



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

COMITÉ COMERCIAL DE CAMPOS DE GOLF



INDICE

	Páginas
MATKA –NORDIC TRAVEL FAIR	489
PGA SHOW	491
FESPO	497
F.R.E.E	498
DANISH TRAVEL	499
NATIONAL GOLF WEEK	501
GO EXPO HELSINKI	502
KLM OPEN	505
THE HELSINBORG OPEN	508
VOLVO CAR SCANDINAVIAN MIXED	509
NAC, TAMPA FLORIDA	511
AMUNDI EVIAN CHAMPIONSHIP	512
IRISH OPEN	517



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF



MATKA –NORDIC TRAVEL FAIR-, Helsinki (19 a 22 de enero)

La Federación ha asistido a la nueva edición de Matka, junto a Turismo Andaluz, con un mostrador dentro del stand de Tour España.

Esta feria se celebra en Helsinki (Finlandia). La persona que se ha desplazado, en representación de la Real Federación Andaluza de Golf, ha sido Melissa Gallardo. Además, han asistido y compartido stand, entre otros: Turismo de la Provincia de Sevilla. Turismo Costa del Sol también estuvo presente con un stand con mucha representación de la zona.

Es una feria de Turismo General abierta al público. Matka 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 por lo menos un par de desplazamientos anuales fuera de sus fronteras, con el fin disfrutar de su afición al golf en lugares más cálidos.

Desarrollo del evento:

Notable número de visitantes, aproximadamente de 20 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 o 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 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. 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 350 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 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 Plaisir, Golf Taylor, Golfpassi, etc.

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.

Se ha recopilado una base de datos con nombre e-mails de cliente final a través del cuestionario de la RFGA (cada vez es más difícil que la gente quiera dejar su mail).





REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

PGA SHOW, Orlando, Florida (24 a 27 de enero)

La Federación ha asistido al PGA Show Orlado, junto a Turismo Andaluz dentro del stand de Tour España, situado en la zona de "Travel" junto a Escocia e Irlanda. La persona que ha asistido a este evento ha sido Ana Berbel, de La Hacienda Links Golf Resort.

Durante la celebración del evento había mayoritariamente presencia de Pros americanos, aunque había una amplia afluencia de Pros y Federaciones de otros países. Además, está dirigida a los profesionales de la industria de golf (directores, directores comerciales, responsables de proshop...), ya que hay una gran exposición de material de todo tipo de la industria (retail, buggies, maquinaria, palos y última tecnología).

Además de la zona expositora cuentan con una programación paralela de ponencias relacionadas con la industria del golf. Un programa de conferencias dirigidas a los PGA Pros y a los profesionales de la Industria.

En USA hay 45 millones de jugadores de golf federados. Este mercado cuando viaja a Europa sus principales destinos son Irlanda y Escocia. El golf es la principal razón de su viaje, y tan sólo están interesados en jugar campos de gran nombre e insignias del golf. Es un cliente de gran poder adquisitivo que busca un producto de golf Premium y se quiere alojar en hoteles de 5 estrellas. Están interesados en jugar campos que aparezcan en rankings oficiales, cuando le hablas de un campo de golf quieren conocer la posición en ranking.

Debido a la gran ocupación de los campos de Escocia e Irlanda, el cliente americano considera como destinos alternativos en Europa, a España, Portugal e Italia.

DESARROLLO DEL EVENTO

La mayoría de las reuniones han sido con PGA PROS, además de americanos había algunas agencias y Pros de destinos de América del sur interesados sobre todo en Costa del Sol.

Nos hemos encontrado con un gran desconocimiento del destino. Algo que nos ha sorprendido es que la mayoría sabía que la Solheim se celebraba en España, pero desconocían totalmente donde. La impresión es que no ha habido una campaña de comunicación de la Solheim en USA como la que hemos tenido en España.

La estancia media de los viajes a Europa es entre 10-12 días, y el viaje del golfista americano a Europa implica cultura.

Había mucho interés en el destino Portugal, por lo que hemos vendido la idea de paquete Andalucía + Portugal. Esta idea ha gustado bastante a TTOO y agencias.

El cliente busca hoteles de 5 estrellas y oferta complementaria al golf: gastronomía, espectáculos y shopping.

PUNTOS FUERTES DEL DESTINO:

Valderrama es el campo de referencia para el americano, y está dentro de su paquete y es de obligada visita. La demanda de campos Premium hacen la zona de Soto-



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

grande, el punto neurálgico de golf para mercado americano. Además de otros campos de gran calidad que ya suenan como Finca Cortesín, Real Club Sotogrande y La Hacienda.

Costa del Sol es el destino por excelencia por su cercanía a los campos anteriormente detallados. Marbella es conocido y es el punto de referencia para ellos junto con Sevilla.

A diferencia de Escocia e Irlanda ofrecemos buen clima y una oferta gastronómica que hacen atractivo al destino, frente a Irlanda y Escocia.

Posibles vuelos conexiones de vuelos directos a Málaga, hacen al destino más accesible.

Apertura del único resort Fairmont de la Península Ibérica en 2024, han despertado un gran interés para todos los TTOO, Pros y personas atendidas en la Feria. Esta cadena es un valor seguro para el cliente americano.

Cercanía con Portugal y conocimiento de este destino por el mercado americano, hacen atractivo nuestro destino. Pueden visitar 2 países en un viaje, y esto nos hace competitivos frente a Escocia e Irlanda.

Celebración de IAGTO European Convention en Marbella. Gran afluencia de TTOO americanos.

PUNTOS DEBILES

Desconocimiento del destino en general a nivel comunicación y sus eventos como Solheim.

Trabajar en incluir más campos de golf en los rankings oficiales de Europa Continental.

- Sería muy necesario tomar varias medidas en este aspecto:
 - Es vital tener una agencia de comunicación en USA especializada en golf que con una estrategia de marketing y comunicación a varios años para dar a conocer el destino.
 - Fam Trips y Press Trips: es muy importante organizar mas Fam Trips de TTOO y agentes de golf al destino, pues muy pocos lo conocen in situ. Los press trips son muy necesarios a cambio de artículos de destino.
 - Rankings: es necesario invertir en estas figuras para atraerlos a la zona y que valoren en incluyan nuestros campos.

CONCLUSIONES

Es una feria interesante, pero es sólo apta para nuestros productos de lujo y Premium. Es interesante la continuidad de esta feria, pero de contando con el producto Premium del destino.



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

En el mercado americano en segmento golf, deberían tener presencia en los eventos que se celebran ciertos productos que son claves: campos de golf Premium incluidos en rankings de Europa Continental y alojamiento de 5 estrellas.

Se debería hacer una apuesta por la asistencia a esta feria, pero limitando la asistencia a producto adecuado a la demanda del golfista americano.

CONTACTOS REALIZADOS

Women's Golf and Travel

Barbara J. Gutstadt

Founder and CEO

www.womensgolfandtravel.com

Trae 300 personas a la CDS durante la Solheim. Asistirá a IEC en Marbella.

We.golf

Jano Wuille Bille (Managing Partner)

jano@we.golf

TTOO argentino que ya trabaja en CDS y ha aumentado la facturación en el pasado año. Su cliente busca producto de golf Premium. Ha abierto receptivo en US y van a comenzar a enviar a España mercado americano.

Quail Hollow Club

Luis Hernández (Assistant Golf Professional)

hernandezl@quailhollowclub.com

Profesional de golf del Club Quail Hollow, uno de los clubes de golf más exclusivos de Carolina del Norte. Organiza viajes para los socios de su club. Le he presentado DESTINO ANDALUCIA + PORTUGAL.

The Grove

Bradley Gould (Director of Golf)

brad.gould@thegrove.co.uk

Director de uno de los más exclusivos clubes de golf de Londres.

Golf Travel Consulting Inc.

Evelyn Gruber (President)

evelyn@golftravelconsulting.com

Agencia de Golf Travel Consulting que asesora a varios US TTOO. Tiene reservas durante la Solheim Cup. Vendrá IEC.

Alabama State University

Quincy Heard (Director of Golf)

qheard@pga.com

Director de Golf en Alabama State University. PGA Pro que mueve grupos de golf. Le he presentado destino Andalucía + Portugal.

Nippon Travel Agency

Kanji Omotani (Deputy General Manager)

kanji_omotani@nta.co.jp

Receptivo Asiático que vende viajes a USA. Tienen división de viajes a Europa, que combinan circuito a ciudades europeas con programa de golf.

Creative Media Concept



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Austin Stephens (Marketing Director)
austin@cmcadvertising.com

FlyGolfWorld

Carlos Pizan (Managing Director)
cpizan@flygolfworld.com

TTOO en Miami especializado en grupos de a partir de 20 personas. Asiste a IEC porque esta muy interesado en abrir CDS.

Women on Fairways

Ashlee Ciora (Founder & CEO)
aciora@womenonfairways.com

Actualmente no trabaja en España, pero para el próximo año quiere abrir programación España y Portugal. Probablemente asista a IEC.

America's Golfing Couple

Danny & Alice Scott
danny@eitexecs.com alice@eitexecs.com

Es una pareja de US instagramer con 50,8mil de seguidores buscando los mejores paisajes y campos de golf más espectaculares. Puede que vengan a CDS durante IEC.

NBC Sports Next

Travis Park (Golf Travel Concierge)
travis.park@nbcuni.com

ReelGolf

info@reelgolf.com

Terras da Comporta Dunes

Rodrigo Ulrich (Golf Director)
rfu@vanguard.com

Director de uno de los más exclusivos campos de Portugal.

Distincte Travel

Sulma Boudreau (Director of Operations)
s.boudreau@distincte.com

Golf Inspired

Robert Sexton (International Travel Partner)
robert@distincte.com

Golf Inspired

Sean Winton (President & Founder)
swinton@golfinspired.com

Golf Inspired

John Brown (Director of Member Services)
john.brown@golfinspired.com

Distincte Travel y Golf Inspired son TTOO que trabajan en Irlanda y Escocia. En abril estarán en IEC.



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Women's Golf Day

Elisa Gaudet (Founder)
elisa@execgolfintl.com

Fundadora del Movimiento Women's Golf Day, que nació en Miami y que organizan eventos por todo el mundo. Es una persona muy influyente en el mundo del golf y vendrá durante la Solheim a la zona.

CIC Travel

Andrés Rincón Salgado (Director General)
andres.rincon@ciccolombia.travel
andicue@icloud.com

nelly.fandino@ciccolombia.travel

Agencia mayorista con presencia en Colombia, Perú y Argentina, que tiene una división de Viajes de Golf. Está muy interesado en la zona de Sotogrande.

Distinguished Golf Destinations

Thomas W. Fitzgerald (Managing Director)
tfitz@distinguishedgolf.com

Es uno de los rankings más reputados de campos de USA.

Golfing Magazine

Tom Landers (Publisher)

tlanders@golfingmagazine.net

LPGA Professionals Member & Keiser University

Connie Capanegra (Golf and Pilates Instructor, Lead Instructor)

conniecapanegra@gmail.com

ccapanegra@keiseruniversity.edu

Ella organiza viajes para ladies y quieren visitar la zona para la Solheim con un grupo de mujeres. Le he presentado nuestro resort y las opciones de organizar su viaje en Andalucía y Portugal. Está muy interesada en sacar este viaje en su programación para Solheim y 2024.

First Tee

Mara A. Pagan (Executive Director)

maraapagan@live.com

Igm.inc

Takamitsu Kobayashi

tk350901@gmail.com

Consejería de Turismo de España

David Menéndez Pelayo

david.menendez@tourspain.es

Rivermead Golf Club

Claude Boudreault (Captain Board Member)

cboudreault1@gmail.com

Es uno de los clubes más antiguos de la provincia de Quebec en Canadá, y organizan viajes para sus socios por todo el mundo. Le he presentado destino Andalucía + Portugal.



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Freelance

Juan Luis Guillén (PGA of America Contributor)
juanlguillen@me.com

Periodista Español afincado en USA que trabaja y colabora para PGA de USA. Cubre los eventos de golf en España y conoce nuestras instalaciones. Es un gran embajador de nuestra zona de Sotogrande y nos ha traído al stand a varios PGA Pros.

Sea Island Golf Performance Center

Simon y Brian Clark (Assistant Professional)
simonclark@seaisland.com

Es un Club en Georgia para la práctica del golf, fitness, wellness y actividades de ocio que acoge a socios exclusivos y además es utilizado por los PGA Pros del estado para dar sus clases. Los Pros Organizan viajes de golf sobre todo a Irlanda y Escocia.

Teetime Se

Diana Weinlichová (Marketing Professional)
diana.weinlichova@teetime.cz
Royal Oaks Country Club - Houston

Shang-Fan Huang (Teaching Professional)

shuang@royaloaksc.com

Profesional del club Royal Oaks en Vancouver. Organiza viajes de golf para sus socios durante el año.

Woodmont Country Club

Mark Schmidt (Owner)
ptatravel2@aol.com
Club de golf Privado en la zona de Washington.

Back 9 Travel by Ferrara Viajes

Alfonso Díaz (Partner)
alfonsodiazm@gmail.com

Agencia de viajes de Golf Mexicana, que tiene presencia en US y organiza viajes a México. Quiere abrir Europa y con motivo de la Solheim está interesado en destino España.

Retired Carl Pain (Lake Howell High School Counselor Golf Coach)

carlpain@hotmail.com

Think Sports Media (The Popup Golf Arena)

Marcus Bain (Owner Group CEO)
marcusbain2@gmail.com

Agencia organizadora de eventos de golf, en ambientes no golfísticos. Me presentaron el producto como representante de la Federación Andaluza de Golf.

Sportours

Marcus Spence
sportours@aol.com

TTOO americano que reserva en Valderrama algunos clientes al año. Le he hecho presentación del producto y en abril vendrá por la zona durante IEC.

Premier Golf

Ann Mabry (Managing Director)



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

ann.mabry@premiergolf.com
Tim Willerton (Senior Golf Travel)
Tim.willerton@premiergolf.com
Bill Hogan (Business Development Manager)
Bill.hogan@premiergolf.com

Este es uno de los TTOO de Golf más importantes de Golf que emiten clientes a España. Sobre todo, venden Valderrama o paquete Finest's a través de un receptivo de la Costa del Sol, con el que ya tenemos contrato y nos envían clientes americanos que es GOLF EXPERIENCE. Le he hecho presentación y están muy interesados en las tarifas de Fairmont. En abril vendrá Ann Mabry durante la IEC.

Wilson Links
Annie Wilson
annie@wilsonlinks.com

US TTOO que trabajan con grupos y son especialistas en campos Links. De momento no trabajan en España, pero tienen intención en abrir este mercado de cara al próximo año. Muy interesados La Hacienda por su campo Links y cercanía a campos Premium como Valderrama.

Han solicitado tarifas de Fairmont cuando las tengamos disponibles.

FESPO, Zurich (2 a 5 de febrero)

Golf Messe ha tenido lugar en Zürich (Suiza) del día 2 al 5 de febrero. Es una feria especializada en turismo de golf y forma parte a su vez de la feria FESPO, considerada como el evento del sector turístico más importante del país. Se trata de un evento de carácter mixto que acoge tanto a profesionales como a público en general. El pabellón específico para turismo de golf denominado GOLF MESSE cuenta con una zona expositiva a la que acuden tanto destinos con oferta de este tipo como para touroperadores suizos especializados en este segmento para mostrar sus productos y tendencias a los profesionales y público aficionado a este deporte que visita la feria.

La Federación ha asistido con un mostrador dentro del stand de Turespaña, junto con Turismo Andaluz que también contaba con un mostrador. El stand estaba situado a unos 50 metros de las escaleras principales de subida, por lo que teníamos una excelente ubicación y visibilidad.

Es un mercado interesante ya que tiene 100.000 federados, Migros absorbe 22.000 de dichos federados, los cuales obtienen como primer hándicap 54 (lo conciben como una limitación para venir al mercado español, ya que hay campos, como los de PGA Catalunya, que no les permiten jugar con hándicap tan alto).

Los jugadores conocen más los campos del área de Málaga por las conexiones aéreas, pero de igual manera campos del área de Cádiz Atlántica son muy conocidos.

Los suizos han preguntado mucho por campos que les permitan aparcar caravanas, los jubilados tuvieron ese punto en común, viajan durante todo el invierno a España, quieren usar bicicleta y jugar al golf, y son pocas las instalaciones que permiten que la caravana entre.



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

La entrega de material fue exitosa, ya que fue entregado casi en su totalidad. Por el contrario, la rifa con tablet ha sido más complicada, porque el público, al ser mayor, no quería tocar la tablet.

Los premios deben ser un poco más impactantes, para que los jugadores quisieran apuntarse. Hemos contado con poca aportación por parte de los campos.

Es una feria con un público que busca jugar golf fuera de sus fronteras, por lo que es interesante seguir asistiendo.

Contactos obtenidos:
House of Swiss golf
Anthony Helbling
+41792641130
ajh@houseofswissgolf.ch

Toro Tour
Angie Birrer
+41796464229
info@torotour.com

Travel House
Nicole Rosenberg
+41432118074
Nicole.rosenberg@travelhouse.ch

Rheingolf Messe Dusseldorf
Michael Jacoby
+4902181857
jacoby@rheingolf.de

F.R.E.E Múnich, Múnich (22 a 26 de febrero)

Stand general de Turespaña con un espacio de tres mostradores para Turismo Andaluz, donde la Real Federación Andaluza de Golf disponía de un espacio compartido con el resto de Patronatos de Turismo.

Se celebró en Messe München, del 22 al 26 de febrero de 2023.

Como representante de la Federación fue Joan Resina Álvarez, de Isla Canela Golf. Es una feria de turismo y ocio generalista, con asistencia en su mayoría de cliente final.

Varios pabellones ofrecen información turística sobre países y destinos turísticos y otros están dedicados al camping, auto caravanas, ocio en general y deporte.

El evento ha tenido una gran asistencia de público durante las cinco jornadas. El stand de Turespaña estaba situado en el centro del pabellón con una buena visión por parte de los visitantes.

La buena situación del stand y sobre todo el gran interés que despierta el destino de Andalucía en el mercado alemán ha hecho que, desde primera hasta última hora, la



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

solicitud de información haya sido continua.

Sin embargo, hay que indicar que durante todos los días de la duración de la feria tan solo 5 parejas han pedido de forma directa información sobre nuestra oferta de golf. Se trata de una feria generalista. Los golfistas no vienen expresamente a esta feria en busca de "golf".

Gran parte del material promocional enviado por la Federación no se ha consumido. A las pocas personas que han solicitado información sobre nuestro destino de golf se les ha presentado la web de reservas de Green Fees en los Campos de Andalucía.

La entrega de datos por parte de los visitantes para participar en el sorteo de Green Fees, ha sido prácticamente nula debido a la poca asistencia de golfistas a la feria.

Personalmente, creo que la asistencia a este evento anual no reporta un potencial número de visitantes a nuestros campos de golf. Se trata de una feria generalista de turismo donde no he identificado un interés especial por el golf.

La organización del stand por parte de José M^a Pérez ha sido perfecta, mucho material promocional e informativo sobre Andalucía y un continuo interés en que no faltara de nada para la atención al visitante.

DANISH TRAVEL SHOW – Ferie for Alle, Herning (24 a 26 de febrero)

La Federación ha vuelto a asistir una edición más a Danish Travel Show, que ha tenido lugar en Herning, del 24 al 26 de febrero. La persona que ha asistido en representación de la Federación ha sido Noemí Román, vocal del Comité Comercial de la Federación y Directora de Ventas & Marketing de ML Hoteles.

Hemos estado dentro del stand de la OET, en la zona de golf. La OET contaba con dos stands, uno en la zona genérica y otro en golf.

Dentro del stand de la OET no había más campos andaluces, pero sí hubo presencia en con stands de Turoperadores.

El sábado y domingo, en el Stand con la Federación también estuvo presente Antonio Arias de la Diputación de Cádiz.

Es una feria de turismo genérica, con una zona exclusiva de golf. Dan mucha importancia en esta feria al Turismo de caravana y de golf.

El stand ha sido muy visitado, pero la percepción es que menos que otros años. La zona de golf, ha tenido menos afluencia de gente que la zona genérica o de caravanas. En golf el público va directamente a los stands de los turoperadores donde los stands son muchos más atractivos que el Turespaña.

Nuestro stand, no ha sido muy visitado. El viernes, fue el día de los seniors, y estaban más interesados en largas estancias. El sábado y domingo, hubo público por la mañana, pero no por la tarde.



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Los visitantes no cogen folletos a no ser que estén muy interesados, y no quieren hacer el cuestionario. Son muy reacios a dar la información como el email. En cuanto al material destacar que en este destino el público no quiere tanto papel.

El visitante conoce el destino, sobre todo Málaga y Costa del Sol. Han mencionado mucho, Málaga, Estepona, Mijas, Costa del Sol. Cádiz, Sevilla, Huelva y Almería son menos conocidos y menos demandados. Viajan al aeropuerto de Málaga. Un 60% de ellos prefieren el producto larga estancia, pero también viajan mucho por 7 noches.

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

La herramienta nueva de reservas:

Hay un perfil de visitante menor un 10% aproximadamente que ya tienen casa en costa del Sol y van frecuentemente. A estos visitantes les ha gustado mucho el motor de reserva de Greenfees, les ha parecido muy útil. El resto normalmente dicen que van con los Greenfees incluidos en el paquete, les gusta la idea, pero no creen que la utilizarán, por lo que hay que seguir trabajando y promocionando la herramienta.

Contactos:

- BBDD Golfistas.

Contactos directos pocos, porque poca gente quería completar la encuesta. Tuvimos más éxito el primer día que fue del senior, donde era gente más mayor, pero los visitantes entre 40-60 años no quieren dejar su email ni contestar encuestas.

- Otros contactos:

Ningún TO de golf se pasó por el stand, Noemí fue a sus stands, y les dejó información de los campos de golf de Andalucía.

Green2Green:

Bobby L. Jorgensen. Contratador. bobby@green2green.dk

CaddieGolfReisen:

Charlotte k. Andersen. Destination Manager ca@caddiegolf.dk

NordicGolfers:

Jess Krelskov. Director jess@nordicgolfers.com (Comentó que este año ha tenido menos visitantes que en años anteriores)

RSB GOLF

Pia Carlsson Director. pia@rsb-golf.com

Bravo Golf

Andreas, Contratador. alj@bravotours.dk Comentamos que actualmente Bravo tours tiene vuelos directos al aeropuerto de Málaga de Marzo a Octubre. El resto del año los subcontratan con otras compañías aéreas, pero normalmente De Nov a Feb tienen vuelos con Canarias y mandan allí a los turistas a no ser que le soliciten Andalucía.

Sport2Event

Michael Lyng Director. info@sport2event.dk

- Otros comercializadores

CitiTravel

Se pasó por el stand para dejar folletos de Baviera.

GuestIncoming

Se pasó por el stand para buscar información de campos de Golf. Dolores Gallego.



Conclusión:

Es una feria muy atractiva para el mercado de golf en Andalucía. Pero no volvería en las mismas condiciones que estamos actualmente.

Para volver se debería cambiar completamente el concepto de stand de Turespaña y parecerlos más a los stands de los Turoperadores que tienen éxito.

NATIONAL GOLF WEEK, Paris (30 de marzo a 1 de abril)

La Federación ha asistido al National Golf Week, que se ha celebrado en Le Golf National, París, del 30 de marzo al 1 de abril. En esta ocasión hemos contratado el stand directamente a la organización. Para esta acción hemos contado con el apoyo del Turismo y Planificación Costa del Sol.

Las personas que han cubierto este evento han sido Edouard des Fontaines, de La Cala Resort, e Inmaculada Herrera, de Lauro Golf.

Es una feria de golf para profesionales y también abierta al público.

Desarrollo del evento:

La afluencia de público al comienzo de la feria fue lenta, pero a lo largo de los días se llenó y el sábado fue el mejor día, porque hubo mucho público directo.

Los asistentes conocían Andalucía muy bien, la mayoría para turismo general y cultural. Muchos fueron sorprendidos cuando les decían que hay 100 campos en Andalucía, no pensaban que era un destino de golf tan importante. La mayoría de los que habían jugado golf en la zona fueron a Costa del Sol y Huelva (El Rompido).

Deberíamos comercializar el destino como una de las mecas de golf en Europa, adaptadas a las necesidades del mercado francés que siempre combinan golf con gastronomía y cultura (otras cosas a hacer en el destino). También es importante resaltar las buenas conexiones áreas que hay con las ciudades grandes (Paris, Lyon, Marseille, Bordeaux)

Como puntos fuertes debemos destacar el clima, variedades de opciones para golf, gastronomía, acceso, precios.

Un punto débil es el idioma (hay que comunicar en francés en tema de promoción y los campos/resorts tienen que comunicar en francés cuando el huésped está en situ), el francés es reactivo a que se le hable en otro idioma.

Se promocionó mucho la nueva página web, se han entregado casi todos los llaveros en los que viene la dirección Web, para que puedan acceder a la misma sin problema de recordar la dirección.

Todas las guías fueran entregadas.

Contactos conseguidos:

- TTOO locales:



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Greens du monde + 33 494 55 97 77
Parcours Voyages golf@parcours-voyages.fr
Havas Voyages +33 0978 979 018
FormiGolf +33 03 89 21 19 01
Parcours Voyages +33 4 93 99 99 00
Havas Voyages +33 0978 979 018
FormiGolf +33 3 89 21 19 01

- Profesionales locales:
SWING
agencia comunicación, prensa
Fabien Folet fabien.folet@swing.fr
JUST FOR YOU EVENTS / GOLF PLANETE

Eventos y media
Benoit Godeau – presidente fundador bgodeau@justforyou.events
FAIRWAYS CULTURE GOLF
Revista y prensa de golf conocida en Francia
Antoine Davot- editor y redactor jefe- tfn: +33 06 09 24 60 45
NEXT TEE GOLF
Son Youtubers belgas que filmaron bastante contenido durante el evento
Contacto en Instagram: joel_nextee_golf
VERSICOLOR SPORTS
Organizadores del National Golf Week
Anne Debiesse, directora comercial ad@versicolor.fr
GOLFBALLS24.COM
Recogen bolas en los lagos
info@golfballs24.com

SUD WEST EVENTS
Organiza ferias de eventos senior y de golf también en el sur de Francia
Arnaud Onnainty – director comercial,
arnaud.onnainty@sud-ouest-events.com

GOLF RHONES ALPES
revista y prensa de golf focalizada en la región Rhone-Alpes de Francia (cerca de Lyon, etc)
Roland Botella, editor botella@rhonealpes.fr

Conclusión:
Es la segunda acción después del Open de France, y ya sabemos que el mercado francés es un mercado que está creciendo exponencialmente. Debemos seguir asistiendo a este evento por menos dos años más y después analizar si ha habido buen feed back.

GO EXPO, Helsinki (30 de marzo a 3 de abril)

Go Expo ha tenido lugar del 30 de marzo al 3 de abril en Helsinki. Hemos contratado un stand con el apoyo de Turismo y Planificación costa del Sol.

Se desplazaron en representación de la Federación Ana Nyblom (Golf Torrequebrada) y Jesús Pérez Camino (Costa Ballena Golf). Además, asistieron José Ramón Gómez Gallo, de La Quinta Golf y Maria Ahola, de Golf Torrequebrada.



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Go Expo es una feria abierta al público y se considera como una de las principales ferias de golf, cuenta con una gran sección dedicada al cliente final de golf en Finlandia.

La novedad este año fue que GolfExpo y OutdoorExpo, se llevó a cabo al mismo tiempo que la Feria de Primavera, en el Centro de Convenciones y Exposiciones de Helsinki.

La sección dedicada íntegramente al golf se denominó Golfmessut ("feria de golf") y se desarrolló en un gran recinto ubicado en la primera planta del edificio Messukeskus. Allí coincidieron stands dedicados a resorts y campos de golf, destinos, tour operadores, proveedores de material, federaciones, etc.

Durante esta última edición del 2023, se registraron el siguiente número de visitas: viernes, 31 de marzo 14148 personas, sábado 1 de abril 26707 y domingo 2 de abril 14648. Estos números son mayores que en ediciones anteriores. El sábado fue el récord donde no hubo sitio ni para aparcar. El domingo coincidió con las elecciones nacionales, pero no afectó para nada la afluencia.

Finlandia es uno de los mercados emisores estratégicos para los campos de golf andaluces con más 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.

Los turistas de golf suelen ser clientes leales y repetitivos y el 70% repite el destino de golf en un plazo de 3 años. Estos datos demuestran la importancia de los turistas de golf finlandeses para el golf y el turismo en Andalucía, y subrayan la necesidad de ofrecer experiencias de golf y servicios de alta calidad para mantener su lealtad y satisfacción como clientes.

El golfista finlandés continúa siendo recurrente de la Costa del Sol gozando de vuelos directos a Málaga, provincia conocida por la mayoría de las visitantes y a su vez conocedor de la débil comunicación aérea a la Costa de la Luz. Pocos son los finlandeses visitantes que no conocen el destino Cádiz. 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.

La percepción de visitante sobre nuestro destino es muy positiva predominado el interés por los campos de la Costa del Sol y Costa de La Luz y por último el resto de Andalucía principalmente Almería y Sevilla.

En la Costa del Sol la gran mayoría que visitaron el stand, se alojan en su propia segunda vivienda o bien en la de sus familiares o conocidos y juegan en distintos campos. A estos se han recomendado efectuar sus reservas en la web de la RFGA.

La preferencia de los que solicitaban paquetes con hotel (a partir de una semana) o de larga estancia buscaban estancias en hoteles y resorts de golf. La demanda de alojarse en apartamentos o en apartahoteles era menos solicitada.

La decoración e imagen del stand fue posiblemente la mejor hasta el momento de las utilizadas en esta feria en comparación con ediciones anteriores, no solo por las imágenes



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

nes utilizadas y el mobiliario sino por la calidad del material y la grabación de la imagen en los paneles.

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 inusual dar con un visitante que no haya visitado la zona o que no reconozca nuestro destino como popular. Prueba de ello la cantidad de ejemplares las guías de Campos de Golf de Andalucía que fueron demandados y entregados a los visitantes llegándose a agotar todas a la mitad del segundo día de exposición.

El stand destinado a Andalucía y Federación Andaluza fue más que suficiente para el número de empresas que compartieron espacio, no debemos dejar de mencionar que su ubicación fue muy estratégica por su situación en un punto a medio trayecto entre la entrada y final del recinto.

Algunos de los TTOO locales que interactuaron, visitando nuestro stand o nosotros visitándoles a ellos, en la feria fueron:

- **GolfPlaisir**

TTOO originariamente sueco finlandés muy potente especialistas en long stay. La responsable actual es Jenni Viinikka. Jenni.viinikka@golfplaisir.fi

- **Golfpassi**

TTOO finlandés que dentro de nuestro país realiza su actividad principalmente en el en Costa del Sol y Costa Blanca.

Contacto Juha Passi juha.passi@golfpassi.fi

- **Golden Sun Golf**

TTOO que opera principalmente en Turquía, Italia, Portugal o campos de Costa del Sol como Torrequebrada y Lauro.

Mia Uusitalo mia.uusitalo@goldensungolf.fi

- **Vía Nord**

TTOO relativamente nuevo que se funda a raíz de la salida de Markku Nord de Golfresepti. markku@vianord.fi

- **Golf Tailors**

TTOO con varios años de historia y que ha operado principalmente en Costa del Sol info@golftailors.fi

- **Matrix Golfmatkat**

TTOO que promocionaba únicamente el destino de Turquía. Arja Seraki. arja@matrixgolfmatkat.fi

Conclusión:

La valoración de la asistencia de la Real Federación Andaluza de Golf junto con la representación de todos los campos de la comunidad y la marca de Andalucía en Golf Messut ha sido MUY positiva. El stand de Andalucía es un punto de encuentro y concentración del cliente final de golf finlandés. Consideramos imprescindible seguir asistiendo a este evento.

A través de las tabletas, se ha recopilado en Google drive una buena base de datos con nombres y e-mails de clientes finales. Con la ayuda del reclamo del sorteo, se ha podido



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

conocer las experiencias que han obtenido al visitar Andalucía y los campos andaluces, así como su tipo de estancia preferida.

KLM OPEN, Cromvoirt (25 a 28 de mayo)

La Federación ha participado en KLM Open de Cromvoirt, del 25 al 28 de mayo. Acontecimiento considerado como el torneo internacional de golf más importante que se celebran en este país.

Holandeses, belgas, luxemburgueses y algunos alemanes por su cercanía y participación de jugadores de su país se acercan igualmente a este torneo.

Este año se celebraba el 103 aniversario de este torneo del European Tour Holandés.

Participamos con stand propio, de 3x3 metros cuadrados, en la zona entre entrada y casa club, la misma ubicación que la del año pasado. En esa ocasión contamos con el apoyo de Turismo Andaluz y Turismo y Planificación Costa del Sol.

El diseño del stand contaba con la marca turística Andalucía y logotipo de Fondos FEDER y logotipo de Turismo y Planificación Costa del Sol, en la decoración de los paneles a gran escala en la zona superior para ser perfectamente visibles. El nº de visitantes al evento, según datos de la organización, ha sido 45.000 personas. El área expositiva es zona de paso al campo por lo que se consigue el impacto de la marca entre el número de visitantes.

La persona que ha cubierto este evento ha sido Andrés Sánchez, de Atalaya Golf. El precio de la entrada era caro para que sea atractivo y se llene de visitantes, aunque con la semana soleada y según la información recibida el primer día hubo 5.000 espectadores y en total más de 45.000 durante los 4 días de torneo. Los visitantes a la feria son jugadores amateurs, nivel económico alto y con mucho conocimiento de nuestra zona de Andalucía por su golf. Las zonas de Huelva, Cádiz y Costa del Sol son muy apreciadas por estos jugadores.

La mayoría de los expositores son empresas vinculadas con material deportivo, inmobiliarias, hoteles, gastronomía (vinos) pero pocos tour operadores.

Aparte había otros stands Corendon Golf (esta agencia ya tiene aviones propios), KLM, BMW, Golf Weekly Travel, Visit Ireland.

No observamos una negativa imagen como la de hace años en la cual muchos interesados se quejaban de los altos precios de green fee.

Se entregó todo el material promocional de golf, las guías de golf fueron un éxito. El vino dulce de la zona de Málaga tuvo mucha aceptación.

El sistema del sorteo de bonos entregados por los campos con código QR funciona mejor que con la tablet, ya el año pasado notamos que los interesados son más reacios en rellenar sus datos en una tablet, por lo cual en sus propios teléfonos tuvo más éxito.

Un hecho curioso es que entraron pocos niños, otros años invitaron a colegios en-



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

teros para incentivar a los jóvenes a practicar el golf. Tenían un play ground de golf para los peques de la Federación Holandesa de Golf, aunque no hubo demasiada participación. Perfil de los visitantes

El público que ha visitado esta feria es de nivel económico alto. El 90% de los visitantes a nuestro stand no sólo conoce nuestro destino, sino que lo ha visitado en más de una ocasión. Por tratarse de golfistas, tanto aficionados como profesionales, las zonas que más conocen son Costa del Sol, Costa de la Luz Cádiz, Huelva (zonas en las que se concentran la mayoría de los campos de golf de Andalucía), y Almería. También conocen bien toda la zona de Barcelona, Alicante y Murcia.

Se trata de un turista experimentado, que sabe muy bien lo que quiere y pide una información muy específica.

Además, se trata de un turista que viaja durante todo el año, principalmente de septiembre a mayo (desestacionalizando la demanda). Se aloja en hoteles de 4-5 estrellas y muchos de ellos poseen una segunda residencia en España.

Desde Holanda hay conexiones aéreas con Andalucía, tanto en líneas regulares como de bajo coste, se encuentran vuelos directos a Málaga y Sevilla.

Nuestro mayor competidor en golf para el mercado holandés era Turquía, Túnez, Marruecos y Portugal, aunque los primeros han perdido atracción, pero Portugal sigue haciéndonos una gran competencia.

Contactos profesionales

Casi todos los TTOO especializados en Golf de Holanda están presentes como expositores en nueva edición de KLM Open. Con algunos de ellos tuvimos ocasión de reunirnos y tenderles nuestra mano para apoyarles en la comercialización de nuestro destino.

Destacar que todos tienen hoteles y campos de golf de Andalucía en sus catálogos y sus páginas web.

- Pin High Golf Travel. www.pinhigh.nl +31 (0)23-561 53 05
- Golf and Country Travel (Marlies Nelisn) www.golfandcountrytravel.nl
+31 6 14592148
- Golf Time. (Baudewijn Damler) +31 033 462 72 00 info@golftime.nl
- Executive Travel (Michiel Joling) info@executivetravel.com

CONCLUSIÓN

En general el KLM Open resultó bastante bien en términos de visitantes interesados en golf. El mercado holandés es un cliente con un poder adquisitivo elevado y con ganas de disfrutar sus vacaciones. Son jugadores los cuales les gustaba antes cambiar de destino y explorar nuevos países, pero ahora son más conservadores y suelen quedarse a jugar el golf en lugares conocidos donde aún la gastronomía y el golf es más barato que en su



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

país. Andalucía con sus más de 100 campos es su destino prioritario.

El Dutch KLM Open del 2024 y 2025 se celebrará en el The International Golf en Ámsterdam. Allí la ubicación del Village para los stands son ideales, por lo que es interesante continuar asistiendo.





THE HELSINBORG OPEN, Suecia (2 a 4 de junio)

The Helsingborg Open ha tenido lugar en Suecia, del día 2 al 4 de junio. Hemos asistido con stand de la Real Federación Andaluza de Golf. La ubicación inicial donde nos pusieron la organización era la más alejada del paso de jugadores y visitantes, aunque estaba junto a las otras carpas de promotores del torneo, la nuestra era la más esquinada, accedieron a cambiar la ubicación situándonos entre el green del 18 y el tee del 1.

Las personas que se han desplazado han sido Emma Garcia, vocal del Comité Comercial, y Domingo Gavira, de Chaparral Golf. No acudió nadie más de otros campos al evento.

Tipo de evento:

Es un torneo de golf, del circuito LET, circuito regular del Ladies Open en el sur de Suecia. Se trabajó el cliente final, aunque también tuvimos reunión con el tour operador EASTON GOLF y con su representante en Andalucía, Sara Nilsson.

El objetivo del evento era la promoción de los campos andaluces, nuestro portal web con nuestro Andalucía Hub y la presentación de la copa SOLHEIM.

Desarrollo del evento

El resultado del evento fue muy positivo.

El tiempo acompañó en todo momento, con buen sol y buena temperatura, fueron numerosos los visitantes que acudieron. Según datos de los organizadores, alrededor de 3.000 visitantes acudieron durante los 3 días de juego.

El perfil del visitante que nos visitó, fueron extremadamente participativos, eran educados y valoraban muy positivamente Andalucía como destino turístico y de golf. Sobretodo y por ese orden, valoran primero la calidad de nuestros campos de golf, clima y gastronomía.

Dentro de los destinos preferidos de los suecos de Helsingborg en Andalucía era en primer lugar, Costa del Sol, muchos de ellos tenían ya casa y los que nos visitaban pasaban largas estancias en la zona de Estepona o Mijas-Fuengirola. También acudían muchos para la zona de Almería (Almerimar y Alborán) y la zona de Huelva (Nuevo Portil, Islantilla e Isla Canela).

Después de cambiarnos de ubicación el primer día del evento, la visitas a nuestro stand se multiplicaron, quedándonos el último día prácticamente sin material promocional. El sábado y domingo fueron los días con más visitas al stand con respecto al viernes. Y la gran mayoría de las jugadoras se paraban para saludar y hacerse fotos con la copa Solheim.

Conclusión

Veníamos a un evento nuevo y las expectativas no eran altas. Después del evento creemos que se debería volver a asistir en el futuro, la buena aceptación por parte de los



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

asistentes y el interés por Andalucía y sus campos, creemos que es importante el continuar con este evento en el futuro.

Trabajamos de manera activa en la presentación de la plataforma y web de la Federación, promoción de la base de datos y presentación de la COPA SOLHEIM. Este hito al igual que las entregas de las guías y demás Merchandaising se consiguieron en su totalidad. Todos los llaveros que llevamos y guías se gastaron antes de la finalización del evento. Y la presentación de la COPA SOLHEIM ayudó a atraer la atención de muchos visitantes y jugadoras y sus caddies.

VOLVO CAR SCANDINAVIAN MIXED, Estocolmo - Suecia (8 a 11 de junio)

Open de golf perteneciente al European Tour y Ladies European Tour. Se ha celebrado en Ullna Golf, Estocolmo, del 8 al 11 de junio.

La Federación ha asistido con stand propio de 9 metros cuadrados, contando con el apoyo de Turismo Andaluz y Turismo y Planificación Costa del Sol.

Las personas que nos han representado han sido Ignacio Iturbe, vocal del Comité Comercial de Campos de la RFGA, y Melissa Gallardo, de Lauro Golf. También ha asistido Ana Nyblom, de Golf Torrequebrada.

El Village, bien situado y de dimensiones reducidas, era zona de paso de los visitantes al campo, por lo que se consigue el impacto de la marca. El diseño del stand contaba con la marca turística Andalucía y logotipo de Fondos FEDER y logotipo de Turismo y Planificación Costa del Sol, en la decoración de los paneles a gran escala en la zona superior para ser perfectamente visibles. El nº de visitantes al evento, según datos de la organización, ha sido 36.542 personas.

En la calle principal, estaba VOLVO patrocinador del torneo, Emiratos, Golf Plaisir, American Express. Nuestro stand estaba situado en la calle de enfrente junto al de Comunidad Valenciana, Cataluña, Canarias y Chipre.

Hubo bastante afluencia de público y el buen tiempo acompañó. Con el fluido paso de los visitantes fuimos trabajando el máximo que pudimos.

Contactos y tarjetas atendidas en éstos días:

TURESPAÑA

Milagros Montes (Directora) milagros.montes@tourspain.es

Tfn: +46 (0)8-611 53 36

TURESPAÑA NORDIC AND BALTIC COUNTRIES PROMOTER

Juan Fernando Suárez juan.fernando@tourspain.es

Tfn: +46 (0) 737594495

GOLF PLAISIR



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Mona Chabchoub Wessblad (Production) mona.wessblad@golfplaisir.se
Tfn: +46 70 891 25 42

PERALADA RESORT
Petra Darmstädter (Golf & Premium Leisure Sales Manager) petra@golfpeeralada.com
Tfn: +34 646 612 932

CLUB DE GOLF LLAVANERAS
Veronica Schöbel (Sales & Marketing Manager) comercial@golfllavaneras.com
Tfn: 647 442 417

TURISMO COMUNIDAD VALENCIANA
José David Aledo (Técnico Promoción) aledo_jos@turismecv.com
Tfn: 660 982 543

PTGOLF
Maja Hedén maja@ptgolf.se interesada en larga estancia en V. Romano, S Petri, Isla Canela

SOLCENTUNA
Iluminada Gutiérrez gutierrezilu@gmail.com
greenkeeper interesada en volver a su tierra Tfn: 660 365 142
Danny Seal (danny@golftourismnetwork.com)

Jenni Vellonen (Country Manager Golf Plaisir Finland) Kalle Lunell (Presid, Honor PGA Sweden)
Djörn Gerdman (Stay 4 Golf) info@stay4golf.es +46706494102



COMITÉ COMERCIAL CAMPOS DE GOLF 2023



NAC, Tampa, Florida (21 a 23 de junio)

La convención anual de la Asociación Internacional de Touroperadores de Golf (IAGTO) se llevó a cabo del 21 al 23 de junio en Tampa, Florida (EEUU).

La Convención está abierta a complejos turísticos de golf, clubes de golf, hoteles, oficinas de Turismo, DMO, DMC y otros proveedores de Turismo de Golf principalmente de EE. UU., Canadá, México, América Latina y el Caribe, pero también de todo el mundo.

En representación de la Real Federación Andaluza de Golf estuvo Gonzalo Goy, miembro del Comité Comercial. Además, en las dos mesas de Turismo andaluzas estaba D. Antonio Arias, en representación de Turismo de la provincia de Cádiz; D. Placido Sierra, en representación de Costa del Sol; D. Manuel Ortega, en representación de Turismo Andaluz y una persona en representación de la OET de Miami.

El objetivo de NAC es promover el Turismo de América del Norte y Sur en Andalucía, lo que personalmente pienso que es clave y que debe ser uno de los retos principales de nuestro destino a día de hoy.

Según datos de IAGTO, en la edición de NAC 2023 se cerraron más de 3.000 citas en los dos días programados.

Contactos conseguidos:

- Jorge Peralta, Director – Patagonia Golf (ARG)
jperalta@patagoniagolf.com
- Jim Hwang, President – Global Golf Times (KOR)
jim.hwang@aglgw.com
- Patricia Di Silvestri, Co-owner – Premier Travel Group (USA)
patricia@premiertravelgroup.net
- Fernando Copete, Gerente General – Astro Tours (COL)
gerencia@astrotours.com.co
- Jano Wuille-Bille, Director USA – Wegolf (USA)
jano@we.golf
- Landy Blank – Costa Rica Travel (CR)
landy2255@gmail.com
- Dr Yash Paul Soni – Par Excellence (USA)
yash@yashgolfwear.com
- Elisa Gaudet, Founder – Women’s Golf Day (USA)
elisa@execgolfintl.com
- Roger Porzak – Porzak Golf Travel (USA)
roger@porzakgolf.com
- Carlos Ferreira – Tee times Golf Agency (POR)
carlos@teetimes.pt
- Jerry Jia, General Manager – Tourlinks (CHI)
jaest_jang@tourlinks.or.kr
- Martin Spence – Sportstour (USA)
sportstour@aol.com
- Thomas G. Gates, President – Gator Tours (USA)
tom@gatortours.golf



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Sugerencias:

Somos conscientes de cómo está creciendo tanto el deporte como el Turismo de Golf tras la pandemia, por lo que, para Europa, Andalucía es un mercado más que consolidado y tenemos que centrar el trabajo en EEUU, hay que aprovechar el vuelo de NYC a Málaga y la posible (que no probable) llegada del vuelo de Miami a Sevilla.

Andalucía es un destino de golf perfecto para el mercado estadounidense, ya que los viajes suelen ser estancias medias/largas y pueden recorrer la provincia completa, pasando por todo tipo de campos y con una oferta gastronómica y cultural adicional muy importante, además es bastante desconocida cuando se presenta al americano, por lo tanto, creo que NAC debe ser una feria de obligada visita.

En esta feria también se puede promocionar Andalucía Golf Hub a ciertos clientes.

sportstour@aol.com
- Thomas G. Gates, President – Gator Tours (USA)
tom@gatortours.golf

Sugerencias:

Somos conscientes de cómo está creciendo tanto el deporte como el Turismo de Golf tras la pandemia, por lo que, para Europa, Andalucía es un mercado más que consolidado y tenemos que centrar el trabajo en EEUU, hay que aprovechar el vuelo de NYC a Málaga y la posible (que no probable) llegada del vuelo de Miami a Sevilla.

Andalucía es un destino de golf perfecto para el mercado estadounidense, ya que los viajes suelen ser estancias medias/largas y pueden recorrer la provincia completa, pasando por todo tipo de campos y con una oferta gastronómica y cultural adicional muy importante, además es bastante desconocida cuando se presenta al americano, por lo tanto, creo que NAC debe ser una feria de obligada visita.

En esta feria también se puede promocionar Andalucía Golf Hub a ciertos clientes.

AMUNDI EVIAN CHAMPIONSHIP, Evian - Francia (27 a 30 de julio)

La Federación ha vuelto a asistir al Amundi Evian Championship, del 27 al 30 de julio. Como en ediciones pasadas hemos contado con stand propio, con la colaboración de Turismo Andaluz y Turismo y Planificación Costa del Sol.

Las personas encargadas de representar la Federación han sido Rodolfo Rojas, Santa Clara Golf Marbella y Francisco Martos, Añoreta Resort & Golf.

La ubicación del Village ha sido ideal, siendo nuestro stand el primero para acceder a la zona VIP, juego corto, putting green y acceso a hoyo 1 y 18, por lo que se consigue el impacto de la marca. El diseño del stand contaba con la marca turística Andalucía y logotipo de Fondos FEDER y logotipo de Turismo y Planificación Costa del Sol, en la decoración de los paneles a gran escala en la zona superior para ser perfectamente visibles. El nº de visitantes al evento, según datos de la organización, ha sido 20.000 personas.

Desde la edición pasada el set-up del Village cuenta con carpas de madera de muy



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

buena calidad y para nuestra sorpresa, muy pocos stands para ser un evento de estas características.

Andalucía era el único destino de promoción presente en el torneo. Por otro lado, Golfée (Italia) promocionaba sus tarjetas y campos adheridos.

En líneas generales, las condiciones meteorológicas han sido perfectas, salvo la jornada del viernes, que tuvieron que adelantar las salidas debido a la tormenta prevista para la tarde.

Sin embargo, de jueves a domingo, afortunadamente se han cumplido las previsiones, y hemos estado desde las 8:30 am hasta las 18:00 horas con una afluencia bastante concurrida, siendo la tarde la franja horaria más frecuentada en nuestro stand. Según los organizadores el aforo ha sido de 20.000 espectadores, sin embargo, debido a la victoria de Celine Boutier, es muy probable que las cifras fueran más altas, sobre todo en la jornada de Domingo.

Con respecto al tipo de visitante, principalmente hemos tenido el cliente potencial francés, en un 70%, el suizo e italiano en un 10% y otras nacionalidades el resto.

Al ser uno de los grandes torneos femeninos, había una notoria presencia de cliente asiático, predominando el coreano y japonés.

La interacción con el público ha sido bastante positiva, ya que en las cuatro jornadas hemos conseguido hacer una promoción muy activa de todos nuestros destinos, causando mucho interés las guías (se repartieron todas) y por supuesto los llaveros con la información de nuestra web para potenciar la plataforma de reservas.

Como ya sabemos, el mercado francés y belga es cliente bastante usual en la Costa del Sol, muchos de ellos vienen haciendo la Costa Mediterránea en caravana hasta llegar a Portugal, y suelen jugar entre 3- 4 veces por semana.

Como es habitual en los torneos se ha trabajado con público directo, habiendo muy poca presencia de Agencias de TTOO o cualquier otro tipo de Receptivo.

Con respecto a las visitas, tuvimos la suerte de tener por nuestra carpa a las jugadoras Ana Peláez, que vino en la jornada del sábado con su familia, y Carmen Alonso, en la jornada del domingo.

También, nos visitó el Sr. Barrás, Presidente de Crans Sur Sierre, en Crans Montana.

Bajo nuestro criterio, este evento tiene muchas ventajas para continuar con la promoción de nuestro destino en los años venideros:

- Mayor con jugadoras de nivel mundial.
- Único destino en el Village.



- Buena localización del stand.
- Zona de stands muy bien posicionada.
- Buen servicio por parte de la organización.
- Carpas de muy buena calidad.
- Interacción cliente directo, muy buena afluencia de público.
- Potenciar y seguir posicionando nuestros campos en el mercado francés, suizo, e italiano.
- Campo cercano a la ciudad de Evian les Bagnes, con muy buena accesibilidad, 15 minutos andando del campo de golf.

Conclusión:

Evian Amundi Championship se ha convertido en uno de los eventos internacionales femeninos por excelencia.

Sin duda alguna, es una gran apuesta por parte de la RFGA el promocionar nuestros campos y clubes de golf a un cliente tan consolidado como el francés.

Situado en un enclave de ensueño, el evento se ha desarrollado bajo un clima bastante agradable, con una gran presencia de público, sobre todo en el fin de semana y muy favorecidos por la victoria de la francesa Celine.

Por otro lado, tanto la localización de los stands a pie de campo y la poca oferta de otros destinos, mejora aún más las posibilidades de éxito en un evento de estas características.

Resaltar que, pese a la gran afluencia de asiáticos, sin duda es uno de los aspectos que habría que puntualizar, ya que aun habiendo conversado y tenido visitas todos los días de este público, eran algo más reticentes.

Por último, cabe destacar que el público directo, así como marshalls, staff y voluntarios han sido excelentes y es de agradecer.

Seguimos insistiendo en que la Guía de Campos funciona muy bien y uno de nuestros objetivos, además de promocionar Andalucía como destino de golf, era difundir la plataforma web y así poder reservar los campos de Andalucía de manera fácil, conjunta y en unos pocos clics.

Por ello, pensamos que este Evento debe de continuar presente en el Calendario de acciones de la RFGA.



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF



COMITÉ COMERCIAL CAMPOS DE GOLF 2023



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF



COMITÉ COMERCIAL CAMPOS DE GOLF 2023



IRISH OPEN, Straffan - Irlanda (13 a 17 de septiembre)

La Federación ha vuelto a asistir al Irish Open del 13 al 17 de septiembre. La Federación contrató directamente el stand contando con la colaboración de Turismo Andaluz y Turismo y Planificación Costa del Sol.

Las personas que se han desplazado han sido Andrés Sánchez García -Atalaya Golf- y Francisco Venegas Alonso -Alborán Golf.

El Open nacional de Irlanda, torneo del DP World Tour, se ha celebrado este año en The K Club, en Straffan, en el Condado de Kildare, un campo que fue sede de la Ryder Cup en el año 2006. Fue la primera vez que la Ryder Cup se celebraba en Irlanda y la única hasta ahora. El hecho de ser un campo Ryder da una idea del nivel de la instalación, un recorrido top, lo que redundaba en el gran número de público que asistió al evento. Además, su situación geográfica es muy buena, a diferencia de otros años, a 30 kilómetros de Dublín, lo que también influye en los parámetros de asistencia. Según las primeras estimaciones, asistieron un total de 80.000 espectadores en los cuatro días del torneo. La organización invitó, incluso a colegios para que llevaran a cabo visitas escolares durante los días de juego.

Situación del stand: como siempre, se sitúa en el área de hospitalidad, The Village, en una amplia zona verde en la que estaba la restauración, bancos y mesas para comer en espacio común, junto al amplio stand de Turismo de Irlanda. El área expositiva es zona de paso al campo por lo que se consigue el impacto de la marca entre el número de visitantes. El diseño del stand contaba con la marca turística Andalucía y logotipo de Fondos FEDER y logotipo de Turismo y Planificación Costa del Sol, en la decoración de los paneles a gran escala en la zona superior para ser perfectamente visibles.

El material promocional consistía en guías de campos, mapas de las distintas zonas, llaveros, talegas y pulseritas de la Solheim Cup y de golfandalucia.com. Los tres paneles con las fotos de los campos y logos corporativos son muy atractivos para el público que pasaban por delante. Un acierto.

Desarrollo del evento: La jornada del pro am fue fructífera. Se sacaron dos cajas de guías, así que no hay problema con asistir desde el miércoles, aunque el evento se haga muy largo con tantos días. La posibilidad de que una de las dos personas que van a cubrir el stand vaya al pro am y luego regrese el sábado, en lugar del domingo, parece un acierto, de cara a que no sean las dos personas las que estén desplazadas de martes a domingo y puedan atender a sus obligaciones en sus clubes/hoteles, etc.

El jueves: el tiempo acompaña y eso siempre es bueno en estos lugares porque va más gente aun siendo laborable. Nubes y claros pero una temperatura alrededor de los 20 grados, muy bueno para estas latitudes.

La mayor afluencia a la zona de hospitalidad es alrededor de las 13 horas, porque es cuando va la mayoría del público a comer (horario europeo).

El viernes: jornada con muy buen tiempo, temperaturas de hasta 26 grados, lo que supuso buena cantidad de público, aunque fuera todavía día laborable.

El sábado: sigue el tiempo espléndido, con temperaturas alrededor de los 25 gra-



dos y ambiente soleado, la tónica general de todos estos días, lo que ha llevado a que haya mucho público, más un día que ya no es laborable. La gente iba un poco más tarde porque los jugadores bien situados en la clasificación salían alrededor de las 12 y además había menos jugadores tras el corte.

Las guías 'volaban'; es lo que más se llevaban. Sobre todo se interesaban los que nos decían que iban a ir próximamente a Andalucía, que es a los que les promocionamos más el Golf Hub. Fue una buena idea las pulseras promocionales con la dirección de la web, para que tuvieran en su poder la referencia exacta del sitio donde tenían que conectarse. Al final del día apenas quedaba material, porque la afluencia de público fue brutal, mayor que los dos primeros días juntos, según nos aseguraron. Apenas quedaron para el domingo unas pocas guías y algunos planos, especialmente de las zonas diferentes a la Costa del Sol, que fue la que más se llevaron, como habitualmente.

El domingo: amaneció con niebla y la temperatura a primera hora era más fresca. El público llegó algo más tarde porque en el partido estelar jugaba Rory McIlroy, el principal reclamo del torneo, que salía a las 12:30. Apenas nos quedaba material pero también charlamos con la gente que nos preguntaba por el destino. Como siempre, el grado de conocimiento, especialmente de Costa del Sol, es alto. Y volvemos a escuchar a algunas personas que nos hablaban de otros destinos, en este caso especialmente de la comunidad valenciana y, como otras veces, Portugal.

Hacia la 13:30 comenzó a llover de manera torrencial y se redujo considerablemente la afluencia de personas en The Village. El aparato eléctrico obligó a la organización a suspender el juego durante más de una hora, pero para entonces el material estaba ya fuera y el trabajo promocional, hecho.

1. Contactos conseguidos: A pesar de que un Open es un lugar en el que principalmente el objetivo es contactar con cliente final, también hemos hecho contactos con las siguientes personas, entre otras:

a. Elisa Gaudet, fundadora de Women's Golf Day, Global strategic consulting for golf and business.
www.womensgolfdays.com

b. Mark Nisbet, chief buying officer de Your Golf Travel cs@yourgolftravel.com sales@yourgolftravel.com

2. Conclusiones: Este torneo nos permite llegar a un público objetivo que, en buena medida, es conocedor del destino o de zonas cercanas como Murcia, Levante o El Algarve. Están acostumbrados a viajar para jugar al golf en los meses de otoño e invierno, especialmente a aquellos lugares con vuelos directos "low cost". Valoran la oferta andaluza y se interesan por los paquetes a medida. La difusión del destino fue amplia.



REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

