



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

COMITÉ COMERCIAL DE CAMPOS DE GOLF



INDICE

	Páginas
MATKA (NORDIC TRAVEL FAIR)	475
FESPO	478
HANSE GOLF	480
DANISH GOLF SHOW	483
GO-EXPO	486
SCOTTISH GOLF SHOW	487
BMW OPEN GOLF	489
IRISH OPEN	493
OPEN SENIOR	495
ENVIAN CHAMPIONSHIP	498
CZECH MASTERS	499
SCANDINAVIAN INVITATION	500
KLM OPEN	502
GOLF TRAVEL MARKET	503



MATKA (NORDIC TRAVEL FAIR), Helsinki (15 a 19 de enero)

Hemos asistido dentro del stand de Tour España, compartiendo mostrador con Turismo Andaluz. Se ha celebrado en Helsinki (Finlandia), del 15 al 19 de enero.

La persona que se ha desplazado ha sido Melissa Gallardo en representación de la Real Federación Andaluza de Golf.

Además, asisten y comparten stand entre otros: Ayuntamiento de Torremolinos. Turismo y Planificación Costa del Sol también tiene un stand con mucha representación de la zona, destacando especialmente representantes de hoteles e instituciones de Fuengirola.

Feria de Turismo General abierta al público. Está considerada como una de las ferias de Turismo y vacaciones más importante de los países nórdicos, con más de 50.000 visitantes en esta edición.

Finlandia es uno de los mercados emisores estratégicos para los campos de golf andaluces con cerca de 150.000 jugadores federados que cuentan con una corta temporada en la que poder practicar el golf en su país de residencia. Se estima que al menos un 50% de los jugadores de golf finlandeses realizan al menos un par de desplazamientos anuales fuera de sus fronteras con el fin de disfrutar de su afición al golf en lugares más cálidos.

Desarrollo del evento:

- Notable número de visitantes, aproximadamente de 10 personas que se acercaban al stand 2 eran golfistas.
- La percepción de visitante sobre nuestro destino es muy positiva predominado el interés por atracciones turísticas y monumentales como la Alhambra, el Caminito del Rey, la ciudad de Sevilla, Parques Naturales, etc. En cuanto al golf encabezan el ranking los Campos de la Costa del Sol seguidos por los de la Costa de la luz y resto de Andalucía. Interés por zonas nuevas donde poder combinar Turismo y Golf como Almería, Granada, Córdoba y Sevilla.
- La demanda mayoritaria del visitante de interesado en Andalucía es la de viajar durante una semana/10 días, pero también existe una demanda muy considerable de paquetes de larga estancia.
- Una gran parte de los interesados demanda estancia en apartamentos o aparta hoteles.
- 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. Nombres como Fuengirola, Málaga o Marbella se repiten constantemente y es extraño dar con un visitante que, si bien no ha visitado la zona, no tenga por lo menos conocimiento de su oferta variada de golf.



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Andalucía es un destino recurrente para golfista finlandés. Prueba de ello la cantidad de ejemplares de las guías de campos de Golf de Andalucía que fueron demandados y entregados a los visitantes (+ de 150 unidades). Destacamos la calidad del material aportado por Turismo Andaluz ya que los visitantes de esta feria estaban muy interesados en el folleto físico.

- Puntos débiles a mejorar:

Nuevamente la carencia de los vuelos directos con Finlandia -Costa de la Luz, Almería o Granada sigue siendo una gran traba para que el golfista finlandés diversifique su destino dentro de la misma Andalucía.

El golfista finlandés es recurrente de la Costa del Sol gozando de vuelos directos a Málaga y a su vez conocedor de la débil comunicación aérea a la Costa de la Luz. A pesar de su valoración positiva de sobre la zona atlántica andaluza, prefiere evitar desplazarse a ella por el tema de las escasas comunicaciones aéreas.

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

- Golf Resepti; TTOO finlandés muy potente.
Contacto: Jenni Viinikka jenni.viinikka@golfresepti.fi
- Golfpassi: TTOO finlandés que dentro de nuestro país realiza su actividad principal mente en el en Costa del sol, Costa Blanca y Mallorca
Contacto Juha Passi: juha.passi@golfpassi.fi

Conclusión:

- Valoración muy positiva de la asistencia de la Federación Andaluza en representación de todos los campos de nuestra comunidad a Matka como espacio de punto de encuentro y concentración de cliente final de turismo general y golf, así como de la marca Andalucía a través de Turismo Andaluz.
- Se hace recomendable continuar con la asistencia a esta feria habida cuenta del interés creciente por el cliente directo finlandés por parte de otros los destinos tanto nacionales como internacionales, así como por el incremento de golfistas finlandeses con interés por disfrutar de los campos de golf andaluces.





FESPO – ZURICH, Suiza (31 enero a 3 febrero)

A Fespo Golf Messe, de Zurich 2018, asistimos junto a Turismo Andaluz, con un mostrador dentro del stand de Turespaña. En el mismo también estaba Tenerife. En la feria estuvo Gonzalo Goy, del Real Club Sevilla Golf.

Estuvieron también presentes Westin la Quinta, La Cala, Costa Ballena y Villa Pardierna.

Esta feria es de turismo genérico, pero hay una parte específica de golf. Es una feria B2C (Business to Consumer), a la que también atienden algunos TTOO.

Golfmesse es una feria paralela a FESPO, en el Hall 5 de Messe Zürich in Zürich-Oerlikon, la única feria de golf en Suiza.

En 2019, fue la novena edición de la misma, participaron 140 expositores, frente a los 120 de 2018. Hubo un total de 65.000 visitantes a FESPO, de los cuales, según estiman, 10.800 visitaron la Golfmesse.

Actualmente, según datos de 'Golf Business Partners', el mercado suizo representa un 2% de las visitas de turistas de golf a España.

El 1,06% de la población suiza juega al golf, superando a países como Alemania, Francia, Italia, Bélgica, o la propia España.

Tanto el mercado suizo como alemán son dos destinos muy importantes donde tenemos muchísimo recorrido y en los que tenemos que estar, la percepción del visitante de nuestro destino es buena, pero también hay mucho que ha oído hablar de él y no lo ha visitado.

A día de hoy, no solemos ser su primera opción, como bien sabemos Mallorca tiene un porcentaje muy alto, Turquía está en un crecimiento preocupante, también Canarias es un buen destino para ellos.

Si analizamos Andalucía como destino para el golfista suizo/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 un destino poco conocido para ellos, y fueron los mapas que menos salieron junto con los de Almería. Sevilla cuenta con vuelos directos a todo el año a Zurich, Basilea y Ginebra, pero no sé si es un mercado target para suizos y alemanes.

- Costa del Sol: Nuestro destino principal de golf en Andalucía, pienso que también hay mucho trabajo para este tipo de mercado, suizo y alemán, con clientes de alto nivel que deberían de conocer más la zona de Marbella y zona de Sotogrande, con campos como Valderrama, Sotogrande, San Roque, Finca Cortesín, etc, hay producto para ese mercado.

- Costa Tropical - Almería: Fue la zona por la que menos preguntaron y donde menos mapas se consumieron. Es un producto más complicado para este mercado.

- Andalucía Interior: Destinos como Córdoba, Granada o Jaén, no cuentan con un interés



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

muy elevado por parte del mercado alemán, pero si se podría potenciar Sevilla como target, es poco conocido como destino de golf, pero su oferta gastronómica, hotelera y de campos de golf se puede asemejar con el nivel de Suizos y alemanes, como comente antes, hay tres vuelos directos todo el año a Zurich, Basilea y Ginebra.

En Andalucía tenemos la enorme suerte de contar con más de 100 campos a lo largo de toda la región, dentro de esos campos hay niveles y precios para todo tipo de clientes, debemos comercializar el destino de acuerdo con estos parámetros, y pienso que esta feria y mercado tienen que estar muy enfocados a productos de alto nivel.

Nuestro gran punto fuerte es claro, el clima.

Contactos realizados:

Tour Operador

EMU exclusive travel – Erguel Altinova - Erguel.Altinova@emu-travel.com

Erguel 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. Venden mucho el paquete de 'Spain Finest', con Valderrama, Sotogrande, La Reserva etc, junto con el hotel Kempinski.

Travelhouse – Maurice Lutz – Maurice.lutz@travelhouse.ch

Maurice representa a un TTOO importante en Suiza, que actualmente trabaja mucho en Andalucía.

Knechtreisen – Marco Nuzo – m.nuzzo@knecht-sportreisen.ch

Marco representa a un TTOO Suiza, que actualmente algo en Andalucía.

Columbus Tours – Peter Knecht – peter.knecht@columbus-golf.ch

Peter representa a un TTOO importante en Suiza, se acercó a nuestro stand ya que estaba en contacto con varios campos/hoteles de Andalucía que se habían citado con él.

Golf Card Migros – Hans-Peter Schild – hans-peter.schild@golfparks.ch

The Golf Butler – Karin Hassler – info@golfbutler.ch

House of Swiss Golf – Anthony Helbling – ajh@houseofswissgolf.ch

Wanderlust Spain– info@wanderlust-spain.com

Agencia española en Suiza, no han trabajado mucho el mercado de golf pero se acercaron a nuestro stand con idea de abrir este segmento, en su página web se puede observar que ofertan diferentes tipos de actividades.

Conclusión:

El mercado suizo y alemán es uno de los emisores de golfistas más potentes de Europa, y donde nos queda muchísimo recorrido y oportunidades de mejora. Para ver si se han conseguido nuestros objetivos nos lo debemos plantear a largo plazo.

Debemos seguir viniendo ya que, como comentamos anteriormente, tenemos mu-



cho margen de mejora en estos mercados.

HANSE GOLF, Hamburgo (15 a 17 febrero)

Es la primera vez que la Real Federación asiste a Hanse Golf, contratamos un stand modular propio de 12 metros cuadrados.

En representación de la RFGA estuvieron presentes Aurora del Río de Baviera Golf y Mila Rodríguez de Costa Ballena Golf.

También asistieron de otras empresas: Marco Polacci, Andrés Sánchez de Atalaya Golf, Silvia Ortega de La Cala Golf, Enrique Medina de Barceló Montecastillo, Simon Maczenzie de Iberostar Novo Sancti Petri.

Tipo de Feria, descripción y desarrollo:

Abierta al público directo, ha sido la 17ª edición. Contó con algo más de 200 expositores, entre representantes de Campos de Golf, de venta de material, Resorts, Tour operadores, prensa, academias y Federaciones.

Con un total de 15.900 visitantes de la zona norte de Alemania, en su mayoría golfistas. El 1er día fue uno de los más fuertes, en lo que a asistencia de público se refiere. En la mañana del sábado y el domingo, también se notó la visita de los golfistas alemanes interesados por nuestro destino. El buen tiempo, que por primera vez en todo el invierno nos acompañó, propició que muchos de los golfistas, aprovecharan para jugar al golf, e hizo que bajara la asistencia el fin de semana, aunque esto no desmereció nuestra presencia.

Fueron numerosos los asistentes que se acercaban al Stand de Andalucía, conocedores de nuestro destino y nuestro buen clima. En su mayoría, y como primer destino, conocían la zona del Novo Sancti Petri y toda la costa gaditana. En segundo lugar, la Costa del Sol y también, aunque en menor medida la zona de Huelva.

Contamos con vuelos directos desde distintos puntos del norte de Alemania a los Aeropuertos de Jerez, de Sevilla y Málaga. Se puede deducir que mayormente, los golfistas del norte de Alemania, son quienes se desplazan en avión a destinos como Andalucía. Los de la zona Sur, suelen utilizar sus propios vehículos como medio de transporte, para acudir a destinos más cercanos, como la Rep. Checa, según nos indicaban, algunos exhibidores de este país, donde notaban que apenas tenían visitantes a sus stands.

Se notó poca asistencia de niños y de PROS.

Principalmente demandaban información, entregándoles así las guías de los campos de Andalucía, además, como tenían bien definido el destino, se les entregaba los mapas con información de campos de cada provincia. También demandaban paquetes con precios de alojamiento y golf incluido y a ser posible, también vuelos.

Se aconseja para la próxima cita, llevar folletos con paquetes montados con precios, tanto de solo green fees con varios campos, como de alojamiento para 1 semana con juego en varios campos.



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

TTOO que asistieron, tanto como expositores como visitantes:

- GolfTime Tours: dentro de su oferta, para el cliente individual, incluye campos de la Costa de la Luz y la Costa del Sol. Contacto: Elke Böhnke – eb@golftimetours.com
- GolftravelNetwork: dentro del Stand de The Leadbetter Golf Academy. Contaba con su propio Flyer especial para la feria. Se incluyen campos como La Cala Golf Hotel y Costa Ballena Golf
- Golf By FTI (München)- agencia dedicada a todo tipo de viajes, ofreciendo gran variedad de destinos, entre ellos Costa del Sol y Costa de la Luz. Contacto: Thomas Reiche (Product Manager Golf) Thomas.Reiche@fti.de
- Golf Globe: Principal ttoo alemán que trabaja con hoteles y resorts de la cadena TUI. Nos informan que nuevamente es Simone Kissling la persona encargada del destino Andalucía. sk@golfglobe.com
- Olimar: Ofrece paquetes con hotel en la zona de la Costa del Sol, Costa de la Luz, entrando en su oferta, destinos como Sevilla y Granada. Contacto: Natalie Zahn. Natalie.zahn@olimar.com
- Classic Golf Tours: principalmente se están dedicando a viajes exclusivos de alto nivel. Buscan destinos y resorts de lujo. Dentro de su oferta podemos encontrar, la Costa de la Luz con Fairplay, Costa Ballena y El Rompido. También Costa del Sol con H. Elba Estepoña, Almenara, Puente Romano Marbella, y Villa Padierna. Contacto: Dieter Lindner – dl@classigolftours.de
- CMReisen Hamburg: dos semanas previas a la Hanse visitaron Costa Ballena, por lo que les invité a asistir, dado a que tienen base en Hamburgo. Hicieron una visita rápida a nuestro stand. Contacto: Christian Müller – cm-reisen@hamburg.de
- Sven Busch – (PRO), pro que busca campos para academia. Contacto: buschpro@t-online.de

Stand y material:

El stand estaba bien situado, justo en el centro de la feria con un Putting green justo delante, lo que hacía que visualmente se pudiese localizar mejor. La foto del fondo fue reconocida por varios de los asistentes.

En los dos mostradores se dispusieron las guías de campos de Andalucía y los folletos con los mapas y las ofertas de algunos campos con precios.

Los folletos y guías resultaron más atractivos, debido a que contenían información más detallada y precios, el público esperaba poder encontrar buenas ofertas, aunque todos los asistentes se llevaron gustosamente la guía de campos.

Las guías con mapas de la Prov. de Málaga – Costa del Sol se agotaron el sábado y las de la Provincia de Cádiz el domingo por la mañana.



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Ambas comerciales que representábamos a la RFGA, informaron de manera totalmente imparcial de todos los destinos de golf de Andalucía.

Sugerimos se sustituya una de las cajas con guías de Golf de Andalucía por una caja más con Mapas de Zona.

Durante los 3 días de feria se ofreció vino dulce de Cómpeeta, el cual gustaba muchísimo. Se repartieron bolígrafos, caramelos, mochilas y llaveros de la Real Federación Andaluza de Golf.



Valoración muy positiva de la asistencia de la Real Federación Andaluza de Golf en representación de todos los campos de Golf de Andalucía a Hanse Golf. Se debería apostar continuar con la asistencia a esta feria ya que pensamos que ha sido una acción comercial muy positiva.



DANISH GOLF SHOW, Herning (22 a 24 febrero)

- Fechas: del 22 al 24 de febrero de 2019
- Lugar: Herning (Dinamarca)
- Asistentes: Tatiana Morató Beltrán (Comercial de Añoreta Golf)

El pasado mes de febrero tuvo lugar la Feria Danish Golf Show en Dinamarca. Es una feria a la que llevamos muchos años asistiendo debido al gran interés del golfista danés en la parte sur de España.

En esta ocasión, la Real Federación Andaluza de Golf asistió junto a Turismo Andaluz, con un mostrador dentro del stand de Turespaña. En el mismo, también se encontraban Murcia, Costa Blanca y Canarias.

Se trata de una feria de turismo genérico, pero dentro de ella, hay un gran espacio específico de golf. Visitaron la feria más de 62.000 personas siendo el domingo el día de menor asistencia con 18.000 entradas.

Se trata de un mercado muy interesante ya que tiene muy buenas conexiones con vuelos directos desde sus principales ciudades. La estancia de los golfistas daneses es muy variada: 5 noches & 4 GF's, 7 noches & 5 GF's o mid/long stay. Muestran mucho interés en paquetes de golf con alojamiento. Es un público muy experimentado en viajes y suelen buscar ofertas específicas, así como, moverse con coche de alquiler en el destino.

En general, el público danés nos conoce, pero aún hay un buen número de golfistas que no nos han visitado y han preferido optar por la Región de Murcia y/o Alicante (principal competencia). Las zonas de Andalucía más visitadas son Costa del Sol, Huelva y Almería (esta última debido a la cercanía de la Región de Murcia).

La localización del stand de Turespaña era bastante buena (zona centro).

Los mostradores estaban repletos de información de Andalucía proporcionada por Turismo Andaluz además de información específica de golf proporcionada por la RFGA (guías, mapas, ofertas...). Hicimos hincapié en mostrar la página de "golfandalucía" donde los clientes podían encontrar ofertas especiales de los campos de golf de la zona (la oferta por parte de los campos era escasa...).

Como siempre, realizamos un sorteo de GF's y estancias con el fin de acercar a los visitantes a nuestro mostrador y proporcionar información sobre el destino. Además, esa base de datos nos proporcionará el contacto directo con el cliente final para el envío de ofertas especializadas.

Hubo varios TTOO presentes en la feria que procedo a detallar a continuación:

GolfKysten
Marisol Sánchez
marisol.sanchez@golfkysten.dk
www.golfkysten.dk

No tenían stand, pero se acercaron al Stand de Turespaña interesados en trabajar el destino. Necesitan paquetes de golf y alojamiento (7 noches + 5 GF's / 5 noches + 3 GF's



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

/ 3 noches + 2 GF's).

Golfplaisir
Lasse Sonne Nielsen
lsn@golfplaisir.dk
www.golfplaisir.dk

Tenían stand propio en la feria. Interesados en paquetes de golf y alojamiento (7 noches + 5 GF's / 4 noches + 3 GF's / 3 noches + 2 GF's) aunque también les gustaría recibir precios sólo de golf para realizar ellos mismos los paquetes con Hoteles con los que ya trabajan.

Green2green
Bobby L. Jorgensen
bobby@green2green.dk
www.green2green.dk

Tenían uno de los stands más grandes de la feria. Es de los TTOO que más clientes daneses mueve. Interesados en paquetes de golf y alojamiento (7 noches + 5 GF's / 5 noches + 4 GF's / 4 noches + 3 GF's).

Classic Golf
Kristian G. Munck
km@classicgolf.dk
www.classicgolf.dk

Tenían stand propio en la feria. TTOO muy interesante y muy fuerte en Dinamarca. Interesados en paquetes de golf y alojamiento (7 noches + 5 GF's / 4 noches + 3 GF's / 3 noches + 2 GF's) aunque también les gustaría recibir precios sólo de golf para realizar ellos mismos los paquetes con Hoteles con lo que ya trabajan. Suelen empaquetar con varios campos.

Nordic Golfers
Jess Krelskov
jess@nordicgolfers.com
www.nordicgolfers.com

Tenían uno de los stands más grandes de la feria. No es un TTOO. Se trata de una plataforma muy utilizada por los golfistas daneses para realizar reservas directas a campos de golf y recibir información. Cuenta con miles de seguidores en redes sociales.

Bravo Tours

Trabajan la zona mediante Mauricio (mauricio@aptovegasolplaya.com). Interesado en GF's para empaquetar.



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF



COMITÉ COMERCIAL CAMPOS DE GOLF 2019



GO - EXPO, Helsinki (15 a 17 marzo)

La Real Federación asiste a Go- Expo. Se ha celebrado del 15 al 17 de marzo en Helsinki.

La Federación contrató un stand, de 3x8 m2 en esquina, cofinanciado por Turismo y Planificación Costa del Sol.

En representación de la RFGA estuvieron presentes Marco Polacci, vocal del Comité Comercial de la Federación, y Maria Jesús Prados, de La Cala Resort. También asistieron de otras empresas: Ana Nyblom de Golf Torrequebrada, Cecilia Löwenhielm del Chaparral, Paco Venegas de Alborán Golf, Joan Resina de Isla Canela, Melissa Gallardo y Tapani Saarentola de Lauro Golf, Carmen Serén de Hoteles Elba y Tatiana Morató de Añoreta Golf.

Tipo de Feria, descripción y desarrollo:

Abierta al público directo, ha sido un gran éxito. La cantidad de visitantes ha incrementado un 21%. Este año han visitado la feria más de 44.000 personas en comparativa con las cifras del pasado año que ascendió a 36.000 asistentes. Más de 120 expositores en el área de golf, entre representantes de Campos de Golf, de venta de material, Resorts, Tour operadores, prensa, academias y Federaciones. Del 100% del espacio del pabellón de Go- Expo este año se ha vendido un 85% y se espera que el área de golf aumente para el año que viene.

El primer día viernes junto al sábado fueron de los más fuertes, en lo que a asistencia de público se refiere. Fueron numerosos los asistentes que se acercaban al Stand de Andalucía, conocedores de nuestro destino y nuestro buen clima. En su mayoría, y como primer destino, conocían la Costa del Sol. Contamos con vuelos directos desde Helsinki a la ciudad de Málaga.

Principalmente demandaban información genérica seguida de información específica de zonas que ya conocían o habían estado, entregándoles así las guías de los campos de Andalucía, además, como tenían bien definido el destino, se les entregaba los mapas con información de campos de cada provincia. También demandaban paquetes con precios de alojamiento y golf incluido. Muchos de ellos tienen segunda residencia y demandaban precios de solo golf, y larga estancia (Long stay golf prices).

Se aconseja para la próxima feria llevar folletos con paquetes montados con precios, tanto de solo golf con varios campos, como de alojamiento para 1 semana con juego en varios campos.

Un dato curioso, es que requerían hotel y golf para las dos semanas siguientes a la feria, dado que tenían comprados los vuelos y les faltaba lo demás. También estancias de 7 noches o largas estancias desde los meses de octubre a diciembre, buscando hotel y golf y también golf.

TTOO que asistieron:

- Golden Sun Golf: dentro de su oferta, para el cliente individual, incluye hoteles y campos de la Costa del sol y costa de La Luz. Contacto: Mia Uusitalo – mia@goldensungolf.fi
- Amazing Travels Oy: Dentro de su página web venden Viajes con fechas específicas. Se



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

puede contactar con ellos para que preparen viaje a Costa del Sol. Las personas de contacto son Kirsi y Arto. Contacto: arto@amazingtravels.fi y kirsi@amazingtravels.fi

· Bilyana Golf Holidays: En su página web solamente venden la Costa del Sol como destino de Andalucía. La ejecutiva de ventas es Beyhan Aygun y su contacto: Beyhan@bilyanagolf.com

· Golf Ressepti: Organización de Go-Expo. Venden sobretodo costa blanca y Costa del sol. Hanna-kaisa.sorjonen@golfresepti.fi es sales & production person., y jenni.viinikka@golfresepti.fi COO de golf resepti.

· Noyan Golf Travel: Es un T.O francés que vende Costa del Sol, Costa de la Luz, y Cádiz. La persona de contacto de ventas y marketing manager es Fatih Tibik, su contacto: fatih@noyantravelgroup.com

Stand y material:

El stand estaba bien situado, y con gran visibilidad. La foto del fondo de dos campos de golf nos situaba como destino.

En los 5 mostradores se dispusieron las guías de campos de Andalucía y los folletos con los mapas y las ofertas de algunos campos con precios.

Los folletos con precio y guías resultaron más atractivos, debido a que contenían información más detallada y precios, el público agradecía tener las ofertas con precios y también que hubiese personas de diferentes campos y hoteles para poder atenderles de una manera más personal y dar una mejor información sobre los paquetes concretos cuando estaban buscando hotel y campo para sus vacaciones.

Ambos comerciales que representábamos a la RFGA, informamos de manera totalmente imparcial de todos los destinos de golf de Andalucía.

Valoración muy positiva de la asistencia de la Real Federación Andaluza de Golf en representación de todos los campos de Golf de Andalucía a Go- Expo. Se debería apostar continuar con la asistencia a esta feria ya que pensamos que ha sido una acción comercial muy positiva.

SCOTTISH GOLF SHOW, Glasgow (22 a 24 marzo)

Asistimos con stand propiedad de la Real Federación Andaluza de Golf. El stand era de 15 m2 con tres mostradores y una mesa de trabajo.

Las personas del comité que se desplazan son Tino Cordero (Islantilla Golf Resort, Huelva) y Francisco Venegas (Alborán Golf, Almería)

También asisten miembros de otros campos: Silvia Ortega (La Cala), Anthony Dunlop (Santa Clara Granada) y Marco Polacci.

Es una feria de golf, una de las principales acciones destinadas al consumidor final y especializadas en el sector que tienen lugar en el Reino Unido. Decimocuarta edición de una feria por la que pasaron en 2018 más de 17.000 visitantes.



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Entre las más de doscientas empresas con presencia de alguna manera en la feria había tiendas de diverso equipamiento y material, stands de las principales marcas de palos para probar sus últimos lanzamientos y varias zonas con challenges o concursos que retaban a los visitantes con golpes cortos, bunker o putter, dando diferentes premios o sorteos a quienes superaban los desafíos. En lo que respecta a destinos de golf, fuerte presencia de Turquía, que, junto a Andalucía y Chipre, además de un receptivo portugués, eran los únicos stands presentes. Golf Kings ha sido un año más el touroperador local con fuerte presencia en la feria.

Desarrollo del evento:

Tres jornadas de feria (viernes a domingo) con idéntico horario: de 10 a 17 horas. La ubicación del stand era buena, porque estaba justo enfrente de uno de los desafíos a los visitantes. En concreto este año era la prueba para sacar de bunker e intentar embocar la bola en un hoyo. Muchas fueron las personas que pasaron por el stand gracias a la frecuencia de personas que hacían cola para la prueba.

Campos presentes con folleto: Barceló Montecastillo, Atalaya, Costa Ballena, La Cala, Lauro, Añoreta, Alborán Golf. Son realmente pocos, con lo que no parece que los clubes valoren el rendimiento que se le puede sacar a estas actividades promocionales y el esfuerzo que hace la Federación. Y no parece excusa el coste de impresión de los folletos, porque se pueden hacer unas pequeñas octavillas impresas por una sola cara con ofertas concretas, en lugar de mandar costosos folletos con información genérica que no son útiles para los clientes.

Empresas presentes con folleto o publicación en el stand: Executive Golf Booking, Guadalpin, Golf Circus Magazine, Costa del Sol Golf News, Marco Polacci Promotions.

Buen número de visitantes, especialmente por las mañanas, durante los tres días. Buen nivel de conocimiento del destino por parte de las personas que se acercaban a recabar información. Bastantes personas habían jugado en campos andaluces viniendo del sur de Portugal o procedentes de Murcia o Alicante, fundamentalmente por la existencia de vuelos directos desde Escocia a Faro o Alicante.

Las guías salieron en su totalidad, no así los planos de cada zona, aunque son muy útiles. Los clientes valoran la utilidad de tener concentrado en una guía la información y los contactos de todos los campos.

Contactos conseguidos:

Fantástico respaldo de varios campos para tener premios de cara al sorteo de green fees y estancias. Los visitantes son, no obstante, algo reacios a dar sus datos, pero así y todo conseguimos agrandar la base de datos.

Nos visitó el nuevo equipo de Reed Exhibitions, organizadores de la IGTM, que nos comentaron que están acudiendo a diversas ferias para ir conociendo a touroperadores y a productos concretos. Su idea, nos dijeron, es hacer una valoración y cambiar algunas cosas en la IGTM que sean dignas de mejorar. Tanto Tino Cordero como Marco Polacci les estuvieron hablando de la problemática derivada de los touroperadores que acuden a la IGTM sin verdadera intención de negocio, la necesidad de mantener fechas fijas para la feria o el elevado precio para los que acuden a esta cita.



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Contactamos con el touroperador local Golf Exclusive, que trabaja con clientes procedentes de Holanda y Bélgica y sus principales destinos son Turquía o Marruecos. Hasta la fecha, no han trabajado con Andalucía y nos mostró su interés por empezar a hacerlo.

Conclusión:

Se trata de una feria recomendable, específica de golf y en un país con un elevado número de practicantes, que cada año crece en visitantes. Este público valora el destino de Andalucía y lo elige como preferente de cara a los viajes para jugar al golf en invierno, una práctica habitual, según nos explicaban los clientes. Además, hay vuelos directos a Andalucía desde Glasgow o Edimburgo.

BMW OPEN GOLF, Múnich (19 a 23 junio)

Tuvimos stand la Real Federación Andaluza de Golf cofinanciado por Turismo y Planificación Costa del Sol.

Las personas del comité que se desplazan han sido Jesús Pérez Camino (Costa Ballena Golf) y Andrés Sánchez García (Atalaya Golf).

Además hemos cotando com la presencia de Salvador Alarcón (Fair Play), Rocío Álvarez (La Cala) y Marco Polacci (Marco Polacci Promotions).

Es un torneo europeo de Golf, si valoramos el número de visitantes del 1 al 10, siendo 10 muy visitado, podemos valorar las visitas a nuestro stand en un 5,5 en parte debido a los malos pronósticos de tiempo durante el evento.

El segundo día del evento debido a tormenta eléctrica se declaró una evacuación general del recinto aproximadamente a las 15.00h.

El número de visitantes, según el departamento de marketing de BMW Open en esta edición fue de 61.000 (de miércoles a domingo). Suponen 2.000 visitantes menos que 2018 y 3.500 menos que en 2017. Una disminución que se hizo notable en el stand. Dudamos un poco de estos números.

El primer día de torneo al ser un día festivo fue un claro éxito de afluencia al recinto y a nuestro stand. Además, regalaban entradas a aquellos que viniesen con la típica ropa bávara puesta.

Echamos de menos la afluencia al torneo de colegios de golf de menores, de niños, aunque posiblemente por fecha ya están todas de vacaciones.

La mayoría de visitantes conocen nuestro destino, el orden de este conocimiento del destino podría ser el siguiente; Novo Sancti Petri, seguido de Costa del Sol en general, posteriormente el resto de la Costa de la Luz. El resto de las zonas, de Andalucía, a excepción de Sevilla y Granada no son muy conocidas por el público asistente. Los visitantes valoran la calidad de los campos, el alojamiento, el entorno, la gastronomía y la amabilidad y simpatía de los andaluces.

Es notable el interés en la zona de la Costa de la Luz de Cádiz. Sigue siendo muy interesante llevar a este tipo de eventos ofertas de alojamiento + golf que puedan llevarse



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

los visitantes ya que es lo más demandado.

PUNTOS FUERTES:

- La guía de golf de la Federación es un formato informativo que sigue gozando de gran éxito, hasta tal punto que en la tarde del domingo 23 de junio, último día del evento, se llegan a entregar todas las guías.
- La situación del stand, muy cerca de la entrada al recinto, así como sus dimensiones, han sido casi inmejorables, si bien es cierto que la afluencia de público, condicionada por el nefasto pronóstico de tiempo, dio lugar a no poder aprovechar al 100% las posibilidades del mismo. Con todo, el pronóstico falló más de un día, no llegándose a materializar la mayoría de las precipitaciones anunciadas para cada día.
- El plano de situación de los campos es también un documento útil para indicar los campos disponibles y los aeropuertos de destino.

Contactos conseguidos:

- Base datos golfistas: Se tomaron encuestas de los clientes para la de BBDD
- Tour Operadores asistentes con stand propio:

Golf Time Time Tours .Elke Böhnke: eb@golftimetours.com

Matrix Golf Reisen: Urgur Akca: akca@matrixgolffreisen.de

MasterTours: Hasan Cetin: hcetin@mastertours.de

Albrecht: Oliver Albrecht ; oliver.albrecht@albrecht.de

Classic Golf Tours: Dieter Lindner: dl@classicgolftours.de

Olimar : Natalie Zahn: natalie.zahn@olimar.com

EMU/Golf Extra: Ergul Altinova: erguel.altinova@emu-travel.com

Reisebüro Landshut : Mehmet Dengiz : mehmet@dengiz.com

Xtravel Reisebüro : Ina Scherk : ina.scherk@travel.de



COMITÉ COMERCIAL CAMPOS DE GOLF 2019



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF



COMITÉ COMERCIAL CAMPOS DE GOLF 2019



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF





IRISH OPEN, Lahinch, Claire (4 a 7 julio)

Asistimos con stand propio, cofinanciado por Turismo y Planificación Costa del Sol. Las personas del comité que se desplazan son Marco Polacci y Francisco Venegas (Alborán Golf, Almería).

Además, asistió María Jesús Prados, de La Cala.

Es una competición del Circuito Europeo, uno de los torneos importantes porque forma parte de las Rolex Series, lo que ejerce de efecto llamada para que vengan profesionales bien situados en el ranking mundial. El hecho de que se celebre justo dos semanas antes del The Open (último Grande del año), también tuvo su influencia a la hora de congregar a grandes jugadores. Y un buen plantel de jugadores es directamente proporcional a un gran número de espectadores, atraídos por el cartel del torneo.

Para hacernos una idea de la importancia del golf en Irlanda, es interesante saber algunos datos de importancia: fundada en 1891, la Unión de Golf de Irlanda es la unión de golf más antigua del mundo. Los nueve clubes originales, que formaban la Unión, estaban ubicados en Ulster, pero el golf en Irlanda en el momento del establecimiento de la Unión no se limitaba a esa provincia. En total, para el momento en que se fundó la Unión, el 12 de octubre de 1891, se habían abierto 28 'greens', como se designaban los campos de golf. El golf en esos primeros años fue disfrutado por grupos comparativamente pequeños.

Cada vez se abrieron más nuevos campos de golf en todo el país para satisfacer la demanda de los entusiastas del golf, e incluso hoy en día esta tendencia continúa a un ritmo cada vez mayor. Por ejemplo, en 1986 había 248 clubes de golf afiliados a la Unión de Golf, que atendían a 123.000 golfistas. Hoy hay 430 clubes afiliados, con más de 255.000 jugadores de golf que corresponde al 6,34% de la población.

. Desarrollo del evento:

El stand estaba situado en la zona de carpas de hospitalidad, junto a otras de Turismo de Irlanda del Norte, otras empresas que venden diversos productos, challenges, y próximo a toda la zona de restauración.

La oferta que presentamos fueron la guías principalmente y los mapas de cada zona. También teníamos folletos de algunos campos. Como en otras ocasiones, también contamos con vino moscatel, que es muy apreciado por quienes lo probaron y sirve muchas veces de reclamo para que se acerquen hasta el stand y ya les captamos para darles la información.

El tiempo fue bastante bueno durante todo el desarrollo del torneo, con lo que hubo un gran número de espectadores durante todos los días.

Las numerosas personas que se acercaron al stand eran de todas las edades y mostraban, en general, un buen conocimiento de nuestro destino. En muchos casos 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, principalmente, el sur de Portugal, Murcia o Alicante. Muchos de ellos, fundamentalmente



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

las personas ya retiradas, suelen buscar cada año alguna escapada de golf a lugares con climatología más benigna que la de su país y el destino estrella para ellos es Andalucía, sin lugar a dudas.

. Contactos conseguidos:

Como hacemos en todas las ferias, se organizó un sorteo de green fees y estancias en los campos que tuvieron la gentileza de ofrecerlos. Fueron bastantes las personas que participaron, con lo que hemos aumentado nuestra base de datos con un buen número de direcciones de correo electrónico para futuros mailings con ofertas.

Además, tuvimos contacto con los siguientes touroperadores:

Asksusan Travel – Susan Kiernan
www.asksusan.ie
susan@asksusan.ie
Cassidy Travel – John Spollen
www.cassidytravel.ie
jspollen@cassidytravel.ie
Golf Holidays – Brian Nevin
www.golfholidays.ie
brian@golfholidays.ie

. Conclusión:

La acción es recomendable, porque el cliente tiene un perfil muy interesante para nuestro destino y está encantado con venir a jugar a Andalucía. Las conexiones aéreas son suficientes desde Dublín o Shannon con diferentes aeropuertos andaluces, lo que facilita el flujo turístico a nuestros campos.





OPEN SENIOR, Lancashire (25 a 28 julio)

The Open Senior se desarrolló en Royal Lytham & St Annes, Inglaterra, la Federación asistió con un stand cofinanciado con Turismo y Planificación Costa del Sol. Teníamos a Madagascar a nuestra izquierda y Ginebra Lytham a nuestra derecha, destacar a su lado a Staysure, sponsor principal del European Senior Tour y un stand con muchísima asistencia de público.

Las personas del comité que se desplazan son David Ramos, de El Paraiso, y Gonzalo Goy, del Real Club Sevilla Golf.

También estuvieron presentes, Guillermo Perez de Montecastillo, y Marco Polacci de Polacci Promotions.

Es un torneo de golf, uno de los cuatro grandes, Open Británico, en este caso del mundo senior, para nosotros, B2C (Business to Consumer).

Este año el Open Senior se celebró en uno de los campos emblemáticos del país, Royal Lytham & St Annes, el torneo tuvo una participación de 28 jugadores ex Ryder Cup (9 capitanes), con 17 ganadores de 'major senior' y 13 ganadores de 'major', un 'Potential Household Reach' (TV) de 214,603,224 personas y un 'public attendance' de 31.314 personas.

Actualmente, según datos de 'KPMG Golf Participation Report', el mercado inglés lidera en Europa, ya que cuenta con 655,839 golfistas y casi 1900 campos, que suponen un 16% y 27% del mercado europeo.

Las visitas del mercado Inglés a España, según datos de 'KPMG Country Snapshot Spain', suponen un 31% del total, con 205,230 golfistas.



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Todos estos datos nos hacen ver que es un evento y mercado muy importante para nosotros.

Este evento es un torneo en zona muy interesante, especialmente este año, ya que se celebraba a una hora de Liverpool y hora y media de Manchester, ambas ciudades donde hay muchos campos de golf y muchísimos jugadores.

El feedback de los visitantes en el stand era positivo en general respecto a Andalucía, siendo la Costa del Sol el destino más conocido. Nos sorprende la cantidad de personas que no saben que es Andalucía, pero sí reconocen los nombres de las provincias. Las conclusiones que sacamos de las conversaciones con muchos de los clientes es que cada vez más se nota la competencia de destinos nacionales como Murcia y Costa Blanca en la que muchos estaban comprando propiedades o planeando vacaciones para jugar al golf. La razón principal es que lo ven como un destino más asequible para el golf y estancia.

En cuanto a la competencia internacional, muchos clientes comentaron que prefieren ir a Turquía por la calidad de los campos, hoteles (muchos de ellos con menos de 15 años) y los paquetes con todo incluido. No les molesta tener que estar una semana en un resort ya que no suelen salir del mismo en la estancia. Nos explicaban que cuando eran grupos de jugadores de un mismo club era mucho más fácil de conseguir que se apuntasen jugadores con paquetes de todo incluido. También nos comentaron que los vuelos a Turquía estaban empezando a subir bastante comparado con años anteriores y que en mayo por ejemplo se disparaban mucho lo cual es interesante ya que creo que muchos de los clubes de la zona de Costa del Sol han subido sus ingresos de visitantes en mayo.

Algarve por otro lado sigue siendo el destino preferido de muchos clientes que indicaban que no cambiarían de destino. Algunos comentaron que incluso habían bajado los precios comparado con años anteriores pero que algunos hoteles ya no ofrecían transfer gratuito a los campos.

Conclusion:

¿Por qué venimos a esta acción?

El Reino Unido es a día de hoy, líder en viajes de golf a Andalucía.

¿Hemos conseguido los objetivos?

Esta cuestión se debe plantear a medio/largo plazo.

¿Debemos seguir viniendo?

Sí, tenemos que seguir siendo visible en un mercado como el británico, que lleva tanto tiempo funcionando en Andalucía, y veo de especial interés en el Open Senior ya que es un mercado muy específico e interesante para nosotros.



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF



COMITÉ COMERCIAL CAMPOS DE GOLF 2019



EVIAN CHAMPIONSHIP, Evian (25 a 28 julio)

Se celebró del 25 al 28 de julio de 2019, en Evian Golf Club (Evian les-Bains, Francia).

El Torneo Evian celebrado el pasado mes de julio se trata de uno de los Torneos femeninos más importantes y mejor dotados económicamente del calendario del LPGA. La RFGA estuvo presente con una carpa de 16 m2 cofinanciada por Turismo y Planificación Costa del Sol.

Como representantes de la Federación asistieron Tatiana Morató (responsable comercial de Añoreta Golf) y Joan Resina (director comercial de Isla Canela Golf).

La media de edad del público francés asistente a este Torneo fue de unos 60 años y, dado el tipo de evento, había un gran número de mujeres golfistas interesadas en visitar Andalucía para disfrutar de nuestros campos de golf, así como, de nuestro clima. Mostraron interés por los flyers con ofertas específicas (entre 4 y 7 noches + golf ilimitado o paquetes con diferentes campos).

Sin duda, Cataluña es el lugar más visitado por el público francés, debido a la cercanía geográfica y a la facilidad de transporte en su propio vehículo, abaratando así el coste total del viaje. A pesar de ello, cabe destacar las buenas ofertas existentes para volar desde las principales ciudades de Francia al sur de España, así como, la comodidad del viaje al tratarse en su mayoría de vuelos directos.

Las ciudades andaluzas más visitadas por los golfistas franceses son Málaga, Cádiz y Huelva y suelen visitarnos de forma directa, contactando con cada Club y no a través de TT.OO. Sería conveniente incrementar las relaciones con algunos de los principales TT.OO de Francia (a través de IAGTO, por ejemplo) para intentar fomentar nuestro destino por ambas vías: cliente directo y TT.OO.

A pesar de no ser su principal destino, el número de turistas franceses que han visitado Andalucía es elevado ya sea por viajes culturales o de golf.

Gracias al sorteo de GF's elaborado por la RFGA, conseguimos captar a un buen número de clientes interesados en recibir información y promociones relacionadas con el golf en Andalucía (a pesar de la lluvia del fin de semana).

Con respecto al stand, teníamos una buena ubicación, cercana a la entrada de público y en pleno paso de aficionados.

La comercialización tradicional realizada a través de TT.OO es, posiblemente, la más usada en Francia por golfistas a la hora de organizar sus vacaciones. Sin embargo, hay cada vez más jubilados que deciden pasar largas temporadas (a partir de 3 semanas) en el destino. Este tipo de cliente creemos que va a tener un crecimiento exponencial y hay que llevar ofertas que incluyan golf & alojamiento.

El evento es de gran relevancia y, el hecho de que no haya otras Comunidades Autónomas representadas, ayuda a que los campos de Andalucía sean más visibles al público. Creemos que la asistencia a futuras competiciones de Evian sería positiva tanto por el apoyo al golf femenino como por la promoción del destino Andalucía, muy necesaria debido a



la cercanía del país.



CZECH MASTERS, Praga (15 a 18 agosto):

La RFGA, mediante su Comité de campos comerciales, estuvo presente con espacio compartido con Turismo Andaluz dentro del stand del Tour Operador Golf Planet y fue representada por Melissa Gallardo de Lauro Golf.

Este Torneo es parte del Circuito de Torneos del European Tour y se ha celebrado en Albatross Golf Resort con una afluencia de público de 15.000 personas. Tenemos que tener en cuenta que la República Checa, aun siendo uno de los países de Europa del Este con más tradición de golf, es aún un destino con solo unas 30.000 licencias activas, pero que no han parado de crecer en los últimos años.

Tuvimos la sensación de que el destino Andalucía no es muy conocido como destino de golf (algunos habían visitado Andalucía, pero pocos para jugar al golf) y, por tanto, el golfista checo es sensible a la publicidad y promoción directa, aunque tenemos que tener en cuenta que, tanto por tema de cercanía como de precio, tenemos en Turquía un competidor muy potente contra este mercado.

Para el cliente checo, una de las cosas más importantes para elegir destino es la existencia de vuelo directo y además les gusta ver promociones en su país, y tener la posibilidad de llevarse un folleto, hablar con un representante, etc., porque les da confianza en el destino. Suelen viajar mucho con T.O. y son muy susceptibles de promociones combinadas con torneos.

Al ser un stand compartido y un mercado poco maduro notamos una asistencia de público menor que en otros eventos del European Tour a los que asistimos, especialmente jueves y viernes.

Hacemos una pequeña encuesta, muy sencilla, con campos andaluces que conoce,



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

cosas que le gustan de Andalucía como destino golfista y cosas que le gustaría que mejorásemos. A modo de resumen, los resultados son los siguientes:

Encuesta sobre Golf en Andalucía, donde se sortearon diversos premios como reclamo:

- Muy pocos conocen el destino, pero los que lo conocen, lo conocen bastante bien.
- Se mencionaron los campos siguientes: Alcaidesa, Mijas, Añoreta, Baviera, Rio Real, Santa Clara Marbella, Santa Clara Granada, Chaparral, Cabopino, Santa María, El Rompido, La Duquesa, etc.

- Positivo:

- Buen atención al cliente en los campos
- Precios en verano
- Clima
- Infraestructura

- Negativo:

- Calor en verano
- La calidad en algunos campos
- Atención al cliente en otros establecimientos mala.

En general lo que la mayoría señaló fue que los precios son demasiado altos, la mayoría está preparado a pagar más o menos 70€ por partida por un buen campo. Esto es una incongruencia porque la mayoría de los campos están por debajo de ese precio, señal del desconocimiento del destino.

Sugerimos que:

- por parte de Turismo Andaluz o los Patronatos de Turismo se haga una publicidad genérica del destino Andalucía y una potenciación de los vuelos directos.

- por parte del Comité Comercial de la RFGA se hagan promociones específicas, ya que, desde el punto de vista del golf, no somos uno de sus destinos preferidos y no somos tan conocidos como otros.

- por parte de los campos las ofertas combinadas con hoteles de categorías superiores y torneos son muy recomendables, como en todos los destinos donde el clima hace que jugar al golf en invierno sea complicado.

SCANDINAVIAN INVITATION, Suecia (22 a 25 agosto)

La Real Federación Andaluza de Golf asistió a Scandinavian Invitational (del European tour) el 22-25 de agosto en Hills Golf & Country Club en Gotemburgo, Suecia. Para esta ocasión contamos con carpa cofinanciada por Turismo y Planificación Costa del Sol.

Los primeros días, jueves y viernes, la afluencia fue más un poco más baja que el sábado y domingo. El número total de visitantes llegó a casi 70.000, igual que el año pasado.

Hills ha sido el campo anfitrión los últimos 2 años. Para el año que viene se está



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

eligiendo entre 5 campos potenciales en Malmö, Gotemburgo y Estocolmo. Entre ellos está Barsebäck y PGA National en Malmö, Bro Hof y el campo nuevo de Henrik Stenson "Öster by Stenson" en Estocolmo. Como novedad se ha propuesto hacer la competición mixta permitiendo la participación de golfistas femeninas.

Suecia es un gran mercado para el turismo de golf ya que cuenta con casi 500.000 jugadores federados. Se trata del tercer país de Europa en número de practicantes, después de Inglaterra y Alemania.

Jugadores federados en Suecia: 484.373
Campos: 445 Ratio Jug./Pob: 4,7

En representación de la RFGA estuvieron presentes: Ignacio Iturbe Escolano (Relaciones Institucionales Real Federación Andaluza de Golf) y Cecilia Löwenhielm (Chaparral Club de Golf).

Estuvieron presentes los siguientes campos/resorts:

Lauro Golf: Melisa Gallardo

The Westin La Quinta: M^a Angeles Guerrero

Barceló / Montecastillo: Enrique Medina

Fairplay: Salvador Alarcón

Recibimos visitas de los TTOOs suecos:

Longstay Travel: Lars Wahlstrom

Golf Travel +: Hasse Bauer

Durante los 4 días de evento se realizó una encuesta entre los visitantes, sorteando green fees en varios campos en la Costa del Sol y Cádiz y dejando información de los campos de Andalucía.

Los visitantes del Stand de la federación conocen nuestro destino y nuestro buen clima. En su mayoría, tienen un buen conocimiento de varias zonas; Costa del Sol, Huelva, Cádiz, Nerja etc. Destinos como Turquía no ha sido un tema relevante mientras Tunes y Alicante sí han sido destinos mencionados entre el público. El turismo de golf y el mercado inmobiliario en Torre vieja está muy presente entre los clientes suecos.

Durante la feria principalmente demandaban información general de golf en Andalucía e información específica de zonas que ya conocían o habían estado, entregándoles así las guías de los campos de Andalucía. A los visitantes con un destino definido, se les entregaba los mapas de cada provincia.

Muchos pidieron información y ofertas de paquetes con precios de alojamiento y golf. Los folletos con paquetes montados ya con precios, de solo golf y de alojamiento & golf son muy apreciados. Varios clientes tienen segunda residencia y buscaron precios de golf solamente, y larga estancia.

Otros buscaron precio de para las semanas próximas a la feria, ya que tenían reservado los vuelos y el alojamiento y quedaba decidir donde jugar.

El stand estaba bastante bien situado, cubriendo la mayoría de los visitantes entrantes.



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Los guías de golf resultaron muy atractivos y se repartieron repartidos todos. Son una buena herramienta para acercarse al cliente y que tengan una imagen visual de nuestras zonas de golf con descripción de cada campo. El público agradecía recibir los folletos con ofertas y también que hubiese personas de diferentes campos y hoteles para poder atenderles de una manera personal y dar una información sobre los paquetes concretos.

Los mapas más demandados fueron los de Costa del Sol.

Nuestra valoración es positiva de la asistencia de la Real Federación Andaluza de Golf en Scandinavian Invitation. Entendemos que ha sido una acción comercial positiva.

La impresión directa (sin corroboración estadística) hablando con los tour operadores y clientes directos de las zona ha sido que nuestro destino y oferta es sólido, conocido y apreciado. Turquía ha dejado de ser una amenaza eminente por su subida de precios. Tunes, Marruecos y Portugal son destinos extranjeros a tener en cuenta junto con otros destinos en nuestro país siendo Alicante el destino más mencionado (después de Andalucía) entre los suecos.

KLM OPEN, Amsterdam (12 a 15 septiembre)

El torneo se ha celebrado del 12 al 15 de septiembre en Ámsterdam. Hemos asistido dentro del stand de Turespaña y con el patrocinio de Turismo y Planificación Costa del Sol. También estuvieron presentes en el stand Mallorca y Lanzarote.

La persona desplazada ha sido Andrés Sánchez, de Atalaya Golf & Country Club. El KLM Open es, desde muchos años, el mejor torneo en el BENELUX, donde los mejores jugadores europeos se reencuentran.

Al tener Holanda buenos jugadores participando en el torneo, casi siempre se aseguran un alto número de visitantes durante los 4 días de torneo.

El patrocinador principal es la línea aérea KLM, patrocinando este torneo desde hace 14 años, y desde hace 4 años igualmente con ING, Volvo, American Express.

El Village con las carpas y stands estaba situado a la entrada por lo que todos los visitantes debían pasar por nuestro stand.

Nuestro stand estaba fuera de la carpa, bien situado.

Participaron unos 50.000 visitantes, según la organización, y varios colegios fueron invitados para promover el golf para los niños.

Los que visitaban el stand estaban interesados sobre todo en la Costa del Sol y Cádiz, la cual conocía bastante bien, muchos tenían ya sus billetes para viajar este invierno o primavera a nuestras tierras.



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Ha crecido enormemente el interés de viajar a nuestros antiguos competidores como Turquía, Túnez y Marruecos por sus precios muy económicos. Están de vuelta con sus nuevos campos en proyecto en Túnez y Marruecos, además con sus costes de personal mucho más bajos, pueden ofrecer unas ofertas muy por debajo de nuestros precios.

Es una buena feria por su gran número de visitantes, aunque debemos de tener alguna atracción para que el visitante se acerque y nos pida información en el stand. Es un evento principalmente para el cliente directo, no tanto para los tour operadores o agencias, aunque algunos estaban presentes tal como:

3D Golfvakanties – El director es Bert Trommelen
b.trommelen@3dgolf.nl

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

Golftime Travel – Nadine van Megen , Boudewijn Damler (director general)
www.golftime.nl nvanmegen@golftime.nl boudewijn.damler@golftime.nl
Time4golf – Bert van den Heuvel bert@time4golf.nl www.time4golf.nl
Golfreizen – Mark Vijver mark.vijver@golfreizen.nl www.golfreizen.nl
Pin High Golf reizen : + 31 (0) 23-561 53 05 Marianne Kortekaas Product Manager
Flight4you : info@flight4you.nl + 31 (02)97 531322
Golftraveler.nl: Eric Venhuyzen eric@golftraveler.nl + 31 (0)20 6916665
Golfexpedition: Michel Hopstaken info@golf-expedition.com + 31 (0) 614379228
Go4golf reizen : Peter van Pelt info@go4golfreizen.nl + 31(0) 623445277

GOLF TRAVEL MARKET (14 AL 17 OCTUBRE)

Un año más, la Real Federación Andaluza de Golf ha estado presente en la International Golf Travel Market que, en esta ocasión, se ha celebrado en Marrakech. Al igual que en los últimos años, la Federación ha estado representada por M^a Rosa Giménez (Relaciones Institucionales y Comunicación de la Real Federación Andaluza de Golf) y hemos asistido de la mano de Turismo Andaluz, compartiendo mesa y agenda con Manuel Ortega. Con esta International Golf Travel Market, el Comité Comercial de Campos de la Real Federación Andaluza de Golf completaba un calendario que ha incluido un total de 17 ferias y eventos, con los que se ha querido cubrir todos los principales mercados emisores de turismo de golf a nuestra comunidad, incluyendo acciones en mercados emergentes –como es el caso de República Checa, con la asistencia al Czech Masters- y reforzando nuestra imagen en otros ya muy asentados pero que no debemos descuidar, con especial atención a Reino Unido, ante las dudas generadas por el Brexit.

La inmensa mayoría de acciones que ha recogido este calendario comercial de 2019 han sido ferias y eventos dirigidos directamente al consumidor, con un gran número de ferias especializadas en golf y Opens y torneos profesionales. La International Golf Travel Market ha sido la última de las tres acciones B2B en las que hemos estado presentes, después del IAGTO Trophy de mayo, y el Foro Internacional de Golf con motivo del Andalucía Valderrama Masters.

Asistencia de la Real Federación Andaluza de Golf a la International Golf Travel Market



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Como sabéis, el gran peso de la industria turística del golf en la región andaluza y el alto porcentaje de campos andaluces que viven principalmente del visitante extranjero, hace que la Real Federación Andaluza de Golf tenga dentro de su organismo un Comité Comercial de Campos, centrado de forma exclusiva en esta promoción de destino y en asuntos directamente relacionados con el desarrollo del negocio.

Esta es una particularidad que tiene nuestra Federación respecto al resto de federaciones autonómicas de golf de España y respecto a cualquier otra federación deportiva del panorama nacional e internacional. Así, desde hace ya más de veinte años, este Comité Comercial ha buscado la forma de trabajar siempre en coordinación con las instituciones encargadas de la promoción de nuestro destino turístico, dando una especial importancia a estrechar relaciones con Turismo Andaluz, Patronatos de Turismo y Oficinas Españolas de Turismo.

La asistencia de la mano de Turismo Andaluz a esta International Golf Travel Market nos permite mostrar a los agentes la unión y el compromiso de ambas instituciones a la hora de promocionar el destino de golf andaluz y apoyar la labor comercial que nuestros campos federados realizan.

En este punto, es importante recordar que nuestro principal objetivo en este tipo de acciones con agentes especializados en golf es dar visibilidad no sólo a los aproximadamente cuarenta campos andaluces que han estado presentes en Marrakech, sino también a los cerca de sesenta campos federados que no han podido asistir al evento.

De este modo, en las más de treinta citas que se han mantenido durante los tres días que ha durado el evento se ha seguido el mismo esquema:

- Hemos explicado el trabajo conjunto que Turismo Andaluz y la RFGA llevan a cabo, también junto a Patronatos de Turismo, de forma continua.
- Hemos presentado la oferta de campos de golf andaluces a aquellos agentes no tan familiarizados con nuestro destino, explicando el mapa de Andalucía y las distintas áreas que cubrimos.
- Se ha insistido especialmente en la idea de Andalucía como un conjunto de destinos, cada uno de ellos con una oferta complementaria y de golf que lo hace único, y que permite al visitante viajar a Andalucía año tras año teniendo siempre nuevas zonas que descubrir.
- Se ha informado a cada agente de la presencia en la International Golf Travel Market de más de cuarenta empresas, campos de golf y hoteles del sector andaluz. Además, siempre que un touroperador se ha interesado por algún área de Andalucía o campo de golf en concreto que estuviera en la feria, se le ha presentado a la persona responsable en ese mismo momento.
- Se ha hecho entrega a cada uno de los agentes del dossier creado por la Real Federación Andaluza de Golf para esta edición de la IGTM y de toda la información que los campos federados quisieron incorporar a él. Se ha hecho especial hincapié en la oferta de aquellos campos no presentes en la IGTM, invitando al touroperador a estudiar toda la información aportada con detenimiento.



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

□ Se ha realizado una breve entrevista para conocer el tipo de producto que cada agente busca, sus necesidades y su relación con nuestro destino. Hemos recopilado esa información en este informe y a continuación os facilitamos, también, los datos de contacto de cada touroperador.

Contacto y presentación de los agentes entrevistados 3D GOLFOVAKANTIES

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

Como en anteriores reuniones que hemos mantenido con él, Bert insiste en la importancia de ofrecer al cliente paquetes cerrados, que es lo que atrae al golfista y lo que buscan cuando están organizando sus vacaciones. Paquetes que combinen golf con planes culturales, que contemplen visitas a pueblos de interés durante los días que no se juega al golf, y que ofrezcan una oferta diversa. Le gustaría, por ejemplo, empezar a ofrecer a sus clientes viajes de golf y vino en Andalucía, o viajes pensados para grupos de señoras, con compras o spa.

Pero, sobre todo, quiere ofrecer planes culturales cercanos a los campos de golf. Le interesa Málaga capital, Sevilla o Huelva (con entrada por el aeropuerto de Faro), pero está abierto a conocer nuevas zonas con las que aún no trabaja.

GOLF HOLIDAY SHOP

- País: Reino Unido
- Contacto: Stewart Ewens
- Teléfono: +44 (0) 7817 707 415
- Correo electrónico: sales@golfholidayshop.com
- Página web: <https://golfholidayshop.com/>

Stewart ha empezado su propio negocio este mismo año. Su página web está aún en construcción y, aunque tiene base en Reino Unido, comenta que van a centrarse de forma especial en el mercado ruso, ya que sólo hay dos touroperadores vendiendo viajes de golf especializados en Rusia. Quieren cubrir todas las áreas de Andalucía, por lo que agradecerá cualquier oferta que nuestros campos quieran hacerle llegar. Está interesado en combinar los viajes de golf con city breaks que permitan disfrutar de las capitales andaluzas –como Málaga o Sevilla–, y también le interesa ofrecer a sus clientes experiencias diferentes, tanto planes culturales, como de bodegas y vinos o de fútbol.

EMERALD ELITE GROUP

- País: Irlanda
- Teléfono: +353-1-883-1940
- Correo electrónico: team@emeraldelite.com
- Página web: <https://emeraldelite.com/>

Con base en Irlanda, empezaron como agencia incoming y, con el tiempo, comenzaron a desarrollar viajes a Escocia e Inglaterra. A día de hoy, tienen oficina en Dublín, Edimburgo y Londres, y tienen una gran cantidad de clientes de Canadá que llegan a Reino Unido, pero que, cada vez más, se interesan por nuevos destinos. Por eso, quieren



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

empezar a desarrollar Andalucía y crear en ella un nuevo destino para este tipo de cliente americano.

El perfil de estos clientes es de nivel adquisitivo alto, la duración del viaje sería de unos diez días, con un par de hoteles –no más de tres- y querrían jugar dos de cada tres días y al tercero descansar y disfrutar de planes culturales. Le interesan pequeños hoteles boutique, con encanto, o tipo Paradores.

BROWNELL TRAVEL

- País: Atlanta, Estados Unidos
- Contacto: Debbie Fairwell
- Teléfono: 1.205.802.6222
- Página web: <https://www.brownelltravel.com/>

Organiza viajes de lujo para clientes de forma individual y en grupos muy reducidos. Ya trabaja con Andalucía, pero quiere aumentar su negocio con nosotros. Sus viajes comenzarían en Madrid y, desde allí, bajarían a Andalucía, interesándole de forma especial Sevilla, Granada o la Alhambra. En general, insiste en que es la cultura y toda nuestra oferta monumental, así como la de vinos y gastronómica, la que le atrae de Andalucía. Si su cliente viaja hasta aquí, no es tanto por los campos de golf –ya que en Estados Unidos tienen una oferta infinita- como por conocer nuestra Historia, cultura y tradiciones.

Busca hoteles cinco estrellas, como el Alfonso XIII en Sevilla, y visitas especiales, como un tour por la Alhambra de noche, o visitas a las bodegas de Jerez.

TEE OFF TRAVEL

- País: Francia
- Contacto: Audrey Thoma
- Teléfono: +33 499 52 22 00
- Correo electrónico: tours@teetravel.com
- Página web: <https://www.teetravel.com/>

Comenta que el mercado francés está mejorando durante el último año y que parece que el cliente está recuperando la confianza para viajar tras la ola de atentados sufridos por su país, los más graves entre 2015 y 2017. La buena conectividad por vuelos con Málaga y Sevilla y, sobre todo, la seguridad del destino español, hace que Andalucía –especialmente Cádiz y la Costa del Sol- sean destino de vacaciones ideal de golf para el mercado francés.

Con otros destinos, como Marruecos, por ejemplo, tienen vinculación histórica, pero el miedo y la falta de seguridad hace que sean destinos en declive. Audrey comenta que venden más España que Portugal, y que suben Canarias y Andalucía. El cliente francés valora mucho la gastronomía y la cultura.

GOLF GLOBE

- País: Alemania
- Contacto: Jana Wiegand
- Teléfono: 0511 300 320 20
- Correo electrónico: travel@golfglobe.com
- Página web: <https://www.golfglobe.com/>



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Golf Globe coopera con más de 10.000 agencias de viajes en Alemania, Suiza y Austria y actúa como una plataforma de entrada y para el mercado de viajes de golf, con seminarios web, boletines informativos, famtrips, torneos de golf y talleres.

GOLF TRAVEL HUNGARY

- País: Hungría
- Contacto: Kristina Batta
- Teléfono: +36 1 332 2213
- Correo electrónico: golf@golfutazasok.hu
- Página web: <http://www.golfutazasok.hu/>

Andalucía es un destino muy nuevo para el mercado húngaro que ahora está funcionando muy bien, convirtiéndose el sur de España en su principal destino. Antes era muy difícil llegar. Ahora, los vuelos desde Budapest a Málaga y Sevilla facilitan la llegada de sus clientes. Se sitúa bien en el territorio andaluz, interesándole de forma especial Cádiz y Sevilla, de la que necesita más información.

GOLF JOY

- País: Suecia
- Contacto: Markus Wephton
- Correo electrónico: info@golfjoy.se
- Página web: <https://www.golfjoy.se/>

Con base en Suecia, Andalucía es uno de sus destinos principales, especialmente Málaga y Costa del Sol. Está mejorando la conexión de vuelos de Estocolmo a Sevilla, por lo que muestra especial interés en el destino de golf sevillano, con hoteles cercanos a campo de golf.

CADDIE GOLFREJSER

- País: Dinamarca
- Contacto: Kristian Munck
- Teléfono: 43 228 100
- Correo electrónico: info@caddiegolf.dk
- Página web: <https://www.caddiegolfrejsers.dk/>

Quieren desarrollar su negocio en la zona oriental de Andalucía, y mejorar las ventas en Almería, Motril y costa de Granada. Buscan pequeños hoteles boutique en la zona, y jugar los campos de la zona más oriental de la provincia de Málaga, junto con los de Motril-Granada, y Almería, combinando con visita cultural a Granada y la Alhambra y combinar también con Málaga capital. Quieren crear un producto muy especializado y descubrir a su cliente las "joyas escondidas" de Andalucía. También trabajan longstay, por lo que se interesan por los campos de la zona norte de Almería.

GOLFBREAKS.IE

- País: Irlanda
- Contacto: Ross Melody
- Teléfono: 01 697 5734
- Página web: <https://www.golfbreaks.ie/>

Trabajan tanto con clientes individuales como con grupos privados (de amigos o



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

socios de un mismo club). Conocen bien Andalucía, especialmente Costa del Sol, que es su principal destino. Tienen también muy buena relación con Huelva, y están interesados en desarrollar su negocio en Sevilla y Jerez. De momento, lo que menos conocen es el área de Almería.

BULGARIAN GOLF TOURS

- País: Bulgaria
- Contacto: Christina Borissova
- Teléfono: +359 2 955 0 559, - +359 888 905 270
- Correo electrónico: office@golfinbulgaria.com
- Página web: <https://golfinbulgaria.com/>

Christina comenta que la mayor parte de los búlgaros que viajan a España lo hacen a Andalucía, un destino muy atractivo para ellos por nuestra cultura e historia y también por nuestro clima. Bulgarian Golf Tours organiza viajes individuales y también han tenido algún grupo. En general, la duración de sus viajes es de una semana y llegan al aeropuerto de Málaga desde Sofía. También trabajan con el mercado polaco y rumano.

GREEN2GREEN

- País: Dinamarca
- Teléfono: +45 86114955
- Correo electrónico: ng@green2green.dk
- Página web: green2green.dk/

Green2Green es uno de los principales touroperadores de golf daneses, con paquetes personalizados para cada cliente. Trabajan sobre todo viajes de una semana, aunque también hacen algo de larga estancia. Sus clientes buscan jugar cinco rondas de golf y se quedan en hoteles de cuatro estrellas cercanos a campos.

GRUBER GOLFREISER

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

Conoce bien nuestro destino de golf y siempre que nos vemos agradece la información actualizada sobre nuestros campos que le facilitamos. Durante 2019 han estado organizando un circuito en Austria (Strawberry Tours) cuya final se celebrará en 2020 en Almería.

Almería es la zona que, en la actualidad, más está creciendo para ellos. Están interesados en los campos del norte de la provincia, volando a Alicante, y combinar golf con gastronomía, y con visitas a plantaciones y degustación de comida de la zona.

Gruber Golfreiser es la agencia de viajes oficial de la Federación Austriaca de Golf. También trabajan con Huelva y están especialmente interesados en la zona de Jerez. Su gastronomía y bodegas son también oferta complementaria ideal para su tipo de cliente.

GOLF ESCAPES

- País: Reino Unido



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

- Contacto: James Bryan
- Teléfono: 01342 811 777
- Correo electrónico: info@golf-escapes.com
- Página web: <https://www.golf-escapes.com/>

Su principal destino es Portugal. Dentro de España, Andalucía y Murcia son las regiones con las que más trabaja. Conoce bien nuestro destino y señala que, recientemente, han comenzado a trabajar con la zona de Jerez y han quedado encantados. Quieren abrir nuevas zonas y están abiertos a recibir todo tipo de información sobre nuestros campos y oferta complementaria. De entrada, comenta que, desde Jerez, quieren ir ampliando sus viajes a la zona de Sancti Petri.

PROTOURS BY GOLF PLAISIR

- País: Suecia
- Contacto: Mikael Erdtman
- Teléfono: 08-519 303 00
- Correo electrónico: mikael.erdman@golfplaisir.se
- Página web: <https://golfplaisir.se/>

Golf Plaisir es uno de los más grandes touroperadores escandinavos y trabaja el mercado danés, sueco y noruego. Últimamente ha comenzado a desarrollar más la zona Atlántica de Cádiz, con entrada por los aeropuertos de Sevilla y Málaga. Huelva (aeropuerto de Faro) y Costa del Sol son destinos ya más desarrollados para ellos. Del interior, en general, conoce poco nuestra oferta de campos, por lo que agradece la información facilitada en el dossier. Destaca la gran calidad y cantidad de nuestra oferta de golf, que hace que siempre pueda encontrar en Andalucía una opción que encaje con la petición de cualquier cliente.

GOLF & TRAVEL

- 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

Organizan viajes de golf desde Suiza, principalmente 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. Par él es muy importante la oferta complementaria, qué ver y qué hacer después de jugar al golf.

Durante muchos años se ha centrado en Marbella y Costa del Sol, pero últimamente ha empezado a desarrollar más Cádiz, y dice que sus clientes quedan totalmente enamorados, pues allí encuentran menos masificación y todo les resulta más auténtico, más típico.

EASTON GOLF

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



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Uno de los principales touroperadores escandinavos, muy especializado en viajes de grupos. Como mínimo, sus viajes duran una semana, pero también organizan de quince días y larga estancia, por lo que siempre les interesa recibir información de campos con los que trabajar este producto.

Están muy centrados en la zona de Almería y más recientemente en Huelva, para long stay. Quieren trabajar más con Sevilla, para enviar grupos de profesionales durante una semana. Normalmente, prefieren resorts, aunque saben que en Sevilla no hay. Solicitan más información del destino.

LUXURY TRAVEL ADVISOR

- País: Estados Unidos
- Contacto: Kirsten Hanna
- Teléfono: 512 399 5462
- Correo electrónico: kirsten.hanna@protravelinc.com
- Página web: <https://www.protravelinc.com/>

Kirsten ha visitado la Costa del Sol durante el famtrip previo a la IGTM y ha quedado encantada con nuestros campos, con la visita a Ronda y toda la oferta que tenemos por descubrir y que, asegura, encaja perfectamente con lo que busca su cliente: conocer nuestras tradiciones y cultura. Se interesa por ruta de pueblos blancos.

GOLFOVÉ

- País: República Checa
- Contacto: Robert Paul
- Teléfono: +420 603 544 978
- Correo electrónico: robert.paul@sguide.cz
- Página web: www.golfove-cesty.cz

Robert comenzó su negocio hace veinte años con su hermana y otros tres socios. A día de hoy, es el mayor touroperador de República Checa especializado en golf. Sus principales destinos son España, Portugal y Turquía. Trabajan tanto con clientes individuales, como con pequeños grupos y grupos de profesionales.

Está muy familiarizado con Andalucía, especialmente con Málaga y Marbella. Para los viajes de menos de una semana, prefieren quedarse en Costa del Sol, ya que llegan al aeropuerto de Málaga y no quieren moverse. Los que se quedan durante una semana completa, quieren visitar los mejores campos, preferentemente también en Costa del Sol, pero no les importa tanto moverse.

EXECUTIVE GOLF INTERNATIONAL

- Contacto: Elisa Gaudet
- Teléfono: + (561) 355-5187
- Correo electrónico: elisa@execgolfintl.com
- Página web: <http://execgolfintl.com/>

Promotora del Women's Golf Day, que este año se ha celebrado el 4 de junio y que en 2020 se celebrará el 2 de junio. Está, además, especializada en viajes de golf para mujeres, para lo que trabaja con su socia Barbara Gutsttat, de World Golf & Travel.