbella y Sotogrande.

VOLUMEN DE NEGOCIO: España supone el 60% de su volumen total de negocio, siendo los otros destinos con los que principalmente trabajan Portugal y Turquía. De ese 60% de negocio en España, el 40% es el que hacen en Andalucía.

CÓMO VE ANDALUCÍA:

- Puntos fuertes: buenos campos de golf, buen clima y comida, la amabilidad de la gente, las conexiones de los aeropuertos y los precios.
- Puntos débiles: no apunta ninguno.

QUÉ PIDE, OBSERVACIONES:

Afirma que tienen muy buena relación con muchos campos y que están contentos con su relación con el destino de golf de Andalucía. Desean recibir más información de precios.



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

TOUROPERADOR: GREEN 2 GREEN

- Contacto: Ole Grauting
- País: Dinamarca
- Teléfono: +45 8611 4955 / +45 2026 1019
- Email: og@green2green.dk
- Web: <http://www.green2green.dk/>

PRINCIPALES PAÍSES O REGIONES DE NEGOCIO: Sus principales países de negocio son España y Portugal. Dentro de España, además de Andalucía, trabajan con Cataluña, Valencia, Baleares y Canarias.

ÁREAS DE ANDALUCÍA EN LAS QUE ESTÁ MÁS INTERESADO:

- 1º Cádiz Atlántica
- 2º Huelva

RELACIÓN CON ANDALUCÍA: Ya trabajan en Andalucía, en Huelva, Cádiz Atlántica y la Costa del Sol.

VOLUMEN DE NEGOCIO: España es el 22% de su negocio total y, dentro de él, el 80% es Andalucía.

CÓMO VE ANDALUCÍA:

- Puntos fuertes: los vuelos directos y la relación calidad-precio de nuestro destino.
- Puntos débiles: apunta como algo que mejorar los servicios de alquiler de coches.

QUÉ PIDE, OBSERVACIONES:

Organizan en febrero el Danish Golf Show, en Herning, Dinamarca, en la que la Real Federación Andaluza de Golf ha participado en varias ocasiones, con muy buenos resultados.

Propone la celebración de torneos en Dinamarca para promocionar el destino turístico de golf andaluz.

TOUROPERADOR: Caddie Golfrejser

- Contacto: Thomas Hamilton
- País: Dinamarca
- Teléfono: +45 43 228 100
- Email: th@caddiegolf.dk
- Web: <http://www.caddiegolfrejser.dk/>
- Web: <http://uniqueeuropeantravel.com/>

PRINCIPALES PAÍSES O REGIONES DE NEGOCIO: Trabaja, entre otros, con Portugal, Marruecos, Italia, Escocia, Irlanda.

RELACIÓN CON ANDALUCÍA: En Andalucía, su principal destino es la Costa del Sol y Soto-grande.

QUÉ PIDE, OBSERVACIONES:



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Quieren recibir información y precios de nuestros campos.

TOUROPERADOR: EVENT TRAVEL

- Contacto: Christer Herlin
- País: Finlandia
- Teléfono: +358 (0) 400 401 012 / +358 (0) 10 217 6946
- Email: christer.herlin@event-travel.fi
- Web: www.event-travel.fi

ÁREAS DE ANDALUCÍA EN LAS QUE ESTÁ MÁS INTERESADO:

- 1º Málaga
- 2º Mijas, Marbella, Estepona
- 3º Cádiz Mediterránea y Sotogrande

RELACIÓN CON ANDALUCÍA: Ya trabajan en Andalucía, especialmente en Málaga y la Costa del Sol.

VOLUMEN DE NEGOCIO: El 30% de su volumen de negocio total lo hacen en España. De ese 30%, el 20% es Andalucía.

CÓMO VE ANDALUCÍA:

- Puntos fuertes: el tiempo y la variedad y calidad de campos.
- Puntos débiles: no ha señalado puntos que mejorar.

QUÉ PIDE, OBSERVACIONES:

Se ha mostrado especialmente agradecido por la presentación que el dossier hace de nuestros campos y por toda la información que aporta. Desea seguir recibiendo información.

TOUROPERADOR: EASTON GOLF

- Contacto: Sara Nilsson
- País: Suecia
- Teléfono: +46 (0) 44 24 70 05
- Email: sara@eastongolf.se
- Web: <http://www.eastongolf.se/>

PRINCIPALES PAÍSES O REGIONES DE NEGOCIO:

ÁREAS DE ANDALUCÍA EN LAS QUE ESTÁ MÁS INTERESADO:

Ya trabaja en Málaga y la Costa del Sol. Están interesados en conocer Cádiz, tanto la zona Mediterránea como la Atlántica, pero, sobre todo, lo que más les interesa es trabajar los viajes de larga estancia.

QUÉ PIDE, OBSERVACIONES:



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Desean conocer campos de golf con resort en Andalucía con los que trabajar los viajes de larga estancia.

TOUOPERADOR: GOLF VOYAGER

- Contacto: Fintan Ward
- País: Irlanda
- Teléfono: +353 (0) 87 2934283 / +353 (0) 61 293533
- Email: fintan.ward@golfvoyager.com
- Web: <http://www.golfvoyager.com/es>

PRINCIPALES PAÍSES O REGIONES DE NEGOCIO: Trabaja el mercado irlandés y británico, y sus principales destinos son Portugal y España.

ÁREAS DE ANDALUCÍA EN LAS QUE ESTÁ MÁS INTERESADO:

- 1º Mijas, Marbella, Estepona
- 2º Málaga
- 3º Almería
- 4º Cádiz Mediterránea y Sotogrande
- 5º Cádiz Atlántica
- 6º Sevilla
- 7º Córdoba, Granada y Jaén
- 8º Huelva

RELACIÓN CON ANDALUCÍA: Ya trabajan en Andalucía y tienen contacto con campos de toda la región, siendo el área que más les interesa Marbella y Málaga

VOLUMEN DE NEGOCIO: España supone el 35% de su volumen de negocio total. Dentro de ese 35% de negocio que realiza en España, Andalucía representa el 90%, con actividad principalmente Marbella y Málaga. Portugal (Algarve) es su principal destino, y supone el 60% de su negocio total.

CÓMO VE ANDALUCÍA:

- Puntos fuertes: considera que tenemos una oferta de golf muy amplia que, junto al buen tiempo y nuestros servicios, hacen que nuestro destino turístico de golf tenga pocos puntos débiles,
- Puntos débiles: apunta como único punto a mejorar el conseguir más vuelos que conecten con Irlanda y Reino Unido.

QUÉ PIDE, OBSERVACIONES:

Ha valorado especialmente la última sección del dossier, que informa sobre los vuelos directos entre Andalucía y los principales aeropuertos europeos.

En su página Web, tienen un programa de gestión de reservas online, que permite reservar golf, hoteles y paquetes y que desean dar a conocer entre todos los campos federados de Andalucía: <http://www.golfvoyager.com/es/>

TOUOPERADOR: IRELAND GOLF DIGEST (Magazine)



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

- Contacto: Anders Johansson
- País: Irlanda
- Teléfono: 087 913 889
- Email: anders@golfdigest.ie
- Web: <http://www.golfdigest.com/>

ÁREAS DE ANDALUCÍA EN LAS QUE ESTÁ MÁS INTERESADO: Málaga; Mijas, Marbella y Estepona; Huelva y Almería