



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

**COMITÉ COMERCIAL CAMPOS DE GOLF
Y
PROMOCION**



INDICE

	Páginas
FITUR	451
FESPO	452
HOLIDAY WORLD SHOW	453
DANISH GOLF SHOW	455
RHEINGOLF	456
ITB BERLIN	459
SALON DU GOLF	462
GO EXPO	463
SCOTISH GOLF SHOW	465
UNIGOLF MADRID	467
EXPO VACACIONES	469
IAGTO TROPHY	470
NORDEA MASTERS	475
BMW OPEN	476
SENIOR OPEN	479
OMEGA EUROPEAN MASTERS	480
KLM OPEN	482
FORO INTERNACIONAL TURISMO GOLF-ANDALUCIA VALDERRAMA MASTERS	484
IGTM	492
PROMOCION	507



FITUR, Madrid (18 A 22 DE ENERO)

Un año más, del 18 al 22 de enero de 2017, la Real Federación Andaluza de Golf participó, de la mano de Turismo Andaluz, en la 37ª edición de Fitur, y lo hicimos desde el stand dedicado al sector del golf que Turismo Andaluz nos cedió, justo a la entrada del pabellón de Andalucía. En esta ocasión, representó a la Real Federación Andaluza de Golf, M^a Rosa Giménez (Comunicación y Relaciones Institucionales de la RFGA).

Como novedad, este año la Consejería quiso prescindir del uso de cualquier tipo de folleto o soporte de papel, y centrar toda la información que se daba al visitante en el uso de tablets, pantallas táctiles o actividades interactivas.

El stand contaba con un pequeño minigolf, una pantalla táctil en la que se presentaban los campos de golf andaluces y la tablet que desde este año el Comité Comercial lleva a las actividades en las que participamos, y que utilizamos para la recogida de base de datos, mediante una serie de sencillas preguntas, con las que los interesados participan en el sorteo de greenfees y alojamiento en los campos que han ofrecido premios.

Además, a todo aquel que se acercó al stand, se le mostraba nuestra nueva web, golf-andalucia.com.

La realidad es que este año ha habido una participación muy baja en el sorteo, y poca afluencia de público en el stand. Sabemos que Fitur es una feria de turismo general, en la que el número de personas que acuden interesadas en el sector del golf, es muy bajo en comparación con las ferias especializadas, aunque sí es una buena oportunidad para realizar relaciones institucionales y, como siempre, mostrar nuestra colaboración junto a Turismo Andaluz.

Pero este año, hemos notado especialmente el no poder llevar material. Compartimos con Turismo Andaluz la idea de que hay que actualizarse y cuidar cada vez más la imagen con la que asistimos a las ferias.

De hecho, éste es uno de los principales objetivos del Comité Comercial de Campos de la RFGA: trabajar en un material que siga una misma línea de diseño, y que nos sea útil a la hora de presentar los diferentes destinos turísticos de golf que tiene Andalucía, sin dar la imagen de mercadillo, con distintos folletos, cada uno de un formato y un diseño diferente.

Sin embargo, es cierto que el público sigue buscando papel, y que la gente no se acerca a un stand que está vacío. La mayoría de personas que se acercaban, nos pedían una guía de campos o algún tipo de información en papel sobre ellos.

Estos mismos comentarios se los trasladamos a Turismo Andaluz a la vuelta del evento.



FITUR

FESPO, ZURICH (26 A 29 DE ENERO)

La feria de Zurich tiene dos zonas claramente diferenciadas: una de Turismo General y otra de Golf. Amabas orientadas al público final, aunque algunos TTOO estaban presentes.

Este año, la Real Federación Andaluza de Golf ha asistido junto con Turismo Andaluz al stand que la empresa pública instala en la zona de turismo general. Hemos estado representados por Carlos Santos Galera, Director de Santa Clara Golf Granada. En el mismo stand también han estado durante los dos primeros días Rocío Álvarez de La Cala y David Pedreño de Almenara. En la zona de golf se encontraban también otros representantes del golf y de hoteles andaluces como Lidia Muñoz, de San Roque.

Como suele ocurrir en la ferias del norte de Europa, la asistencia depende mucho de la climatología de esos días. En esta ocasión, aunque con temperaturas de varios grados bajo cero, hacía tiempo soleado lo que ha hecho que hayan acudido menos público del previsto. Han visitado la feria alrededor de 10.000 personas.

El cliente suizo es muy desconfiado de las distintas ofertas que se le hacen, por lo que es un público que en su mayoría siguen prefiriendo viajes organizados por touroperadores o por sus profesionales de golf. De hecho los touroperadores de viajes de golf –suizos o alemanes- han experimentado un fuerte aumento de demanda de jugadores suizos a nuestra zona en el último año.

El jugador suizo prefiere caminar el campo si es posible, aunque no le importa coger buggy si es necesario, por lo que es bueno que aparezca así en las ofertas que les enviamos.

Tuvimos ocasión de tener una reunión con el Director de la Oficina Española de Turismo en Zurich, que nos indicó que la impresión del jugador suizo de golf es que en España se habían subido mucho los precios y que hay otros destinos más baratos que nosotros con buenas calidades. Le hicimos ver que en Andalucía hay muchos destinos de golf diferentes



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

y que incluso dentro de un mismo destino hay diversidad de precios con campos de altísima calidad.

Para sucesivos años –si se sigue asistiendo a esta feria-, es bueno que los campos de golf envíen ofertas claras de paquetes de hotel y golf y a ser posible con precios en francos suizos o en euros y francos suizos. Está prohibido por la legislación suiza poner ofertas a la vista en las que solo aparezca el precio en euros.

Además de la base de datos de clientes finales, hemos mantenido conversaciones también con:

Ergül Altinova, CEO de Golf.extra que ha aumentado un 30% los viajes de jugadores suizos en el último año.

Javier Cordero, Eurolatino. info@eurolatino.eu

HOLIDAY WORLD SHOW, DUBLIN (27 A 29 ENERO)

La Federación ha estado presente en el Holiday World Show, en Dublín del 27 al 29 de enero, con Turismo Andaluz bajo el paraguas de Turespaña.

Las personas que cubrieron el evento han sido Kostka Horno (Isla Canela, Huelva) y Francisco Venegas (Alborán Golf, Almería). No asistieron más representantes de ningún campo.

Feria generalista de Turismo, en la que había stands de diferentes partes del mundo (África, Oriente Medio, Europa, Mediterráneo, Caribe, América, Asia y Pacífico, cruceros, viaje aventura, touroperadores y caravanas).

Aproximadamente mil profesionales de todo el mundo se dieron cita en esta feria de tres días en la que España tenía la mayor superficie de exposición, con dieciocho regiones presentes.

En 2016 Turespaña registró un millón y medio de irlandeses en visita turística (150.000 en Andalucía), con lo que se demuestra que nuestro país es uno de los principales destinos para los irlandeses que viajan fuera de las fronteras de su país.

Desarrollo del evento:

- Dada la importancia del destino España para los irlandeses, se trata de una feria muy visitada para aquellos que están planificando un viaje, tanto en verano como en otras fechas. En 2016 se registraron más de 50.000 visitantes. La jornada del viernes fue de acceso restringido a profesionales del sector y el sábado y el domingo se abrió al público en general.
- Como ya ha sucedido en otras ferias a las que ha acudido el destino Andalucía, los visitantes que se acercan a nuestro stand tienen, por lo general, buen conocimiento de nuestra situación, oferta, comunicaciones. Solo en unos pocos casos preguntaban por otras zonas como Barcelona, Valencia... La Costa del Sol sigue siendo la más conocida y demandada.



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

- En lo que a golf se refiere, los clientes eran en su mayoría personas que ya habían estado en algunos puntos de nuestra comunidad y tenían previsto volver a lo largo del año. Mostraban buen conocimiento de las conexiones aéreas, aunque en algunos casos ignoraban que también había vuelos directos con las zonas menos frecuentes (Almería, Jerez, Huelva...). En los casos de golfistas que todavía no habían estado en Andalucía, tenían buenas referencias de los campos y, sobre todo, el clima, de amistades o familiares que ya habían volado a Andalucía.

- A tenor de lo que los visitantes allí nos expresaban, nuestro destino está perfectamente posicionado, con lo que hay que seguir incidiendo en vender nuestro clima y la tremenda variedad, calidad y competitividad de nuestros campos.

Pero, sobre todo, hay que ir a estas ferias con paquetes de alojamiento y golf. Quienes tengan hotel, lo tienen fácil, y los que no, deberían cerrar acuerdos con hoteles próximos para poder llevar paquetes. Los grandes folletos son poco operativos, sobre todo en ferias como ésta, en las que el espacio para exponer es muy reducido. En la información que se manda a las ferias deberíamos ser escuetos, incluir solo un par de buenas fotografías y, sobre todo, los precios de los paquetes y la información del contacto para hacer las reservas.

Contactos conseguidos:

- La rifa sigue siendo un buen reclamo para atraer golfistas a nuestro mostrador. De nuevo se han conseguido buen número de emails para la base de datos, teniendo en cuenta que es una feria generalista y solo alrededor de un 10 por ciento de los visitantes era jugador de golf.

- Tour Operadores:

- i. GoGolf: Trabaja con El Algarve, Costa del Sol y Murcia. Quiere que se le envíe información sobre el resto de la oferta andaluza. Contacto: Thomas Brennan. info@gogol-fworlwide.com. 353 0 868364207

- ii. Cassidy Golf. Brian Fulton. bfulton@cassidygolf.com 00353 1 872 5000

Conclusión:

La Holiday World Show, al ser una feria generalista, tiene solo un reducido número de visitantes que practican el golf, con lo que la visibilidad de nuestros campos es mucho menor, a pesar de que Irlanda es un país con un buen número de jugadores de golf. Si a eso le añadimos que del 25 al 27 de febrero se celebra Irish Golf Expo en la misma ciudad de Dublin, se puede deducir que los aficionados al golf seguramente se habrán reservado para acudir a planificar sus vacaciones de golf en esta otra feria específica del sector. En esta otra feria estarán presentes también los principales touroperadores irlandeses de golf, con lo que la conclusión es que sería más recomendable cambiar esta feria por la Irish Golf Expo. No sé si será posible si Turismo Andaluz no la incluye entre sus acciones. En cualquier caso, se han cubierto los objetivos de hacer visible la oferta de cuantos campos nos enviaron folletos y ofertas (Mijas Golf, La Cañada, Alborán Golf, Real Club de Sevilla, Atalaya, Marbella Golf, Baviera, Santa Clara Granada, Doña Julia, Isla Canela), además de los folletos de Turismo Andaluz de la oferta general de golf en Andalucía.



DANISH GOLF SHOW, HERNING (24 A 26 FEBRERO)

Herning es la sede del Danish Golf Show. Durante tres intensos días, se ofrecen distintos temas vacacionales en el recinto ferial de 66,000 m²; Holiday Abroad, Holiday in Denmark, Danish Golf Show, Outdoor y Camping.

Este año alrededor de 60.000 personas han visitado la feria, algo menos que el año pasado (61.800). Según los organizadores 25% del total de visitantes tuvieron interés en el pabellón de golf por tanto se estima que alrededor de 15,000 personas han visitado esta zona de la feria.

Siempre según los organizadores, aproximadamente unos cincuenta mil de estos visitantes salen de viaje al extranjero por lo menos dos veces al año y unos 38.000 tienen interés en viajar hacia el sur de Europa.

Dinamarca con una población de casi 5.5 millones de habitantes sigue creciendo como mercado de golf. Según un estudio de KPMG, ya cuentan con 180 campos y más de 170,000 jugadores federados.

Los daneses tienen como primer destino exterior España, llegando a alcanzar la cifra de 995,000 turistas en nuestro país. Se espera que para el 2017 el número de turistas daneses que viajan a España siga subiendo. Hay mucha demanda de apartamentos para larga estancias. En general el mercado se mueve por precio y vuelos directos sin olvidarse pero la relación calidad/precio es fundamental a la hora de elegir un viaje de golf.

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

Bravo Tours - Cathrine Madsen
cam@bravotours.dk
www.bravotours.dk

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. Su representante en España para el turismo de golf es Leomar, tour operador con oficina central en Mallorca y filial en Torremolinos.

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.

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

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

Desde hace más de un año tienen vuelos charter hacia Sevilla enviando clientes



tanto a Cádiz como a Huelva. Los esfuerzos mayores de la empresa son naturalmente dirigidos hacia llenar sus vuelos a estos destinos pero siguen teniendo peticiones por otras zonas de España.

RHEINGOLF, DÜSSELDORF (3 A 5 MARZO)

Asistimos a Rheingolf, en Dusseldorf, con stand que pertenecía a la Real Federación Andaluza de Golf.

En la feria estuvieron presentes dos representantes de la RFGA, Jose Ramón Gomez y Gonzalo Goy, Real Club Sevilla Golf.

Aparte de los ya mencionados, también estuvo presente durante toda la feria Irene Gonzalez, de 'The Westin La Quinta Golf Resort & Spa'.

Esta feria es específica de golf, en concreto una feria B2C (Business to Consumer), a la que también atienden algunos TTOO.

La Rheingolf de 2017, contó con 250 stands de todo tipo de productos relacionados con la industria de golf, predominando los stands de promoción de destino, pero con fuerte presencia de venta de material de golf, tal como palos, ropa, zapatos, carritos, simuladores, etc.

Según la página web de la feria hubo un total de 17.500 asistentes, nuestra percepción es que hubo un flujo continuo de asistentes, incluso el domingo por la tarde, cuando este tipo de ferias suelen dar un bajón, estuvo bastante activa.

El stand fue muy visitado durante todo el fin de semana, ya que estuvimos en continuo movimiento, repartiendo información a clientes, repartiéndose todo el material enviado.

La percepción del visitante de nuestro destino es buena, el alemán es receptivo a visitar Andalucía, más aun ahora después de los problemas con Turquía y Túnez, mercados receptores muy fuertes para el turista Alemán.

El cliente Alemán en su mayoría conoce el destino e incluso lo ha visitado alguna vez, aunque no suele ser su primera opción, como bien sabemos Mallorca tiene una cuota de mercado alemán muy alta.

Si analizamos Andalucía como destino para el golfista alemán, considero que deberíamos hacer una pequeña segmentación de nuestro producto en Costa de La Luz, Costa de Sol, Costa Tropical - Almería y Andalucía interior.

- Costa de la Luz: Es de largo el destino más conocido por el golfista Alemán, principalmente vuelan a Jerez, para jugar en la zona tanto de Huelva como de Cádiz, Novo Sancti Petri es sin duda el destino principal de los alemanes en Andalucía.

Aunque no forma parte de Costa de La Luz, se podría incluir Sevilla, menos conocido por el mercado alemán como destino de golf, pero que está tan solo a hora y cuarto del aeropuerto de Jerez. Podría situarse como nuevo destino, atractivo para los TTOO.

- Costa del Sol: Se situaría en segundo lugar para el mercado alemán, que tiene conoci-



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

miento de la zona de Marbella y puntualmente de la milla de oro del golf andaluz (Valde-
rrama, Sotogrande, San Roque, Finca Cortesín).

Hemos notado menor conocimiento de Málaga capital, cuyo aeropuerto y oferta hotelera hacen de la ciudad un destino muy interesante, es aquí donde hay mucho margen de mejora.

- Costa Tropical - Almería: A pesar de que la zona de la Axarquía está muy frecuentada por alemanes, a nivel de golf esta feria nos indica que es un gran desconocido, un porcentaje muy bajo conoce la zona, algún comentario acerca de Baviera y poco más. Tomando Almería como destino, podríamos indicar que el porcentaje es más bajo aún.
- Andalucía Interior: Destinos como Córdoba, Granada o Jaén, no cuentan con un interés muy elevado por parte del mercado alemán, que se decanta en su mayoría por golf y playa.

El gran punto fuerte es claro, el clima.

Puntos débiles en mi opinión tenemos varios, el servicio, hay que compararse con destinos similares (como Portugal), donde su nivel de servicio suele ser superior en campos similares, por lo que debemos mejorar.

Otro punto débil son las instalaciones, casa club anticuadas y campos de golf con necesidad de reformas, muchos clientes comentan la antigüedad de las mismas, entiendo que es un punto crítico ya que entra en escena la parte económica y puede no ser factible.

Contactos conseguidos:

Base datos golfistas: recogimos una base de datos de golfistas, el tema sorteo es atractivo, deberíamos seguir consiguiendo dos o tres premios de estancias con Greenfees para cada feria.

Tour Operador

GolftimeTours – Michael Schumman – ms@golftimetours.com

No trabajan mucho con Andalucía. Sólo trabajan con 4 resorts en España, PGA Catalunya,



COMITÉ COMERCIAL CAMPOS DE GOLF Y PROMOCION 2017



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

La Manga, Kempinski Marbella y Gran Canaria.

Classic Golf Tours – Britta Reinhardt – br@classicgolftours.de
este TTOO Alemán trabaja mucho la zona de Andalucía y ya actualmente lleva mucho negocio. En su web representa cuatro destinos en España, entre ellos Costa del Sol y Costa de la Luz. También mostraron interés en abrir negocio con Sevilla, como nuevo destino.

C24 Group – Anna Maliszewska – anna.maliszewska@golf.pl
TTOO Polaco, se interesó por Andalucía, que desconocen, organizan eventos de golf en Polonia y viajes a Mallorca, se le informa sobre la oferta de campos y contactos de cada club.

TheLongestdrive.de - Gunther Kleiner – gf@thelongestdrive.de
TTOO Alemán, ya trabaja en Andalucía. En su página web ofrece la zona de Huelva, Sancti Petri y Sevilla.

Este TT.OO con base en Colonia, vuela principalmente a Faro, debido a que hay conexión directa, es por ello que conoce bien el destino Huelva, Cádiz y Sevilla. Ha mostrado interés en conocer el resto de la Costa del Sol.

golfsportreise.de – Dieter Weidenbach – sport-weidenbach@t-online.de
En su web oferta Costa del Sol y Costa de la Luz.

EMU exclusive travel – Markus Stadler - Markus.Stadler@emu-travel.com
Markus representa probablemente a uno de los TTOO más fuertes del mercado Alemán, conocido como Golf Extra, trabajan en toda Andalucía y tienen un cliente de alto poder adquisitivo.

Hit & Win – Stefanie Eckrodt – Stefanie@eckrodt.de
Stefanie es una pro que lleva mucho tiempo en la industria, comenta que ha trabajado con muchos TTOO alemanes durante toda la vida, pero quiere montar su propia agencia, está muy interesada en Andalucía y necesita un resort con dos campos de golf, 36 o 27 hoyos, se le entrega información de toda Andalucía.

proGOLF-REISENGmbH - Jeannette Wittenberg - mail@progolf-reisen.de
Jeannette representa a un TTOO Alemán fuerte en España, principalmente entre Islas Baleares y Andalucía.

Conclusión:

El mercado Alemán es uno de los mercados emisores de golfistas más potentes de Europa, aparte el mercado Alemán está cambiando sus destinos principales (Turquía), por lo que nos podemos beneficiar mucho como destino.
Se ha visto mucho interés tanto del cliente directo como del TTOO, por lo que debemos seguir cuidando este mercado y seguir estando presentes.

Ha habido un elevado porcentaje de clientes que preguntaban por información hotelera, debido a esto, los únicos campos que podíamos “promocionar” eran aquellos que habían mandado folleto y tenían hotel, lo que reducía mucho las opciones.



ITB, BERLIN (8 A 12 MARZO)

Asiste Carlos Pitarch en representación de la Real Federación Andaluza de Golf. Se trata de una feria con carácter profesional de miércoles a viernes y abierta al público el fin de semana.

La RFGA acude a hacer un trabajo institucional en los días profesionales. La federación cumple más una presencia institucional que en otros eventos, sirviendo de apoyo a nuestras instituciones de promoción turística en aquello que necesiten, como por ejemplo los acuerdos de Turismo Costa del Sol con la PGA de Alemania. Por ello asistimos sin mesa, con el consiguiente ahorro, manteniendo todas nuestras reuniones en el Stand de Andalucía, en las áreas de Turismo Andaluz y de Turismo Costa del Sol.

Nos reunimos prácticamente con todas las personas de Turismo Andaluz que se desplazaron, estando presentes D. Javier Carnero Sierra, Consejero Delegado para la Empresa Pública para la gestión del Turismo y del Deporte en Andalucía, D. Manuel Muñoz, Director Gerente de la Empresa Pública, y D. Antonio Martín Machuca responsable de mercados, segmento y productos.

Se confirma el apoyo de Turismo Andaluz para los Campeonatos Open de España Femenino y el Andalucía Costa del Sol Match 9, que aunque acordados previamente necesitaban confirmación y que se suman al Andalucía Valderrama Masters, principal noticia ya que el torneo perteneciente al circuito europeo se ha anunciado para este año y los próximos cuatro. Y ello porque es esencial que el destino líder de golf en Europa tenga una participación activa en el calendario deportivo europeo con la consiguiente presencia en los medios de comunicación.

También asistieron a la ITB Dña. Susana Díaz, Presidenta de la Junta de Andalucía y el Consejero de Turismo y Deporte, D. Javier Fernández Hernández, resaltando el valor que tiene la promoción del turismo para nuestra región.

Tuvimos reunión con la representante de IAGTO en Alemania, Dña. Antje Groch. Con motivo de los torneos de golf mencionados anteriormente, todos los reunidos (RFGA, Turismo Andaluz, Patronato Costa del Sol e IAGTO) estamos de acuerdo en aprovechar estos torneos para hacer jornadas de trabajo, con la invitación y participación a los principales TTOO europeos para jugar los Pro-Am, con la organización de fam trips y con reuniones entre TTOO, prensa y los campos de golf andaluces. En este sentido IAGTO en Alemania nos asesorará en la determinación de los mercados que manejan carácter principal los TTOO alemanes.

A modo de ejemplo, con motivo del Open de España Femenino, a celebrar en Guadalmina en septiembre, nos volcaremos en la promoción del turismo de golf femenino, apoyándonos en los TTOO que más trabajen el turismo de golf de las damas. Se da la doble circunstancia de que el mercado alemán es una de nuestras asignaturas pendientes y donde mayor crecimiento potencial podemos tener en el futuro, y además es el país europeo donde mayor participación tiene el golf femenino respecto del total.

Parecida estrategia seguiremos con la prueba del Challenge, donde incidiremos en el turismo de golf-entrenamiento, que supone otro de los segmentos donde podemos crecer más. Para el Andalucía Valderrama Masters será Turismo Andaluz quien organice el Foro de Golf con la invitación de más de 80 TTOO de golf para diversos viajes de conocimiento del destino (los destinos andaluces), y jornadas de trabajo.



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

IAGTO Alemania nos sugiere en fomentar las prácticas de comercialización de IAGTO para estandarizar las relaciones comerciales (políticas de cancelación, inclemencias meteorológicas, contratación, cobros, etc.) insistiendo enormemente en evitar el juego lento, sobre todo en la Costa del Sol, y ello porque detectan diferencias entre los campos que complican la comercialización como destino único.

La noticia no tan buena por parte de Turismo Andaluz se refiere al calendario de acciones de golf para el 2017, que fue cerrado en febrero de este año, que va a sufrir alguna modificación con motivo de la necesidad al parecer de hacer algunos ajustes presupuestarios, eliminando posiblemente algunas acciones y modificando por tanto el calendario de la Federación Andaluza de Golf. Este calendario no lo hemos tenido hasta febrero y por tanto fue entonces cuando pudimos cerrar a su vez el propio calendario de acciones de la RFGA. Ahora toca volver a adaptarnos de nuevo para este verano, e intentar asistir a las acciones paralelas a la celebración de los Open de circuito europeo. Las acciones en Madrid, Bilbao e IAGTO Trophy están confirmadas (nuestro calendario hasta mayo, así como la IGTM de diciembre), y a partir de aquí hemos pedido confirmación de las que se mantienen y de las que se cancelan. Aquí tengo que destacar la preocupación y el apoyo de D. Antonio Martín Machuca (y me consta que de D. Manuel Ortega también) para minimizar las consecuencias de estos hechos. En cuanto lo tengamos cerrado nuevamente informaremos a todos los campos.

Tuvimos también reunión con D. Ali Dogan de Destination Meets Online y D^a Lynn Mitchell de Turismo y Planificación Costa del Sol con motivo de la organización de una convención en Andalucía de marketing y business online, del 30 de mayo al 2 de junio, www.destinationmeetsonline.com, especializados en el marketing online en el que quizá siga siendo nuestra asignatura pendiente. Cada vez va adquiriendo más importancia el canal directo con nuestros golfistas-turistas, y casi todo se está haciendo vía teléfono, tableta, web, etc.

Mantuvimos una reunión con la PGA de Alemania y su Presidente D. Rainer Guldrian en la que participaron D. Francisco Salado, Vicepresidente de la Diputación Malagueña, D^a Margarita del Cid, Presidente de la Mancomunidad de Municipios de la Costa del Sol, D. Manuel Cardeña, Consejero Delegado de Acosol, D^a Lynn Mitchell de Turismo y Planificación Costa del Sol, D. Antonio Martín Machuca de Turismo Andaluz, D. Carlos Erburu de Almenara Golf y la propia Federación andaluza de Golf. La Costa del Sol seguirá siendo el destino de golf sugerido en exclusiva por la PGA alemana para los próximos dos años, renovando el acuerdo firmado el año pasado. Se celebrará un Pro-Am en Almenara Golf con la participación de los profesionales de la PGA alemana. Dicho acuerdo incluye la promoción de nuestro destino para que sean los touring-pros de los distintos clubes alemanes los principales agentes comerciales de nuestro destino.

Dentro de las encuestas de conocimiento de mercado que rellenan diversos TTOO, así como el propio Presidente de la PGA alemana, el juego lento comienza a aparecer como el peor punto valorado suponiendo un toque de atención a los campos para evitar las nefastas consecuencias comerciales que tiene. A colación viene que otros de los puntos a mejorar es la fecha de emisión de las tarifas, reclamándonos ya las tarifas de 2018.

La Mancomunidad de Municipios de la Costa del Sol a través de ACOSOL tiene interés en participar en la comercialización de los campos de golf, que por otro lado somos su principal cliente. Más del 50% de los campos de golf se riegan con agua reciclada y esto es



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

un punto favorable en mercados sensibles a la protección del medio ambiente como es el caso de Alemania. Posteriormente tendremos una reunión con propuestas concretas. En D. Manuel Cardaña nos habla de su intención de crear un observatorio económico en relación con la gestión del agua y la riqueza que supone, y todo ello coincide con los objetivos de la Cátedra de Golf de la Universidad de Málaga, de reciente creación, para lo cual nos hemos emplazado para reunirnos y desarrollar este tema en el sentido de hacerlo conjuntamente.

Conviene recordar que la Cátedra de Golf de la UMA tiene entre otros objetivos fomentar el estudio de todos los aspectos relacionados con nuestro deporte y nuestra industria turística. Lo que dicho así queda muy bonito, viene a significar tener un organismo oficial encargado de arrojar los datos objetivos relacionados con nuestro sector, y que no seamos nosotros los que demos estos datos, sino que sea la propia Universidad quien, entre otras cosas, se encargue de generar la credibilidad necesaria para informar correctamente a la sociedad y que no suframos las desinformaciones y demagogias del pasado. Será objeto de estudio todo lo relacionado con el sector: riqueza generada, empleo directo e indirecto, consumo de agua, origen de ese agua, estadísticas de evolución de los mercados, fiscalidad, marco legal, etc.

Tanto Turismo Andaluz como la RFGA, en las distintas reuniones con TTOO manifestamos siempre la idea de que Andalucía no es un destino único, sino que viajando cada año por nuestra región podemos tener diferentes destinos zonificando además de la Costa del Sol, Huelva, Cádiz, Sevilla, el interior de Andalucía y Almería. Parece que en el pasado las opciones a elegir por parte del turista alemán son o bien viajar a Andalucía o bien a Baleares, Canarias, Algarve... (conviene advertir la cada vez más potente competencia del destino Sudafricano en turismo de golf). Por el contrario la idea que llevamos vendiendo desde hace ya varios años es que las alternativas son diversas siempre dentro de nuestra región, pudiendo viajar cada año a un destino distinto dentro de Andalucía, y en ello seguiremos insistiendo.

La RFGA tiene a la disposición de los campos listado de TTOO alemanes (y de otros países) para lo cual sólo deberemos contactar con comercial@rfga.org





SALON DU GOLF, PARIS (11 A 13 MARZO)

La décima edición del Salón du Golf ha tenido lugar en el Parc des Expositions en la Porte de Versailles. Se han dado cita los profesionales del sector y el público en general en ese espacio único donde se encontraba toda la información y productos relacionados con el mundo del golf.

El número de asistentes, según la organización, superó los 23.000 algo menos que en ediciones anteriores. El número de expositores ha bajado aunque para nosotros sigue siendo interesante por el gran interés del público hacia nuestro destino. Muchos tienen la impresión que esta feria necesita un nuevo impulsivo para poder seguir en el futuro. Todas las guías de la Federación y los USB han sido entregados. En general los visitantes han



pedido ofertas especiales de paquetes de golf. Se han entregado todas las ofertas enviadas por algunos campos.

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.

Considerando la inseguridad, que sigue existiendo en ciertos países, que el mercado francés históricamente ha favorecido, la búsqueda de una alternativa más tranquila y segura ve España como primera opción. Tenemos que aprovechar de esta oportunidad. En los últimos años se ha notado un incremento de franceses en Andalucía.

El mercado francés es sin duda un mercado en el cual hay que insistir en el futu-



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

ro con la promoción. Francia cuenta con 62 millones de habitantes de los cuales más de 420.000 son federados de golf y el país ya cuenta con más de 715 campos afiliados a la Federación. Además el golf es de actualidad porque en el Golf National, a las afueras de Paris, se jugará la Ryder Cup en 2018.

Durante el Salón du Golf se ha mantenido conversaciones con los siguientes tour operadores que venden nuestro destino:

France Golf Tours – François Bras
info@francegolftours.com
www.francegolftours.com

Parcours Voyages – Páscale Despieres
pascale-golf@parcours-voyages.com
www.parcours-voyages.com

Formigolf – Julien Edel
www.formigolf.fr
julien@formigolf.fr
Greens du Monde - Christine Lauredi
www.greensdumonde.com
christine.lauredi@golfeo.com

Tee Times Golf – Carlos Ferreira
www.teetimes.pt
carlos@teetimes.pt

Golf Plus Voyages – Sabrina Giannoni
www.golfplusvoyages.com
sgiannoni@golfplusvoyages.com

GO EXPO, HELSINKI (17 A 19 MARZO)

Estuvimos presentes en Go Expo, en Helsinki, dentro del stand de Turismo Andaluza siendo Jesús Pérez Camino quien se desplazó en representación de la Real Federación Andaluza de Golf.

Por parte de Turismo Andaluz asiste Manuel Ortega y Antonio Arias del Patronato de Turismo de Cádiz (Cádiz Tourist Board)

Además estuvieron presentes otros miembros de campos andaluces:

- Francisco Venegas Alonso, Alboran Golf, Almería.
- Tapani Saarentola, Lauro Golf, Alhaurin de la Torre, Málaga
- Tino Cordero y Francisco Rubio, Islantilla Golf, Huelva.
- Claudia Ory, Río Real Golf-, Marbella, Málaga.
- Joan Resina Álvarez, Isla Canela, Huelva.

Es una feria de Golf abierta al público. Helsinki Golf Fair, está englobada en el marco de la feria Goexpo, que está considerada como una de las principales acciones a consumidor final en Escandinavia. Goexpo engloba varios sectores como golf, bicicleta, otros



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

deportes y actividades al aire libre, hípica o fotografía. Durante la edición del 2017, 40.518 personas visitaron la feria, siendo el día de mayor afluencia el sábado con más de 19.000 visitantes y el viernes el de menor con poca más de 8000.

Finlandia es uno de los mercados emisores estratégicos para la provincia en el segmento golf, con cerca de 145.000 jugadores federados que cuentan con una corta temporada en la que poder practicar el golf en su país de residencia. Por este motivo se estima que un 55,4% de estos jugadores realizan al menos 2 viajes anuales para disfrutar de su afición al golf.

Desarrollo del evento:

- Notable número de visitantes en esta edición con 40.518 visitas.
- La percepción de visitante sobre nuestro destino es muy positiva predominado el interés por los Campos de La Costa del Sol seguidos por los de La Costa de La Luz y resto de Andalucía.
- La demanda mayoritaria del visitante de interesado en Andalucía es la de viajar durante una semana pero también existe una demanda muy considerable de paquetes de larga estancia.
- Una gran parte de los interesados demanda estancia en apartamentos o apartahoteles.

Puntos en los que somos fuertes y en los que debemos mejorar:

- Fuertes:

La oferta de los campos de golf de Andalucía es en general muy conocida y suficientemente variada para el golfista finlandés que además los valora muy positivamente. El área de Costa del Sol es un destino con renombre para el golfista finlandés. Nombres como Fuengirola, Málaga o Marbella se repiten constantemente y es extraño dar con un visitante que si bien no la ha visitado la zona, no tenga por lo menos conocimiento de su oferta variada de golf.

Andalucía es un destino recurrente para golfista finlandés.

Prueba de ello la cantidad de ejemplares las guías de Campos de Golf de Andalucía que fueron demandados y entregados a los visitantes (algo más de 300 unidades, además del abundante merchandising que llegó a agotarse)

- Punto débiles a mejorar:

El asunto de los vuelos directos con Finlandia -Costa de la Luz, Almería o Granada parece ser una asignatura pendiente para aeropuertos como Jerez que es punto de destino para campos como Novo Sancti Petri, Montecastillo o Costa Ballena.

Algunos de los TTOO locales que interactuaron, visitaron el stand o tenían representación en la feria:



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

- Golf Resepti; TTOO finlandés muy potente. Markku Nord director y socio de Golf Resepti es el anfitrión absoluto en GoExpo y responsable de GoExpo en su espacio dedicado al golf (aprox. un 25% del total del recinto, sin contar con la zona de dedicada a hípica).

Contacto: Markku Nord: markku.nord@golfresepti.fi

- Ongolf; uno de los TTOO de golf más importantes en Finlandia con en continuo crecimiento. Venden los destinos de varios campos andaluces.

Contacto Toumas Kiiskinen tuomas.kiiskinen@ongolf.fi

- GolfTailors; TTOO consolidado con destinos en campos andaluces Contacto: Ilkka Sarkinen ilkka@golftailors.fi

- Helin Matkat; TTOO finlandés que realiza su actividad principalmente en el en la zona sur del continente africano.

Contacto Lea Simpanen; lea.simpanen@helinmatkat.fi

Entre los TTOO no locales es digno de mención

- Bilyana Golf Voyages ; TTOO de origen francés enfocado a destino turco y que ahora abren destinos en Portugal y España (proyecto en el sur)

Contacto Rasat Tireli; rasat@bilyanagolf.fr

Conclusión:

Valoración muy positiva de la asistencia de la Federación Andaluza en representación de todos los campos de nuestra comunidad a GoExpo como espacio de punto de encuentro y concentración de cliente final de golf finlandés, así como de la marca Andalucía a través de Turismo Andaluz.

Se ha recopilado una base de datos de aproximadamente 200 jugadores con nombre e e-mails de cliente final que han sido obtenidos a través de las participaciones en los sorteos de green fees o fines de semana con golf proporcionados por los campos.

SCOTTISH GOLF SHOW, GLASGOW (24 A 26 MARZO)

Fuimos al stand de Turismo Andaluz, en el que ha estado presentes tanto la RFGA como un representante del Patronato Provincial de Turismo de Huelva.

La ubicación de Stand fue muy positiva, ya que estaba cerca de uno de los juegos de Golf más solicitados por el público, lo que ayudaba a congregar un gran número de personas cerca de nuestra posición.

Manuel Pérez -Baviera Golf-, asiste como representante de la RFGA. También están presentes Marco Polacci -vocal del Comité Comercial-, Francisco Venegas -de Alborán Golf y vocal del Comité-, Ana Rita Ramos -Comercial de la Quinta Golf & Country Club-.

Feria de Golf especializada enfocada a clientes finales. Una excelente organización, con el incentivo a los clientes de obtener por cada entrada (precio 20 £) un total de 3 Gre-



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

enfees gratis en una lista de campos a elegir. La visita de Paul Lawrie todo un referente en su país ayuda a incrementar la presencia de visitantes.

Son detalles a tener en cuenta en una futura celebración de Ferias de Golf en España/Andalucía.

Las principales marcas del sector como Callaway, Titleist, Wilson..etc también presentes. Además del TTOO GolfKings, uno de los más relevantes de Escocia y destacar diferentes empresas de venta de ropa de Golf.

El evento ha tenido una duración de tres días. Viernes y sábado con muy buena aceptación y muy concurrido y el domingo con algo menos de público. Hay que puntualizar



SALON DU GOLF

que el tiempo no ayudo ya que durante los tres días el sol lució brillante y llevaban varios meses sin tan buen tiempo. Por lo que es de suponer que algunos aficionados se fueron a jugar al golf.

El destino es muy conocido, sobre todo Costa del Sol. También clientes de la zona de Huelva. Tenemos un gran número de jugadores de mediana edad que nunca nos han visitado y otros que van a destinos del Levante español, principalmente a Murcia. Se ha obtenido una base de datos, gracias a las encuestas que se han realizado.

Debemos seguir potenciando nuestro destino ya que Andalucía gusta y muchos repiten durante años, pero sorprendentemente hay muchos escoceses que nunca nos han visitado.

Debemos seguir apostando por este público, consolidar los jugadores e intentar



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

captar los clientes potenciales que ya visitan el Algarve o la zona de Murcia y Alicante por citar algunos ejemplos.

Es de vital importancia que los clubs realicen ofertas especiales para Ferias de Golf. Como puede ser solo Golf, Golf + Hotel o paquetes de Greenfees con otros campos cercanos. Se aprecia la falta de ofertas de este perfil para presentar a los clientes. La información general de cada campo está muy bien, pero si se crean este tipo de acciones para las Ferias sabremos realmente el impacto que se ha tenido y se podrá comprobar el feedback. En conclusión, la afición al golf en Escocia empieza desde muy pequeños y en el evento se congregaron muchas familias. Debemos pensar en este rango de clientes y aportar ofertas para su demanda.

Somos fuertes como destino, pero todavía en muchos casos no se relaciona Málaga, Marbella o La Costa del Sol (destinos más populares) con Andalucía.

Debemos reforzar que el jugador nos ubique rápidamente y con facilidad.

La debilidad de competidores como Turquía u otros destinos nos favorecen pero la subida excesiva de precios puede afectar negativamente.

UNIGOLF, MADRID (20 a 22 de ABRIL)

Del 20 al 22 de abril, IFEMA – Feria de Madrid acogió la celebración de la primera edición de Unigolf, un nuevo proyecto organizado por IFEMA y promovido por Madrid Golf, cuyo objetivo es convertirse en la convocatoria de referencia y punto de encuentro del sector del golf en España.

La Real Federación Andaluza de Golf estuvo presente –como en anteriores ediciones de Madrid Golf- junto a Turismo Andaluz y, en esta ocasión, estuvo representada por M^a Rosa Giménez (Comunicación y Relaciones Institucionales de la RFGA). Además, también dejamos material en el mostrador que la Real Federación Española de Golf cede para promoción de sus federaciones territoriales.

En primer lugar, la vuelta a IFEMA de este proyecto -tras los dos últimos años en los que, todavía bajo el nombre de Madrid Golf, se celebró en el Parque Deportivo Puerta de Hierro, sede de la Federación de Golf de Madrid- ha funcionado bien y, aunque todavía debe seguir creciendo, el balance general tras la feria fue positivo. Según la organización, el salón recibió a unos 8.000 visitantes.

Durante esta acción, el Comité Comercial ha querido seguir trabajando en la misma línea en la que lo ha estado haciendo durante los últimos años: presentar –en esta ocasión, al mercado nacional- Andalucía como la suma de una amplia variedad de destinos turísticos, cada uno de ellos con una oferta de campos de golf y complementaria que lo hace único y distinto al resto.

Así, seguimos trabajando para transmitir a nuestro visitante que puede volver año tras año a Andalucía y, sin salir de ella, seguir descubriendo nuevos campos de golf, y disfrutando de nuevos paisajes y actividades.

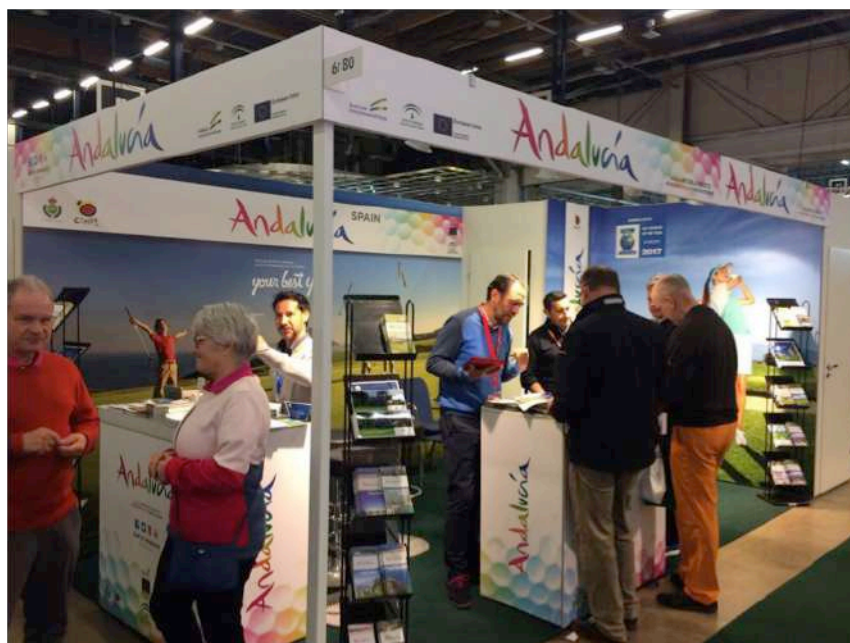
Como en anteriores ocasiones, hemos comprobado que Andalucía es un destino de golf consolidado entre el público madrileño. La práctica totalidad de los jugadores de golf



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

que se acercaron al stand había jugado en más de una ocasión en campos andaluces, y son puntos muy valorados el trato recibido, la calidad de los campos y los hoteles y la oferta complementaria.

En cuanto al material facilitado fue, una vez más, muy valorada la guía de campos de la Real Federación Andaluza de Golf, por la información que ofrece de todos los campos



de golf federados y por su cómodo formato.

Además, como en cada acción a la que el Comité Comercial asiste, hemos seguido recopilando una base de datos para poder así continuar la comercialización mediante el envío de Newsletters de carácter bimensual, a través de las cuales los campos de golf federados pueden hacer llegar al cliente cualquier oferta o información que deseen.

En este punto, queremos –como siempre– agradecer la colaboración de los campos que ofrecieron bonos para ser entregados como premios en el sorteo que se realizó para la captación de datos.

Unigolf ha sido, además, una excelente ocasión para encontrarnos con otros profesionales del sector, Patronatos de Turismo y representantes de campos de golf andaluces, y para acercarnos a otras instituciones, a través de las reuniones mantenidas, entre otros, con Acosol, empresa para la gestión del Agua de la Mancomunidad de Municipios de la Costa del Sol Occidental, gracias a cuya colaboración este año pondremos en marcha el primer estudio del Observatorio del Golf, que la Universidad de Málaga y la RFGA han creado dentro de la Cátedra de Golf, y que se centrará en el uso de aguas recicladas en los campos de golf: la Real Federación Española de Golf –para tratar proyectos como el de Golf en Colegios, Friends Cup o campañas de promoción de golf para colectivos–; o la recién nacida Confederación de Campos de Golf de España.



EXPO VACACIONES, BILBAO (05 a 07 de MAYO)

La Federación ha ido dentro del stand de Turismo Andaluz. Siendo Francisco Venegas (Alborán Golf, Almería) la persona designada para cubrir la feria. También estuvo presente por su campo Melissa Gallardo (Lauro Golf, Málaga).

Feria generalista de turismo, que reunió a 209 empresas expositoras, como mayoristas, representantes de agencias de viajes, compañías de transporte, organismos oficiales, empresas de turismo, hoteles, medios de comunicación, empresas de camping y caravanas e inmobiliarias, entre otras.

Feria por la que pasaron más de cien mil personas, según los datos oficiales de la organización. El número de visitantes fue elevado y el amplio espacio de que disponía Andalucía era uno de los más visitados, teniendo en cuenta que todas las comunidades autónomas estaban representadas. A pesar de todo, los compañeros de los diversos patronatos de turismo que llevan varios años visitando Bilbao para esta feria aseguran que ha bajado bastante el volumen de oferta y de visitas de un tiempo a esta parte.

El destino Andalucía es muy demandado por los vascos, que en líneas generales tienen un buen grado de conocimiento de nuestra oferta tanto de costa como de interior. La inmensa mayoría de las personas que se acercaron a nuestro stand a recabar información ya han estado en Andalucía varias veces y afirman que volverán, sin duda.

En lo que a golf se refiere, la presencia de jugadores en la Feria fue mínima. De hecho, eran muchas las personas que se acercaban atraídas por el cartel de Andalucía, pero que buscaban información turística diferente y les redirigíamos a los compañeros de los diferentes patronatos o ayuntamientos. El golf en Vizcaya, a diferencia de lo que, por fortuna, sucede cada vez más en Andalucía, se sigue viendo como un deporte elitista, al que la mayoría de la población no accede por este prejuicio, llevados por la costumbre de asociar golf a clubes como la Real Sociedad de Neguri, de más de un siglo de antigüedad, un club de socios prácticamente inaccesible y que es el que conocen de toda la vida. Eran muchas las personas que reaccionaban con sorpresa cuando venían a pedir información y les decíamos que nuestro stand era de golf y daban incluso un paso atrás.

El stand era un pequeño mostrador de un metro de ancho que se encontraba en un área específica para golf, separada de la oferta genérica de Andalucía. En esta zona había otros cinco pequeños mostradores con oferta de golf de comunidades como Madrid, localidades como Marbella y alguna empresa privada. El hecho de que la mayor parte del área de golf lo ocupara una zona con red para pegar bolas y un espacio para niños pequeños, todo gestionado por la escuela de golf de los hermanos Celles (profesores de Jon Rahm, ahora muy de moda), servía como reclamo, incluso para personas no practicantes. La localización del espacio de golf, cerca de la zona de restauración, también era ideal. Se echaba de menos, no obstante, una mayor señalización del área y también aumentar la iluminación, que era algo escasa.

Como hacemos en todas las ferias, se organizó un sorteo de green fees y estancias en los campos que tuvieron la gentileza de ofrecerlos. Dado que se trata de una feria de cliente final, no hubo contactos con touroperadores ni empresas.

ExpoVacaciones Bilbao no es una feria recomendable para vender nuestros campos de golf, porque el índice de jugadores federados que acude a interesarse por destinos po-



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

tenciales para pasar sus vacaciones de golf es puramente testimonial. Salvo que se quiera seguir insistiendo en este destino, el gasto no sea elevado y pueda merecer la pena y que la organización de la feria quiera potenciar el segmento de golf con alguna otra medida que pueda atraer a más jugadores, no es una acción recomendable.

En esta ocasión fueron muy pocos los campos que enviaron material para exponer. Hay que seguir insistiendo en que nos manden folletos lo más manejables posible y es deseable que contengan ofertas concretas. Los folletos de información genérica no son muy prácticos, porque esa información ya la puede encontrar todo el mundo en las páginas web de cada club.

IAGTO TROPHY, COSTA BLANCA (23 a 28 de MAYO)

Este año se ha celebrado el IAGTO Trophy en Alicante. Con el patrocinio de la Asociación de Campos de Golf de Costa Blanca, el Patronato de Alicante y Region of Valencia, IAGTO ha organizado este evento con el objetivo de fortalecer la promoción del turismo de golf en la zona y en España.

El destino anfitrión de este año ofreció, junto con IAGTO, la oportunidad de que el destino Andalucía pudiera estar presente durante la edición 2017 mediante la concesión de un número limitado de plazas. Turismo Andaluz nos ofreció la posibilidad de compartir mesa con ellos para el workshop, de manera que mientras Manuel Ortega promocionaba





REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

el Turismo en Andalucía, nosotros aportábamos nuestros datos sobre la oferta de golf en particular.

Aunque conocen Andalucía muy bien, no todos saben de las novedades de los últimos años, algo en lo que hemos hecho especial hincapié en las reuniones de 10 minutos. Más del 60 tour operadores de golf IAGTO se han reunido con resorts, campos de golf, hoteles y otros proveedores de turismo de golf de Costa Blanca. El evento ha incluido una serie de funciones de networking y un workshop con citas pre-establecidas y una sesión de speed dating, además del propio trofeo de golf celebrado en Villaitana.

A nivel global, el turismo de golf se encuentra en su sexto año de crecimiento consecutivo. Si somos capaces de mantener la calidad del producto y mantener una política de precios sensata, podemos consolidar el volumen del mercado actual y posiblemente ver ulterior crecimientos. Lamentablemente varios tour operadores ya están comentando que en la Costa del Sol algunos campos de golf están subiendo demasiado sus precios y difícilmente podrán enviar muchos golfistas a estos campos en el futuro. Destinos como Huelva, Cádiz y Almería ahora tienen una buena oportunidad de incrementar su cuota de mercado por la óptima relación calidad precios de sus paquetes de golf.

Se han mantenido conversaciones con los siguientes operadores:

Komu Group Sp.zo.o – PawelMuszynski
www.komugroup.eu
p.muszynski@komugroup.eu

Organizan viajes tanto en Polonia como en el extranjero. En su página Web ofrece varias zonas de golf de España pero una selección limitada de productos. Organiza viajes con profesionales de golf.

Old City Tour – Elena Popova
www.oldcity.ru
popova@oldcity.ru

Esta empresa trabaja en el mercado ruso desde 1992 y es un líder reconocido del turismo de excursión en Europa. Ofrecen viajes a todos los países de Europa y recientemente también viajes de golf.

Teeoff Travel – FrançoisCarpentier
www.teetravel.com
tiou34@gmail.com

Agencia especializada en golf que ofrece viajes a los mejores hoteles y campos de golf del mundo en su folleto y sitio web.

Premier Irish Golf Tours – David McMahon
www.premieririshgolftours.com
david.mcmahon@premieririshgolftours.com

Premier Irish Golf Tours fue creado por John y David McMahon (padre e hijo). Ambos son golfistas muy buenos con hándicap scratch en el caso de David que tiene su oficina



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

en Irlanda mientras John gestiona la oficina en Estados Unidos.

Phileas Fogg – Boris Burykin
www.ffogg.ru
www.Go2golf.ru
bburykin@gmail.com



COMITÉ COMERCIAL CAMPOS DE GOLF Y PROMOCION 2017



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Tour operador ruso que lleva en actividad 23 años. Organizan grupos, torneos y eventos tanto en Rusia como fuera.

Galaxy Travel – Marc D’haeseleer
www.galaxytravel.eu
www.golfpromo.be
marc@galaxytravel.eu
info@galaxytravel.eu

Operador vinculado con Tui. En su sitio web ofrece viajes de golf en los destinos más conocidos del mundo. En actividad desde hace 20 años.

Golftraveller – Kimmo Ekroth
www.golftraveller.com
kimmo.ekroth@golftraveller.com

GolfTraveller vende al por mayor productos de alta calidad. Los asociados a los cuales venden, pueden ser tour operadores de golf, agencias u organizaciones de viajes de ocio o corporativas que no tienen productos de golf existentes.

Golfpassi Ltd – Arto Kanerva
www.golfpassi.fi
arto.kanerva@golfpassi.fi

Golf Pass Ltd fue fundada en el año 2009. El fundador y director es Juha Passi. Golfpassi organiza viajes de golf de alta calidad a todos los destinos de golf más espectaculares del mundo.

Golfreisen1a – Martin Braun
www.golfreisen1a.com
info@golfreisen1a.com

Empresa especializada en el turismo de golf con 30 años de experiencia habiendo iniciado con Australia y Nueva Zelanda como destinos. Hoy ya ofrecen destinos europeos también.

Global Golf Travel Ltd – Henry Waddilove
www.globalgolftravel.net
henry@globalgolftravel.net

Global Golf Travel es un tour operador de golf con mucha experiencia. Se ocupa de viajes para grupos pequeños de 4 o 8 personas como también grupos más amplios o días corporativos. Colabora solamente con hoteles de cuatro y cinco estrellas.

Golf Escapes – Mike Bryant
www.golf-escapes.com
mike@golf-escapes.com

Con más de 60 años de experiencia organizando viajes, Golf Escapes ofrece los principales destinos de golf en el mundo. Son miembros de ABTA y IAGTO y tienen licencia ATOL.

Red Tee Breaks – Sarah Forrest
www.redteebreaks.com



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

sarah@redteebreaks.com

Red Tee Breaks es un tour operador de golf atípico. Organiza eventos y torneos de golf en el Reino Unido y ahora también al extranjero. Sarah colabora con una estación radio y varias revistas como freelance comentando sus experiencias de golf.

Your Golf Travel – Jessica Brown
www.yourgolftravel.com
jessica.brown@yourgolftravel.com

Se trata de uno de los tour operadores de golf con más éxito en el Reino Unido conjuntamente con su gran rival Golf Breaks. La misión de Jessica es de colaborar con los Patronatos para conseguir premios para los torneos que organizan en los varios destinos.

Out of Bounds Golfresor – Sanna Elvin
www.outofbounds.se
sanna.elvin@outofbounds.se

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

Glencor Golf – Peter Renton
www.glencorgolf.com
peter.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.

Quality Golf Destinations – Kevin Warburton
www.qualitygolfdestinations.com
kev@qualitygolfdestinations.com

Ofrecen vacaciones de golf hechos a medida a los destinos de golf más importantes como Tailandia, Chipre, Turquía, Marruecos, Irlanda, España, Portugal, Dubái, Sudáfrica, la Riviera francesa y Europa del Este.

También se especializan en las academias de formación de golf ofreciendo viajes a Resorts que pueden ofrecer una infraestructura de enseñanza.

Golfbreaks.com – Cameron Ritchie
critchie@golfbreaks.com
www.golfbreaks.com

Se trata de uno de los tour operadores de golf con más éxito en el Reino Unido conjuntamente con su gran rival Your Golf Travel.



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Simply Golf Travel – Paul Baker
sales@simplygolftravel.com
www.simplygolftravel.com

Simply Golf Travel es una empresa especializada en viajes de golf, miembro de IAGTO, que tiene varios años de experiencia con Golf The Costas vendiendo viajes de golf hacia las costas españolas. Paul Baker habla español. Ahora con Simply Golf Travel han ampliado el abanico de destinos para hacer frente a las peticiones de sus clientes.

Northumbria Golf Breaks – Wendy Mabbott
wendy@golfnorthumbria.com
www.golfnorthumbria.com

Este turoperador viene organizando vacaciones de golf a España desde 1996. Miembro de IAGTO, tienen muy buen conocimiento de la oferta de golf en el país.

Green Velvet – Giancarlo Nannini
www.greenvelvet.it
giancarlo.nannini@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.

NORDEA MASTERS, BARSEBÄCK -SUECIA- (1 A 4 JUNIO)

Este año el Nordea Masters se ha celebrado nuevamente en Malmö, al sur del país. Esta localidad se aprovecha de la proximidad con Copenhague, que está a tan solo media hora de coche, para conseguir un buen número de visitantes. La asistencia a lo largo de los cuatro días ha sido de unas 60.000 personas. Hemos asistido dentro del stand de Turismo Andaluz, pero debido a la ubicación poco afortunada, han pasado menos visitantes del previsto por el stand.

Suecia sigue siendo uno de los países emisores de turistas de golf más importantes para nuestra zona. Con una población de nueve millones de habitantes tienen 600,000 federados de golf y aproximadamente 200,000 golfistas no federados. Cuentan ya con 500 campos de golf federados y otros 200 campos comerciales.

El público en general ha comentado lo mismo de cara al futuro para nuestro destino; no subir demasiado los precios y volveremos. Si somos capaces de implementar una política de precios razonable, podremos mantener la cuota de mercado actual y posiblemente incrementarla ligeramente no obstante que son ya seis años de subidas en España. Casi todas las personas que han pasado por el stand querían solamente una guía de campos o un pen drive, paquetes de golf y mapas de la zona con los campos.

A pesar de ser un evento prácticamente dirigido a la captación del cliente individual, también se mantuvieron conversaciones con los siguientes tour operadores:

Golf Plaisir - Mikael Erdtman (responsable grupos Pro)
mikael.erdtman@golfplaisir.se



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

www.golfplaisir.se

Time Travel AB – Ronnie Olovsson
ronnie@timetravel.se
www.timetravel.se

ClassicGolf – Kristian Munck
www.classicgolf.dk
km@classicgolf.dk

Golf Joy Travel – Marfkus Wephton
www.golfjoy.se
markus@golfjoy.se

Golfbreaks Scandinavia – Jesper Black Jensen
www.golfbreaks.com
jblack@golfbreaks.com
Berglund Travel – Patrik Berglund
www.berglundtravel.se
patrik@berglundtravel.se

Easton Golf – Sara Nilsson (Division Manager)
sara@eastongolf.se
www.eastongolf.se

Golf Martin Travel – Martin Johannisson
www.golfmartintravel.se
martin@golfmartin.com

Golf4life – Jorgen Moller Nielsen
www.golf4life.dk
info@golf4life.dk

Sweet Spot Travel – Mikael Jensen
www.sweetspottravel.dk
mikael@sweetspottravel.dk

Starttiden – Hakan Nilsson
www.starttiden.se
info@starttiden.se

BMW OPEN, MUNICH (21 A 25 JUNIO)

El stand era la Real Federación Andaluza de Golf compartido con Turismo Andaluz. Por parte del comité que se desplazan para cubrir el evento Jesús Pérez Camino -Costa Ballena Golf- y Joan Resina Alvarez -Isla Canela Golf.

Los miembros de otros campos que asisten son Enrique Medina -Montecastillo Golf- y Salvador Alarcón -Fair Play.

Si valoramos el número de visitantes del 1 al 10, siendo 10 muy visitado, podemos



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

valorar las visitas a nuestro stand en un 6. La asistencia al evento en número de visitas fue la siguiente:

- Jueves 22: Más de 12.0000 asistentes
- Viernes 23: Más de 15.000 asistentes
- Sábado 24: Más de 20.000 asistentes
- Domingo 25: Aproximadamente 30.000 asistentes

La mayoría de visitantes conocen nuestro destino, mayormente Costa del Sol en general, Novo Sancti Petri y el resto de la costa gaditana. El resto de las zonas de Andalucía apenas han sido visitadas por el público asistente. Los visitantes alaban la calidad de los campos, el alojamiento, la gastronomía y la amabilidad del personal de los establecimientos. Algunos de los visitantes son propietarios de apartamento en la zona de Costa del Sol, como segunda residencia.

Se ha notado un interés pujante en la zona de la Costa de la Luz de Cádiz. La comercialización debe realizarse a través de TTOO y agencias especializadas en viajes de golf. Es interesante llevar a este tipo de eventos ofertas de alojamiento + golf que puedan llevarse los visitantes.

Hay que destacar la involucración y compromiso por parte del personal del comité en la promoción del golf en Andalucía y también de los miembros de campos que asisten. La guía de golf de la Federación y el plano de situación de los campos, son dos herramientas muy útiles para informar a los visitantes de los diferentes campos disponibles y los aeropuertos de destino.

La asistencia a este tipo de eventos de la Federación conjuntamente con Turismo Andaluz es un valor añadido para los visitantes pues no solo informamos de golf sino de las actividades de interés que ayudan a hacer el producto mucho más atractivo. La guía KULTURTOURISMUS de Turismo de Andalucía es muy apreciada por los visitantes.

Contactos conseguidos:

- Base datos golfistas.
- Agencia de Viajes y Tour Operadores

Los principales touroperadores/agencias asistentes que contaron con stand propio en el recinto fueron:

- Classic Golf Tours:
Dieter Lindner dieter.lindner@cbt-reisen.de

- GolfTime Tours:
Elke Böhnke eb@golftimetours.com

- Matrix Golf Reisen:
Ugur Akca akca@matrixgolffreisen.de

- Golf Extra:
Erguel Altinova erguel.altinova@emu-travel.com



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

- H&H Golf:

Taylan Meltem t.meltem@hhgolf.at
(Este último es Austriaco, no alemán)

De manera itinerante (sin stand) acudieron a nuestro stand:

-Golf Guide Tours:

Jürgen Kanzler juerguen.kanzler@golfguidetours.com

-GolfReisen1a.com:

Martin Braun info@golfreisen1a.com

Conclusión:

Venimos a esta acción con el motivo principal de fidelizar e incrementar el mercado alemán. El mercado alemán sigue siendo potencial para nuestra oferta de golf. En concreto la Costa del Sol y la Costa de la Luz de Cádiz. En esos dos destinos seguro que seguimos cosechando éxito pues es un producto de calidad tanto en referencia a los campos de golf, el alojamiento y la oferta de ocio y gastronomía. En el resto de destino de golf en Andalucía existe un problema de vuelos para poder acceder durante el invierno sobre todo en Almería y Huelva.

Debemos seguir viniendo, es un evento con una afluencia de público enorme y con un poder adquisitivo elevado. La organización del evento es impecable.



BMW OPEN



SENIOR OPEN CHAMPIONSHIP, GALES (27 A 30 JULIO)

El Senior Open Championship es una competición co-sancionada por el Champions Tour y el European Senior Tour, segundo Major del año tras el US Open. Este año se disputó en el Royal Porthcawl de País de Gales, que ya fuera sede hace tres años de este mismo torneo.

Las personas que han representado a la Federación han sido Marco Polacci, Francisco Venegas (Alborán Golf, Almería). No han asistido ningún miembro de otros campos.

Desarrollo del evento:

- Hacía varios años que la Federación no tomaba parte en este evento, al que no ha acudido de la mano de Turismo Andaluz, sino con stand propio de 5 x 3 metros. El stand estaba ubicado en el village del campo de golf, en la zona destinada a restauración y junto al leaderboard, una zona bastante visitada.
- Aún no se han hecho públicas las cifras de asistencia de público, pero en la edición anterior se alcanzaron los 50.000 espectadores. Probablemente ese número sea sensiblemente menor, dado que el tiempo fue bastante peor que en la edición de 2014.
- Los seguidores del European Senior Tour son principalmente jugadores de golf mayores de 45 años y con un poder adquisitivo medio-alto. Los rigores climatológicos de su país les impulsan a viajar a lo largo del año en una o más ocasiones y buscan destinos donde, precisamente, el tiempo no sea un hándicap más para jugar. En el caso de los ya jubilados, se da, además, la circunstancia de que tienen tiempo para pasar medias y largas estancias en escenarios más favorables que el suyo. Por este lado, la acción parece ideal para los intereses de nuestros campos.
- El espacio destinado a stands estaba ocupado por siete expositores. Como destino de golf solo estábamos Andalucía y la Comunidad de Murcia. El resto de stands eran de Turismo de Gales y empresas que ofrecían productos de golf y otros.
- Nuestro espacio era bastante bueno. Teníamos dos mostradores y espacio suficiente para que pudiéramos desarrollar bien nuestro trabajo. Salió todo el material que se mandó: folletos de campos, que no eran muchos (Los Arqueros, Añoreta, Baviera, Marbella Golf, Atalaya, Real de Sevilla, Alborán Golf, Montecastillo, San Roque, La Estancia y Doña Julia), y las guías, una vez más el producto estrella y el más demandado. La visibilidad del stand era muy buena y la asistencia recibida por parte del personal de organización fue muy correcta.
- El tiempo fue el caballo de batalla de este Senior Open, porque restó afluencia al torneo. Temperatura baja, para finales de julio, lluvia y un fuerte viento no fueron los mejores aliados para que tuviéramos muchos visitantes.
- Las personas que se acercaron al stand mostraban un amplio conocimiento de nuestro destino. En muchos casos tenían propiedades en Andalucía o habían visitado nuestros campos varios años. Las zonas que mejor conocían eran la Costa del Sol y también la zona de Huelva y Sevilla, por la conexión aérea directa con Faro, en Portugal. En su mayoría habían jugado varios campos y tenían muy buen concepto de Andalucía, tanto de los campos como del clima. Las zonas de competencia a las que hacían referencia eran,



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

principalmente, el sur de Portugal, Murcia, Alicante y Cataluña.

- Como hacemos en todas las ferias, se organizó un sorteo de green fees (no había estancias en esta ocasión) en los campos que tuvieron la gentileza de ofrecerlos. Tuvimos un buen número de direcciones registradas.

Conclusión:

La acción es recomendable, porque el cliente tiene un perfil muy interesante para nuestro destino y está convencido de la idoneidad de venir a jugar a Andalucía. El año que viene, además, se jugará en St. Andrews, con lo que puede ser una acción a tener en cuenta.



SENIOR OPEN

OMEGA EUROPEAN MASTERS, SUIZA (7 A 9 SEPTIEMBRE)

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

El campeonato se celebró del 7 al 10 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.

Los organizadores han intentado nuevamente invitar jugadores de un cierto nombre para conseguir elevar el nivel de este torneo que ha tenido grandes jugadores en ediciones anteriores. En parte lo han conseguido ya que participaron jugadores como Lee Westwood, Danny Willett, Chris Wood, Alex Noren aparte los habituales como Matteo Manassero y Edoardo Molinari entre muchos otros.

Afortunadamente ha participado también Miguel Ángel Jiménez que en Crans Montana es de casa después de más de 25 años de participación y una victoria. Jugador carismático y una gran atracción para el público.

Este año la asistencia, como viene siendo ya la norma en los últimos años, ha su-



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

perado los cuarenta y cinco mil visitantes durante la semana del torneo.

El mercado Suizo es un mercado muy maduro y sólido en Andalucía.

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

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

Suiza es un país emisor de turistas de golf de calidad más que de cantidad. El público asistente ha mostrado conocimiento e interés y muchas de las personas con las cuales se han mantenido conversaciones tienen una propiedad en España por tanto tienen interés en conocer las ofertas de los campos de golf.

La gran atracción en el stand ha sido sin duda la degustación de un jamón pata negra que ha provocado muchas visitas de Miguel Ángel Jiménez como también de varios jugadores profesionales y muchísimo público, todos allí para degustar uno de los productos gastronómicos estrella que ofrece Andalucía.

Se repartió casi la totalidad de la publicidad que nos han hecho llegar los campos. La totalidad de las guías de golf así como los mapas por zonas de Andalucía fueron entregadas.



OMEGA



OMEGA

KLM OPEN, SPIJK - HOLANDA (14 A 17 SEPTIEMBRE)

El KLM Open celebra este año el 98 edición de este torneo, posiblemente unos de los más prestigiosos de Europa.

Atrae a muchos jugadores de renombre como Ernie Els (se ausentó ya que vive en Miami y con el tornado Irma no pudo venir), Lee Westwood, Padraig Harrington, Martin Lafeber, Alejandro Cañizares, Alvaro Quirós, Eduardo de la Riva,.....

Este año tenía la gran atracción de tener al campeón Holandés Joost Luiten intentando ganar su tercer KLM Open (lograría atraer una masa enorme de seguidores) aunque finalmente lo gano Romain Wattel.

Desde el año anterior se incrementó el importe total del torneo a 1.800.000€ con el primer premio de 300.000€ lo cual atrae igualmente a muchos jugadores de alto nivel. El patrocinador principal es KLM desde hace 11 años, desde hace un par de años ING, Heineken y el contrato con Volvo se renovó este año.

La zona de stands está localizada en la entrada única y principal del campo de golf obligando a todos los visitantes pasar por ellos a la entrada y salida de su visita.

Este año, posiblemente por la intensa lluvia, viento y frío del primer día, no acudieron muchos visitantes al torneo aunque los que visitaban el stand nuestro tenían mucho interés en la información sobre golf en Andalucía.

Tienen un conocimiento bastante bueno sobre nuestros campos de golf, acababan algunos de venir o volaban este invierno a probar nuestros campos.



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

No hubo quejas de precios de green fees como otros años anteriores, ni por mala calidad de campos o servicio. En general tienen una muy buena imagen de los campos de Andalucía.

Este año no han visitado el stand de la RFGA los típicos profesionales de golf buscando gangas o lugares donde ir con sus grupos.

Los números de visitantes del KLM Open de este año son parecidos al del 2016 con 45.000 visitantes según la organización.

La Federación holandesa intentó con varias fórmulas introducir el golf en la juventud, todas fracasaron, por eso crearon el programa RAAK con este método hubo muchísimo interés entre los colegios de niños durante el KLM Open.

Según la federación de Holanda, tienen 381.584 jugadores (2016) con un incremento de 1% con el año anterior.



En el gráfico vertical la edad de los jugadores y horizontal azul los jugadores masculinos y en blanco las señoras.

En el Village y stands presentes estaban :

Executive Golf Travel – Jaco Buitenhek (product & sales manager)
www.executivetravel.nl jaco@executivetravel.nl
Agencia de golf, socio del IAGTO.

Golftime Travel – Nadine van Megen (reisspecialist) Boudewijn Damler (director general)
www.golftime.nl nvanmegen@golftime.nl boudewijn.damler@golftime.nl



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

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

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

Pin High Golf Travel – Marianne Kortekaas marianne.kortekaas@pinhigh.com www.pinhigh.nl + 31 (0) 23 556 96 49

Go4GolfReizen - Peter van Pelt en Bernadette Callewaert info@go4golfreizen.nl +31 (0)6 23445277

SingleGolfers.nl – Jolanda van Uijtert info@singlegolfers.nl www.singlegolfers.nl +31 (0) 6 2063 4987

Golfreizen – Mark Vijver mark.vijver@golfreizen.nl www.golfreizen.nl

FORO INTERNACIONAL DE TURISMO DE GOLF - ANDALUCIA VALDERRAMA MASTERS (18 A 22 DE OCTUBRE)

Entre los días 18 y 22 de octubre, y coincidiendo con la celebración del Andalucía Valderrama Masters, Turismo Andaluz organizó el "International Golf TourismForum", una acción receptiva que ha estado considerada por la propia Consejería de Turismo y Deporte como uno de los eventos promocionales más importantes del año. La Real Federación Andaluza de Golf estuvo representada en el evento por M^a Rosa Giménez de la Riva (Relaciones Institucionales y Comunicación de la Real Federación Andaluza de Golf).

En total, medio centenar de touroperadores especializados en golf asistieron al encuentro, que contó con la colaboración de Turespaña, a través de su red de OETs, y de los Patronatos de Costa del Sol y Cádiz. Dentro del programa –que incluyó visitas a varios campos de la zona, asistencia al Valderrama Masters y torneo de golf en La Reserva- la mañana del jueves 19, tuvo lugar en el Hotel Almenara la celebración de un workshop que sirvió de punto de encuentro entre los agentes participantes en el foro y los campos de golf, hoteles y demás oferta golfística andaluza.

El evento resultó un éxito, y así lo han confirmado tantolos cincuenta tourperadores especializados en golf que acudieron al foro, comolos campos que estuvieron presentes.





Presencia de la Real Federación Andaluza de Golf en el Foro Internacional de Turismo de Golf

El objetivo con el asistimos a este evento es el mismo que perseguimos cuando participamos en otras acciones de este tipo, como es la International Golf TravelMarket: servir de enlace entre los tourperadores interesados en nuestro destino de golf y los más de 90 campos federados de Andalucía, y ayudar o asesorar al touroperador en cualquier cuestión institucional o administrativa que nos puedan plantear.

Con la presencia de la Federación, buscábamos reforzar la presencia de aquellos campos que asististeis al foro y, muy especialmente, representar en la medida de lo posible a aquellos que no pudisteis asistir al evento. En estos casos, aprovechamos para recordaros que, en este tipo de eventos, cualquier campo federado puede hacernos llegar toda información que quiera que le sea transmitida a los touroperadores y nos encargaremos de hacérsela llegar.

Lo primero que buscamos es que el touroperador nos conozca y sepa que puede dirigirse a la Real Federación Andaluza de Golf para cualquier duda, sugerencia o información que pueda necesitar de nosotros a la hora de desarrollar su negocio en Andalucía, y que estaremos encantados de ayudarlos.

En segundo lugar, queremos transmitirles la misma idea en la que estamos trabajando durante estos últimos años, en cada feria o evento a la que asistimos en el extranjero: Andalucía es mucho más que un destino turístico de golf... es un conjunto de destinos turísticos de golf, cada uno de ellos único y diferente al resto, con una oferta complementaria y una calidad en sus servicios que hace que el jugador pueda volver año tras año a visitarnos y siempre le queden nuevas zonas y nuevos campos por descubrir.

Por eso, al comienzo de las entrevistas que mantenemos con los touroperadores, les hacemos entrega de un dossier, elaborado por el Comité Comercial de Campos de la RFGA, en el que se incluye una pequeña ficha con los datos de contacto de la persona encargada del departamento comercial de cada uno de los campos federados andaluces, así como las opciones de alojamiento que ofrece el campo y cualquier otra información adicional que el campo desee incluir.

En el dossier, la información se presenta dividiendo Andalucía y sus campos en diferentes destinos de golf: Málaga y Costa de Sol, Cádiz Atlántica, Almería, Huelva, Sevilla, y Campos de Interior (Granada, Córdoba y Jaén). Al principio del mismo, se incluye un mapa con esta división por zonas, marcando los campos de golf y destacando los aeropuertos cercanos. Al final, se adjunta una lista de conexiones con vuelos directos desde los aeropuertos andaluces.

A continuación, mantenemos una pequeña entrevista con los tourperadores, en las que les pedimos que nos trasladen sus impresiones sobre Andalucía como destino turístico de golf, las zonas en las que más interesados están, con cuáles ya trabajan y cuáles no conocen aún, qué información necesitan y, en definitiva, cómo les podemos ayudar.

De esta forma, intentamos que las reuniones que mantengamos en este tipo de eventos sean productivas en ambos sentidos. Por un lado, queremos hacer llegar al touroperador una información clara, útil y detallada sobre Andalucía y nuestros campos, y que



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

sepa dónde encontrarnos para cualquier ayuda que necesite en el futuro. Por otro lado, queremos trasladaros a vosotros las impresiones o peticiones que ellos nos transmiten. Y ese es el objetivo de este informe.

ProGolfReisen

- País: Alemania (Leverkusen)
- Contacto: Alfred Geldmacher
- Teléfono: +49 21455085
- Correo electrónico: mail@progolf-reisen.de
- Página web: www.progolf-reisen.de

Llevan más de 25 años trabajando con Andalucía, y somos su tercer destino dentro de España, por detrás de Mallorca y Canarias. Ya trabajan con muchos campos de las zonas de Málaga, Costa del Sol, Sotogrande y Cádiz Atlántica, que siguen siendo las zonas en las que más interesados están, por las conexiones con vuelos desde Alemania. Buscan hoteles y campos de golf de alta calidad, para grupos no muy grandes de, normalmente, unas 12 o 15 personas.

Golf ReisenEvents

- País: Alemania (Munich)
- Contacto: HeidePernot
- Teléfono: +49 1714662122
- Correo electrónico: hpernot@yahoo.de
- Página web: <http://www.golfreisen-events.de/>

Touroperador con base en Munich y 20 años trabajando en vacaciones de golf personalizadas, incluyendo vuelos, oferta complementaria y coches de alquiler. Al igual que en el caso anterior, la facilidad de vuelos desde Alemania a Jerez y Málaga hace que las zonas de Costa del Sol y Cádiz sean las que más le interesan. No obstante, comentaba que conoce los campos del norte de Almería y que es una zona que también le ha gustado mucho, pero que necesita recibir información de vuelos y acceso para poder trabajar.

En la zona de Málaga, preguntaba por la gran oferta museística que la ciudad ofrece, pues le parecía interesante poder ofrecer paquetes de golf, con museos y actividades culturales complementarias en Málaga para ver y hacer en el día libre o después de jugar. Golfsportreise.de

- País: Alemania (Wuppertal)
- Contacto: DieterWeidenbach
- Teléfono: +49 172 76 38 198
- Correo electrónico: sport-weidenbach@t-online.de
- Página web: <http://www.golfsportreise.de/>

Ya conocen casi todas las zonas de Andalucía, siendo la Costa del Sol, Málaga y la parte mediterránea de Cádiz las que más le interesan. Le queda por conocer un poco más sobre Sevilla y Córdoba, por lo que le gustaría recibir más información sobre ellas y su oferta turística, tanto de golf como complementaria.

Fairway

- País: Alemania (Gruenberg)
- Contacto: Laura Hoffman



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

- Teléfono: +49 640191240
- Correo electrónico: info@fairway-golfreisen.de
- Página web: <http://www.fairway-golfreisen.de/>

Ya trabaja con Costa del Sol, Costa de la Luz y Cádiz Atlántica, siendo las zonas que más le siguen interesando para desarrollar su negocio y señalando, una vez más, la dificultad para volar a otras zonas que le podrían atraer, como es Almería.

GRUBER Golfreisen

- País: Austria (Graz)
- Contacto: JulienBacques
- Teléfono: +43 3167089 5512
- Correo electrónico: julien@gruber-golfreisen.at
- Página web: <http://www.gruber-golfreisen.at/>

Ya trabaja con campos de Marbella, Estepona, Huelva y Málaga, ya que desde Austria tienen vuelos directos a los aeropuertos de Málaga y Faro. No trabajan con otros destinos por esa razón, por la dificultad para llegar a otras zonas en las que estarían interesados, como puede ser Cádiz Atlántica. Lamentaba no tener vuelos directos al aeropuerto de Jerez.

Busca resorts que permitan al jugador ir andando desde el alojamiento al campo y viceversa, y comentaba que echa de menos en Andalucía tanto ese tipo de complejos, como una oferta de hoteles de calidad alta que trabajen con todo incluido. Como puntos fuertes, señalaba la gran concentración de campos de golf que tenemos en Andalucía y la calidad de los mismos, además de la gastronomía, el servicio y, por supuesto, nuestro excelente clima.

SpringerReisen

- País: Austria (Graz)
- Contacto: Christian Jaritz
- Teléfono: +43 67688177500
- Correo electrónico: christian.jaritz@springerreisen.at
- Página web: www.springerreisen.at

Las zonas que mejor conoce son las de Marbella y Estepona que –junto a la provincia de Málaga y Costa del Sol, en general, por vuelos directos con Viena- siguen siendo las que más le interesan. No obstante, nos dice que sabe que le quedan aún muchos campos en estas áreas por descubrir, por lo que está interesado en recibir más información. Le gustaría tener la posibilidad de organizar famtrips para poder ver hoteles y campos de golf por sí mismo, tanto en Málaga y Costa del Sol como en otras áreas.

Golf by Ratio – Maretours

- País: Bélgica (Oostende)
- Contacto: Freddy Clauwaert y Piet De Schepper
- Teléfono: +32 491523082, +32 495246930
- Correo electrónico: freddy.clauwaert@gmail.com, descjep@gmail.be, piet@golbyratio.com
- Página web: <http://www.golbyratio.com/>, <http://www.maretourgolf.be/>



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Señala que aproximadamente el 22 por ciento de su volumen de negocio total lo realiza con España y que Andalucía representa la mitad de ese porcentaje. Hasta ahora, trabaja especialmente con la Costa de la Luz, y señala que Cádiz Atlántica, seguida de Huelva y Almería son las zonas en las que más interesado en conocer está.

Además, comentaba que quiere descubrir lo que él llamaba las "gemas ocultas" de Andalucía, por lo que toda la zona de interior o menos conocida, también le interesaría. Será bueno enviarle ofertas de golf y turismo cultural.

Para sus grupos, es importante tener alojamiento con pensión completa o con media pensión y bar abierto entre las 17 y las 23 horas.

Agradeció mucho la información y los datos de contactos con nuestros campos y se mostraba muy satisfecho con la organización del foro de golf.

Classic Golf

- País: Dinamarca (Nivaa)
- Contacto: Christine Faaborg-Andersen
- Teléfono: +45 22117876
- Correo electrónico: cfa@classicgolf.dk
- Página web: <http://www.classicgolf.dk/>

Ya conocen bien Andalucía –de la que destacan la calidad de los campos y el excelente clima como puntos más fuertes- y realizan gran parte de su negocio con campos andaluces, pero comentaba que siempre están deseando encontrar nuevas zonas y campos con los que trabajar. Del 70 por ciento que, aproximadamente, representa España en su volumen de negocio, la mitad lo realizan en Andalucía, en la Costa del Sol.

Ahora que, según comentaba, ya conocen todos los campos de la Costa del Sol, se muestran especialmente interesados por la provincia de Cádiz y, probablemente, también la de Almería. Están interesados en vacaciones de larga estancia en apartamentos.

Golf Resepti

- País: Finlandia (Helsinki)
- Contacto: Hanna-Kaisa Sorjonen
- Teléfono: +35 8407227227
- Correo electrónico: info@golfresepti.fi
- Página web: <http://www.golfresepti.fi/>

Touroperador finlandés con más de 20 años de experiencia en la organización de viajes de golf especializados y de alta calidad. También son organizadores de la Feria de Golf de Helsinki.

Ya conoce y trabaja con las zonas de Málaga y Almería y está especialmente interesado en viajes de larga estancia (4-6 semanas), durante los que jugar en 3 ó 4 campos diferentes. Buscan campos cercanos entre sí, de forma que puedan moverse de uno a otro en coche de alquiler con un trayecto aproximado de entre 20 y 45 kilómetros. Nos pide paquetes de varios campos y hotel con fácil comunicación entre sí.

Además, nos comenta que está actualizando su página web y que necesita fotografías de calidad de los campos andaluces para poder vender nuestro destino.



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Golf Plus Voyages

- País: Francia (París)
- Contacto: Sabrina Giannoni
- Teléfono: +33 155373740
- Correo electrónico: sgiannoni@golfplusvoyages.com
- Página web: <http://www.golfplusvoyages.com/>

Ya trabaja con Málaga, Huelva y Sevilla, por las conexiones directas con vuelos desde París. No obstante, conoce toda Andalucía menos Almería de la que nos pide más información.

3D Golfvakanties

- País: Holanda (Uithoorn)
- Contacto: BertTrommelen
- Teléfono: +31 297531322
- Correo electrónico: b.trommelen@3dgolf.nl
- Página web: <http://www.3dgolf.nl/>, <http://www.jointhepro.nl/>

Nos pide paquetes que incluyan golf, alojamiento y oferta complementaria en Málaga. Comentaba que encuentra la zona de Marbella y la costa ya muy colapsada, y que está buscando cosas diferentes, pero dentro de la provincia malagueña. Quiere información de campos de golf malagueños más cercanos a la capital, con propuesta de un par de hoteles diferentes, y con actividades complementarias, como museos y oferta cultural.

Pin High Golftravel

- País: Holanda (Hoofddrop)
- Contacto: Marianne Kortekaas
- Teléfono: +31235615305
- Correo electrónico: info@pinhigh.com
- Página web: <http://www.pinhigh.nl/>

Ya trabajan durante los meses de invierno con Costa del Sol, Huelva y Cádiz Atlántica, que siguen siendo las zonas que más le interesan, aunque nos pide también información sobre los campos de la zona de interior.

Valora mucho la relación calidad-precio de nuestro destino turístico, especialmente en la zona de Huelva, la cercanía a Holanda con vuelos directos y, por supuesto, nuestro tiempo.

Heimsferdir/GolfskolinnThin

- País: Islandia (Kopavogur)
- Contacto: HordurHinrikArnarson
- Teléfono: +354 5951949
- Correo electrónico: sport@heimsferdir.is
- Página web: www.heimsferdir.is

Tiene vuelos chárter a Jerez, por lo que trabaja con la parte Atlántica de Cádiz, que sigue siendo la que más le interesa, pero nos dice que estará encantado de recibir más



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

información de los campos de Sevilla, Málaga, Almería y otras zonas de Andalucía, para estudiar la posibilidad de llevar grupos.

En España, también organizan viajes de golf a Alicante y Canarias.

N-U-R Neckermannkft

- País: Hungría (Budapest)
- Contacto: VeronikaBékefi
- Teléfono: +36 13095920
- Correo electrónico: bekefi.veronika@neckermann.hu
- Página web: <http://www.neckermann.hu/>

Organizan viajes de golf cuya duración va desde una semana hasta tres semanas y el único problema que encuentra al trabajar con Andalucía son los vuelos. Ya conoce la zona de la Costa del Sol, pero necesitan conocer nuevas áreas, sabiendo que buscan un nivel de campos y alojamiento alto.

GrappaGroup

- País: Noruega (Bekkestua)
- Contacto: JanDybsjord
- Teléfono: +47 90084150
- Correo electrónico: jan@grappagroup.no
- Página web: <http://www.grappagolfreiser.no/>

Trabaja especialmente con Portugal y España. España supone el 25 por ciento de su volumen de negocio total, siendo Andalucía el 15 por ciento. Hasta ahora, sus grupos vuelan a Málaga y trabajan con campos de la zona de Marbella especialmente. Además, también hay grupos que vuelan a Málaga y desde ahí se mueven hacia la zona de Cádiz Atlántica, ya que no tienen vuelos directos con Jerez. La duración de los viajes es, normalmente, de una semana.

Quieren recibir información de más áreas con las que trabajar en Andalucía como ya lo están haciendo con Málaga o la zona de Jerez, y está especialmente interesado en paquetes de hoteles, golf y transfer. Dice que ese es el punto débil que encuentra a la hora de trabajar con Andalucía, la falta de cooperación entre campos y hoteles.

Clube Viajar

- País: Portugal (Porto)
- Contacto: Augusto Morais
- Teléfono: +351 225501940
- Correo electrónico: augusto.morais@clubeviajar.pt
- Página web: <http://www.clubeviajar.pt/>

Fundada en 1995, Clube Viajar es una agencia de viajes y operador turístico con oficinas en Lisboa, Oporto y Aveiro. Está especialmente interesado en Málaga, por la conexión con vuelo directo con Lisboa, pero comenta que también tiene vuelos chárter desde Oporto a Almería, por lo que se interesa por los campos de la provincia, para viajes de una semana.



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Viagens Abreu

- País: Portugal (Linda a Velha)
- Contacto: Jorge Abreu
- Teléfono: +351 966779703
- Correo electrónico:jabreu@abreu.pt
- Página web:<http://www.abreu.pt/>

Conoce bien Andalucía, aunque especialmente trabaja con Cádiz Atlántica y Sotogrande. Nos pide información de Sevilla y sus campos para llevar un grupo de jugadores grande. Para las vacaciones de verano, y por cercanía y precios, ya trabaja y está especialmente interesado en los campos de Huelva. Además, está interesado en recibir información de campos y hoteles pequeños en las zonas de Málaga y Marbella.

Red Tee Breaks and Golf Guru Group

- País: Reino Unido. Gloucester (Inglaterra)
- Contacto: Sarah Forest
- Teléfono: +44 1452780988
- Correo electrónico:sarah@redteebreaks.com
- Página web:<http://www.redteebreaks.com/>

Se trata de una agencia especializada en viajes de golf dirigidos al público femenino que, además, realiza otras actividades relacionadas con la comunicación y la organización de eventos.

El año que viene comienza a trabajar con Almería, la zona de Andalucía en la que más interesada está actualmente. Además, quiere saber más sobre la provincia de Cádiz, tanto de la zona de Sotogrande, como de la parte Atlántica. El perfil de sus clientes son grupos de jugadoras que quieren recibir clases de golf en el campo.

Ella es periodista y comentaba que ha escrito mucho sobre Andalucía, pero que sabe que queda muchísimo más por hacer, por lo que quiere seguir conociendo y descubriendo nuestro destino. Escribe para revistas en Reino Unido y también en su blog, que recibe visitas especialmente de Reino Unido y Estados Unidos. Se muestra muy agradecida con la labor que Turismo Andaluz está realizando para mostrar Andalucía y también valoró mucho la información que desde la RFGA le facilitamos sobre nuestros campos.

Presencia de la Real Federación Andaluza de Golf en el Andalucía Valderrama Masters

Tras la celebración del Foro de Golf el jueves, entre el viernes 20 y el domingo 22 de octubre, la Real Federación Andaluza de Golf estuvo igualmente representada en el stand de Turismo Andaluz a la entrada del Andalucía Valderrama Masters.

Valderrama es uno de los pocos campos que, al ser sede de un torneo, tiene la fuerza y el nombre suficiente como para que haya gente que coja un avión para asistir de público. De tal modo, por delante del stand en Valderrama pasaban turistas de golf, que mostraron su interés es nuestro destino.

Como siempre, tanto las guías de campos de la Real Federación Andaluza de Golf, como los mapas de carreteras editados para las diferentes zonas andaluzas tuvieron una excelente acogida, agotándose todo el material que se llevó al evento antes de que conclu-



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

yese la última jornada.

En cuanto a los mapas de carreteras, recordamos que hasta el momento se han editado los de Costa del Sol, Huelva, Sevilla y Almería, y se está trabajando en los de Cádiz y zona de Interior.

Junto a Turismo Andaluz y la Real Federación Andaluza de Golf, también estuvieron en el stand representantes del Turismo y Planificación Costa del Sol, el Patronato de Tu-



rismo de Cádiz, y el Patronato de Turismo de Sevilla, además de algunos campos de golf, como La Cala, Marbella Golf, La Cañada o Torrequebrada.

IGTM, (11 A 14 DICIEMBRE)

Un año más, la Real Federación Andaluza de Golf ha participado en una nueva edición de la International Golf Travel Market- el principal punto de encuentro internacional especializado en turismo de golf- que esta vez se celebró en Cannes, entre el 11 y el 14 de diciembre de 2017.

La Real Federación Andaluza de Golf estuvo representada en el evento por M^a Rosa Giménez (Relaciones Institucionales y Comunicación de la RFGA) y, como novedad respecto a otros años, cabe destacar que, por primera vez, hemos asistido compartiendo mesa con Manuel Ortega, de Turismo Andaluz.

Es una fórmula que, creemos, ha funcionado muy bien, ya que nos ha permitido mostrar a los touroperadores con los que hemos mantenido citas la buena sintonía que existe entre las dos instituciones y la importancia que para ambas partes tiene aunar esfuerzos y trabajar de forma conjunta en favor de Andalucía, de nuestros campos, y de



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

nuestro destino turístico de golf.

Al mismo tiempo, hemos podido dar una información lo más completa posible a todos aquellos agentes que han mostrado interés en nuestro destino.

Esta edición no comenzó de la mejor forma posible, debido al fuerte temporal que obligó a cerrar varios aeropuertos de Europa -entre ellos el de Niza- y cancelar cientos de vuelos entre los días 10 y 12 de diciembre, lo que hizo que muchos de los expositores, profesionales y agentes llegaran al evento con varios días de retraso y que muchas citas fueran canceladas, especialmente en el primer día.

No obstante, el tiempo comenzó a mejorar a partir del martes, y las citas del miércoles y el jueves se desarrollaron dentro de la normalidad.

Objetivos del Comité Comercial de la RFGA en esta IGTM 2017,

Ya conocéis la filosofía con la que el Comité Comercial de Campos de la Real Federación Andaluza de Golf acude a cada una de las ferias y eventos en las que participa cada año.

Quizás somos un poco repetitivos a la hora de contároslo, pero para nosotros es importante que cada uno de los campos federados conozcáis exactamente cuáles son los objetivos que el Comité se marca a la hora de promocionar nuestro destino turístico de golf, y que sepáis cómo estamos trabajando, para así poder realizar una mejor labor entre todos y, por supuesto, para que nos deis vuestras opiniones e ideas para seguir siempre mejorando.

Durante las últimas ediciones de la International Golf Travel Market -desde la del Lago de Como, en 2014, hasta esta última, en Cannes- el principal objetivo que el Comité Comercial ha perseguido ha sido el mismo que hemos buscado en las ferias al cliente directo: que los touroperadores conozcan mejor la región andaluza; nos sitúen en el mapa; sepan que -junto a zonas consolidadas como Málaga y la Costa del Sol- Andalucía también es Almería, Cádiz Atlántica, Sevilla y Huelva, y que tenemos campos de interior en Granada, Córdoba y Jaén.

En definitiva, que el touroperador tenga claro que, sin salir de Andalucía, el jugador puede encontrar una riquísima variedad de destinos turísticos de golf, cada uno de ellos diferente y con una oferta complementaria que lo hace especial respecto al resto.

Además, en cada una de las citas, la Real Federación Andaluza de Golf se ofrece a los touroperadores para ayudarlos en cualquier gestión que puedan necesitar y les insiste en que no duden en mantener el contacto con nosotros después de este primer encuentro, ya que desde el Comité Comercial estaremos encantados de ayudarles para seguir conociendo mejor nuestro destino, para trazar rutas si quieren venir a visitar nuestros campos, organizar fam trips o cualquier otra necesidad que pudieran tener.

Buscamos actuar de enlace entre los agentes interesados en nuestro destino y nuestros 95 campos federados; reforzar la presencia de aquellos campos que pudisteis estar en Cannes; y, muy especialmente, representar en la medida de lo posible a aquellos que no pudisteis asistir al evento.



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

En este punto, es muy importante que recordéis que la presencia de la Real Federación Andaluza de Golf en estas acciones será mucho más útil y beneficiosa cuanto más participéis vosotros, los campos, de ella. Y la mejor forma que tenéis de participar del esfuerzo común es ayudarnos, cada año, a crear un material más útil para entregar a los touroperadores.

Sabéis que, en estos casos, os pedimos que nos hagáis llegar toda la información que queráis que les sea transmitida –tanto si asistís al evento como si no- y nos encargaremos de hacérsela llegar a través del dossier que mantenemos actualizado para estos encuentros.

Descripción del dossier de contacto para los touroperadores.

Cada una de las entrevistas que hemos mantenido durante la International Golf Travel Market han comenzado haciendo entrega al touroperador de un completo dossier que el Comité Comercial ha elaborado y actualizado durante las semanas previas al evento, y que ya ha tenido una gran aceptación entre los touroperadores que nos visitaron en anteriores IGTM, IAGTO Trophy o, más recientemente, en el Foro de Golf del Valderrama Masters.

En sus primeras páginas, el dossier incluye una hoja de situación de qué es y dónde está Andalucía, enmarcándonos dentro de España y Europa. Junto a ese pequeño mapa de situación, se incluye otro mapa ampliado en el que se presenta nuestro destino turístico dividido en 8 áreas, cada una de ellas diferenciadas con un color:

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

En este mismo mapa, se marcan cada uno de los campos de golf federados, así como los aeropuertos andaluces, incluyendo al final del dossier el listado de los vuelos directos que enlazan Andalucía con las distintas ciudades europeas. Como novedad respecto a otros años, hemos incluido los aeropuertos de Faro y Alicante y su listado de vuelos directos, como posibles puertas de entrada para los turistas que viajen a Huelva y Almería. A partir de ahí, se presentan cada una de las ocho áreas que se han enumerado anteriormente.

Cada uno de los campos federados aparece con una ficha a modo de tarjeta de contacto de la persona encargada de ventas (teléfono e email), dirección del campo, número de hoyos, enlace QR a su página web y fotografía.

Además, se ha acompañado de un pen drive que incluye toda la información extra que los campos han querido facilitarnos para hacer llegar a los touroperadores: precios, acuerdos con hoteles, presentación del campo, paquetes y cualquier otra información complementaria.

Al final de cada sección, se detallan algunos de los principales monumentos y atrac-



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

tivos culturales de cada zona, y se facilitan los enlaces a las páginas web de Turismo Andalucía y de los Patronatos de Turismo, para que el touroperador pueda ampliar la información sobre qué hacer, qué ver o qué comer en cada zona.

Creemos que con la elaboración de este dossier presentamos la información que el touroperador necesita de una forma sencilla y muy visual. Además, todos los campos que forman la Federación están representados de igual manera, dando la oportunidad de tener presencia en la IGTM también a aquellos que, por cualquier motivo, no han podido asistir a ella.

Por su parte, los touroperadores agradecen siempre la información facilitada y se



han dado varios casos de profesionales con los que ya nos hemos reunido en otras ocasiones, y que se han acercado al stand sólo para llevarse el dossier actualizado.

Cuestionarios realizados a los touroperadores:

Tras presentar toda nuestra información, la segunda parte de las reuniones consiste en realizar un pequeño cuestionario a los touroperadores, para tomar el pulso del volumen de negocio que hacen con Andalucía, conocer qué zonas les interesan más, en cuáles ya trabajan y, sobre todo, qué es lo que nos piden y cómo podemos ayudarlos.

De esta forma, intentamos que las reuniones que mantengamos en este tipo de eventos sean productivas en ambos sentidos. Por un lado, queremos hacer llegar al touroperador una información clara, útil y detallada sobre Andalucía y nuestros campos, y que sepa dónde encontrarnos para cualquier ayuda que necesite en el futuro. Por otro lado, queremos trasladaros a vosotros las impresiones o peticiones que ellos nos transmiten. Y ese es el objetivo de este informe.



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

A continuación, os detallamos los datos de contacto de aquellos que han mostrado mayor interés en nuestro destino, o que esperan recibir más información que les ayude a continuar desarrollando su negocio.

Bounty Golf Deutschland GmbH

- País: Alemania
- Contacto: Jörg Hess
- Teléfono: +49 (0) 8386 9911992
- Correo electrónico: info@bountygolf.eu
- Página web: www.bountygolf.eu

Está especializado en pro groups y organización de torneos y eventos. Hace algunos años organizaron un Pro-Am en Valderrama y, además, también organiza training camps para jugadores junior.

Nos dice que maneja un volumen de negocio de unos 300 grupos de profesionales cada año. Sus destinos principales de negocio son España y Portugal, suponiendo España el 15 por ciento de su volumen de negocio total y Andalucía el 5 por ciento.

Está especialmente interesado en Cádiz Mediterránea y Sotogrande, seguido de Málaga-Costa del Sol y de Almería. Además, destaca que ya trabaja con algunos campos de Cádiz, Almería y Huelva.

Golf Extra

- País: Alemania
- Contacto: Silke Bellgardt
- Teléfono: + 49 (0) 7131 277 654 12
- Correo electrónico: silke.bellgardt@emu-travel.com
- Página web: www.emu-travel.com

Emu Travel es uno de los operadores más importantes de Alemania en la actualidad, y está especializado en viajes de lujo y escapadas de golf de alto nivel. Tienen su base en Heilbronn (Alemania), aunque trabajan con Alemania, Austria y Suiza. Destaca la importancia que para ellos tiene trabajar cada viaje que organizan en profundidad y cuidar todos los detalles, para crear un producto exclusivo y especial a cada cliente.

A través de su marca Golf Extra ofrecen una amplia variedad de destinos y viajes de golf, siendo –según nos dice- el primero de ellos Portugal, el segundo España y el tercero Abu Dhabi.

España supone el 20 por ciento de su volumen de negocio total, del que Andalucía representa un 10 por ciento, y Barcelona el resto. En Andalucía, ya trabajan con Costa del Sol, especialmente, y con Cádiz Atlántica.

Ahora, uno de sus objetivos es comenzar a trabajar con Sevilla, ofreciendo paquetes de golf y una atractiva oferta complementaria que le permita crear un producto excelente para sus clientes.

No obstante, estará interesada en recibir información de cualquier otra zona de



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Andalucía, teniendo en cuenta el alto nivel que demandan sus clientes, la necesidad de ofrecer alojamiento 5 estrellas y una gran calidad en los campos de golf y en el servicio.

GRUBER Golfreisen

- País: Alemania
- Contacto: Julien Bacques
- Teléfono: +43 316 7089 5512 - +43 664 9688335
- Correo electrónico: julien@gruber-golfreisen.at
- Página web: www.gruber-golfreisen.at

Conocen bien nuestro destino de golf, aunque ahora la zona en la que muestran más interés es la de Jerez y Cádiz Atlántica, ya que quieren aprovechar un vuelo chárter que les facilitará la conexión con el aeropuerto de Jerez para comercializar un paquete de golf en los campos de la zona.

Golf Globe GmbH

- País: Alemania
- Contacto: Mario Schomann
- Teléfono: + 49 (0) 511 300 320 - 0
- Correo electrónico: ms@golfglobe.com
- Página web: www.golfglobe.com

Trabajan con más de 10.000 agencias en Alemania, Austria y Suiza, ofreciendo asesoramiento y consultoría especializada sobre viajes de golf.

El destino con el que más trabajan es España, siendo Andalucía la región con más peso dentro de ella. Andalucía supone un 40 por ciento del volumen total de negocio que hacen con España, mientras que Canarias es un 30 por ciento, Mallorca un 20 por ciento y Levante un 10 por ciento.

La mayor parte de sus clientes buscan hoteles de 4 ó 5 estrellas.

Como punto positivo, valora la frecuencia de vuelos que conectan la Costa del Sol con Alemania. Ese es uno de los motivos por los que quiere conocer mejor la Costa del Sol y hacer crecer su negocio en esta zona, en la que ya trabaja, pero aún no tiene un negocio fuerte.

En la Costa de la Luz, encuentra muy buenos hoteles pero falla la conexión con vuelos. Ya conoce bien la zona de Cádiz Atlántica, aunque quiere continuar creciendo. No obstante, la zona por lo que más interés muestra actualmente es Huelva.

Marin Consulting / HHGolf

- País: Alemania
- Contacto: Antonio Marin
- Teléfono: +49 (0) 1520 2409188
- Correo electrónico: antonio.marin@marinconsulting.de
- Página web: <http://www.travel-emotion.de/>



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Con base en Alemania, también trabajan con Austria y Suiza. Hasta hace muy poco, Turquía era su destino principal, pero en menos de dos años, España está cogiendo fuerza, representando aproximadamente el 40 por ciento de su volumen total de negocio.

Dentro de España, Andalucía es su primera opción, y señala que han traído a unos 2.000 jugadores en el último año.

Ya trabaja con campos de Málaga y la Costa del Sol y de Cádiz, pero quiere seguir conociendo nuevas zonas de Andalucía, sabiendo que el producto que le interesa son viajes de unas 7 noches, 5 días de golf y hoteles de 4-5 estrellas.

Agradece mucho la información adjunta al dossier sobre los vuelos a los aeropuertos andaluces (y Faro y Alicante), ya que nos dice que el tema de los vuelos, por ejemplo a Jerez, es uno de los principales puntos débiles que encuentra al trabajar con Andalucía. También nos dice que echa de menos hoteles con todo incluido o media pensión.

Gendron Voyages/Travel

- País: Canadá
- Contacto: Antoine Laroche
- Teléfono: +1 800 561 8747
- Correo electrónico: alaroche@voyagesgendron.com
- Página web: <http://voyagesgendron.com>

Con base en Canadá y 30 años de experiencia, Voyages Gendron es una agencia de viajes que cuenta con una rama especializada en viajes de golf. Aunque su destino principal es Arizona, trabaja con más de 50 destinos.

Entre ellos, destaca que cada vez tiene más importancia la Costa del Sol –la única zona de España con la que trabajan- que durante los últimos años se ha convertido en uno de los destinos principales de la agencia, especialmente en primavera y otoño. Nos dice que su volumen de negocio con nuestro destino ha sido de unos 20 paquetes en los últimos años. Actualmente, la Costa del Sol supone un 10 por ciento de su volumen de negocio total y quiere seguir aumentándolo.

Uno de los puntos fuertes que le encuentra a la Costa del Sol es la fácil conexión, en vuelo directo desde Montreal al aeropuerto de Málaga. Además, valoran muy positivamente la posibilidad que ofrece este destino de complementar el viaje de golf con oferta cultural y, por supuesto, el excelente clima.

Nos pide buenas fotografías de nuestros campos y toda la información que podamos hacerles llegar sobre ellos.

Beijing Unitour International Travel Service

- País: China
- Contacto: Jessie Yang
- Teléfono: +86 21 52820971
- Correo electrónico: 331799053@qq.com

Quieren comenzar a trabajar con Algarve y Andalucía, combinando quizás seis noches en Algarve y otras seis en Andalucía, donde les interesa mucho completar con oferta cultural, iglesias, museos, compras, vino y visitas a la ciudad.



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

La realidad es que no se situaba bien en lo que es Andalucía, desde dónde hasta dónde abarca, cantidad de campos que ofrece, etc. por lo que la cita nos dijo que le resultó especialmente útil para orientarse mejor en nuestro destino.

Elite Golf Experiences

- País: EEUU
- Contacto: Paul Clare
- Teléfono: (+1) 386-868-0555
- Correo electrónico: office@elitegolfexperiences.com
- Página web: <http://www.elitegolfexperiences.com>

Empezó a vender viajes de golf a España hace 25 años, pero ha dejado de hacerlo durante los últimos 8 años, y ahora están volviendo a empezar.

Las zonas en las que están más interesados son Sevilla, Jerez y Sotogrande y buscan hoteles de muy alto nivel. Están, además, organizando un pre-tour antes de la próxima Ryder Cup en París.

Su idea es viajar a Madrid y de las 10 noches que, aproximadamente, duran sus viajes pasar 3 de ellas en Sevilla o en Jerez, a donde se desplazarían en AVE.

Le interesa especialmente complementar el viaje de golf con turismo cultural y monumental, gastronómico y de bodegas, y con espectáculos de flamenco y baile.

Para ellos es muy importante ofrecer viajes diferentes, especiales y exclusivos.

Golf Resepti Travel

- País: Finlandia
- Contacto: Markku Nord
- Teléfono: +358 400 188 008
- Correo electrónico: markku.nord@golfresepti.fi
- Página web: golfresepti.fi

Con base en Helsinki, Golf Resepti es un agente especializado en golf, con más de 25 años de experiencia, además de los organizadores de la feria Go Expo. Organizan viajes a los destinos principales de golf de Europa y de larga estancia fuera del continente europeo.

Señala que España es su destino principal, favorito sin duda en el mercado finlandés, y que nuestro país supone el 70 por ciento de su volumen de negocio total. Dentro de España, la mitad de su negocio lo realiza con Andalucía, mientras que el otro 50 por ciento se divide entre Barcelona y las costas de Levante.

Tienen vuelos desde Helsinki a Málaga, Alicante y Barcelona, por lo que dice que las conexiones con sus destinos principales son muy fáciles y cómodas, aunque los precios siguen siendo más baratos en Alicante.

En general, se encuentra muy familiarizado con nuestro destino turístico de golf,



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

siendo la Costa del Sol la zona con la que más trabaja, la que mejor conoce y en la que sigue estando más interesado. No obstante, señala Almería como su segunda zona de interés, pensando en viajes de larga estancia.

Trabaja viajes cortos -que pueden ser tanto de una semana como un "fin de semana largo" y también está creciendo en larga estancia.

Travel On Tours

- País: Finlandia
- Contacto: Mari Jokinen
- Teléfono: +358 40 510 3256
- Correo electrónico: info@ongolf.fi
- Página web: ongolf.fi

Con base en Finlandia, es actualmente el operador que más volumen mueve en su país, y señala a España como su destino principal de golf y uno de los destinos preferidos de los golfistas finlandeses, aunque el 50 por ciento de su negocio con nuestro país lo realiza en Canarias.

En Andalucía, ya trabaja algo con Costa del Sol y Cádiz que, junto con Almería, son las zonas que más le interesan actualmente. Busca hoteles de 4-5 estrellas y alojamientos de alto nivel, para viajes tanto de 1 semana, como de quince días o larga estancia.

Corse Itinéraires

- País: Francia
- Contacto: Jean-Jacques Bessiere
- Teléfono: 0495516059 - 0603245116
- Correo electrónico: jjbessiere@corse-itineraires.fr
- Página web: www.corse-itineraires.fr

Valora mucho la información que le facilitamos en el dossier elaborado por la Real Federación Andaluza de Golf, y agradecerá toda la información que le hagamos llegar posteriormente sobre Andalucía, nuestros campos y todo tipo de oferta complementaria.

Con base en Córcega, sus principales destinos son Marruecos y, en segundo lugar, España (Barcelona, Valencia y Costa Brava), aunque en la actualidad no trabaja nada con Andalucía. Organizan viajes para peticiones individuales y grupos pequeños de, máximo, una semana.

Raoult Moise Voyages

- País: Francia
- Contacto: Manuel Raoult
- Teléfono: 02 35 04 01 05 - 06 71 61 46 86
- Correo electrónico: voyages.moise@aliceadsl.fr
- Página web: www.voyagesmoise.com

Agencia de viajes creada en 1991 y especializada en turismo Mice, que recientemente ha empezado a trabajar con golf. Está interesado especialmente en recibir infor-



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

mación sobre la Costa del Sol y sus campos, aunque agradecerá información y orientación sobre cualquier otra zona de Andalucía.

Go Golf Travel

- País: Italia
- Contacto: Romano Cianfrini
- Teléfono: + 39 347 0094538
- Correo electrónico: travel@gogolf.it
- Página web: www.gogolftravel.it

Durante estos últimos dos años está creciendo su negocio con Andalucía y el conocimiento que tiene de nuestra región aunque, de momento, sólo trabaja con campos de Málaga y la Costa del Sol, gracias a las buenas conexiones con el aeropuerto de Málaga.

Aún no trabaja con la costa Atlántica de Cádiz, ni con Huelva, Almería, Sevilla o la zona de Interior, y agradecerá recibir información de estas zonas. No obstante, dice que Huelva es la opción que más le interesa para continuar desarrollando su negocio en Andalucía. Busca campos de golf con resort de calidad.

Señala como nuestro punto fuerte la gran variedad de campos que tenemos. Sin embargo, dice que esa altísima concentración de campos en toda Andalucía hace que muchas veces no sepa distinguir en qué zona o provincia se encuentra cada uno de ellos, por lo que agradece mucho la forma en la que el dossier está planteado y la diferenciación por zonas.

Además de con la Costa del Sol, en España trabaja con campos de Cataluña, Alicante y Murcia.

1Golf

- País: Noruega
- Contacto: Jonathan Griffiths
- Teléfono: +44 (0) 7703004479
- Correo electrónico: jon@1golf.com
- Página web: <http://www.1golftravel.com>

1Golf es una plataforma de reservas a través de la cual se contratan vuelos, greentee, transfer, hoteles, alquiler de coches... y que da la opción a pequeños y medianos touroperadores de poder competir con los grandes agentes.

Tienen una oferta de 20 países en los que disfrutar de un viaje de golf hecho a medida.

Golf Escapes

- País: Reino Unido
- Contacto: James Bryan
- Teléfono: 01344 811 777
- Correo electrónico: info@golf-escapes.com
- Página web: www.golf-escapes.com



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Su principal destino es Portugal, y España supone el 25 por ciento de su volumen de negocio total, siendo Andalucía y Murcia las regiones con las que más trabaja de nuestro país.

Conoce muy bien nuestro destino turístico de golf, aunque señala Huelva como una de las zonas de Andalucía con más peso para ellos, seguida de Costa del Sol.

Sus viajes tienen una duración aproximada, en general, de cinco noches y buscan darle al cliente un producto hecho a medida. Además, destaca que tienen una línea especializada en la organización de viajes para público femenino, señalando que en Reino Unido hay más de 400.000 jugadoras de golf.

Ameropa

- País: República Dominicana
- Contacto: Michael Espino
- Teléfono: +34 928 228 326
- Correo electrónico: info@ameropagolf.com
- Página web: <http://www.ameropagolf.es>

Por proximidad Estados Unidos y América son sus principales destinos. No obstante, con más de 25 años de experiencia en organización de viajes y como miembro de la IAGTO, recientemente están ampliando su oferta de viajes y realizando cada vez más viajes a Europa, queriendo prestar especial atención al golf.

Por eso, están interesados en recibir información sobre el destino turístico de golf andaluz en general, con especial atención a la Costa del Sol. Organizan viajes para grupos pequeños de 12-24 pasajeros o parejas y de una duración mínima de 8 noches.

Easton Golf

- País: Suecia
- Contacto: Jeanette Jonerheim
- Teléfono: +46 721-50 30 50
- Correo electrónico: jeanette@eastongolf.se
- Página web: eastongolf.se

Con un volumen de más de 7.000 grupos al año, es uno de los principales touropadores escandinavos, muy especializado en viajes de grupos de, al menos, una semana y larga estancia, por lo que será bueno enviarles información de aquellos campos con los que puedan trabajar este producto.

También trabajan larga estancia con otras zonas de España -como Murcia- y con Portugal, donde señala que los precios son más baratos y las conexiones con vuelos más fáciles.

En Andalucía, están muy centrados en Almería –que sigue siendo la zona que más le interesa- junto con Málaga y Cádiz. Sus grupos vuelan al aeropuerto de Málaga y, desde ahí, se desplazan con coche de alquiler a otras zonas – que puede estar a unas dos horas de Málaga-, en las que buscan campos que ofrezcan apartamentos, o un alojamiento fácil que esté cerca de varios campos de golf.



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Agradece mucho la información facilitada sobre nuestros campos en el dossier, especialmente la referente a vuelos directos, y la señalización de los campos en el mapa al inicio del dossier.

Aunque siguen interesados, ante todo, en continuar desarrollando su negocio en Almería y Costa del Sol-Cádiz, volando a Málaga, también agradece la información referente a los campos de Huelva, que no conoce, y el listado de vuelos a Faro, como una posible llegada a ellos.

Golf Friends

- País: Suiza
- Contacto: Paul Smyth
- Teléfono: +41 (0) 41 728 78 69 - +41 (0) 79 347 65 65
- Correo electrónico: paul.smyth@golffriends.com
- Página web: <http://www.golffriends.com/>

Trabajan con tres líneas de negocio diferentes: Golf Friends, Golf Friends Travel y Golf4you.

Golf Friends.com es una comunidad de golfistas online, algo así como un "Facebook de Golf", que cuenta en la actualidad con 100.000 usuarios (todos jugadores de golf) y 32.000 campos de golf.

A través de gfttravel.com, desde 2012 organizan viajes para grupos de unas 20 personas.

Golf4you es una plataforma de reservas en la que ahora están trabajando y que aún no han lanzado, que estará especializada en organizar viajes individuales, para parejas o, como máximo, para cuatro personas. Es una forma fácil de gestionar las reservas, con un sistema que creará paquetes con todos los servicios que el jugador necesita.

Como touroperador, señala que España y Portugal son sus destinos principales de negocio. En Andalucía, han empezado a traer grupos a la Costa del Sol, pero quieren trabajar con toda la Costa (Almería, Cádiz, Huelva...) y con toda la región.

Para sus diferentes plataformas, nos solicitan fotos de calidad de los campos andaluces.

Chrisway Golfreisen

- País: Suiza
- Contacto: Fritz Arm
- Teléfono: +41 79 322 44 72
- Correo electrónico: fritz.arm@chrisway.ch
- Página web: <http://www.chrisway.ch/>

Fundada en 1984 y con base en St. Gallen (Suiza), Chrisway Travel lleva más de 30 años organizando viajes, con una rama especializada en golf, de la que Fritz Arm es responsable. Comenta que su cliente busca un tipo de viaje bastante exclusivo, con hoteles de 4-5 estrellas, y con una atención muy individualizada y especializada.



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Con Andalucía llevan más de 20 años trabajando, por lo que dice que conoce bien nuestro destino en general, y que le interesa especialmente Málaga y la Costa del Sol, pero que siempre quiere conocer nuevas áreas, zonas menos conocidas y con encanto. Nos pregunta por posibles combinaciones de golf con campos cercanos a rutas de pueblos blancos y, además, señala que quiere evitar las zonas muy masificadas. También está interesado en poder ofrecer actividades culturales y buenos restaurantes para después de jugar.

Necesita imágenes de calidad de nuestros campos y de nuestro destino.

Golf and Travel AG

- País: Suiza
- Contacto: Thomas Bächler
- Teléfono: +41 41 799 71 99 - +41 79 437 14 82
- Correo electrónico: thomas.baechler@golfandtravel.ch
- Página web: www.golfandtravel.ch

Conocen muy bien la Costa del Sol y la Costa Atlántica de Cádiz y Jerez. Organizan viajes, principalmente short stay o de una semana, para un tipo de cliente de nivel alto, por lo que buscan jugar los mejores campos y alojarse en hoteles de 5 estrellas.

Desde que se fundó la agencia, en 2013, se han centrado en las zonas de Marbella y Jerez, volando a los aeropuertos de Málaga y de Sevilla, pero sin trabajar en esas zonas.

Marbella y Jerez siguen siendo las zonas que más le interesan, por la gran concentración y variedad de campos que ofrecen y por el nivel y calidad de los mismos.

Sin embargo, quiere empezar también a trabajar con Sevilla, para viajes de pocos días (3-4), en los que combinar golf con oferta cultural y monumental.

España es su país de destino principal, aunque la mayor parte de su negocio la hace con las Islas Canarias y Mallorca.

Fert Golf

- País: Suiza
- Contacto: Benoit Langevin
- Teléfono: +41 (0) 22 730 47 47
- Correo electrónico: info@fert.ch
- Página web: <http://www.fert.ch>

Con base en Ginebra, Fert Golf organiza el Open Omega y, además, organiza viajes de golf, principalmente, a Marruecos. España supone un 20 por ciento de su volumen de negocio total, representando Andalucía casi el 90 por ciento de ese porcentaje.

Ya trabaja con Málaga y la Costa del Sol, por la facilidad de vuelos directos a Málaga, aunque están interesados en conocer más sobre otras zonas de Andalucía.

Sus principales destinos en España, actualmente, son Barcelona para short trips y Málaga y Costa del Sol para viajes de una semana.



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Golf Traveller

- País: Reino Unido
- Contacto: Kimmo Ekroth
- Teléfono: +358 40 759 5953
- Correo electrónico: kimmo.ekroth@golftraveller.com
- Página web: www.golftraveller.com

Golf Traveller es una agencia especializada en viajes de golf muy exclusivos, que se encarga, entre otras cosas, de ofrecer a sus clientes acceso a algunos de los grandes eventos del golf a nivel mundial (Masters, Opens, Ryder Cup...) y que trabajan con algunos de los campos de golf más emblemáticos de Europa.

En el caso de los grandes eventos, como por ejemplo el Masters, los viajes incluyen un día de entrada al evento y los demás días jugando.

En cuanto a menores eventos y viajes de golf, su principal objetivo es crear productos interesantes y diferentes, siempre con la exclusividad con la que quieren trabajar, y están muy centrados en combinar golf con organización de conferencias, mesas redondas y otros eventos de networking. De Andalucía, conoce especialmente bien la Costa del Sol, ya que él vivió en Fuengirola y Marbella hace años.

PSP Media Group

- País: Escocia
- Contacto: Will McGrath
- Teléfono: 0141 353 2222
- Correo electrónico: William.mcgrath@psp.uk.net
- Página web: pspmediagroup.co.uk

Son los organizadores del Scottish Golf Show y, además, tienen una revista, Bunkerred Magazine, a través de la cual realizan una actividad paralela de divulgación de diferentes destinos de golf. Nos piden que la demos a conocer entre los campos, por si estuvieran interesados en aparecer en ella.

Travel Golf Leisure & Services

- País: Singapur
- Contacto: Peter Ngion
- Teléfono: (65) 6227 2822
- Correo electrónico: enquiry@travelgolf.com.sg

Ha estado recientemente visitando Marbella y la Costa del Sol y quiere comenzar a trabajar con campos de la zona, aunque aún se encuentra bastante perdido en nuestro destino de golf, por lo que agradeció mucho toda la información aportada en el dossier y la forma en la que está planteada, situando Andalucía dentro de Europa y diferenciándola en distintos destinos turísticos.



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

PROMOCION



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF



PROGRAMA "GOLF JOVEN" REAL FEDERACIÓN ANDALUZA DE GOLF



Justificación

Durante el año 2016, Andalucía batió su propio record en número de turistas que visitaron nuestro destino con la motivación principal de jugar al golf. En total, y según datos de la Consejería de Turismo y Deporte, fueron 530.000 los turistas de golf que llegaron a Andalucía el año pasado. Por primera vez hemos superado el medio millón, creciendo un 10 por ciento respecto a 2015, y un 25 por ciento en los últimos cinco años. Tenemos la mayor concentración de campos de la Europa continental y somos destino líder en cuanto a recepción de turistas de golf internacionales.

Sin embargo, en estos mismos cinco últimos años, el número de licencias de golf en España y en Andalucía no ha parado de decrecer. Así, hemos pasado de tener más de 50.000 federados andaluces en 2012, a no llegar a los 44.000 en 2017.

Mientras que el ratio existente actualmente entre número de licencias y campos federados en Andalucía es de 400-450 licencias por campo, en otras regiones como Madrid, esta proporción es de 2.000 licencias por campo de golf federado, siendo la media de Europa de unas 900 licencias.

Esto, además de constatar la importancia de la industria turística del golf en Andalucía, viene a recordarnos que tenemos que continuar centrando nuestros esfuerzos en la promoción del golf, con especial atención al jugador local.

En este punto, dentro de su función principal de fomentar el desarrollo y la práctica del golf en el territorio andaluz, la Real Federación Andaluza de Golf quiere dar una atención prioritaria a la promoción del golf de base, infantil y juvenil.

La realidad es que estamos perdiendo una generación de golf -la comprendida entre los 18 y los 40 años aproximadamente- que son los jóvenes, que han jugado de niños con sus padres, y que dejan de hacerlo cuando se independizan socialmente, pero no económicamente. A la vuelta de sus estudios, cuando comienzan a tener capacidad económica, están centrados en otras disciplinas deportivas y tardan años en volver a acordarse del golf. No podemos aceptar que el golf sea el deporte de los que ya no valen para otras actividades más intensas, y esto es algo que podremos remediar con un pequeño esfuerzo gracias al Programa Golf Joven.

Además, con este programa, se pretende favorecer y dar visibilidad a una de las particularidades más bonita del golf, que no es otra que la posibilidad de ser practicado en familia, suponiendo una ocasión perfecta para que padres, hijos, e incluso abuelos disfru-



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

ten juntos del deporte, de la Naturaleza, de una afición común y del tiempo que una salida al campo ofrece para conversar y pasar un buen rato juntos.

Qué hemos hecho:

Durante las vacaciones escolares del año 2017, lanzamos por primera vez el programa "Golf Joven", con gran éxito de participación de los campos. En total, fueron 35 los campos andaluces que se acogieron al convenio propuesto por la Real Federación Andaluza de Golf, permitiendo así que los niños andaluces pudieran beneficiarse de sus ventajas en cada una de nuestras ocho provincias.

En resumen, el greenfee para jugadores federados por la Real Federación Andaluza de Golf de hasta 13 años (incluidos) fue gratuito durante los meses de vacaciones, siempre que los niños fuesen acompañados de un adulto, que sí pagaba su greenfee. Entre 14 y 25 años (ambos incluidos), los campos adscritos al convenio cobraron un máximo de 25 euros para 18 hoyos.

Según los datos facilitados por los 35 campos, tuvieron un total de unas 2.000 salidas de niños y jóvenes al campo con esta promoción.

Además, el programa tuvo una excelente acogida tanto dentro como fuera del territorio andaluz, lo que quiere decir que estamos siendo pioneros en algo tan bonito y, al mismo tiempo, tan importante para nuestro deporte como es la promoción entre niños y jóvenes.

Los campos que participaron en 2017 en el Programa Golf Joven y que fueron clave para el éxito de esta iniciativa son: Lauro Golf, Cabopino, Parador Málaga Golf, Baviera Golf, El Chaparral, Escuela de Golf Miguel Ángel Jiménez, Alhaurín Golf, Doña Julia Golf Club, La Cala Resort, Real Club El Candado, La Quinta Golf & Country Club, Añoreta Golf, Alborán Golf, Aguilón Golf, La Envía Golf, Golf Almerimar, Club de Golf Bellavista, Costa Esuri H2O Golf Club, Isla Canela Golf, La Monacilla Golf Club, Islantilla Golf Resort, Club Zaudín Golf, Club Hato Verde, Real Club Sevilla Golf, Escuela Pública La Cartuja, Santa Clara Golf Club Granada, Real Club de Campo de Córdoba, Club de Golf Pozoblanco, Parque Deportivo La Garza, Sherry Golf Jerez, Arcos Golf, Villa Nueva Golf Resort, San Roque Club, Costa Balleña Ocean Golf Club y Montecastillo Barceló Golf Club.

Plan Anual "Golf Joven" 2018

Tras el éxito del pasado año 2017, la Real Federación Andaluza de Golf quiere dar continuidad al programa "Golf Joven", con carácter anual e introduciendo, además, algunas mejoras.

FECHAS: desde el jueves 22 de diciembre de 2017 hasta el 6 de enero de 2019. Esto quiere decir que el programa para los campos que se acojan a él tendrá vigencia de un año.

CONDICIONES MÍNIMAS:

Jugadores con licencia nacional de hasta 13 años incluidos: se les cobrará un greenfee de 2 euros. Siempre tendrá que ir, como mínimo, un adulto que sí pagará su greenfee en la partida de hasta cuatro jugadores (un adulto y tres niños). Pasamos a cobrar dos euros a los niños por una mera cuestión educativa: al niño le inculcamos sentido de res-



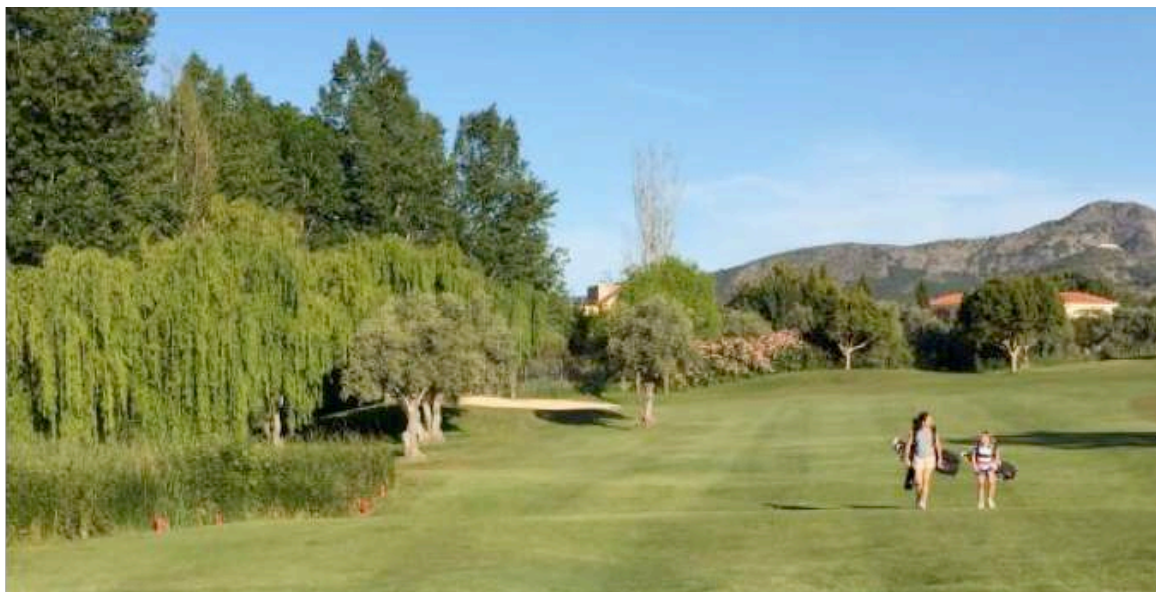
The screenshot shows the website's navigation menu on the left, including sections for 'LA FEDERACIÓN', 'CLUBES Y ESCUELAS', 'ACTIVIDADES', and 'SERVICIOS AL JUGADOR'. The main content area features a news article with a title 'Andalucía pega en el punto dulce con el Programa Golf Joven' dated 29 de septiembre de 2017. The article text discusses the success of the 'Programa Golf Joven' initiative, mentioning that approximately 2,000 children have benefited from it during the summer months. It highlights the support from clubs and parents, and the commitment of the Real Federación Andaluza de Golf to continue and improve the program.

ponsabilidad y que las cosas cuestan, y los campos empezamos a tratarlos como clientes. Horario: En vacaciones de Navidad, Semana Blanca y Verano, horario libre. Resto del año, a partir de las 15.30 horas en horario de invierno (5 meses al año) y de las 16.30 horas en horario de verano (7 meses al año).

Jugadores con licencia nacional desde 14 hasta 25 años incluidos: greenfee máximo de 25 euros. Horario: En vacaciones de Navidad, Semana Blanca y Verano, horario libre. Resto del año, a partir de las 14.00 horas en horario de invierno y de las 15.00 horas en horario de verano.

COMPROMISO DE LA FEDERACIÓN: la Real Federación Andaluza de Golf se compromete a realizar el mayor esfuerzo de difusión del Programa y de los campos que se acojan a él, con difusión en su página web, a través de notas de prensa, newsletter, redes sociales, cartelería y visibilidad en medios especializados y generalistas a lo largo de todo el año.

Campos adscritos, hasta el momento, al Programa "Golf Joven 2018": Lauro Golf (Málaga), Baviera Golf (Málaga), Añoreta Golf (Málaga), La Cala (Málaga), Escuela de Golf de Miguel Ángel Jiménez (Málaga), Doña Julia (Málaga), Cabopino (Málaga), El Candado (Málaga), Parador (Málaga), Benalmádena Golf (Málaga), Antequera Golf (Málaga), Bil Bil Golf (Málaga), Santa Clara Golf Marbella (Málaga), Alborán (Almería), La Envía (Almería), Aguilón (Almería), Almerimar (Almería), Bellavista (Huelva), La Monacilla (Huelva), Real Club Sevilla Golf, Hato Verde (Sevilla), Isla Canela (Huelva), Islantilla (Huelva), Costa Esuri (Huelva), La Cañada (Cádiz), Sherry Golf (Cádiz), Montecastillo (Cádiz), Costa Ballena (Cádiz), Arcos Golf (Cádiz), Villa Nueva (Cádiz), La Cartuja (Sevilla), Real Club de Campo de Córdoba, La Garza (Jaén), Santa Clara Granada, Los Moriscos (Granada), Granada Club de Golf, The San Roque Club, Montenmedio (Cádiz).



PROGRAMA "GOLF EN COLEGIOS"

Desde el pasado año 2016 – y de la mano de la Real Federación Española de Golf, que lleva más de 7 años trabajando en el proyecto- la Real Federación Andaluza de Golf ha puesto en marcha el Programa de Golf en Colegios, uno de los proyectos en los que el Comité de Promoción de esta Real Federación Andaluza de Golf quiere centrar sus esfuerzos, para acercar nuestro deporte a las aulas de los colegios andaluces.

Estamos aplicando el programa de la RFEG, pero con algunas modificaciones. Queremos dar especial importancia a que todos los niños de entre 8 y 12 años (3º a 6º de primaria) de los colegios que participen en el programa tengan una primera aproximación al golf, conociéndolo dentro de su asignatura de Educación Física, por lo que seguimos dando una especial atención a esa primera fase, aportando el kit de material adaptado para su uso en las instalaciones escolares.

Tres pilares básicos:

Federación (a través de su Comité de Promoción)

Club (que debe estar muy implicado con el programa y volcado con el golf de base)

Colegios (a través de sus directores, Asociaciones de Padres de Alumnos y profesores de Educación Física)



Fase I

Los técnicos profesionales de la Federación o el propio profesional del club imparte unas clases a los profesores de Educación Física de los colegios que formen parte del programa (subvención de la RFEF: 20 euros/4 horas).

Objetivo: que los profesores tengan unas nociones básicas de golf y que aprendan a utilizar el kit de material soft que la Real Federación Andaluza de Golf proporciona y con el que deberán trabajar sus alumnos.

Fase II

Los profesores de Educación Física comienzan a hacer uso del kit de material especializado con sus alumnos, dentro del horario lectivo. El tiempo que el golf se está impartiendo en el colegio varía según el colegio o los acuerdos que se tengan con el campo. En principio, lo ideal es que el kit esté un mes o mes y medio en el colegio.

Objetivo: el golf se introduce como un nuevo deporte en el colegio, y todos los alumnos de la clase tienen unas nociones básicas del deporte.

Fase III

Transcurrido el periodo de formación en las instalaciones escolares, el Club recibe a los alumnos que han participado en el programa en una jornada de puertas abiertas, y reciben una primera clase de golf en el campo.

A continuación, el profesional del club/RFGA y los profesores del colegio realizan una selección de niños (aquellos que más hayan destacado y, sobre todo, mayor interés



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

han mostrado) que formarán el equipo de golf del colegio y recibirán un curso de iniciación subvencionado por la RFEA ya en el campo (subvención: 20 euros/4 horas).

Objetivo final: creación de una liga interescolar, que la RFEA ya ha puesto en marcha a nivel nacional.

Kit de Golf en Colegios

El kit de Golf en colegios está compuesto por material especializado y totalmente adaptado a cada edad siendo además totalmente seguro para los niños, y apto para ser utilizado en interior o exterior.

Incluye diversos artículos de deportes, con los que trabajar la precisión, la fuerza, el equilibrio, la coordinación y, en definitiva, los movimientos básicos del golf. Así, además de palos y bolas de material blando, el kit incluye, entre otros artículos- bates de béisbol, discos, conos, aros o dianas. El material viene acompañado de unas fichas técnicas donde se explican las diferentes posturas y se proponen ejercicios a realizar con el kit.

Por qué es interesante el programa:

- No cuesta dinero, ni al colegio ni a los alumnos (subvenciones de la Real Federación Española de Golf de 20 euros para cuatro clases a los profesores y a los alumnos seleccionados).
- El colegio dispone de un material distinto, con el que hacer las clases más divertidas, y se le da al profesor formación y ejemplos de ejercicios para utilizarlo.
- El club puede captar nuevos alumnos para su escuela, y ofrecer también cursos de





REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

iniciación u otros productos para captar también a los padres y familiares de los alumnos que participan en el programa.

- La Federación cumple con su objetivo principal: la promoción del deporte del golf, llevándolo a las aulas y, después, llevando a los alumnos al campo. Todos los niños de entre 3ª y 6º de Primaria tienen un conocimiento básico del golf, y aquellos que muestran más interés tienen la oportunidad de continuar aprendiéndolo.

Para el éxito del programa, ya hemos comprobado que lo principal es que exista una comunicación fluida y fácil entre el club y los profesores de Educación Física. Que los profesores estén muy implicados y estén convencidos y con ganas de introducir el golf en sus clases, y que la comunicación con los padres sea igualmente fácil.

Situación actual del Programa: durante los años 2016 y 2017, pusimos en marcha el programa con aquellos campos que mostraron más interés en él y que ya estaban por su cuenta empezando a moverse en la promoción entre colegios. La RFEG nos cedió cuatro kits, y nosotros compramos otros cuatro, aún sin personalizar, y con el logo de la Federación Española. Con esos kits, empezaron a trabajar los campos de Hato Verde (Sevilla), La Cartuja (Sevilla), Aguilón (Almería), Real Club de Campo de Córdoba, Añoreta (Málaga), El Candado (Málaga) y el Colegio Ecos (Marbella).

Para el 2018, hemos hecho nuestro primer pedido de kits personalizados con logo y nombre de la RFGA. Hemos hecho un pedido de 30, con un coste de 1.300 euros cada uno, con los que comenzarán a trabajar los primeros campos que tenemos interesados: La Cartuja (necesitaban un segundo kit para poder cubrir todos los colegios con los que trabajan), Lauro Golf, Marbella Golf & Country Club, Costa Ballena y Magna Marbella.

Importante destacar la existencia de una plataforma, creada por la RFEG, a la que los campos acceden con un código de usuario y una contraseña, y en la que se va registrando toda la actividad referente al programa de Golf en Colegios, de cara a llevar el control de los alumnos participantes, de los seleccionados para el curso de iniciación, impresión de invitaciones para los cursos, subvenciones, etc.

FRIENDS CUP

También dentro del programa de promoción de golf de la Real Federación Española de Golf, las Friends Cup son una de las campañas que más éxito están teniendo. Un jugador juega con un amigo no jugador. El jugador juega de tee a green y el no jugador patea. Risas aseguradas en un torneo que es la forma ideal de introducir a un novato en el golf: de la mano de un amigo.

La campaña parte de las premisas de que aproximadamente el 85 por ciento de los jugadores de golf se han acercado a él por la recomendación de un amigo, y de que la mejor forma de conocer un deporte es practicándolo. Así, en la actualidad, según datos de la RFEG, es el sistema de captación de clientes con mayor índice de conversión: 21 por ciento.

El premio, para todas las parejas participantes y en todos los casos, es un curso de iniciación gratuito para dos personas, que cuenta con una subvención de 20 euros/4 horas de la Real Federación Española de Golf. Por su parte, la Real Federación Andaluza de Golf aportará un welcome pack (bolsita RFGA, con libreta, bolígrafo, bolas...) con el objetivo de



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

que todos los participantes tengan un recuerdo del torneo, acercando el golf a los participantes y reforzando nuestra presencia en el evento.

La primera Friends Cup en Andalucía se celebró en 2016 en el Real Club de Campo de Córdoba, y es utilizada como caso de éxito por la Real Federación Española de Golf.

Ésta es otra de las iniciativas que queremos apoyar activamente desde la Real Federación Andaluza de Golf. A finales de 2017, celebraron Friends Cup el Parador de Málaga, Lauro Golf y Hato Verde. (Sevilla).

Al igual que para el programa de Golf en Colegios, existe un programa de la RFEG a disposición de los clubes, desde el que controlar todas las campañas de Friends Cup, participantes, invitaciones para cursos, subvenciones...

ESCUELAS JUVENILES, CAMPAÑAS PARA COLECTIVOS, GOLF ES SALUD...

La Real Federación Española de Golf incluye en su plan de Marketing –además de las ya citadas campañas de Golf en Colegios y Friends Cup- otras como las Escuelas Juveniles y Campañas para Colectivos.

Además, se está dando una especial importancia al lema “Golf es Salud”.

Toda la información referente, tanto a las Escuelas Juveniles como a las Campañas para Colectivos, fue presentada a los directores de campos federados de Andalucía en las últimas reuniones que mantuvimos con ellos -en noviembre, en Sevilla y Málaga- y que contaron con la asistencia de un total de 75 representantes de campos de golf andaluces. En las reuniones se les animó a implantar en sus campos todas estas acciones, informándoles de que contarán con el apoyo tanto de la Real Federación Andaluza de Golf como de la RFEG.

En cuanto a las Escuelas Juveniles, ya se han celebrado dos reuniones en las que Borja Nieto -técnico nacional encargado de este programa en la RFEG- ha presentado el programa a representantes de algunas de las principales escuelas andaluzas.

Además, y ya que dentro de la Cátedra de Golf de la Universidad de Málaga, el primer estudio realizado se ha centrado en el uso de Aguas Regeneradas en los Campos de Golf, desde la Real Federación Andaluza de Golf queremos dar un impulso también a las campañas de Golf y Medio Ambiente.

