



**REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF**

**COMITÉ COMERCIAL CAMPOS Y PROMOCION**





## **INDICE**

Páginas

FERIEN MESSE WIEN.....	367
DANISH GOLF SHOW.....	368
RHEINGOLF.....	370
GOLF EXPO HELSINKI.....	372
ITB BERLIN.....	374
SALON DU GOLF.....	375
SCOTISH GOLF SHOW.....	376
IAGTO TROPHY (GERONA).....	380
IAGTO TROPHY (MOSTRADOR COSTA DEL SOL) .....	383
NORDEAMASTERS.....	389
BMW OPEN.....	391
MADE IN DENMARK.....	394
LONDON GOLF SHOW.....	396
OPEN OMEGA.....	397
KLM OPEN.....	400
ANDALUCIA SOL CUP ALEMANIA.....	400
IGTM.....	404





## REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

### FERIEN MESSE WIEN, Viena (14 A 17 DE ENERO)

#### TIPO DE FERIA

Feria de Turismo General

#### ASISTENTES

- Maria Luisa Cabello: Responsable Turismo Andaluz
- Maria: Azafata de Turismo Andalucia
- Aurora : Representante Federación
- Fabricio Llanza: Representante Federación

#### TIPO DE STAND Y MATERIAL

- Stand ubicado a la espalda del stand de Tour Spain.
- En la zona de España además estaban. Pequeño stand de Canarias, Stand grande Baleares, Stand normal Cataluña, y Stand Mediano Andalucía
- 3 mesas de información.
- Una de info general Andalucía + mapas ,
- Otra con info DE GOLF
- Otra mesa con info ANDALUCIA TEMATICA
- SORTEO 3 PAQUETES GOLF EN BAVIERA Y AÑORETA, EN GRANADA Y EN CADIZ-SANCTI PETRI, para conseguir BBDD (aprox. 80 conseguidas de jugadores 100%)
- Merchandising: de TURISMO ANDALUCIA: gorras, cintas cuello, camisetas, bolígrafos, maletines. DE FEDERACIÓN: USB, caramelos, llaveros.



Stand Turismo Andalucia. Mesa RFGA



## REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

### DESARROLLO DE LA FERIA

-Percepción del cliente: Principalmente sobre golf en Andalucía, conocen Marbella-Málaga y Novo Sancti Petri, principalmente. También Alcaidesa (por hotel Aldinana).

-Como vender en este mercado

Según comentarios del sector, principalmente a través de pros y de paquetes con tour operadores.

-Contactos y visitas:

- Directora OET Teresa Ortiz (teresa.ortiz@tourspain.es), Birgit Litschel –prensa y comunicación- (birgit.litschel@tourspain.es, Rosalia Fraga –Marketing (rosalia.fraga@tourspain.es). Para cualquier info del mercado turístico Austria
- TT.OO Olimar Reisen: michael.kahlau@olimar.com (oficina en Colonia-Alemania-. Trabajan con golf, responsable Natali)
- TT.OO H&H Touristik . Taylan Meltem t.meltem@hhgolf.at

Principal destino TURQUÍA. (13.000 clientes , 70% Belek) Trabaja con destinos Andalucía como: Guadalmina Hotel, Elba Estepona, Valle Romano, Alcaidesa Aldiana, Iberostar Sancti Petri

- NICE BARCELONA (hijo q era ex-pro de golf): stefan@nicebarcelona.com (recomienda que contactemos con pros de campos que son los que mueven a los jugadores y revistas golf. El lo intento con golf en Barcelona y no le fue bien)
- DIAMOND COUNTRY CLUB (estaba dentro de la agencia de viajes más grande austriaca RUEFA -120 agencias-. Christian Hieke; General Manager ch@countryclub.at (campo con más de 2000 socios )

Conclusión: Interesante evento y Mercado.

### **DANISH GOLF SHOW, HERNING (26 A 28 DE FEBRERO)**

La RFGA, mediante su Comité de campos comerciales, estuvo presente en stand compartido con Turismo Andaluz y fue representada por Melissa Gallardo de Lauro Golf.

La Feria se celebraba en Herning, englobado dentro del evento Ferie for Alle ("Vacaciones para Todos") con un recinto ferial de 66.000 metros cuadrados, en trece pabellones que ofrecen distintos temas vacacionales: Holidays Abroad, Holidays in Denmark, Outdoor and Camping y el DanishGolf Show. Según los organizadores del evento, más del 80% de los visitantes salen de viaje al extranjero por lo menos dos veces al año y el 70% tiene interés en viajar hacia el sur de Europa.

Este año 61.800 personas han visitado la feria, algo menos que el año pasado (62.500). Según los organizadores 25% del total de visitantes tuvieron interés en el pabellón de golf por tanto se estima que alrededor de 15,450 personas puede haber



visitado esta zona de la feria.

Dinamarca con una población de casi 5.5 millones de habitantes sigue creciendo como mercado de golf. Según el Danish Golf Union, ya cuentan con 180 campos y más de 155,000 jugadores federados.

Los daneses tienen como primer destino exterior España, llegando a alcanzar la cifra de 985.000 turistas en nuestro país. Se espera que para el 2016 el número de turistas daneses que viajan a España siga subiendo. 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 cliente danés tiene gran conocimiento de España en general y de Andalucía en particular, resaltando la gran variedad en la oferta tanto de turismo general como del turismo de golf, aunque la valoración más alta se la lleva siempre nuestro privilegiado clima y el hecho de que existan vuelos directos. Aún tienen el concepto de que España en golf es más cara que otros destinos paralelos como Portugal o Turquía, especialmente la Costa del Sol, sin embargo, cuando se le presentan las ofertas de los campos que han mandado información a la Feria (La Cala, Lauro Golf, Santa Clara Granada, Baviera Golf, etc), les parecen ofertas buenas y razonables; por lo que pensamos que debemos seguir trabajando la promoción y la información incluso en los mercados más maduros, como es el danés.

Hacemos una pequeña encuesta, muy sencilla, con campos andaluces que conoce, cosas que le gustan de Andalucía como destino golfista y cosas que le gustaría que mejorásemos. A modo de resumen, se menciona que nuestros puntos fuertes son el clima, las infraestructuras y la buena atención al cliente. Sugerimos que para seguir comercializando nuestros campos en ese mercado se haga a través de las siguientes vías:

- Los clientes daneses siguen confiando en los TTOO para organizar sus viajes de golf, siendo los más nombrados: Bravo Tours, Green2green, CaddieGolf Rejser, Classic Golf y aparece con fuerza la rama escandinava de Golfbreaks.com.
- Si bien, la larga estancia es bastante demandada en este mercado, las estancias más tradicionales de entre 5 y 10 días también tienen un tirón importante, por lo que los paquetes de hotel + golf; apartamento + golf, todo incluido, etc; siguen siendo muy demandados. Además existe la ventaja de que hay muchas ciudades con vuelo directo a la mayoría de los aeropuertos andaluces.
- En los últimos años, tras la aparición de los sistemas GDS, el turista está evolucionando cada vez más a fabricarse sus propias vacaciones, es decir, a través de las plataformas de reservas online, ellos mismos se reservan sus vuelos, hotel, greenfees, etc; por lo que es imprescindible que las páginas webs de los campos dispongan ya de sus propias ofertas y los sistemas de reservas a través de la web.

Esta feria es mayormente de carácter público y nos dirigimos al cliente directo pero se realizaron también contactos con algunos tour operadores de golf.

Sweet Spot Travel – Mikael Jensen



## REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

mikael@sweetspottravel.dk  
www.sweetspottravel.dk

Mikael Jensen, después de vender su empresa a Golf Plaisir y cumplir con la condición de trabajar en la misma dos años más, ahora constituye una nueva empresa;

Sweet Spot Travel. Tiene mucha experiencia y de momento organiza los viajes de grupos de golfistas.

Leomar - Mauricio de la Guardia  
mauricio@leomar.es  
www.leomar.es

Tour operador con oficina central en Mallorca representante de Bravo Tours para el turismo de golf. Bravo Tours es un tour operador consolidado desde hace muchos años que ofrece también viajes de golf hacia España. Tiene su central en Herning y oficinas en Copenhague y Aalborg.

Profil Rejser golf & sport - Jakob Plougmann Kristensen  
jakr@profilrejser.dk  
www.profilrejser.dk

Profil Rejser es un operador que ofrece nuestro destino desde hace varios años enviando grupitos de golfistas sin alcanzar grandes volúmenes. Jakob ha trabajado varios años con la OET de Copenhague y ahora pone a disposición de Profil Rejser su conocimiento más extenso de España para incrementar el número de turistas hacia nuestro país.

Classic Golf - Marc Limschou  
ml@classicgolf.dk  
www.classicgolf.dk

Tour operador de golf socio de IAGTO. Ofrece también vacaciones de larga estancias en apartamentos.

Golfkysten - Dennis Holm  
Dennis.holm@golfkysten.dk  
www.golfkysten.dk

Golfkysten ofrece viajes de golf hacia España y Portugal desde su página Web. Tienen oficinas en España y Dinamarca.

Opera con aerolíneas que tienen vuelos desde Copenhague, Billund, Aarhus y Aalborg.

### **RHEINGOLF, DÜSSELDORF (4 A 6 MARZO)**

La Federación, como en años anteriores, ha vuelto a ir a la Rheingolf. Tras varios años asistiendo en el Stand de Turismo Andaluz, este año ellos no contemplaban esta feria en su calendario, por lo que hemos ido con stand propio.



## REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Las personas que se han desplazado para representar a la Federación han sido: Guillermo Navarro -Vocal del Comité Comercial y Gerente de San Roque Club- y Claudia Ory -Comercial de Golf Rio Real-.

Además contamos con la presencia de Andreas Hagemann -Villa Padierna Golf Club-.

Tipo de feria:

Feria de golf de carácter profesional y público. Es una de las más importantes del sector de cuantas se celebran en Alemania.

Desarrollo del evento:

1. Ha recibido muchas visitas, particularmente el viernes y sábado por la mañana.
2. Los golfistas Alemanes están interesados en nuestro destino, particularmente Novo Santi Petri.
3. Como debemos comercializar el destino: Mas moderno. Llevar más los mapas con los campos de golf de Andalucía. Llevar flyers / ofertas de campos de golf que ofrecen un paquete con varios campos. Se notaba que los Alemanes quiere ir a casa con una oferta de la feria en su mano.
4. Otra idea: llevar 2 tablets con una presentación y programa donde directamente el cliente con la persona de comité tiene que rellenar sus datos para recibir en el futuro e-mailings y para el sorteo. Después de esto, se regala una guía o un pendrive.
7. Conclusión:

Merece la pena seguir viniendo a esta acción para promocionar más el destino a los golfistas alemanes, aunque es una feria pequeña tiene muchas visitas de golfistas con interés en nuestro destino.

Hemos conseguido los objetivos, hemos conseguido una base de datos para los mailings comerciales, y además se notaba el interés en Andalucía por parte de los Alemanes que ya a penas quieren viajar a Turquía.



## REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

### GO EXPO, HELSINKI (04 A 06 MARZO)

La Real Federación Andaluza de Golf ha estado presente un año más, en la Go-Expo, de Helsinki, que ha tenido lugar del 4 al 6 de Marzo de 2016.

Este año hemos tenido el stand únicamente de la RFGA, han participado en esta edición, representando a los campos andaluces, Nina Nordenswan y Carlos Santos Galera.

También han estado en el stand -representando a sus campos pero apoyando en todo a la RFGA- Paco Venegas (Alborán Golf) y Jesús Pérez (Costa Ballena).

La Feria de Helsinki es una feria deportiva donde tienen cabida, además del golf, la caza, la pesca, la equitación y el fitness, entre otros deportes. Esto hace que sean muchos los fineses que se acercan a la feria, este año se calcula que acudieron algo más de 50.000 personas . El stand de la RFGA se encontraba dentro del espacio dedicado a "Destinos de Golf", entrando en competencia con Costa Blanca y Cataluña como destinos españoles y con Italia, Turquía y países del Este de Europa.

Lo que sí ha quedado claro es que no por tener un stand más grande se hacen más contactos. El de la RFGA es el tamaño correcto y, sobre todo, es fundamental la presencia de una persona finlandesa o que hable el finés para que el público se encuentre más a gusto. En nuestro caso, la presencia de Nina ha sido determinante.

En la feria se ha repartido prácticamente todo el material del que disponíamos: las guías de los campos de golf han volado, además de los folletos de todos los campos que enviaron material que, en esta ocasión, fueron bastantes.

Como reclamo para que se acercaran a nuestro stand utilizamos, un año más, un sorteo de estancia + golf en nuestra zona de donde hemos sacado una buena base de datos de más de 400 clientes potenciales. Junto con el sorteo, ha vuelto a ser una buena experiencia llevar vino moscatel para todo el que quisiera acercarse a nuestro stand. Un vino muy apreciado por el público finlandés.

Prácticamente el 100% de los que se han acercado hasta nuestro stand conocían perfectamente el destino Andalucía. Lo han visitado ya alguna vez y/o tenían previsto visitarlo en este mismo año. Algunos hacen escapadas incluso dos veces al año.

Por zonas, las más conocidas para ellos son la Costa del Sol, especialmente las zonas comprendidas entre Benalmádena y Mijas (además de Nerja, hacia el Este) y Almería-Cádiz en segundo lugar.

Son clientes que se organizan el viaje ellos mismos sin necesidad de TTOO por lo que buscan -y es cada vez más necesario que se lo ofrezcamos así- paquetes ya hechos de estancia + golf, estancia + golf + gastronomía o estancia + golf + cultura. Por eso, es recomendable que los campos envíen junto con sus folletos algún panfleto que incluya ese tipo de ofertas tanto para corta como para media estancia.

Para campos fuera del ámbito de la Costa del Sol, si se les incluye también el alquiler del coche (o al menos precios orientativos de cuánto puede costarles) lo agradecerán mucho. La mayoría de los clientes vuelan directamente a Málaga que tiene casi dos vuelos



## REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

diarios con Helsinki (con Norwegian y Finnair).

En general, no tienen quejas de nuestros campos ni de nuestros precios, los consideran ajustados y les encanta cómo se les trata y el clima que tenemos.

La Feria de Helsinki es una pieza clave para nuestros intereses y es muy necesario estar presente puesto que al público nórdico en general le gusta "verte" y "tocarte" para sentirse más seguro. Además, otros destinos como Alicante o Valencia están pegando fuerte allí por lo que no debemos dormirnos.

Algunos de los TTOO que trabajan bien son:

AK TOURS, Harri Kontola, [www.ak-matkat.fi](http://www.ak-matkat.fi)

EVENT TRAVEL, Christer Herlin, [www.event-travel.fi](http://www.event-travel.fi)

FUTURE GOLF, Kari Järvenpää, [www.futuregolf.fi](http://www.futuregolf.fi)

GOLF TAILORS, Susana Sarkinen, [www.golftailors.fi](http://www.golftailors.fi)

GOLFPASSI, Juha Passi, [www.golfpassi.fi](http://www.golfpassi.fi)

GOLFRESEPTI TRAVEL, Markku Nord, [www.golfresepti.fi](http://www.golfresepti.fi)

ONGOLF, Tuomas Kiiskinen, [www.ongolf.fi](http://www.ongolf.fi)

SUPERGOLF OY, Jari Koski, [www.supergolf.fi](http://www.supergolf.fi)



### ITB BERLIN (8 A 12 MARZO)

La feria se celebra en el palacio de congresos Messe Berlin y es de las más grandes, cumpliéndose este año la 50 edición.

Se trata de una feria en la que se presentan destinos, productos y servicios de apoyo al sector turístico.

El stand de la RFGA estaba en la zona de Turismo Andaluz situada en un extremo del pabellón donde se ubicaba la mayor parte de la oferta de España.

Además de atender las citas que teníamos programadas hemos acompañado y apoyado a Turismo Costa del Sol en la presentación del acuerdo suscrito con la PGA de Alemania para hacer de la Costa del Sol sede recomendada para sus afiliados.

Como material contamos con dos garrafas de vino dulce (no se llegó a consumir una) y dossiers con los contactos comerciales de los campos federados en papel y 30 pen drives con esta misma información.

En general parece una feria más indicada para las empresas. La presencia de la Federación no parece prioritaria, al menos con stand. Habría sido más operativo compartir el mostrador de información general para informar a los interesados por el golf en Andalucía y derivarlos a los stands de empresas en función de sus intereses.

El interés de Alemania por España es muy grande, ya que debe compensar la disminución de negocio con otros destinos, principalmente Turquía, donde se comenta que el volumen ha bajado en torno al 50%.

Nos han comentado que es importante que las tarifas anuales sean comunicadas con mayor antelación y, acaso, considerar las campañas de octubre a septiembre, en lugar de enero a diciembre.

#### Contactos realizados:

– Paul Ziljmans (paul@rsmc.nl) www.rsmc.nl  
Tiene su propia empresa de desarrollo de software para gestión de campos. Estaría interesado en presentar su programa e introducirlo en España. Venía junto con el siguiente contacto.

– Fernando Ekkelenkamp (fekkelenkamp@worldcorporategolfchallenge.com) www.worldcorporategolfchallenge.com

Quería explorar la posibilidad de buscar colaboración para organizar la final mundial de este circuito a partir de 2018. Actualmente se celebra en Cascais donde se firmó por 3 años. En 2014 se celebró en La Reserva (Cádiz). Necesitan mucho apoyo económico por parte de organismos públicos o privados. Turismo Costa del Sol está considerando la acción.

– Özgü Güngör (og@worldoftravel.at) www.worldoftravel.at  
Gran interés en Andalucía al bajar su principal destino que era Turquía.



## REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Colabora con el grupo Murhof que integra 15 campos de golf en Austria y 15.000 socios.

- Peter Marx (petermarx@deutschlandradio.de)  
Interesado en tener información para difundir en radio sobre destinos de golf con expresión de oferta complementaria. Querría que se le dieran editoriales que él pudiera desarrollar.
- Jürgen Kampf (info@kampf.net) www.kampf.net  
Interesado en organizar viajes de incentivos de alto nivel.
- Constantin Maass (cm@golfglobe.de) y Mario Schomann (ms@golfglobe.de) Sales Manager y Managing Director respectivamente. www.golfglobe.de  
Se han fusionado con TUI y desarrollan una importante red de 9.000 agencias. Interesados por formar a las agencias y en los destinos de Andalucía.
- Antonio Roldán-Ponce (roldan@tss-group.eu) www.tss-group.eu  
  
Igual que la anterior, red de 3.000 agencias en Alemania.
- Konstantin Mirliauntas (inof@fairway-golftravel.de) www.fairway-golftravel.de  
TO interesado por Andalucía y por campos con buenas instalaciones de prácticas para grupos de Pro.

### **SALON DU GOLF (18 a 20 de Marzo)**

Paris Expo, Porte de Versailles fue el lugar escogido para acoger la décima edición del Salón du Golf, punto de partida que marca el inicio de la temporada de golf en el país vecino. En esta ocasión, más de 2.500 profesionales se dieron cita en el evento golfístico más importante de Francia, ocupando un espacio de unos 14.000 m<sup>2</sup> de superficie.

El mercado francés es emergente en Andalucía en lo que a golf se refiere. Conoce ya la oferta gastronómica y cultural y el golfista es el nuevo cliente a atraer. Actualmente Francia cuenta con unos 400.000 jugadores federados de los cuales casi 60.000 se localizan en la región parisina (Ile de France). Al cliente francés le gusta vacaciones organizadas, ya sea por tour operación o a título particular. Busca también la variedad y con ello la posibilidad de elegir varios campos de golf. Se trata de un cliente más deportivo que otras nacionalidades, busca este tipo de golf (jugar andando, más de 18 hoyos en un día facilidades driving range); le gusta combinar golf con un mayor conocimiento del entorno ya sea a través de la oferta gastronómica, cultural y de otras actividades deportivas y de ocio.

Debemos ofrecer paquetes vacacionales con golf incluido. Entre los visitantes que hemos recibido en el stand, podemos afirmar que un 55% ignoraba la oferta de golf que tiene Andalucía, de los cuales un 40% opina que se trata de una propuesta interesante y considerarían la posibilidad de incluir a Andalucía en proyectos de futuras vacaciones. Para ellos la guía de golf ha resultado ser una herramienta indispensable en la promoción del golf andaluz; y un 30% habían visitado ya la comunidad y la conocen, y la mayoría cuenta repetir la experiencia. El cliente francés es fiel y más si respondemos a sus expectativas. No olvidemos que el jugador francés es un jugador de club y por tanto participa en viajes organizados por el pro, capitán del campo, incluso el propio presidente del club. En este sentido el contacto con un club de golf puede ser tan beneficioso como un tour operador.

Al igual que en todas las demás acciones, se ha recogido una base de datos entre



## REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

las personas que han manifestado su interés por el golf en Andalucía y que serán incorporadas a la base de datos de la Federación.

Aunque la feria estaba destinada a un público no profesional, se establecieron contactos con profesionales del sector.

- Ning Jia  
Lazaritour  
27 Avenue de L'Opéra  
75001 - Paris  
ning.jia@lazaritour.fr

Tour operador local parisino, especializado en recibir a clientela china. Interesado en un futuro desarrollar mercado español.

- Christophe Luneau  
Teeoff Travel  
L'Orée des Mas  
Av. Du Golf  
34670 – Baillargues  
chris.luneau@teetravel.com  
www.teetravel.com

Tour operador francés, especializado en viajes y circuitos a nivel mundial.

- Annie Prost  
Golf Rhône-Alpes  
Lyon  
a.prost@golfrhonealpes.fr  
www.golfrhonealpes.fr

Directora Revista de Golf de la Región Rhône-Alpes, al este de Francia, lindando con Suiza e Italia.

### **SCOTTISH GOLF SHOW, GLASGOW (18 A 20 MARZO)**

#### 1. Tipo Stand:

Acudimos a esta feria en Glasgow en stand compartido con Turismo Andaluz.

- #### 2. Persona del comité que se desplaza
- Francisco Venegas Alonso, vocal

#### 3. Miembros de campos que asisten

Estuvieron Manuel Ortega, de Turismo Andaluz, Marco Polacci y también estuvo representado el Patronato de Turismo de Cádiz y Melissa Gallardo, directora comercial de Lauro Golf.

#### 4. Tipo de feria/evento:



## REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

La Scottish Golf Show es una feria especializada en el sector de golf, que se celebra en un recinto estable (el SECC de Glasgow) muy moderno y apropiado para este tipo de evento, bien comunicado y próximo a diversa oferta hotelera. Se trata de una de las principales citas de la industria del golf que tienen lugar en el Reino Unido, con casi 18.000 visitantes en la edición de 2015.

La edición de este año tenía un número record de stands, con más de 200 entidades, y novedades como la presencia de todas las marcas de palos, que presentaron sus últimos lanzamientos, una gran zona para probar palos, una gran tienda de golf de la empresa número 1 en Europa de venta de material de golf, American Golf, además de diferentes desafíos de putt, golpe corto, sacadas de bunker... Todo esto, junto con la variada oferta de destinos para unas vacaciones de golf, hacía que la feria fuera muy atractiva para los potenciales clientes de nuestro destino.

### 5. Desarrollo del evento:





## REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

La Feria se desarrolló con una climatología bastante agradable, teniendo en cuenta lo habitual en la zona en esas fechas, lo que nos inclinó a pensar que quizá muchas personas aprovecharan que la temperatura no era muy baja y que no llovió en todo el fin de semana para ir a jugar al golf, en lugar de acudir a un recinto cerrado. No obstante, el público fue yendo de menos a más, con mayor afluencia por las mañanas, especialmente la del sábado y la del domingo.

Los clientes que nos visitaron tenían, en general, un buen conocimiento de Andalucía. Algunos llevaban viajando a nuestro destino varios años y en bastantes casos nos comentaban que iban a venir en breve, dándonos con detalle los lugares a dónde viajaban e incluso los campos que habían jugado o que iban a ver.

Como siempre, la Costa del Sol es el lugar preferido de Andalucía y el más conocido por ellos. La conexión aérea es absolutamente primordial para la llegada de estos turistas, como hemos constatado en todas las ferias en las que hemos estado. Por eso no debemos cejar en nuestro empeño de solicitar a las administraciones pertinentes, especialmente de destinos como Huelva, Cádiz, Granada o Almería, que procuren la llegada de compañías de bajo coste a sus aeropuertos para continuar creciendo como destino de golf. En cualquier caso y sobre todo de cara a las largas estancias, los clientes no ven con malos ojos desplazamientos cortos por autovía (dos horas o menos) para conectar desde el aeropuerto de Málaga u otros con estas provincias que tienen buena oferta de campos pero no las mejores conexiones aéreas.

Como debemos comercializar el destino: Los clientes se interesan, en su mayoría, por paquetes que incluyan alojamiento y golf, por lo que lo deseable es seguir llevando folletos con ofertas de estancias de aproximadamente una semana con alojamiento en el mismo campo o, para aquellos campos sin hotel, en el hotel más próximo al campo (ideal sería una distancia que se pueda hacer a pie) y con el que el club en cuestión mantenga acuerdos preferenciales. Folletos con profusión de precios o muchas fotos y características del campo no son lo más demandado, sino ofertas de hotel y golf. El cliente quiere que le den todo lo más 'mascado' posible.

También muestran interés por ofertas con más de un campo. Preguntan por la proximidad entre distintos clubes para poder jugar en más de un recorrido.

Y, por último, también ha habido jugadores que se interesan por las ofertas para larga estancia, especialmente aquellas personas que ya no están en vida laboral.

Es muy interesante que sigamos llevando a las ferias planos donde quede perfectamente reflejado dónde se encuentra Andalucía en el contexto nacional y de Europa.

Puntos en los que somos fuertes y en los que debemos mejorar: Nuestro mayor valor es, sin duda, el clima y el gran número y variedad de campos que tenemos. Yo incluiría también los precios, visto el nivel de vida de estos países. Nuestras ofertas son realmente atractivas en mercados como el anglosajón.

De otro lado, nuestro destino, especialmente la Costa del Sol, es perfectamente conocida entre estos clientes.

A mi modo de ver, debemos mejorar en comunicaciones aéreas, tal y como he referido antes, especialmente en Huelva, Cádiz, Granada y Almería, pero eso es algo que se



nos escapa a los campos, aunque no debemos cejar en el empeño de seguir haciéndonos oír donde sea necesario.

En lo que a la oferta que presentamos, no escuchamos apenas críticas, más allá de la alta ocupación que tienen algunos de nuestros campos, lo que origina rondas de más de cinco horas en nuestra temporada alta.

### 6. Contactos conseguidos:

Base datos golfistas: Gracias a la aportación de varios campos de green fees o paquetes con alojamiento para hacer el sorteo entre los visitantes a nuestro stand, hemos podido volver a recabar buen número de contactos con jugadores que ya han estado en nuestro destino y que tienen la intención de regresar. La base de datos quedó en posesión de Turismo Andaluz.

Dado el carácter de la feria, de público final fundamentalmente, no se hicieron apenas contactos con touroperadores o agencias de viaje.

### 7. Conclusión:

Por qué venimos a esta acción: El británico es el primer emisor internacional para nuestra comunidad, con 1,3 millones de viajeros alojados en establecimientos hoteleros andaluces en 2015 y cerca de 6,3 millones de pernoctaciones. El clima, junto a la gran tradición de aficionados al golf de Escocia y Gran Bretaña en general, hace que sean muchos los jugadores que se plantean cada año hacer una escapada a destinos como el nuestro, donde pueden jugar al amparo de unas fantásticas condiciones climatológicas y a buenos precios para sus bolsillos.

¿Hemos conseguido los objetivos?: La difusión de nuestro destino se ha alcanzado plenamente. De hecho todo el material que llevábamos, enviado por los clubes, salió en casi su totalidad en los tres días de la Feria. El stand de Andalucía/Federación Andaluza es uno de los más visitados, algo que se ha venido repitiendo en otras ferias en las que hemos estado. Los stands vecinos registraban muchos menos visitantes que el nuestro prácticamente a todas horas y eso es porque los clientes conocen perfectamente nuestro destino y la calidad de nuestros campos.

La información que se llevaron, tarjetas de visita... nos hacen ser optimistas de cara a los contactos que se harán en próximas fechas, de cara a solicitar paquetes, precios... de cara a la nueva temporada de otoño/invierno.

Sin duda, la Scottish Golf Show es una feria que debería seguir en el calendario de las visitadas, si el comité lo considera conveniente y es posible desde el punto de vista económico.

### 8. Sugerencias

Los visitantes de este tipo de ferias acuden muchas veces por el reclamo de pequeños obsequios que les podamos dar de la Federación o de nuestros campos. En este sentido, algo que hemos hecho en otras ferias, como es darles un vasito con moscatel, es barato y sirve para que los clientes se acerquen y nosotros podamos venderles nuestro destino.



Importante también que sigamos contando con guías actualizadas con todos los campos, tanto en formato físico como digital.

### **IAGTO TROPHY GERONA (24 A 25 MAYO)**

Asistimos Francisco Venegas, de Alborán Golf y Andreas Wolff, de Sherry Golf Jerez, a la segunda edición de este evento de la IAGTO a mitad de año que ya se probó con mucho éxito el año pasado en Villapadierna. Este año ha sido en la Costa Brava, concretamente en Gerona. Y se rumorea que en 2017 será en Murcia (por si alguien quiere ir marcando fechas en su calendario).

El formato del evento fue igual que el año pasado en Villapadierna: campeonato de golf el primer día, y al siguiente, Workshop toda la jornada.

Acudimos al Workshop con la agenda de citas completa...30 citas. Para hacer este informe más manejable y para no extendernos demasiado, hemos pensado que lo mejor es agrupar los contactos en 2 grupos y que cada campo interesado contacte al que mejor se adapte. La mayoría de los que han solicitado información están interesados en la Costa del Sol, Cádiz+Huelva y Almería. A todas las citas les entregamos un pendrive con la info de todos los campos y la guía de referencia rápida impresa.

- Grupo 1: Buscan buena relación calidad-precio

1. GOLF AROUND ITALY – Alex Dinon.alex@golfarounditaly.com

Es un tour operador italiano nuevo. Trabaja tanto el inbound como el outbound. Todas las ofertas comerciales son bienvenidas. Echará un vistazo a la oferta de campos andaluces y contactará con los que vea interesantes para sus clientes.

2. NORTHUMBRIA GOLF BREAKS – Wendy Mabbott. wendy@golfnorthumbria.com Tlf: +44 1207562322

Pide a los campos que trabajan con ellos que les envíen fotos actualizadas para su nueva web. Y si hay alguien que quiera trabajar con ellos, que les envíen info. Trabajan ya nuestro destino desde hace muchos años y lo conocen bastante bien de punta a punta.

3. GOLF PLUS VOYAGES – Sabrina Giannoni. sgiannoni@golfplusvoyages.com Tlf: +33 155 373740

Ella no conoce personalmente Andalucía, nunca ha viajado aquí. Menciona la zona de Cádiz (Montecastillo). Están abiertos a que se les envíe info comercial.

4. BALTIC BREAKS – Svetlana Vinogradova. svetlana@baltic-breaks.com Tlf: +372 631 1796

Tour operador basado en Tallin (Estonia). Quieren empezar a trabajar con Andalucía como destino. Tienen buenos vuelos vía Helsinki. Todos los envíos comerciales son bienvenidos. También mostró interés en clubes de high-end.

5. GOLFSPORT REISEN WEIDENBACH – Dieter Weidenbach.Sport-Weidenbach@t-online.de



## REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Interesado en recibir ofertas comerciales de la Costa del Sol, especialmente zona de Marbella, y Sotogrande.

6. GOLF TRAVEL HUNGARY – Krisztina Batta. kbatta@golfutazasok.h Tlf: +36 13322213

Dice que no conoce la zona de Andalucía personalmente, aunque los redactores de este informe damos fe que ha acudido ya a unos cuantos Fam-Trips a la zona. Requiere info comercial de los campos para ampliar sus viajes a nuestro destino.

7. GREEN VELVET – GianCarlo Nannini. Giancarlo.nannini@greenvelvet.it Tlf: +39 335 6022400

Tour operador italiano de Milán. Conocen Andalucía y querrían más ofertas para vendernos como su "destino de invierno" y dejar completamente de vender destinos como Túnez, Egipto, etc.

8. QUALITY GOLF DESTINATIONS – Rachel Matthews. rachel@qualitygolfdestinations.com Tlf: +44 7792 636420

Conocen muy bien Andalucía y trabajan desde algún tiempo la Costa del Sol. Están interesados en ampliar su zona de trabajo a Huelva, Cádiz y Almería. Pregunta por la conexión desde Faro con Huelva. Todas las ofertas comerciales son bienvenidas.

9. GLENCOR GOLF – Peter Renton. peter.renton@glencorgolf.com Tlf: +44 1904 406550

Conoce perfectamente nuestro destino y nos avisa que está viendo en su empresa que las peticiones de reserva para Andalucía están bajando y se trasladan al Algarve. Nos advierte que tengamos cuidado con las subidas de precio. Sugiere que los campos no pierdan la cabeza con los indicios de mejoría económica y se pongan a subir los precios.

10. GOLF TOURS St. ANDREWS – Alexander Kammerl. alexander.kammerl@golftour.de Tlf: +49 89 566723

Tour operador alemán de Múnich. Vienen desde hace años trabajando algunas partes de Andalucía, pero que debido a la situación en Oriente Medio, han decidido ampliar su oferta de viajes a toda Andalucía. Todas las ofertas comerciales son bienvenidas.

11. STARTTIDEN – Hakan Bengtsson. hakan.bengtsson@starttiden.se Tlf: +46 40 365 375

Tour operador sueco. No confundir con Starttiden-Syd que es otro sueco que hace long-stay. Este del que hablamos no es de long-stay, sino packs de 5/7 noches en hotel y golf. Llevan algún tiempo trabajando la Costa del Sol y están interesados en ampliar su oferta a otras zonas de Andalucía. Conoce Guadalmina.

12. CLASSIC GOLF (Dinamarca) – Kristian Munck. km@classicgolf.dk Tlf: +45 702 35580

Conoce muy poco de Andalucía y nos comenta que ha conseguido entrar en los vuelos charter que hacen los de Green2Green de Dinamarca a Andalucía. Está muy interesado en recibir info comercial de Almería, Cádiz y Huelva.



## REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

13. 3D GOLFOVAKANTIES (Holanda) – Bert Trommelen. b.trommelen@3dgolf.nl  
Tlf: +31 297 531 322

Ya trabaja con Montecastillo y Costaballena. Está abierto a conocer otras zonas. Este verano va a trasladarse desde Málaga a Valencia y podría ver la zona oriental.

14. GOLF EXPEDITION (Holanda) – Michael Hopstaken. info@golf-expedition.com  
Tlf: +31 614379228

Ya ha trabajado con Alicante y la zona de Murcia y muestra interés por abrir mercado en Andalucía. Se lleva toda la información de cara a contactar con clubes.

Estos son otros contactos que se hicieron con sus datos correspondientes. En todos los casos se llevaron la información de todos los campos:

- GOLF RESEPTI. Sanna Vihervaara. sanna.vihervaara@golfresepti.fi
- ALBRECHT GOLF. Thomas J. Mayr thomas.mayr@albrecht.de
- TEE TIMES GOLF. José Pedro Cheles info@teetimes.pt
- SPORTSTOURS. Martin Spence sportstours@aol.com
- 2MACH SPORTS TOURS ENTERTAINMENT. Claude Heinz claude.heinz@mymach2.com
- LORAINÉ CUNNINGHAM TRAVEL. Loraine Cunningham loraine@lct.ie

- Grupo 2: Interesados en productos de 5 estrellas

1. TRAVEL EXPRESS (Polonia) – Tim Hyland. thgolf@pl.fcm.travel

Es un tour operador de Varsovia que solo trabaja el high-end. Envíos comerciales de productos 5\* son bienvenidos.

2. 1GOLF – Toby Meagan. toby@1golf.com Tlf: +44 7935 155237

Tour operador inglés que trabaja el high-end en la Costa del Sol. Envíos comerciales de productos 5\* son bienvenidos.

3. AMAZING GOLF – Hana Peskova. hana.peskova@amazinggolf.cz  
Tlf: +420 724294218

Tour operador checo sito en Praga. Trabajan solo el high-end. Han hecho algunos grupos con Valderrama y, como les gustó, quieren ampliar con otros campos. Envíos comerciales de productos 5\* son bienvenidos.

Fuera de estos dos grupos principales en los que hemos listado las citas, tenemos a:

- Golf Voyager – Fintan Ward. fintan.ward@golfvoyager.com Tlf: +353 85 1995 090  
Nos pide que os comuniquemos que si hay campos interesados en integrar la widget de reservas de GolfVoyager en la página web del campo que se pongan en contacto con él.
- Leading Courses – Jeroen Korving. jeroen@leadingcourses.com Tlf: +31 648617526

Es el encargado de la web [www.leadingcourses.com](http://www.leadingcourses.com) y desea que más campos apa-



## REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

rezcan en su web. Aparecer en la web es gratis, y a partir de ahí se pueden contratar packs opcionales. Publican un ranking de los mejores campos en base a las opiniones de los usuarios que han dejado sus impresiones en la web.

- Numa Golf – Nuria Puig. npuig@numagolf.com Tlf: 937 937 929  
Es una agencia nueva. Organiza viajes de golf, torneos... Ya conocen la zona de Marbella y están interesados en ampliar destinos.
- Hitabrick. Guido Van Reijen guido@hitabrick.com Tlf: +31 620439557  
Empresa dedicada a alquiler de apartamentos para jugadores en los alrededores de los campos de golf.

### IAGTO TROPHY (MOSTRADOR COSTA DEL SOL)

Independientemente de tener un mostrador, Turismo y Planificación Costa del Sol nos pidió ayuda para la mesa que ellos tenían contratada, necesitaban que fuese alguien de la federación para apoyo, labor de captación de TTOO para la Costa del Sol, pero esta información se reparte para toda Andalucía.

Informe:

El pasado 24 y 25 de mayo se celebró el IAGTO Trophy (International Association of Golf Tour Operators) en Gerona, Cataluña.

En él se reunieron más de 70 Tour Operadores de golf, 47 Resorts y campos de golf (todos los anteriores socios de IAGTO), así como, otros organismos relacionados con el turismo de golf de la Costa Brava y Cataluña. IAGTO Trophy estuvo patrocinado por el Patronato de Turismo de la Costa Brava y su objetivo principal fue la promoción del turismo de golf en la zona.

Durante el primer día tuvo lugar, en el campo de golf PGA de Cataluña (Stadium), un torneo por equipos que sirvió para establecer un primer contacto entre TT.OO y campos de golf. El segundo día, se celebraron las jornadas de trabajo desde las 09:00h hasta las 18:00h en el Palacio de Congresos de Gerona.

Tatiana promocionó la Costa del Sol como destino de golf junto a Natalia Bóveda. Presentamos a los TT.OO la nueva herramienta lanzada por Turismo Costa del Sol "3.60" donde puedes realizar una visita de la Costa del Sol de 360º establecida por zonas y tipos de ocio. Actualmente, se están grabando los campos de golf interesados en participar y en la IGTM se realizará la presentación de esta herramienta con los campos de golf incorporados. Incidimos en la diversidad, concentración, experiencia y nº de campos de golf de nuestro destino con la enorme oportunidad de trabajo que significa para ellos.

También nos encargamos de dar promoción a la Feria de Alemania que tendrá lugar del 14 al 16 de Junio y estará patrocinada por Turismo Costa del Sol.

Algunos TT.OO preguntaron por la posibilidad de promoción a través de Turismo Costa del Sol. Les informamos de que nuestro método de trabajo consistía en reunir todas las propuestas recibidas y decidir en la mesa de trabajo (formada por expertos de diferentes áreas del sector) cuáles son las más interesantes, por lo que les animamos a que nos mandasen sus propuestas con la máxima información posible aunque hicimos hincapié, en



## REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

que con ello no se les aseguraba que su propuesta fuese a salir exitosa.

A continuación, se encuentra detallada cada una de las entrevistas establecidas a lo largo del día 25 de mayo:

1. ALBRECHT GOLF TRAVEL  
Thomas Mayr (jefe de producto)  
Alemania  
+49 89 85 85 33 00  
thomas.mayr@albrecht.de

Conoce muy bien el destino Costa del Sol y lo trabaja con bastante frecuencia. Fuerte crecimiento de Portugal en los últimos meses. Asegura no poder realizar ni una sola reserva para el mes de octubre en ningún campo de la zona del Algarve porque está absolutamente lleno.

2. BALTIC BREAKS GOLF  
Svetlana Vinogradova (directora ejecutiva)  
Estonia  
+3726311796  
svetlana@baltic-breaks.com

Trabaja como TT.OO y Agencia de Viajes proporcionando todos los servicios aunque está especializada en viajes de golf (hoteles, competiciones, transportes y grupos). Muestra mucho interés por ofrecer viajes ligados al turismo cultural y golf. Solicita información sobre la zona de Málaga y Axarquía. Desconoce cuáles son los mejores campos de la Costa del Sol para lo cual le recomendamos algunas páginas de opinión sobre los campos de golf de la zona. Tiene grupos interesados en visitar la Costa del Sol en temporada baja, durante los meses de invierno (diciembre y enero).

3. BEIJING UNITOUR INTERNATIONAL TRAVEL  
Jessie Yang (directora general)  
China  
+861084440256  
2355615150@qq.com

Nos cancela la visita que teníamos programada unos días antes.

4. CLASSICTOURS APS  
Kristian Munck (jefe de ventas)  
Dinamarca  
+45 70 23 55 80  
km@classicgolf.dk

TT.OO con 8 años de experiencia en el turismo de golf. El 50% de sus clientes vienen a la Costa de Sol y muchos de ellos son Long Stay (larga temporada). Trabajan bastante con Fuerte Hoteles en Estepona.

5. DRIVELINE GOLF  
Paul Cowgill (director)  
Reino Unido +44 1462 817 955 pcowgill@drivelinegolf.com  
Conoce muy bien el destino Costa del Sol. Trabaja en numerosos países aunque asegura



## REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

estar interesado en ofrecer un viaje diferente a sus clientes. Le mostramos imágenes de Málaga capital como alternativa.

6. GLENCOR GOLF  
Peter Renton (director)  
Reino Unido  
+44 1904 406550  
peterrenton@glencorgolf.com

Conoce muy bien el destino Costa del Sol. Asegura que los campos de golf de la zona están subiendo los precios para el próximo año y que podríamos perder clientes en cuanto la situación actual de Turquía mejore.

7. GOLF ESCAPES LTD  
Nick Mulgrew (jefe de ventas)  
Reino Unido  
+44 1342 811 777  
nick@golf-escapes.com

TT.OO muy experimentado en viajes de golf y más concretamente en el destino Costa del Sol. Su destino más fuerte en este momento es Portugal (Algarve) y el segundo España. Asegura tener muchas reservas para el próximo año en los campos de golf de la Costa del Sol.

8. GOLF IN SPAIN  
José Luis Moya (director)  
España  
+34 35 247 4848  
joseluis@golfinspain.com

TT.OO español especializado en atraer golfistas de países extranjeros. Muestra interés por ser socio de Turismo Costa del Sol. Establecemos de nuevo el contacto una vez finalizado el viaje desde Turismo Costa del Sol con toda la información necesaria.

9. GOLF PLANET S.R.O  
Michael Kecek (director)  
República Checa  
+420 222 966 212  
michael@golfplanet.cz

TT.OO especializado en la venta de destinos de golf. Es el TT.OO más fuerte de la República Checa. Aumenta ligeramente sus ventas en el destino Costa del Sol por la situación actual de Turquía pero asegura seguir trabajando con Turquía como primer destino. No tienen vuelos directos a la Costa del Sol entre los meses de noviembre a marzo lo que conlleva a un descenso importante en el nº de golfistas checos.

10. GOLF TOURS ST. ANDREWS  
Alexander Kammerl (director de marketing)  
Alemania  
+49 89 566 723  
alexander.kammerl@golftour.de



## REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

TT.OO especializado en la promoción y venta de destinos de golf. Aumenta sus ventas en el destino Costa del Sol por la situación actual de Turquía. Asistirá la feria de Alemania el día 14 de junio en Munich patrocinada por Turismo Costa del Sol.

### 11. GOLF VOYAGER LTD

Fintan Ward (fundador)  
Irlanda  
+353 61 293 533  
fintan.ward@golfvoyager.com

Compañía de software. Tienen una plataforma en la cual puedes chequear precios y disponibilidad en tiempo real (campos de golf, hoteles y transporte). Los organismos públicos como Turismo Costa del Sol pueden promocionar su región y reinvertir el 30% de comisión en futuras promociones.

### 12. GOLFBREAKS.COM

Cameron Ritchie (jefe de producción de España y Portugal)  
Reino Unido  
+441753752900  
critchie@golfbreaks.com

Es el TT.OO más fuerte de Reino Unido junto a Your Golf Travel. La Costa del Sol es su principal destino. Nos pide nuestra colaboración para la promoción de GolfBreaks.com en la Costa del Sol. Le aconsejamos que nos mande su propuesta detallada por e-mail y posteriormente, en las mesas de trabajo, se decidirá cuales serán las propuestas aprobadas.

### 13. GOLFSPORTREISE

Dieter Weidenbach (director)  
Alemania  
+49 202 64 70 33  
sport-weidenbach@t-online.de

TT.OO especializado en viajes de golf de lujo. Su promedio de gasto por persona en viajes de 7 días es de 8.000€-10.000€. Le mostramos los Resorts más lujosos de la Costa del Sol para intentar un acercamiento. Clientes muy interesantes por el nivel de gasto en destino. Asistirá a la feria de Alemania del día 14 al 16 de junio patrocinada por Turismo Costa del Sol.

### 14. GOLFSTREAM TRAVEL

Ross Hey (agente de ventas)  
Canadá  
+1 905 267 4902  
ross@golfstreamtravel.com

Quiere empezar a mandar jugadores a la Costa del Sol. Es un destino que no ha trabajado hasta ahora pero está muy interesado en trabajarlo. Conoce el destino. Hasta este momento trabajaba con Centroamérica y Sudamérica fundamentalmente.

### 15. GREEN VELVET GROUP

Carlo Tosetti (jefe de ventas)



## REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Italia  
+39 02 84 19 25 02  
carlo.tosetti@greenvelvet.it

TT.OO interesado en el destino de Málaga capital como producto de venta. Asegura conocer la capital y ser consciente del crecimiento de la misma en los últimos años.

16. KUONI GOLFREISEN  
Beate Hermann (director pro-groups)  
Austria  
+43 1 512 0066  
beate.hermann@kuoni.at

TT.OO especializado en viajes de golf individuales y de grupos. Desde 2015 hasta el día de hoy España y Portugal han obtenido un fuerte crecimiento debido a la situación de inestabilidad actual de Turquía.  
Fuerte dependencia de las conexiones aéreas a la hora de mandar clientes.

17. LEADING COURSES  
Jeroen Korving (director y fundador)  
Holanda  
+31307810078  
jeroen@leadingcourses.com

Se trata del portal leader de golf en Europa. En él los clientes comparten y puntúan sus experiencias (nivel del campo, localización, requerimientos, atención, servicios, etc.). Su objetivo principal es que todos los jugadores de golf utilicen los conocimientos que aporta "leading courses" y entonces decidan donde ir a jugar. Los campos de golf pueden acceder libremente a su página web y leer los comentarios de los clientes. También ofrece la opción de contestar a los comentarios, acceder a los datos de los clientes, estadísticas pero en estos casos habría que abonar una cantidad anual. Trabaja en 127 países, en 8 lenguas y tiene 250.000 visitantes. Su método de trabajo es muy parecido al de Tripadvisor. La Costa de Sol está por encima de la media en puntuación obteniendo un 8.2 de valoración frente a un 7.2 de media.

18. MACH 2 SPORTS TOURS & ENTERTAINMENT GMBH  
Claude Heinz (presidente)  
Alemania  
+49610251545  
claude.heinz@mymach2.com

TT.OO especializado en Viajes de golf, fútbol y formula 1. También tiene un departamento dedicado al turismo de lujo. Conoce muy bien el destino (Torremolinos-Estepona) ya que lo lleva trabajando muchos años. En cambio, nunca ha mandado clientes a la zona de Málaga capital ni alrededores y muestra bastante interés por conocerlo. Mostramos imágenes de la capital así como campos de golf, gastronomía, museos, monumentos, etc.

19. NORTHUMBRIA GOLF BREAKS  
Wendy Mabbott (directora)  
Reino Unido  
+44 1207 562 322



## REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

wendy.mabbott51@gmail.com

Conoce el destino de la Costa del Sol. No es un TT.OO muy grande pero si tiene muchos años de experiencia. Organiza torneos (50 pax o más) durante varios días en toda la Costa (Axarquía- Estepona). Dependen mucho del tipo de cambio entre € y \$. Ahora mismo la situación es muy inestable y en las próximas semanas el tipo de cambio podría dispararse.

### 20. PASH INDIA

Chitaranjan Bakhshi (director comercial)  
India  
+911133005555  
crb@pashindia.com

TT.OO especializado en golf. Nos muestra sus folletos donde aparecen los destinos con los que trabaja. En ellos hay un apartado de Europa en general pero quiere desarrollar un nuevo folleto específico para España. Quedamos en informarle por e-mail sobre la ubicación de la oficina de turismo de España en Nueva Delhi para que le ayuden con todo lo que necesite.

### 21. RED TEE BREAKS

Sarah Forrest (directora)  
Reino Unido  
+44 1594 540 110  
sarah@redteebreaks.com

TT.OO especializado en Viajes de golf de mujeres. Organiza torneos y eventos sólo para golf femenino en el extranjero, incluida la Costa de Sol.

### 22. SPORTSTOURS

Martin Spence (dueño)  
FL, USA  
+1 772 905 3538  
sportstours@aol.com

Conoce el destino de la Costa del Sol. Vendrá a conocer Málaga capital durante el mes de junio. Existen buenas conexiones aéreas desde Florida a Málaga y con unos precios asequibles.

### 23. WORLD GOLF LIMITED

Alan Quarterman (director)  
Reino Unido  
+44 8450 949 118  
pgapro@worldgolftd.co.uk

TT.OO nuevo en la Costa del Sol. Está empezando a mandar clientes ahora.

### 24. YOUR GOLF TRAVEL

Nel Crossland (director superior de producto)  
Reino Unido  
+44 20 7336 5340  
neil@yourgolftravel.com



## REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Es el TT.OO más fuerte de Reino Unido junto a Golfbreaks. Importante crecimiento en los últimos meses en la zona Costa del Sol debido a la situación de inestabilidad actual de Turquía. Cree que este crecimiento será algo temporal y que pasados unos meses volverán a aparecer nuevos destinos como ha pasado con Portugal.

Como resumen, la mayoría de TT.OO hacen hincapié en lo siguiente:

- Fuerte crecimiento del destino Costa del Sol debido a la situación de inestabilidad de Turquía. Hay que estar alerta y aprovechar el contacto de los clientes que tenemos en este momento. No bajar la guardia con los servicios y atención al cliente. De no ser así, perderemos muchos clientes en cuanto la situación de Turquía se solucione y surjan nuevos destinos.
- Importante tener cuidado con los precios para el próximo año. No establecer subidas fuertes.
- El 95% de los TT.OO conocían el destino bastante bien aunque intuimos un cierto cambio en muchos de ellos hacia "un viaje diferente para sus clientes" y se inclinaban por el destino de Málaga capital por su diversidad y remodelación en los últimos años.
- Algunos TT.OO tienen una fuerte dependencia ligada a las compañías aéreas. Si no hay vuelos directos, los clientes eligen otro lugar de vacaciones.
- Fuerte aumento de Portugal (Algarve) como destino de golf en el último año.
- La herramienta 3.60 que presentamos a todos los TT.OO los dejó absolutamente impresionados. Muchos de ellos se sorprendieron de la belleza de Málaga capital y mostraron mucho interés por ver en funcionamiento esta herramienta en campos de golf.

### **NORDEA MASTERS, SUECIA (2 A 5 DE JUNIO)**

#### 1. Tipo Stand:

Turismo Andaluz contó con una carpa propia de 25 metros cuadrados para los participantes andaluces dentro de la zona de expositores. El Stand de Turismo Andaluz estuvo compartido por RFGA, siendo Manuel Pérez López la persona que se desplazó por la Federación, de Baviera Golf, con representantes de Turismo de Cádiz, Hoteles de Andalucía como Barcelo Montecastillo, Hoteles Elba y Hoteles H10 entre otros. La RFGA llevó publicidad general de localización de campos de golf e información de Clubs como La Reserva Sotogrande, Benalmadena Golf, Atalaya Golf, Baviera Golf, Lauro Golf, Miraflores, Marbella Golf, Los Arqueros y Costa Ballena.

#### 3. Miembros de campos que asisten

Campos de Golf que asisten con dos representantes son San Roque y Los Naranjos. También hubo representantes de Alcaidesa, Valleromano, Torrequebrada, orrequebrada: Ana Nyblon  
Valleromano : Antonio ( Comercial )  
Alcaidesa: Ana Berbel ( Comercial )



Los Naranjos: Cecilia ( Comercial y Jefe de Caddy-Master )  
San Roque: Lidia ( Comercial, y Profesional )

#### 4. Tipo de feria/evento:

Nordea Master es un torneo de Profesionales que consta de 4 días, perteneciente al Circuito Europeo, en Bro Hof Slott Golf Course, localidad situada a 30 Km de Estocolmo. Se trata del torneo de Golf (acción al consumidor) más importante de cuantos se celebran en los Países Nórdicos anualmente.

#### 5. Desarrollo del evento:

Los dos primeros días del evento tuvimos clientes directos y TTOO. Los Touroperadores están estos primeros días observando nuestras ofertas y estableciendo relaciones. El sábado con diferencia fue el día de mayor afluencia de aficionados y los TTOO ya se habían ido la gran mayoría. En datos generales, el torneo tuvo muchos espectadores que acudieron a ver a los Profesionales ya que el buen tiempo acompañó durante todas las jornadas.

El destino es conocido muy bien por los Suecos, sobre todo la zona de Marbella es muy popular entre ellos. Aunque también se dejaron ver jugadores que frecuentan Almería, Granada, Cádiz y Huelva, además de otros puntos de la Costa del Sol. En general todos nos conocen y saben dónde estamos situados.

La demanda es de campos de prestigio, su alto poder adquisitivo les permite solicitar este tipo de campos. Otros demandan Hoteles con campos de Golf, para alojarse y jugar en el mismo Resort.

Una buena forma de comercializar es mediante regalos promocionales. Un excelente reclamo para atraer al cliente y que nos pueda recordar al llegar a casa mediante los diferentes Logotipos

Somos fuertes como infraestructura, ya que tenemos gran variedad de oferta y amplia zona geográfica donde recibir viajeros con buenas conexiones. Los graves problemas de otros países competidores, ya sea Turquía o similares nos han beneficiado enormemente y se aprecia en la demanda.

Nuestro punto más débil puede ser que no nos identifican como un único destino. Y clientes que han estado por ejemplo en Málaga, Granada o Cádiz no lo consideran ni relacionan con Andalucía. Si creamos un destino en su conjunto la oferta es mayor y el jugador podrá contemplarlo como un lugar, por ejemplo al "Sur de España: Andalucía" con una gran variedad de oferta y campos de Golf.

#### 6. Contactos conseguidos:

- Base datos golfistas  
Turismo Andaluz dispone de una base de datos a través del sorteo en el que podían participar los aficionados, con posibilidad de ganar GFs en diferentes campos. Acción que gustó mucho a los potenciales clientes y que amablemente rellenaban.
- Agencia de Viajes. Varios TT.OO con stands propios estaban vendiendo sus produc-



tos como Golf Plaisir o SunBirdie.

- Tour Operador
  - a. Time Travel AB, Ronnie Olovsson, info@timetravel.se
  - b. European Event & Conference, Folk Nyberg, piia@europenevent.se
  - c. TGR-Golfreisen, Julien Bacques, office@tgr-golfreisen.at
  - d. Aki Golf Travel, Christoffer Kratz, christoffer@akigolftravel.se
  - e. Solresor, Peter Ellquist, info@solresor.se
  - f. Sunbirdie, Oskar Lundberg, oskar.lundberg@sunbirdie.com

### 7. Conclusión:

La respuesta es claramente afirmativa cuando nos preguntamos si debemos venir a este tipo de acciones. Otros competidores nuestros como Cataluña, Canarias o la Región de Valencia estaban presentes con Stands en el Torneo. Para mantener nuestros jugadores debemos ser visibles y crear fidelidad a través de estas acciones.

En este caso si tenemos la competencia ofreciendo su destino, pueden captar nuestros jugadores y que no vuelvan a visitarnos.

El objetivo es mantener nuestro nivel, crear diferentes productos para los clientes y saber ofertar que nos demandan y a qué precio. El éxito está asegurado si somos capaces de escuchar sus inquietudes y somos flexibles en nuestras pretensiones.

### 8. Sugerencias

La información de la Guía que llevamos debe ser actualizada. La Guía de todos los campos de Golf es del 2015, cuando el evento se está realizando en Junio del 2016. Da una imagen poco profesional y una situación un poco embarazosa ya que el cliente nos lo comentaba.

En muchos casos se dio el Pen para evitar esta situación aunque la Guía era el producto más solicitado al ser el medio más directo y atractivo. El Stand debería estar formado por mesas altas y taburetes que favorecerá la comunicación con el cliente.

Otros Stand, ofrecían aperitivos tales como Champan o frutos secos que ayudaban a mantener el cliente más tiempo logrando crear un momento agradable y ameno. Con productos típicos andaluces se podría crear este efecto de atracción y conseguir captar más público.

Una TV o Pantalla con videos promocionales de campos de golf de Andalucía es una excelente herramienta visual para ofrecer nuestros campos y enseñar la variedad de los mismos.

### **BMW OPEN, COLONIA (22 A 26 DE JUNIO)**

Campo de golf: Gut Lärchenhof – Pulheim, Colonia (Alemania).

Ganador : Henrik Stenson

Al ser un torneo de golf, el visitante del Village donde se encuentran los stands, no era el



## REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

touroperador sino potenciales clientes individuales.

El conocimiento de los campos de golf de Andalucía es bastante bueno, sobre todo la costera oeste, en la cual la gran mayoría de los interesados habían jugado y tenían apetito de conocer más campos en otras zonas del litoral.

No obstante hay una gran mayoría de jugadores, los cuales eran asiduos visitantes de Turquía y de la fórmula "todo incluido", la cual la dejan de lado por los atentados y desean conocer otro destino seguro como España.

Con buenas potentes acciones comerciales de golf o turismo en general, podríamos captar mucho más turismo nórdico para nuestros campos de golf de Andalucía, sobre todo los grupos de profesionales con sus pupilos.

Resumen: Se agotaron las guías de la RFGA, los visitantes al evento tenían bastante interés en la información expuesta en el stand, les agrada Andalucía como destino golfista.

Al haber distribuido toda la información en mano, por el interés mostrado del público alemán, aunque no pudimos entregar la información individual de los campos por su muy baja presencia, tuvimos un éxito grande por la excelente posición del stand.

Otras conclusiones:

Nuestro stand con 16 m2 era ideal, abierto por dos laterales lo cual le dio un mayor empaque y apariencia en conjunto.

Necesitaríamos más información de los campos de golf de Cádiz ya que existe un gran interés en recibir información "en papel" de estos campos.

Deberíamos de acordar con los campos unos descuentos especiales para ferias en las cuales asistimos, producir unos tickets y entregarlos a los interesados en venir a Andalucía, quizás como otro método de follow-up de cada feria.

Contactos obtenidos:

Basic Golf Fitness

Vera Leiss Golf-Physio-Trainerin

vl@basic-golf-fitness.de

www.basic-golf-fitness.de

Necesita precios para grupos alta temporada. Suelen venir grupos pequeños, dos personas por grupo gratis y en hoteles de 4 – 5 estrellas.

GolfulTour

Agencia especialmente dedicada a golf y cultura.

Hannelore Kraus es la directora y necesita precios grupos medianos.

0049 261 9114566

info@golfultour.de

www.golfultour.de

Brandt Reisen Touristik



## REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Agencia la cual quiere trabajar más con Andalucía ya que sus clientes prefieren evitar este invierno el golf en Turquía.

0049 2353 691 692

Reisebuero.brandt@t-online.de

Matrix Reisen GmbH

Ugur Akca

Desea trabajar más con Andalucía y sus campos de golf.

akca@matrixgolffreisen.de



Stand: 16 m2 de Turismo Andaluz  
Área pública (Village) : 10.000m2  
Exhibidores con stand en el Village: 53



Total de visitantes: 58.500 (datos recibidos de la organización)



## REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Igualmente se presentó Roland Caprez , Project Manager Golf de la feria de Golf Fespo en Suiza.

### **MADE IN DENMARK, North Jutland, Dinamarca (25 A 28 DE AGOSTO)**

La Federación Andaluza de golf ha participado este año en este evento con una mesa en el stand compartido con el T.O. Caddie Golfrejser.

Made in Dinamarca es un torneo de golf del Tour Europeo jugado anualmente en Dinamarca. El torneo inaugural se jugó en agosto 2014 en el Himmerland Golf & Spa Resort, en Farsø, Dinamarca. Este año se ha celebrado nuevamente en el mismo lugar en agosto con una dotación de premios de €1.500.000, cantidad que no consigue atraer jugadores internacionales de renombre pero si los jugadores daneses más queridos por el público como Thomas Bjorn, Thorbjorn Olesen, Soren Kjeldsen, Morten Orum Madsen o Lucas Bjerregard. De hecho las galerías son similares, en número, a los que se pueden esperar en un torneo más importante. El año pasado asistieron 90.000 personas y este año casi 92.000. La mala disposición de los stands en años anteriores no permitía aprovechar completamente este gran número de visitantes, pero la organización este año modificó esa disposición para que en 2016 el público pasara casi obligatoriamente por los stands para acceder a la zona de comida/refresco y el campo de golf, así como también a la vuelta para acceder a la salida.

Dinamarca con una población de casi 5.5 millones de habitantes tiene un buen número de aficionados al golf y según el Danish Golf Union, ya cuentan con 180 campos y más de 150.000 jugadores federados.

Los daneses tienen como primer destino exterior España, llegando a alcanzar la cifra de 985.000 turistas en nuestro país. Según los tour operadores de golf daneses, se prevé un ulterior aumento de golfistas que viajaran a España en 2016. La estancia media es de una semana pero sigue la 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 cliente danés tiene gran conocimiento de España en general y de Andalucía en particular, resaltando la gran variedad en la oferta tanto de turismo general como del turismo de golf, aunque la valoración más alta se la lleva siempre nuestro privilegiado clima y el hecho de que existan vuelos directos. Aún tienen el concepto de que España en golf es más cara que otros destinos paralelos como Portugal o Turquía, especialmente la Costa del Sol, sin embargo, cuando se le presentan las ofertas de los campos que han mandado información a la Feria, les parecen ofertas buenas y razonables; por lo que pensamos que debemos seguir trabajando la promoción y la información incluso en los mercados más maduros, como es el danés.

Todo el material gráfico traído ha sido entregado directamente a personas que han manifestado interés y a las cuales se ha ofrecido distintos paquetes de golf. Por el interés demostrado se espera que se puedan recibir peticiones directas en un próximo futuro. Sugerimos que para seguir comercializando nuestros campos en ese mercado se haga a través de las siguientes vías:

- Los clientes daneses siguen confiando en los TTOO para organizar sus viajes de golf,



## REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

siendo los más nombrados: Bravo Tours, Green2green, CaddieGolf Rejser, Classic Golf y aparece con fuerza la rama escandinava de Golfbreaks.com.

- Si bien, la larga estancia es bastante demandada en este mercado, las estancias más tradicionales de entre 5 y 10 días también tienen un tirón importante, por lo que los paquetes de hotel + golf; apartamento + golf, todo incluido, etc; siguen siendo muy demandados. Además existe la ventaja de que hay muchas ciudades con vuelo directo a la mayoría de los aeropuertos andaluces.

- En los últimos años, tras la aparición de los sistemas GDS, el turista está evolucionando cada vez más a fabricarse sus propias vacaciones, es decir, a través de las plataformas de reservas online, ellos mismos se reservan sus vuelos, hotel, greenfees, etc; por lo que es imprescindible que las páginas webs de los campos dispongan ya de sus propias ofertas y los sistemas de reservas a través de la web.

Esta feria es mayormente de carácter público y nos dirigimos al cliente directo pero se realizaron también contactos con algunos tour operadores de golf.

Daniel Kristensen - Bravo Tours--golf manager  
Cathrine Madsen – Bravo Tours – golf group manager  
dkr@bravotours.dk  
cam@bravotours.dk  
www.bravotours.dk

Tour operador consolidadodesde hace muchos años que ofrece también viajes de golf hacia España. Tiene su central en Herning y oficinas en Copenhague y Aalborg. Quieren ampliar su oferta en Costa del Sol.

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

Tour operador de golf con mucha experiencia vendiendo España como destino de golf.

Desde Abril hacia Octubre tienen vuelos hacia Sevilla enviando clientes tanto a Cádiz como a Huelva. Los esfuerzos mayores de la empresa son naturalmente dirigidos hacia llenar sus vuelos pero siguen teniendo peticiones por otras zonas de España usando vuelos de línea.

Están considerando la posibilidad de poner algún vuelo chárter en otras zonas de Andalucía como Almería.

Dan Sortso – Caddie Golfrejser – manager  
Thomas Hamilton – Caddie Golfrejser – sales manager  
ds@caddiegolf.dk  
th@caddiegolf.dk  
www.caddiegolfrejser.dk

Golf tour operador en actividad desde hace unos años y socio de IAGTO. España es uno de los varios destinos de golf que ofrece al mercado Danés con mucho éxito.



## REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Marc Limschou – Classic Golf - director

ml@classicgolf.dk

www.classicgolf.dk

Tour operador de golf socio de IAGTO. Ofrece también vacaciones de larga estancias en apartamentos.

Dennis Holm – Golfkysten – director

Dennis.holm@golfkysten.dk

www.golfkysten.dk

Golfkysten ofrece viajes de golf hacia España y Portugal desde su página Web. Tienen oficinas en España y Dinamarca.

Opera con las aerolíneas como Norwegian, Ryanair, Vueling desde Copenhague, Billund, Aarhus y Aalborg.

### **LONDON GOLF SHOW, (Dartford, Bluewater) (26 A 28 DE AGOSTO)**

La Feria de Golf de Londres se celebra en la zona de mayor influencia del Reino Unido, en el sureste, concretamente en Dartford, a 20 minutos del centro de Londres. Es la zona con más campos de golf por habitante y una gran densidad de golfistas.

El Golf es el cuarto deporte más practicado en el Reino Unido. Juegan unos 4 millones de personas al año. El mercado británico continúa siendo el principal emisor de turistas a la comunidad Andaluza, arrojando un total de dos millones y medio de visitantes en el pasado año 2015.

La asistencia a esta Feria era de especial importancia, tras el Brexit y la bajada de la libra, para pulsar los ánimos de ese mercado que siempre ha sido fiel a nuestro destino en los buenos y en los malos momentos. Y la respuesta ha sido muy positiva. Según datos de la organización, han asistido a la Feria algo más de 15.000 visitantes.

Aunque un buen número sigue reservando sus visitas a través de los TTOO clásicos, que también estaban en la Feria (GastonGolf, Golfinexperience, Golfbreaks, etc.), cada vez es más frecuente que los jugadores o sociedades se organicen ellos mismos sus viajes, por lo que es muy recomendable que los campos tengan siempre actualizadas todas las ofertas en sus webs respectivas.

Se trata de un feria pequeña en dimensiones pero donde una gran parte del público que asiste se interesa por nuestro destino y especialmente por la Costa del Sol-Cádiz, habiendo mucho interés también en Almería y en el eje Málaga-Este/Granada.

Son jugadores que no suelen buscar la larga estancia, vienen como máximo una semana o diez días y les gusta jugar en al menos un par de campos. Una buena oferta conjunta de dos/tres campos con hotel la tendrían muy en cuenta. Saben que muchos de nuestros campos son más largos que los suyos por lo que la oferta de GF + Buggy es recomendable.

Nos hemos encontrado con muchos jugadores que ya conocen y han jugado nuestro destino: les gusta, lo recomiendan pero algunos han destacado los elevados precios que tienen nuestros campos. A pesar de todo lo prefieren porque el resto de bienes que consu-



## REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

men son mucho más baratos que en su país de origen: la comida, bebida, los hoteles, etc. Pero cada año que pasa nos encontramos a más jugadores que han visitado los campos de Portugal o Costa Blanca por encontrar ofertas más atractivas.

Agradecen precios cerrados en los campos que incluyan incluso un menú o un desayuno, además de greenfee y buggy.

### **OPEN OMEGA, Crans Montana, Suiza (01 A 04 SEPTIEMBRE)**

La RFGA ha estado presente en el 70º Open Omega de Suiza , compartiendo stand con Turismo Andaluz.

El campeonato se celebró del 1 al 4 de Septiembre en el clásico campo de Crans Montana.

La ubicación del stand, que se ha repetido durante varios años, es simplemente perfecta. Justo enfrente del putting green y la salida de los jugadores provenientes del hoyo 18.

En el stand estuvo presente desde el primer día representantes de la IAGTO, Turismo Andaluz y la RFGA.

Además también estuvieron presentes Los Naranjos, La Quinta y Meliá Don Pepe.

Al Open se estima que estuvieron presentes 50.000 espectadores, y debido a la excepcional ubicación del stand, se puede decir que todo el interesado por el destino nos vio y visitó.

El mercado Suizo es un mercado muy maduro y sólido en Andalucía. En los primeros 6 de meses del año se han alojado 81.430 turistas suizos, un 9,7% más que en el mismo periodo del año pasado. Estos turistas realizaron un total de 247.201 pernoctaciones, un 10,9% más, y su estancia media en el destino se situó en 3,04 días.

El golf en Suiza se puede considerar que es un mercado maduro, pero un dato interesante es que hay más 920 jugadores por campo, una de las mayores medias de Europa, con lo que unido a su climatología lo hace un gran exportador de jugadores con un número de federados de 89.500 jugadores.

Así mismo la media de jugadores hombres y mujeres es de las más equilibradas de Europa, con lo que nos dice que es un jugador que nos visita la mayoría en pareja. Este dato es importante a la hora de hacer ofertas acordes al mercado.

Es un mercado que prima el servicio y la calidad. El gasto medio de un turista suizo se estima que está en un 20% por encima de la media y tiene en Andalucía una referencia y fidelidad considerable.

Como dato de interés las personas que se pasaban por el stand le daban una importancia primordial a la gastronomía. Al igual que preguntaban por el campo de golf la siguiente pregunta era un restaurante cercano. Respecto al precio no eran especialmente incisivos, les primaba más la calidad de los campos.



## REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Se repartió casi la totalidad de la publicidad que nos han hecho llegar los campos.

La totalidad de las guías de golf, tanto de la Federación como de Turismo Andaluz fueron entregadas. Respecto a la publicidad de los campos es interesante recalcar que cuanto mayor en tamaño es, menor es el interés en llevársela. Tríptico, que ampliado sea un A-4 sería lo más recomendable. Sería interesante, por parte de la Federación se incide en este tema, pues hace más factible el reparto, la organización del stand así como la representación de los campos.

Respecto a la oferta de larga estancia que algunos clubes nos enviaron, este mercado no estaba tan interesado en el mismo como pueden estar otros mercados como el escandinavo.

Respecto al mercado de tour operación solo estaba presente, como parte de la organización el Tour Operador Fert ([www.fert.com](http://www.fert.com)) . Al ser un mercado maduro busca independientemente el viaje y, sobre todo, tienen como referencia los comentarios de compatriotas que ya han estado aquí.

Un punto a considerar es que la mayoría de los visitantes o habían estado en Andalucía hace poco o iban a estar en breve espacio de tiempo. Esto nos da una idea de lo consolidado que esta el destino de Andalucía en ese mercado.

Así mismo nos encontramos con gran cantidad de público que tenía su segunda residencia en Andalucía. El principal destino de este mercado es la Costa del Sol, pero es un mercado que está abierto a nuevos destinos, mientras compaginen gastronomía, cultura y golf.

Por último, en el stand se ofreció un jamón serrano cada día, hecho que se ha convertido en una tradición del campeonato, tanto para jugadores como para visitantes, que acuden al stand con este reclamo año tras año. Casi todos los jugadores españoles acudían al stand antes y después de jugar, generando un volumen de visitantes considerable. Miguel Angel Jimenez estuvo cortando jamón, creando un ambiente único en cualquiera de los campeonatos del circuito. También pasaron todas las figuras internacionales con el reclamo del jamón.

En resumen, es un campeonato que es importante en la agenda de la Federación y Turismo Andaluz. El dejar de ir, al estar cada año en un sitio tan especial, crearía un impacto muy negativo en este mercado tan importante e interesante para el golf en Andalucía.



**OPEN OMEGA**





## **REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF**

### **KLM OPEN, The Dutch, Spijk, Holland (08 A 11 SEPTIEMBRE)**

El torneo más importante desde hace muchos años en el BENELUX es el KLM Open, donde los mejores jugadores europeos se reencuentran.

Al tener Holanda buenos jugadores participando en el torneo, casi siempre se aseguran una alta ocupación de visitantes durante los 4 días de torneo.

El Village con las carpas y stands estaba situado a la entrada por lo cual todo los visitantes debían de entrar y pasar por nuestro stand.

Participaron unos 44.000 visitantes, según la organizadora, de los cuales una media de visitantes interesados en nuestros campos de golf pasó por el stand de la RFGA. Venían sobre todo cuando estaba el cortador repartiendo jamón y vino.

Los visitantes estaban muy interesados sobre todo en la Costa del Sol y Cádiz, que conocían bastante bien, aunque hay un interés mayor ya que no pueden desplazarse o mejor dicho no quieren viajar a Turquía, unos de nuestros destinos competidores.

Es una buena feria para volver a participar el año que viene para dar una imagen de destino de golf, más aún ahora que existen problemas en Túnez, Egipto y Turquía, los destinos más económicos para estos jugadores holandeses.

Esta feria es principalmente un foco de atención para el cliente directo, no tanto para los tour operadores o agencias aunque algunos estaban presentes tal como:

- 3D Golfvakanties – El director es Bert Trommelen [b.trommelen@3dgolf.nl](mailto:b.trommelen@3dgolf.nl)
- Executive Golf Travel – Jaco Buitenhek (product & sales manager) [www.executive-travel.nl](http://www.executive-travel.nl) [jaco@executivetravel.nl](mailto:jaco@executivetravel.nl)
- Golf Expedition – Michel Hopstaken [info@golf-expedition.com](mailto:info@golf-expedition.com) [www.golf-expedition.com](http://www.golf-expedition.com)
- City 2 City Golf – JanHein van de Watering [info@city2citygolf.nl](mailto:info@city2citygolf.nl) [www.city2citygolf.nl](http://www.city2citygolf.nl)
- Golftime Travel – Nadine van Megen , Boudewijn Damler (director general) [www.golftime.nl](http://www.golftime.nl) [nvanmegen@golftime.nl](mailto:nvanmegen@golftime.nl) [boudewijn.damler@golftime.nl](mailto:boudewijn.damler@golftime.nl)
- Time4golf – Bert van den Heuvel [bert@time4golf.nl](mailto:bert@time4golf.nl) [www.time4golf.nl](http://www.time4golf.nl)
- Corendon Golf – Kathrin Puls (Head Golf Department) [kathrin@corendon.nl](mailto:kathrin@corendon.nl) [www.coredongolf.nl](http://www.coredongolf.nl)
- Golfreizen – Mark Vijver [mark.vijver@golfreizen.nl](mailto:mark.vijver@golfreizen.nl) [www.golfreizen.nl](http://www.golfreizen.nl)

### **ANDALUCIA SOL CUP ALEMANIA - ISLANTILLA (14 DE OCTUBRE)**

El 14 de octubre tuvo lugar en Islantilla una Sol Cup y encuentro con touroperadores alemanes, organizado por Turismo Andaluz.

La Real Federación Andaluza de Golf acudió al encuentro con el objetivo de seguir reforzando la imagen de Andalucía como un territorio amplio y variado, que incluye una amplia oferta de golf y distintos destinos turísticos, cada uno de ellos con un atractivo especial, lo que hace que el turista de golf pueda volver año tras año a Andalucía y tener siempre nuevas zonas y campos por descubrir.



## REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Para ello -además de la guía de campos editada por la Real Federación Andaluza de Golf- se le dio a cada uno de los touroperadores el dossier que el Comité Comercial realiza cada año para la IGTM, y que incluye la información de contacto con el departamento comercial de cada uno de los campos de golf federados.

En líneas generales, todos nos piden que le enviemos propuestas que incluyan combinaciones de varios campos cercanos entre sí, recomendaciones de hoteles cercanos a esos campos, y dan una especial importancia a la oferta complementaria del destino. Algunos marcan las preferencias de zonas que quieren conocer pero, en general, están abiertos a conocer cualquier zona siempre que le ofrezcamos un buen producto y una conexión fácil con aeropuertos alemanes.

Además, insisten en la necesidad de organizar más famtrips, para que poco a poco puedan situarse en cada uno de los diferentes destinos turísticos que ofrece Andalucía, y en la importancia de tener un contacto directo y una comunicación fluida con nuestros campos.

Esperamos que esta información os sea de utilidad.

Domeier-Reisen - Michael Domeier - info@domeier-reisen.de - www.domeier-reisen.de - +49 (0) 3328 35 37 990 - +49 177 89 50 489

Es de Berlín y, hasta el momento y por sus excelentes conexiones, dice que lo más fácil para ha sido trabajar con Mallorca. Pero quiere comenzar a trabajar más con el resto de España.

En Andalucía, ya trabaja con campos de la zona atlántica de Cádiz, pero quiere conocer todas las demás áreas de Andalucía.

Necesita campos y hoteles cinco estrellas, pues su cliente es muy exigente y, durante sus vacaciones, busca desconectar pero poder sentirse como si estuviera en casa. Por eso, recalca que es muy importante la cercanía de los campos y los hoteles, y que todos sean de un nivel excelente.

Estaría interesado en realizar famtrips, para empezar, en Málaga y alrededores, y continuar por el resto de Andalucía. Incluso, dice, ha contactado ya con Marco Polacci para pedirle sugerencias o realizar un famtrip privado.

Le interesaría ver en cada zona un máximo de tres hoteles, los tres diferentes entre sí: alguno cerca de la playa, otro con un buen spa, o más de relax... para poder ofrecer tres productos diferentes a sus clientes y, eso sí, todos con posibilidad de jugar en varios campos cercanos y en un excelente estado. Por poner un ejemplo, señala que El Rompido se ajusta bastante a lo que él busca.

Gone Golfing Golfreisen& Events - DörteHotze - info@gone-golfing.de - www.gone-golfing.de - +49 30 48 49 38 43 - +49 172 431 26 29

A la pregunta de cómo podemos ayudarle en su negocio, contesta que ofreciéndole material de calidad con el que pueda situarse en el territorio andaluz y situar los campos, por lo que agradece la guía, el dossier con los datos de contacto de los departamentos comer-



## REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

ciales de cada uno de los campos federados de Andalucía y el resto de información que le aportamos.

Todavía no trabajan con Andalucía pero están pensando en hacerlo.

Necesita conocer mejor el destino y pide más tiempo en los famtrips. Le hubiera gustado conocer Sevilla y lamenta haber aterrizado allí pero no haber tenido tiempo para conocer alguno de los campos, especialmente el Real Club de Golf de Sevilla, por lo que agradeció mucho saber que Alejandra Rioboo, comercial del Real, estaba allí.

Scherer Tours – John Schwartz – [scherer\\_tours@t-online.de](mailto:scherer_tours@t-online.de) – (09 31) 40 90 46, se dedican a organizar viajes de golf, esquí y aventuras.

Pregunta si tenemos algún tipo de paquete para poder jugar varios campos en una misma zona, pues es algo que encuentra en otros tipos de viaje que organiza y que echa de menos en los de golf.

Además, dice que necesita conocer buenos campos que incluyan un hotel igualmente de nivel alto y que esté realmente muy cerca de la playa. Le gustaría conocer la zona de Marbella y especialmente buscando eso, que el cliente pueda ir andando tanto a jugar como a la playa desde el hotel. Le gustaría ver 4-5 hoteles y jugar varios campos, por lo que pide que le hagamos sugerencias.

En sus viajes, de aproximadamente una semana, le gusta poner un día de cultura (museos, iglesias, monumentos...) y el resto de días golf y playa.

La guía le ha parecido una herramienta muy útil por lo que pide que le enviemos un email sugiriéndole unos cuantos campos, basándonos en estas características que pide, y anotándole en qué página aparecen de nuestra guía. Y que le aportemos esa información de hoteles, playa y algo de cultura.

Pegini Sport – Peter Willems- [info@pegini.de](mailto:info@pegini.de) – [www.pegini.de](http://www.pegini.de) - +49 (0) 171 507 987 4

Llevan más de 20 años trabajando y organizan eventos relacionados con diferentes deportes.

Nunca ha trabajado con Andalucía, aunque sí trabajó con otras zonas de España – especialmente Cataluña- hasta hace unos siete años. Después, dejaron de hacer negocios con España para irse a otros destinos nuevos, como Marruecos, Turquía o Italia.

Ahora, el terrorismo y la sensación de poca seguridad en algunos de esos destinos nuevos, han hecho que vuelva a tener interés en trabajar con España y que quiera conocer nuevas regiones, como la andaluza.

Está interesado en viajes de menos de una semana, 5 días más o menos, que incluyan jugar en un campo diferente cada día y que le ofrezcan además un programa muy completo de cosas que hacer, museos, espectáculos y restauración, para después de jugar. Está abierto a conocer cualquier zona de Andalucía y agradecerá cualquier propuesta.



## REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Australia Travelteam / Golfreisen1a.com – Thomas Braun – tbr@australia-travelteam.com  
– www.golfreisen1a.com – 08142 580031

Thomas se ha hecho cargo recientemente del negocio que comenzaron sus tíos hace 30 años, que se centra en internet y en una web que cada año quieren hacer más potente.

Le encantaría llegar a conocer bien Andalucía y poder tener toda la información de tarifas, ofertas especiales y otros datos de interés sobre nuestros campos en su web. Pero para eso necesita tener todos los contactos de los campos y hablar con ellos directamente, por lo que la información que le damos en la guía y el dossier le resulta de mucha ayuda. Su intención es viajar durante los próximos 2-3 años varias veces a Andalucía, para conocer bien nuestro producto, nuestros diferentes destinos y buscar tener una comunicación fluida con nuestros campos pues comenta que ese es el punto que más complicado le resulta.

Además, por el gran territorio que Andalucía abarca, la gran cantidad de campos y su poco conocimiento del destino, confiesa que se encuentra muy perdido.

Tras esta Sol Cup, se sitúa mejor en Huelva, y nos pide que se organicen más acciones de este tipo para ir conociendo más destinos o que, al menos, le podamos enviar propuestas de viajes para ir realizando poco a poco y conocer mejor Andalucía.

Pide recibir una selección de campos de buena calidad, con hoteles cercanos y propuestas de oferta complementaria, para venir a conocerlos cuando vaya teniendo oportunidad.

4-5 campos en Málaga o Costa del Sol, otros tantos en Cádiz Atlántica, Sevilla, y así con el resto de provincias.

Proscott Golftours – Dennis Schieder – ds@proscott.com – www.proscott.com - + 49 (0) 40 – 55 20 10 0

Comentaba que lleva 24 años jugando al golf, pero sólo dos años de negocio. Se centra en dos líneas diferentes. Por un lado, se dedican a organizar viajes de golf para profesionales, y han organizado varios Pro-Am en territorio andaluz, por ejemplo en Valde-rama y Finca Cortesín. Por otro lado, se dedican a la organización de viajes para grupos. Tienen, además, contacto con campos de Cádiz como Almenara y Costa Ballena y señala que trabajan con campos de todo el territorio español, destacando –por ejemplo- el PGA de Cataluña y, sobre todo, los de Mallorca, un destino que es el que mejor conoce de toda España.

Necesitan tener más contacto directo con nuestros campos y conocer nuevas posibilidades que ofrecer a los clientes.

Así, por un lado, agradeció mucho la información de la guía y del dossier de toruradores, que estudiará para poder contactar con nuestros campos.

Por otro lado, nos pedía que se organicen más famtrips en diferentes regiones de Andalucía, pues es un destino en el que aún se encuentra un poco “perdido”. Quiere viajar y venir a conocer en primera persona los campos que después podrán ofrecer a sus



## REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

clientes. Busca nuevos productos, originales, en áreas diferentes y que ofrezcan una oferta complementaria que haga los viajes especiales. Señalaba que le interesaba especialmente recibir información sobre actividades relacionadas con la cultura andaluza, para poder hacer los viajes más atractivos a los jugadores.

Comentó que conocía también Santa Clara Granada, y que tenía interés en hablar con su director.

The Longestdrive.de – Günter Kleiner - [www.thelongestdrive.de/](http://www.thelongestdrive.de/) [www.golf-circle.com](http://www.golf-circle.com) - 02203 45 90 80

Su principal destino es Irlanda, aunque también trabaja mucho con el Algarve, por lo que está interesado en poder hacer combinaciones con Portugal y Huelva, por la cercanía al aeropuerto de Faro, con el que tiene muy buenas conexiones desde Frankfurt, Dusseldorf y Colonia.

Pero comentaba que, desde su punto de vista, los campos del Algarve superaban en calidad a los nuestros y, sobre todo, que necesita conocer qué ofrece la zona de Huelva para hacer después de jugar al golf.

Busca jugar en una semana 5 ó 6 campos de calidad, pero que no sean caros. En Irlanda asegura que encuentra una relación calidad-precio que es difícil igualar en otros destinos.

De los campos que ha conocido durante la Sol Cup, le ha gustado especialmente El Rompido, aunque insiste en que necesita conocer la oferta complementaria de la zona para hacer un plan de viaje atractivo a sus clientes.

Además, está abierto a escuchar cualquier otra propuesta que podamos hacerle en Andalucía, en nuevas zonas y combinando 5 ó 6 campos en destinos que tengan conexión de avión fácil con Dusseldorf, Frankfurt y Colonia.

### **IGTM Palma de Mallorca (14 A 17 NOVIEMBRE)**

La décima novena edición del International Golf Travel Market (IGTM), organizado por Reed Exhibitions, se ha celebrado en Palma de Mallorca. Se trata de la feria turística de golf más importante de las que se celebran en el mundo. Han asistido más de cuatrocientos tour operadores, hecho que ha permitido conseguir un alto número de reuniones. La repercusión que tiene la IGTM en el destino que alberga la feria es enorme tanto por el alto nivel de contactos y acuerdos que se logran como por la repercusión mediática nacional e internacional que lleva aparejada.

Lamentablemente los costes de participación son elevados pero este evento ofrece la oportunidad de un encuentro con tour operadores de golf, networking y benchmarking. Los tour operadores miembros de IAGTO controlan más del 80% de los paquetes de golf que se venden mundialmente y la facturación global ya supera los mil millones de euros. Los turoperadores con los cuales se han mantenido reuniones están de acuerdo que Portugal y España ahora son los destinos principales de Europa. Las reservas de golf este año, en Andalucía, han superado las de 2015 y la previsión para el 2017 ve todavía una pequeña subida. Si somos capaces de seguir manteniendo un producto de calidad a un precio competitivo, sin subidas locas como en el pasado, se podrá mantener el nivel de negocio actual



## REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

con un ligero crecimiento constante para mucho tiempo.

Como confirmación del buen momento que está viviendo la industria del turismo de golf en Andalucía, los tour operadores han votado nuestro destino como el mejor de Europa.

La próxima edición del IGTM se celebrará en Cannes, Francia entre el once y catorce de diciembre 2017.

Como de costumbre, se han mantenido conversaciones con muchos tour operadores pero nos parecen especialmente interesantes los siguientes:

Golfkings – Neil MacRae  
nmacrae@golfkings.co.uk  
www.golfkings.co.uk

GolfKings es un tour operador de golf que pertenece al grupo Stewart Travel Ltd y trabaja en estrecha colaboración con sus marcas hermanas, Skikings, CruiseKings y su cadena de 16 agencias de viajes.

En los últimos años se han vinculado a la promoción de Turquía en cuanto tiene apoyos económicos de este destino. El todo incluido resulta ser muy atractivo para el mercado escocés. Necesita ampliar el número de productos en Andalucía para satisfacer la nueva demanda de clientes poco proclives a viajar por inseguridad a Belek.

Fortune Travel Pte Ltd – Roanna Wong  
roanna.wong@fortunetravel.com.sg  
www.fortunetravel.com.sg

Fortune Travel Pte Ltd es un agente de viajes con licencia propia fundada en 1988. Comenzó como DMC pero con el tiempo han ampliado sus servicios hasta convertirse también en emisores dando trabajo a 130 personas. Tienen su oficina principal en Singapur y dos agencias en Alemania.

360 Golf Holidays – Karl Humphrey  
karl@360golffoliday.com  
www.360golffolidays.com

360 Golf Holidays es una empresa creada por golfistas para golfistas. Se trata de una empresa familiar independiente con sede en el norte de Weald en Essex. Su destino estrella es Portugal seguido estrechamente por Andalucía. Para la tranquilidad de todos, están protegidos por el Servicios de Viajes Protegidos (PTS) lo que significa el nivel más alto de protección del consumidor.

Colabora con Marvelous Golf como agencia receptiva.

International Golf Adventures – Jack McCullars  
info@internationalgolfadventures.com  
www.internationalgolfadventures.com

Este tour operador de golf ofrece desde hace muchos años vacaciones de golf en los



## REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

destinos más lujosos del mundo. Poseer y operar también un pequeño operador turístico especializado [www.golftunisia.com](http://www.golftunisia.com)

Hitabrick – Noelia Moreno  
[noha@hitabrick.com](mailto:noha@hitabrick.com)  
[www.hitabrick.com](http://www.hitabrick.com)

Hitabrick.com es un sitio web que permite a los golfistas encontrar el alquiler perfecto para sus vacaciones de golf. Estos viajes pueden durar entre un par de días hasta varias semanas. La ventaja que ofrece Hitabrick es que las propiedades ofrecidas en su página Web se emparejan a la base de datos de Leadingcourses®. De esta manera, los golfistas pueden encontrar el alojamiento cerca del campo de golf elegido.

Christer Herlin – Event Travel - Finlandia  
[christer.herlin@event-travel.fi](mailto:christer.herlin@event-travel.fi)  
[www.event-travel.fi](http://www.event-travel.fi)

Este tour operador finlandés ofrece la Costa del Sol desde hace muchos años sin pero generar grandes volúmenes.

Golfplaisir golfresor – Johan Kullenberg  
[johan.kullenberg@golfplaisir.se](mailto:johan.kullenberg@golfplaisir.se)  
[www.golfplaisir.se](http://www.golfplaisir.se)

Golf Plaisir es el operador turístico de golf líder en el mercado nórdico. Fundado en 1992 y parte del Apollo Travel Group que ha sido adquirido por Kuoni. El grupo ahora incluye también Golf Plaisir Norway, Out of Bounds, Krone en Dinamarca y Gotia. De momento será Golf Plaisir a coordinar la comercialización de todos los operadores de golf. Tiene interés en largas estancias.

CostalessGolf SL – Ron Garrood  
[ron@costalessgolf.com](mailto:ron@costalessgolf.com)  
[www.costalessgolf.com](http://www.costalessgolf.com)

CostaLessGolf, desde su oficina central en Fuengirola, ofrece vacaciones de golf principalmente en los destinos más significativos como Portugal, Italia Francia, Turquía, EE.UU. y sobre todo España.

Golflife Travel – Katrin Tiitus  
[katrin@spoleman.ee](mailto:katrin@spoleman.ee)  
<http://www.golflifetravel.eu>

Golflife Travel organiza vacaciones de golf desde el 2004 y se han asociado a IAGTO en 2009. Ofrecen un servicio completo sugiriendo lugares de interés, caddies y hasta los mejores restaurantes en los varios destinos.

Operador con oficina en Tallinn, Estonia. Este país solamente cuenta con tres mil golfistas federados que pueden viajar sobre todo desde mayo hacia septiembre con vuelos chárter. Tiene mucho interés en nuestro destino aunque no puede prometer grandes grupos.



## REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Golf Planet – Radek Jaromersky  
radek@golfplanet.cz  
www.golfplanet.cz

Golf Planet s.r.o., fundado en el 2004, es el mayor operador turístico especializado en viajes de golf en la República Checa. El país cuenta ya con 55000 golfistas. Ofrecen viajes de golf a los destinos más importante y famosos del mundo. Para los viajes más cortos ofrecen destinos como Túnez, Egipto, Marruecos Francia y Turquía con el todo incluido. Desde siempre han ofrecido Portugal y España pero ahora ha subido la demanda de destinos más seguros como el nuestro. Pide alguna oferta promocional para su página Web como uno free en ocho.

Grappa Group – Kristin Moe Krohn  
kristin@grappagroup.no  
www.grappagroup.no

Operador que constituye su empresa después de una asociación de muchos años con Bounty Club, Dinamarca. Cuando empezaron eran solamente dos personas que se ocupaban de la venta; Lennart Valner y su compañero Jan Dybsjord. Han conseguido muchos grupos acompañados de profesionales de golf por tanto necesitan saber cuál es la política de cada propiedad al respecto.

Enviar precios netos y paquetes de golf.

Fairways to Heaven Golf - Timothy Willerton  
twillerton@f2hgolf.com  
www.f2hgolf.com

Operador en actividad desde 1996 ofreciendo viajes de golf hacia Estados Unidos como también en los destinos de golf más importantes del mundo. Hacia España envía parejas y grupos pequeños.

Necesita un DMC que pueda ofrecer paquetes de golf.

Grey Owl Golf – Bill Anslow  
bill@greyowlgolf.com  
www.greyowlgolf.com

Grey Owl Golf, tour operador de golf en actividad desde el 2006, se ha especializado en destinos como Francia, Italia, Bélgica. Debido al escaso conocimiento de nuestro destino, han decidido firmar un acuerdo de colaboración con Glencor Golf para que se ocupe de todas sus peticiones para Andalucía.

S-Guide s.r.o. – Robert Paul  
robert.paul@sguide.cz  
http://www.sguide.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. Esperan alcanzar la cantidad de 100.000 para el 2017.



## REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

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

Golf Globe GmbH – Erich Constantin Maas  
info@golfglobe.de  
<http://www.golfglobe.de>  
<http://www.golfglobe.net>

Desde el octubre 2014 Golf Globe coopera con TUI Deutschland GmbH haciéndose cargo del negocio de golf de los operadores turísticos TUI Golf y Airtours Golf.

Trabajan en estrecha colaboración con más de 10.000 agencias de viajes en Alemania, Austria y Suiza.

Golf PA Marbella – Lindsey Medina  
lindsey@golfpamarbella.com  
[www.golfpamarbella.com](http://www.golfpamarbella.com)

Golf PA Marbella se estableció después de tres años de éxitos organizando eventos de golf, eventos corporativos y fiestas VIP en Costa del Sol. Como subió la demanda de un servicio más amplio de golf a medida, nació Golf PA Marbella.

Sponsorlink – Inger Thorp  
inger@sponsor-link.no  
<http://www.sponsor-link.no>

Tour operador de golf gestionado por personas con mucha experiencia. Ofrecen a sus clientes una selección muy limitada de propiedades. La relación calidad/precio es el parámetro usado en su selección. Además, no quieren ampliar mucho la gama de productos en cuanto su cartera de clientes anual es de 1200/1500 golfistas.

Green Velvet – Carlo Tosetti  
carlo.tosetti@greenvelvet.it  
[www.greenvelvet.it](http://www.greenvelvet.it)

Green Velvet es un Tour Operador y Agencia de Viajes con más de veinte años de experiencia. Ofrecen viajes de golf a España, Portugal, Francia, Nord Europa, Grecia, Turquía, Egipto, Marruecos, Estados Unidos, el Caribe y china. Ofrecen casi exclusivamente hoteles de 4 y 5 estrellas.

Events S.R.O. – Martin Zak  
events@golfholidays.sk  
<http://www.golfholidays.sk>

Events s.r.o. es una agencia de viajes mayorista establecida en 2004. Organizan viajes de golf para sus clientes tanto particulares como grupos o empresas. Tiene una cartera de 10.000 golfistas de los cuales unos 500 viajan hacia España todos los años.

Cassidy Golf – Brian Fulton  
bfulton@cassidygolf.com  
<http://www.cassidygolf.ie>



## REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Se trata de un tour operador que está en actividad desde hace muchos años especializado en el turismo de golf. John Cassidy, muy buen jugador, ha dedicado buena parte de su vida laboral a la tour operación de golf con gran éxito.

Krone Golf Tours – Ketty Clausen  
kc@kronegolftours.dk  
<http://www.kronegolftours.dk>

Uno de los pocos auténticos tour operadores de golf en Dinamarca. Desde el 2011 es de propiedad del grupo Kuoni que comprende también Golf Plaisir Suecia, Golf Plaisir Norway, Out of Bounds, y Gotia en Suecia. Muy interesados en ofrecer estancias largas.

Golf Tours International - Rob Stinson  
info@golftoursinternational.co.uk  
[www.golftoursinternational.co.uk](http://www.golftoursinternational.co.uk)

Golf Tours International (G.T.I.) es una empresa familiar dirigida por Bill Stinson y su hijo Rob Stinson. En actividad desde 1998 ofreciendo viajes a los destinos de golf más conocidos.

Domeier Reisen – Michael Domeier  
info@domeier-reisen.de  
[www.domeier-reisen.de](http://www.domeier-reisen.de)

Tour operador miembro de IAGTO que ofrece viajes de golf a una selección limitada de destinos y productos. Colabora solo con hoteles y resorts de 4 y 5 estrellas.

Golfbreaks.ie – John Bergin  
[www.golfbreaks.ie](http://www.golfbreaks.ie)  
[www.skytours.ie](http://www.skytours.ie)  
john@golfbreaks.ie

Golfbreaks.ie es una nueva adición a la familia de Skytours, con licencia TA057, que fue fundada en 1988 por John Bergin y tiene su sede en Dublín, Irlanda. Su agencia receptiva en Costa del Sol es New Tourvis.

Loraine Cunningham Travel – Loraine Cunningham  
loraine@lct.ie  
[www.lct.ie](http://www.lct.ie)

Tour operador de golf y miembro de IAGTO. Ofrece viajes hacia España desde hace muchos años.

Exclusive Destinations – Marc Van Zeveren  
[www.exclusive-destinations.be](http://www.exclusive-destinations.be)  
info@excusivedestinations.be

Tour operador con varias programaciones incluyendo el golf. Ofrece propiedades de cuatro y cinco estrellas.

AM Golf Holidays – Adrian Murray



## REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

adrian@amgolfholidays.co.uk  
www.amgolfholidays.co.uk

Empresa de tour operación de golf en actividad desde hace pocos años pero con una trayectoria muy positiva y con un historial de seriedad. Adrián ha trabajado con varios operadores a lo largo de su carrera. Se avala de una colaboración estrecha con la agencia receptiva Marvellous.

Glencor Golf – Glen Renton  
www.glencorgolf.com  
glen.renton@glencorgolf.com

Tour operador de golf con una experiencia de muchos años que ha constituido su empresa en 1995. Este operador está incrementado el volumen de reservas gracias a su mayor compromiso con la venta por Internet. Este año ha firmado un acuerdo de colaboración con Grey Owl Golf para gestionar todas las peticiones para España.

### CAMPOS Y PROMOCIÓN

#### GOOGLE BUSINESS VIEW

Durante el año 2016, la Real Federación Andaluza de Golf –a través de su Comité de Promoción- liberó un presupuesto para dar a todos los campos de golf federados la posibilidad de mostrar sus instalaciones a través de la nueva tecnología de Google Business View, y al mejor precio posible, subvencionando con el 50% a aquellos campos que se sumaran al proyecto.

Se comunicó a los campos y, a final de año, fueron 18 los que se sumaron al proyecto, de los posibles 30 que el Comité esperaba poder subvencionar.

#### GOLF-ANDALUCIA.COM

Otro de los principales objetivos del Comité Comercial de Campos y Promoción durante el año 2016, ha sido poner en marcha una web puramente comercial, que sea un vehículo de comunicación donde el cliente final pueda encontrar expuestos de forma clara nuestros diferentes destinos turísticos de golf.

Una vez que acceda a cada uno de estos destinos turísticos, encontrará los campos que se encuentran dentro de él, con la información que cada club se encargue de tener actualizada. Además, encontrará las redes sociales de cada campo y una opción muy interesante: la lista de deseos.

Esta lista de deseos da al cliente final la opción de elegir un listado de un máximo de cinco campos, y solicitar una cotización, eligiendo los días en los que se quiere jugar, y la franja horaria preferida. El programa generará automáticamente un correo electrónico a los comerciales de los campos, por lo que es importante que los campos comprueben que la dirección que aparece es la del departamento que debe recibir este correo.

Durante el año 2017 esperamos que los campos de golf completen y mantengan actualizada la información que de ellos aparece en este nuevo portal, y que así podamos ofrecer el mejor servicio al visitante.



### MAPAS DE CARRETERAS

Otro de los principales objetivos de este Comité ha sido realizar un material uniforme con el que acudir a las ferias. Para ello, se han editado los mapas de carreteras con señalización de los campos de golf, y códigos QR que enlazan a Google Maps. El de la Costa del Sol ya se editó y durante 2016 se le ha estado dando difusión, con la colaboración de su patronato de Turismo.

La edición de los mapas de Huelva y Sevilla se ha cerrado durante el año 2016, con la colaboración de sus respectivos patronatos.

Durante 2017, el Comité desea poder editar los de las demás zonas.

### GOLF EN COLEGIOS

Durante 2016, la RFGA ha puesto en marcha el programa de Golf en Colegios, con varias pruebas piloto en diferentes puntos de Andalucía. La idea es implantarlo en más campos y colegios a partir del inicio del próximo curso, en septiembre.

Los profesionales de los clubes que participan en el proyecto forman a los profesores de Educación Física de los colegios con los que colaboran, para que ellos impartan la clase de golf dentro del curriculum de la asignatura de gimnasia.

Así, se fomenta el golf en los niños. Después de que todos hayan visto el golf en sus clases, visitan el campo y se hace una selección de niños, que formarán el equipo del colegio. Los que realmente estén interesados, se podrán apuntar a las escuelas de los campos.

La idea final sería hacer una liga interescolar. Es una buena forma de cubrir a los niños que ya son mayores para jugar el Pequecircuitito pero aún no tienen hándicap nacional para jugar el Circuito Infantil.