



**REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF**

**COMITÉ COMERCIAL DE CAMPOS DE GOLF**





## **INDICE**

	Páginas
MATKA-NORDIC TRAVEL FAIR	517
PGA SHOW	519
FESPO	525
F.R.E.E MUNICH	527
DANISH TRAVEL SHOW	528
SCANDINAVIAN MIXED	530
KLM OPEN	533
AMUNDI EVIAN CHAMPIONSHIP	536
IRISH OPEN	537
OPEN FRANCIA	540



**REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF**



### **MATKA –NORDIC TRAVEL FAIR-, Helsinki (19 a 21 de enero)**

La Federación ha asistido este año a la feria Matka, celebrada en Helsinki del 19 al 21 de enero, con un mostrador dentro del stand de Turismo y Planificación Costa del Sol. La persona que se ha desplazado es Melissa Gallardo, de Lauro Golf, en representación de la Real Federación Andaluza de Golf.

Además, asisten y comparten stand entre otros unas 35 empresas colaboradoras de Costa del Sol (hoteles, revistas, ayuntamientos, negocios, un par de campos de golf, etc.), principalmente de Fuengirola.

Este año Turespaña es patrocinador principal del evento, pero no hay representación de Turismo Andaluz. Mención especial merece que Turismo de Cádiz y Ayuntamiento de Sevilla sí han asistido con ellos con mostrador propio.

Es una feria de Turismo General abierta al público.

#### Descripción:

Es la feria Internacional más importante no solo de Finlandia, sino del conjunto de todos los países nórdicos. Con un número de visitantes que aumenta sustancialmente cada año (54.000 visitantes en 2024), se celebra en Helsinki en el mes de enero. La feria atrae a muchos profesionales del sector de 86 países.

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. El volumen de turistas finlandeses en España sobrepasa los 4 millones al año, posicionando este país entre los diez primeros emisores de turistas extranjeros a España, con un gasto medio de 1.400 euros.

#### Desarrollo del evento:

- Notable número de visitantes, aproximadamente de 10 personas que se acercaban al stand, 4 eran golfistas.
- Al haber estado varios años haciendo esta feria con Turismo Andaluz y no tener dentro del stand de Patronato una zona delimitada para la RFGA, a la gente le costaba trabajo encontrarnos.
- La demanda mayoritaria del visitante interesado en Andalucía es viajar durante una semana/10 días, pero también existe una demanda muy considerable de paquetes de larga estancia.
- Una gran parte de los interesados tiene casa en la zona y buscan paquetes de golf, se les informó de la web <https://www.golfandalucia.com/> para poder hacer sus reservas. Puntos en los que somos fuertes y en los que debemos mejorar:



## REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

### - 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.

Andalucía es un destino recurrente para golfista finlandés. Prueba de ello es la cantidad de ejemplares las guías de Campos de Golf de Andalucía que fueron demandados y entregados a los visitantes.

### - Débiles a mejorar:

Nuevamente la carencia de los vuelos directos con Finlandia -Costa de la Luz, Cádiz, 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.

Cabe destacar la alta presencia este año de TTOO específicos de golf que venían además acompañados por profesionales de la zona. 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](mailto:jenni.viinikka@golfresepti.fi)

- Golfpassi: TTOO finlandés que dentro de nuestro país realiza su actividad principalmente en el en Costa del sol, Costa Blanca y Mallorca

Contacto Tomi Karjula: [toimisto@golfpassi.fi](mailto:toimisto@golfpassi.fi)

- Ongolf: Es uno de los TTOO más consolidados en Finlandia en continuo crecimiento y aumentando portfolio en Andalucía. Solo mueven grupos. Satisfechos con resultados de Long Stay en Atalaya, Ona Valle Romano y Almerimar. Han empezado a trabajar Motril / Moriscos. Se queja del coste de los vuelos, cada vez más caros. Representante de la RFGA le sugiere valorar colaboraciones para training camps y con interlocutores como federación de golf de Finlandia y comunidades de pros.

Contacto: Mari Jokinen: [mari.jokinen@ongolf.fi](mailto:mari.jokinen@ongolf.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, pero recomendación de asistir en futuras ocasiones con Turespaña.



- 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 y e-mails de cliente final a través de la encuesta con un sorteo de premios, pero la falta de espacio para poner cartelería con encuesta y premios y la cada vez menor predisposición de la gente a dar su email, han hecho que los resultados hayan sido muy pobres.

### **PGA SHOW, Orlando, Florida (23 a 26 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.

Había gran presencia de público en la feria, todo el mundo coincidía en que ha sido la mejor Feria de los últimos años, en cuanto a público y expositores. Amplia afluencia de Pros y Federaciones y Asociaciones 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)

La Feria comienza con un Demo Day en el driving range más grande del mundo donde las marcas presentan su material nuevo.

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 25 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.

Aunque Escocia e Irlanda son los destinos más solicitados, el cliente americano considera como destinos alternativos en Europa, a España, Portugal e Italia, por calidad de campos, condiciones climatológicas y gastronomía.

Cabe resaltar el esfuerzo que hace Irlanda y Escocia en tener unos stands grandes, con muchas personas atendiendo a los visitantes, y que se ve reflejado en la cantidad de turistas americanos que reciben.

### **DESARROLLO DEL EVENTO**

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



## REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Después de la Solheim Cup celebrada en Andalucía en 2023, nuestro destino se va conociendo cada vez más, especialmente Costa del Sol y Sotogrande a través de su campo enseña, Real Club Valderrama.

La estancia media de los viajes a Europa es entre 10-12 días, y el viaje del golfista americano a Europa implica cultura, gastronomía y visitar lugares y pueblos pintorescos. El cliente busca hoteles de 5 estrellas y oferta complementaria al golf: gastronomía, espectáculos y shopping. Nuevos hoteles como Fairmont La Hacienda, ayudarán a atraer al público americano, ya que son targets similares.

### 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 Sotogrande, 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 Links Golf Resort.

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.

Clima y gastronomía de primer nivel.

Posibles vuelos conexiones de vuelos directos a Málaga, hacen al destino más accesible. Ya hay un vuelo NY-Málaga y en determinadas épocas, Miami-Málaga. 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.

Buenas comunicaciones e instalaciones de primer nivel.

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

### PUNTOS DEBILES

Desconocimiento del destino en general a nivel comunicación.

Pocos 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 (Buffalo es una agencia de marketing especializada en golf)

- Fam Trips y Press Trips: es muy importante organizar más 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.



## REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

- Panelistas: es necesario invertir en estas figuras para atraerlos a la zona y que valoren en incluyan nuestros campos, sobre todo los que realmente estén a gran altura y ofrezcan un servicio de primer nivel.

### CONCLUSIONES

Es un evento imprescindible siempre que se cumplan los siguientes requisitos: El stand de Turespaña actual es pequeño y retirado de los pasillos principales. Hay que seguir el ejemplo de Irlanda y Escocia y apostar por stands grandes con mucho staff para atender las visitas y ofrecer nuestro destino Golf.

El cliente americano es premium y si se le ofrece un producto de su segmento, se lograrán muy buenos resultados.

A PGA Show acuden miles de personas, prácticamente la totalidad juegan al golf, por lo que es un cliente potencial muy importante. La clave es como llegar al mayor número de ellos y creemos que teniendo un stand grande, bien situado y con personal para atender a los visitantes, se pueden obtener los objetivos planteados.

### CONTACTOS REALIZADOS

Folds of Honor Patriot Golf Day

Mike Schultz (Director)

mshultz@cimtel.net

Interesado en viajar al sur de España y jugar golf.

We.golf

Jano Wuille Bille (Managing Partner)

jano@we.golf

TTOO argentino que ya trabaja en España y cada vez trae más cliente argentino y ahora americano. Su cliente busca producto de golf Premium. Organizan el Campeonato Latinoamericano de Golf y están viendo para hacer algo en Europa.

Golf Away Tours

Mattheu Palermo (Marketing manager)

matthewpalermo@golfawaytours.com

TTOO de Toronto (Canadá) interesado en nuevos mercados como España.

PGA Show Media

Juan Luis Guillen (Editor)

juanlguillen@me.com

Periodista español afincado en USA desde hace muchos años con buenos contactos con PGA Tour y los mejores TTOO americanos.

Golf Travel Consulting Inc.

Evelyn Gruber (President)

evelyn@golftravelconsulting.com

Agencia de Golf Travel Consulting que asesora a varios US TTOO. Se acercó específicamente al stand de Turespaña.



## REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Sportvac Voyages  
Sttephane Tessier (Director of Golf)  
tessiers@sportvac.com

TTOO de Quebec, Canadá. Grupos exclusivos.

Nippon Travel Agency  
Kanji Omotani (Duputy 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.

DK Travel Consulting  
Keith Fitzgerald (Travel Consultant)  
keith@dktravelconsulting.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 está muy interesado en abrir CDS.

Invited Clubes  
Tom Jaronsky (Director of tournaments)  
tom.jaronsky@invitedclubes.com  
Asociación de golfistas que organizan viajes fuera de USA.  
TGA Sports Orlando  
Daniel Pachon (Director)  
danipachon20@gmail.com  
Agencia local en USA con interés en abrir nuevos mercados.

NBC Sports Next  
Travis Park (Golf Travel Sales Manager)  
travis.park@nbcuni.com

Woodmont Country Club  
Stephen Tague (Head Pro)  
stphntg@verizon.net

Terras da Comporta Dunes  
Rodrigo Ulrich (Golf Director)  
rfu@vanguarda.com  
Director de uno de los más exclusivos campos de Portugal.

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

Golf Inspired  
Sandra Romeo (Director of Sales & Marketing)  
sandra@golfinspired.com



## REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Agencia que está lanzando una web para crear comunidad de golfistas.

### 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.

### CIC Travel

Andrés Rincón Salgado (Director General)

andres.rincon@cicolombia.travel

andicue@icloud.com

nelly.fandino@cicolombia.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.

### Veteran Golfers Association

Carl Hoecker (Director)

virginia@vgagolf.org

Asociación de golfistas que organizan viajes de grupos.

### Komo Golf

Scott Powers (Founder)

media@komogolf.com

Fotógrafo de grandes campos de golf con buenas conexiones con resorts y campos de golf top.

### Athens Country Club

Joe Devaney (Director of Golf)

jdevaney@athenscountryclub.com

Prestigioso club de golf en USA.

### Golf in Ireland

Eoin Francis

eoin@mygolfgroup.ie

Representante del stand de Irlanda, nos explicó como lo organizan.

### World Golf Competition

Jon Kerr (Co-Founder)

jon@worldgolfcompetition.com

Organización de Torneos internacionales amateurs.

### California Golf Travel

Eric Woods (Editor)

eric@calgolfnews.com



## REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Revista y agencia en USA.

Sports Illustrated - Golf  
Jeff Ritter (Managing Director)  
jeff.ritter@si.com  
Director de la prestigiosa revista americana.

USGA  
Francisco Rivera (Director de Reglas)  
frivera@usga.org  
Oficial de reglas de la USGA muy bien conectado en todos los estamentos del golf USA.  
Muy buen embajador de Sotogrande y Costa del Sol.

Sportstours  
Martin Spence (Owner)  
sportstours@aol.com.  
TTOO americano interesado en mercados emergentes como el europeo.

Arnaudseriegolf (Influencer)  
serie.arnaud@gmail.com  
Influencer de golf.

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 está interesado en destino España.

All Square  
Patrick Rahme (Co-founder)  
patrick@allsquaregolf.com  
Web de golf que funciona También como TTOO y lugar de encuentro de golfistas (Comunidad).

www.bookgolf  
Guilhem Miranda (CEO)  
gm@book.com  
Web de reservas de golf.

Sportours  
Marcus Spence  
sportours@aol.com  
TTOO americano que reserva en Valderrama algunos clientes al año.

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.

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.

IBT  
James Cookson (Director)  
jamespcookson@gmail.com  
TTOO francés muy interesado en sur de España.

Hughes Events  
Mariana Hughes (Directora)  
info@gpohughes.com  
Empresa de eventos mejicana muy importante que organizan eventos y grupos en España.

### **FESPO, Zurich (1 a 4 de febrero)**

Fespo, la Feria de Turismo más importante del país (este año con unos 42.000 visitantes y alrededor de 500 expositores) cuenta con un Hall para promocionar el Turismo de Golf denominado Golfmesse. En esta zona expositiva se puede encontrar tanto destinos con oferta, como tour operadores suizos especializados en este segmento y otras empresas de material deportivo, ropa y wellness.

La Feria, de carácter mixto estaba dirigida tanto a profesionales como a público en general.

La Federación ha acudido dentro del stand de Turespaña - OET Zurich donde se encontraban representados Andalucía con Turismo Andaluz y Patronato de Turismo de Cádiz, Valencia y Costa Blanca con la Asociación de Campos de Golf, Turismo de Gerona y campos de golf y Turismo de Murcia, acompañados por La Manga. Como representante de la Federación, acude Rocío Álvarez (La Cala Resort).

A destacar que Mallorca acudía con stand propio con representantes de diferentes campos y hoteles y por el contrario no había representación institucional de las Islas Canarias.



## REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

En general la feria ha sido muy positiva, el público acudió sobre todo el jueves y el viernes porque el buen tiempo durante el fin de semana, hizo que disminuyera un poco la afluencia de público.

Aproximadamente, el 90% de los visitantes conocían Málaga y Costa del Sol y solicitaban información para sus vacaciones, y el otro 10% preguntaban por Costa de la Luz y Cádiz. Había también clientes que querían visitar Andalucía como viaje cultural y para ello preguntaban por Granada, Córdoba y Sevilla. Su intención era organizar un segundo viaje de golf, una vez realizada un primer viaje cultural. Todos los clientes se llevaban la guía de los campos de la Federación y se les informó de la posibilidad de realizar sus reservas de Green Fees a través de la web de la Federación.

Las zonas más conocidas por los visitantes eran Marbella y Estepona. Pocos conocían la zona de Mijas o la zona este de la provincia. Campos que reconocían o habían jugado eran: Los Naranjos, Flamingos, Rio Real, Santa Clara, La Quinta, La Cala Resort y, por otro lado, Las Brisas, Valle Romano, Atalaya Golf y Azata Golf. Sólo una pareja me comentó que se había alojado en Mijas y jugado Cabopino, Mijas Golf y La Cala. Otros clientes me hablaron de una opción de golf mensual en Alhaurín Golf y Cabopino que les había salido muy bien de precio.

De la zona de Cádiz, Novo Sancti Petri, Sherry Golf, y Dehesa Montenmedio.

La percepción del destino era muy positiva, aunque había cierta preocupación por el tema del agua y de cómo nos estaba afectando en Andalucía (tema cortes de suministro y estado de los campos).

Había mucha demanda de Hoteles con campo propio, pero sólo había folletos de Santa Clara + Hotel Puerto Banús y Folletos de Chaparral y de La Cala Resort. Sería muy positivo que hubieran mandado folletos aquellos campos con hoteles como Rio Real, La Quinta, Villapadierna, porque los clientes preguntaban por alojamiento cercano al campo.

Se realizó la encuesta para el concurso de Green Fees tanto con la Tablet como animándolos a rellenarlas con el código QR porque muchos no querían pararse y querían hacerlo luego.

Contactos TTOOs con stand:

=====

- Alpha Reisen (CH):

Mrs Beatrice Saudan Steiner info@alphagolftours.ch

- Golf and Travel (CH):

Mr Thomas Bächler Thomas.baechler@golfandtravel.ch Ahora mismo podría decirse que es el más grande de Suiza ya que forma parte de Dertour y realiza viajes tanto individuales, como grupos y Pros.

- Knecht Reisen Ag (CH):

Mr Marco Nuzzo m.nuzzo@knecht-sportreisen.ch Tienen un segmento dedicado a los deportes y al golf. Hace tiempo que no viaja a Málaga, tiene pendiente realizar un viaje para refrescar la memoria y conocer la nueva oferta de golf y los cambios realizados en la zona.

- Travelzone (CH):

Ms Selina Diaz Selina.diaz@travel-zone.ch



## REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

- Golf Globe (DE):  
Ms Bernadette Theisl bt@golfglobe.com Tour Operador alemán que ha participado este año en la Feria y que cuenta con bastante mercado de pros, también realiza las reservas para los clientes de TUI.
- Golf Extra (DE):  
Mr Ergül Altinova erguel.altinova@golf-extra.com Tour Operador alemán que ha participado este año en la Feria y que cuenta con bastante mercado de pros, viajes de grupos e individuales.

### Visitas TTOOs/pros:

=====

- YouGolftours Gmbh (CH):  
Mr Giuseppe Biondo gbiondo@yougolftours.com hacen eventos de alto nivel, torneos B2B y para empresas.
- Travelhouse (CH):  
Ms Romina Nowak Romina.nowak@travelhouse.ch  
Mrs Caroline Malone (PGA Professional): viene al stand a por información de los campos porque trabaja como pro. Sólo deja su teléfono +49 151 56630867
- Greenfee 365 Europa (SWE):  
Mr Marcus Ekeberg marcus@greenfee365.com Plataforma para reservar green fees online.

Como conclusión creo que es muy positiva nuestra participación en esta Feria, ya que el cliente es de nivel adquisitivo medio y alto y que suelen estar entre un mínimo de 1 semana hasta 15 días en la región. Suelen jugar un mínimo de 5 campos en su visita y suelen repetir si la experiencia ha sido satisfactoria.

Por tanto, recomendaría volver el próximo año para seguir afianzando el producto e intentar dar mayor difusión a otras provincias que no eran tan conocidas para el golf.

### **F.R.E.E Múnich, Múnich (14 a 18 de febrero)**

F.R.E.E Múnich ha tenido lugar del 14 al 18 de febrero en Messe München, Múnich. La Federación ha asistido junto Turismo Andaluz, en un mostrador dentro del stand de Turespaña. La persona que ha representado a la Federación ha sido Joan Resina Álvarez, de Isla Canela Golf. No había otros representantes de campos de golf de Andalucía.

### Descripción del Evento

Feria de turismo y ocio, generalista, con asistencia prácticamente mayoritaria 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. Prácticamente la misma situación del año pasado.

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 solicitud de información haya sido continua.



## REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Sin embargo, hay que indicar que, durante todos los días de la duración de la feria, tan sólo 3 personas han pedido de forma directa información sobre nuestra oferta de golf y concretamente de la Costa del Sol. Se trata de una feria generalista. Los golfistas no vienen expresamente a esta feria en busca de "golf".

A las pocas personas que han solicitado información sobre nuestro destino de golf se les ha presentado la web de adquisición 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.

### Conclusión

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 Turismo Andaluz 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.

Para próximos años habría que valorar la asistencia a otro tipo de eventos de golf, aunque no vayan instituciones como La Golftage München.

### **DANISH TRAVEL SHOW– Ferie for Alle, Herning (23 a 25 de febrero)**

La Federación ha vuelto a estar presente en esta feria tan importante para nuestro destino. Danish Golf Show se ha celebrado, como cada año, en Herning, Dinamarca, del 23 al 25 febrero.

Hemos asistido de la mano de Turismo Andaluz con un mostrador dentro del stand de Turespaña. También estuvo presente Patronato de turismo de Cádiz.

#### Descripción del Evento

Ferie for Alle es la Feria Danesa de Vacacional y de Ocio por excelencia.

Repartida en diferentes áreas, el Danish Golf Show es una Feria de Golf de mercado danés y escandinavo en la que se unen las diferentes agencias de viajes, marcas de golf, y destinos nacionales e internacionales.

Grandes agencias, como Nordic Golfers, estuvieron presentes; y varios campos, hoteles y resorts andaluces acuden en cooperación con estos TTOO para promocionar sus destinos.

#### Ubicación

Nuestra ubicación, era idónea, a diferencia de otros años, encontrándose justo en el pasillo central, con dos destinos más: Costa Blanca y Gran Canaria.

Nosotros contábamos con dos mostradores, uno para la Real Federación Andaluza de Golf, y otro para Turismo de Cádiz.



## REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Nuestro mostrador estaba ubicado en el pasillo central, pudiendo interactuar con los visitantes de manera directa, conectando con un acceso a la zona de Ocio y Vacacional, por lo que también contábamos con la visita de no Golfistas que solicitaban información de nuestro Destino.

### Resumen de la Feria

Desde primera hora del viernes hubo mucho tráfico y pudimos generar BBDD y dar información a los asistentes, principalmente matrimonios adultos que desean visitar los diferentes destinos de Andalucía a partir de 7 noches.

Se les ofrece la guía de campos combinando con el llavero, informando de la plataforma de Golfhub en la que pueden hacer directamente la reserva, teniendo la oportunidad de elegir varios campos en un solo clic.

Muchos turistas solicitan información para larga estancia.

El sábado era el día más esperado del evento. La primera hora de la mañana fue algo menos concurrida que otros años, sin embargo, a partir del mediodía fueron las mejores horas para trabajar, hasta las 16:00 horas aproximadamente donde se concentró la mayoría de visitas a nuestro stand.

Por último, la jornada del Domingo comenzaba una hora más tarde, aunque no había la misma afluencia que en los días atrás, hubo bastante interacción en el Stand con el público.

Contamos con la asistencia y apoyo en nuestro Stand de Antonio Arias, de Diputación de Cádiz, quien tiene una larga trayectoria en este tipo de eventos, y en la que lleva asistiendo a esta Feria desde los inicios.

Al ser un evento tan concurrido, las visitas eran constantes, pero a la hora de captar base de datos, teníamos a Costa Blanca como un gran competidor, porque tenía más premios de estancias de golf. Deberíamos de aportar entre todos más bonos para hacer una oferta más llamativa y atrayente.

### Conclusión

Es un evento muy consolidado en el mercado danés que conecta la industria del Golf con nuestro destino de manera directa.

Las sinergias creadas con las diferentes Agencias, el buen posicionamiento de nuestro destino en el mercado escandinavo, así como el tráfico constante de público durante las tres jornadas hacen que sea un evento muy a destacar.

La misión de Real Federación Andaluza de Golf, junto con Turismo Andaluz y Turismo España, en promocionar todos nuestros Campos de Golf en un evento de estas características ayudan a seguir potenciando Andalucía como principal Destino en Europa.

Es una muy buena opción continuar con esta promoción en los próximos años, con el apoyo de las instituciones.



## REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Como aspecto a mejorar, es de suma importancia seguir contando con el apoyo de los diferentes Campos en hacer aún más atractivo el venir a nuestro stand, haciendo que el público interactúe con atractivos premios u otras alternativas.

Cada vez son más los daneses y escandinavos que optan por la larga estancia en nuestra región, y es algo que se debe continuar implementando y consolidando, aunque ya sabemos el hándicap que algunos destinos como Costa del Sol tienen es de encajar los Tee Times debido al alto volumen de reservas, sin embargo, es una gran oportunidad de crecimiento para empresas andaluzas que disponen de este servicio de apartamentos.

Contactos conseguidos:

TTTO locales

Sport2event

Michael Lyng ml@sport2event.dk

Tour Operador Local que ofrece operativas de Grupos en Costa del Sol, Granada y Almería.

RSB Golf

Pia Carlsson pia@rsb-golf.com

TTTO danés con base en España. Operan con grupos e individuales sobre todo en la zona norte de Almería.

Nordic Golfers

Jess Krelskov jess@nordicgolfers.com

Una de las agencias nórdicas más consolidadas que tiene su base en Fuengirola. Tienen operativas por los diferentes territorios del panorama Andaluz.

Otros Contactos

Ignacio Jiménez

Director de Turismo, Consejero de España en Dinamarca y Lituania.

+ 45 33 186633

Ignacio.jimenez@tourspain.es

### **SCANDINAVIAN Mixed, Helsingborg (6 a 9 de junio)**

Hemos estado presentes en Helsingborg, del 6 al 9 de junio. El Scandinavian Mixe se ha celebrado en el campo Vasatorp GC.

Las personas representativas de la Federación de Golf Andaluza fueron Ana Nyblom –Golf Torrequebrada- y Cecilia Löwenhielm –Chaparral GC-.

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 superior a 33.000 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.

Perfil del visitante:

Nacionalidad: Suecia

Demografía:

- Juniors: Muchos visitantes jóvenes.
- Familias: Numerosas familias suecas.
- Grupos de amigos: Principalmente hombres de 35 a 55 años.



- Los visitantes provenían de diversos destinos como Estocolmo, Oslo y Dinamarca.
- Patrones de viaje:
- Frecuencia: Suelen viajar a España aproximadamente una vez al año.
  - Experiencia previa: Muchas están familiarizada con el destino y ha jugado en varios campos de golf en Andalucía.
  - También hemos interactuado con muchas familias y visitantes que no estaban familiarizados con nuestro destino, pero que mostraron gran interés.

Destinos más mencionados:

- Marbella
- Mijas
- Fuengirola
- Benalmádena
- Sotogrande
- Estepona

### Golf en Suecia

El golf es uno de los deportes más grandes de Suecia y uno de cada veinte suecos es un golfista activo federado. El país cuenta con 445 campos de golf. El número de jugadores federados al final de 2023 era 538,342.

### Skåne (la región del sur de Suecia)

En el sur de Suecia se encuentra la mayor concentración de campos de golf con alrededor de 70 campos para diferentes niveles a unos 50 minutos en coche. Varios de ellos han sido sede del European Tour y otras competiciones de golf.

En Helsingborg se encuentra el bachillerato de golf "Riksidrottsgymnasiet (RIG)". Así viajan los suecos en 2024.

Según el último análisis de Tickets, el 55% de los suecos planea viajar al extranjero en 2024. El sol y el calor han sido siempre prioritarios para los suecos, y esto no cambia en 2024. Sin embargo, ha habido un cambio de tendencia en cuanto a los factores que determinan la elección de los destinos. En 2023, el precio era el factor más importante. Este año, los precios bajos comparten el segundo lugar junto con los vuelos directos y las conexiones sencillas que facilitan el viaje.

El factor más importante este año es la seguridad, algo natural en un mundo turbulento con muchos eventos desagradables. Los suecos buscan destinos donde se sientan seguros y protegidos.

El grupo de suecos que más destaca en este contexto son los seniors. El 92% de los mayores de 65 años opinan que su situación económica no ha afectado en absoluto sus viajes al extranjero. Además, tienen la flexibilidad de viajar cuando los precios son más bajos.

España sigue siendo el destino principal para los suecos, con un aumento del 39% en las reservas en comparación con 2023. Málaga y Alicante son las ciudades con los mayores incrementos, superando ambas el 80% en comparación con el año anterior. (Información de la encuesta SIFO de Ticket)



### Resumen de participación

Nuestra participación como expositores en el torneo de golf Scandinavian Mixed 2024 fue todo un éxito. Durante los cuatro días del evento, logramos atraer a un gran número de visitantes a nuestro stand, a pesar de las condiciones meteorológicas parcialmente lluviosas.

Había menos expositores que el año pasado. Estaban presentes la región de Valencia, Costa Daurada, Golf en Irlanda, Golfplaisir Sweden, Región Gran Canaria, Fly Emirates, VOLVO, Husqvarna, FootJoy, y algunas empresas y tiendas locales.

### Simulador de Golf

Uno de los principales atractivos fue nuestro simulador de golf. A pesar del mal tiempo, la afluencia de personas fue constante, ya que el simulador ofrecía una experiencia interactiva y emocionante que resultó irresistible para los aficionados al golf tanto los jóvenes como los más mayores.

Jan Liskovec, de UNLIGOLF, profesional de golf y responsable del simulador, demostró ser un gran profesional. Su presencia y actitud hacia los visitantes fueron ejemplares, brindando información, orientación y una cálida bienvenida a todos los interesados. Su desempeño fue clave para mantener el interés y la satisfacción de los asistentes en todo momento.

Challenge Bola más cercana a la bandera para interactuar con el público y siguiendo las indicaciones de la Federación, organizamos diariamente un desafío de «Bola más Cercana a la bandera» en un hoyo de Valderrama. Esta actividad no solo incrementó el tráfico hacia nuestro stand, sino que también creó un ambiente competitivo y divertido para los participantes.

### Premios a repartir ganadores + HIO:

- Lauro Golf: 3 noches apto con golf ilimitado para 4 pax
- Isla Canela 3 noches en HD + 2 GF
- Una semana de golf ilimitado en Torrequebrada
- 2 GF Baviera
- 2 GF Chaparral

### Conclusión

La participación en el torneo de golf Scandinavian Mixed 2024 nos proporcionó una excelente plataforma para promocionar nuestro destino. La buena presentación del stand, el atractivo del simulador y la profesionalidad del personal contribuyeron significativamente al éxito de nuestra acción. Esperamos seguir participando en futuros eventos de este calibre para continuar fortaleciendo nuestra presencia en la industria del golf.

La ubicación de nuestro stand fue mucho mejor que el año pasado, con un buen flujo y tráfico de visitantes. Estaba situado en una esquina, lo que nos proporcionó un espacio tranquilo y sin interrupciones.

### Visitas destacadas

- Sandra Carlborg - world champion longest drive ladies



## REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

- Johanna Johnson - Influencer. Canal: JO Golf
  - Joar Bjelk Holm y Filip Norén - Podcast: Golftugget
  - GOLFLAISIR SWEDEN: Lars Christensen, marketing manager
- Golfplaisir fue el único TTOO presente durante todo el evento
- Anders Davidsson – Progressive Sports & Entertainment, MXP Golf, Swedens leading influencer and media platform in golf.
  - Louise Rydqvist, jugadora Scandinavian Mixed
  - Disksha Dagar - jugadora Scandinavian Mixed

### **KLM Open, Cromvoirt (19 a 23 de junio)**

La Federación ha estado presente de nuevo en el KLM Open, ha tenido lugar en The International en Amsterdam, Holanda, del 19 al 23 de junio de 2024, uno de los torneos con más historia del circuito europeo (data de 1912), celebrando este año su 104ª edición, alguna de las cuales han sido ganadas por ilustres golfistas españoles como Ballesteros, Olazábal, Jiménez o Sergio García. El KLM Open es además uno de los mayores eventos deportivos que se celebran anualmente en los Países Bajos, congregando a más de 40.000 visitantes, atraídos por la presencia de grandes jugadores como el Matteo Manassero o Edoardo Molinari, así como de una nutrida representación de jugadores españoles, entre los que destacan Gonzalo Fernandez-Castaño, Ángel Hidalgo o Adrián Otaegui.

Hemos asistido con stand propio contando con el apoyo de Turismo Andaluz y Turismo y Planificación costa del Sol.

Las personas que han representado a la Federación de Golf Andaluza han sido Andrés Sánchez, de Atalaya Golf, y Francisco Rubio, de Bellavista Golf. También estuvo Rodolfo Rojas, de Santa Clara, apoyando el destino.

Medios promocionales:

Se han entregado durante el evento las guías de campos de golf de Andalucía, así como los mapas y todo el merchandising de llaveros, pulseras y bolsas de la RFGA.

Apoyando e incitando a la participación de los visitantes hemos contado con una alfombra con un putt para jugar, con la posibilidad de ganar un llavero o una bolsa de la federación.

Hemos tenido bastante participación en el sorteo de los green fees, rellenando el cuestionario para nuestra base de datos en la tablet.

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 número de visitantes al evento, según datos de la organización, ha sido superior a 40.000. 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 mayor parte de visitantes que se han acercado al torneo son de nacionalidad holandesa, encontrando visitantes de otras nacionalidades, entre ellas españoles residentes en el país.



## REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

En los dos primeros días de torneo, han pasado por The International muchos visitantes jóvenes provenientes de colegios de la zona en una acción promocional que hace la federación holandesa del golf habitualmente durante la celebración del torneo, en la que ponen atracciones relacionadas con la práctica de este deporte, adaptadas para los más pequeños en un afán por hacerlo atractivo y dinámico para ellos.

Hemos recibido numerosas familias holandesas durante el fin de semana. Así como grupos de amigos, en su mayoría hombre de edades comprendidas entre los 35 a 55 años. Como hemos comentado anteriormente, los visitantes provenían principalmente de Ámsterdam y alrededores.

Los holandeses suelen viajar a España una, incluso más veces al año. Muchas están familiarizadas con el destino, es muy frecuente que tengan casa en la zona de Málaga y ha jugado en varios campos de golf en Andalucía.

También hemos interactuado con muchas familias y visitantes que no estaban familiarizados con nuestro destino, pero que mostraron gran interés.

Destinos más mencionados:

- Marbella
- Mijas
- Fuengirola
- Sotogrande
- Estepona
- Huelva por su cercanía con la frontera de Portugal y la zona del Algarve.

El golf ha ganado una notable popularidad en los Países Bajos, atrayendo a una base diversa de jugadores. Esta popularidad se refleja en el número de personas que están federadas en la Koninklijke Nederlandse Golf Federatie (KNVG), la federación oficial de golf en los Países Bajos.

La KNVG cuenta con aproximadamente 400.000 miembros federados. Este número representa una fracción significativa de la población neerlandesa, considerando que el país tiene alrededor de 17 millones de habitantes. Este alto nivel de afiliación destaca la relevancia del golf en la cultura deportiva neerlandesa.

Los Países Bajos cuentan con más de 200 campos de golf, lo que proporciona una amplia infraestructura para los entusiastas del deporte. Estos campos varían desde pequeños campos de 9 hoyos hasta complejos de 18 hoyos de nivel internacional. Entre los más destacados se encuentran el Noordwijkse Golf Club, Kennemer Golf & Country Club, y el Hilversumsche Golf Club, que son conocidos por su calidad y por albergar torneos importantes.

Nuestra participación como expositores en el KLM Open en The International 2024 ha sido interesante. Se puede decir con certeza que la marca Andalucía es reconocida por la mayor parte de los visitantes, que se acercaban sin más reclamo que unas hermosas imágenes de los campos, para recibir la nueva guía con los campos de golf, para saludar y contarnos con gran satisfacción que conocían el destino o que estaban interesados en viajar en los próximos meses.

El tiempo amable, con un solo día con algo de lluvia, ha hecho que la gente se ani-



## REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

mara a acercarse al torneo con una mayor afluencia en el último día de torneo, a pesar de la presencia de una manifestación en la puerta que impidió la entrada de forma normal desde las 07:00hrs hasta las 10:00hrs, obligando a los asistentes y visitantes a acceder al recinto por una entrada improvisada a unos minutos de la principal.

No había una gran cantidad de expositores ni había mucha presencia de touroperadores, ni destinos. Estaban presentes como destinos: la región de Valencia, Cosa Brava, Golf en Irlanda, Andalucía, Dubái, Camiral, Infinitum, The Duke y Curaçao, y como touroperadores Golftime (acompañados por 6 destinos turcos y 4 portugueses), Verschoor Golfreizen, Pin High, y Golf Exclusive, así como patrocinadores del evento como KLM, Transavia, ING, Daikin, y algunas empresas y tiendas locales.

Indicar que la organización ha estado pendiente de todas nuestras demandas, aunque pocas, bien satisfechas y han pasado constantemente para preguntar si todo estaba bien o si necesitábamos algo.

Premios a sortear entre los que rellenaron el cuestionario:

2 green fees: Chaparral Golf Club  
2 green fees: Baviera Golf

Conclusión:

La participación en el torneo de golf KLM Open 2024 nos proporcionó una excelente plataforma para promocionar nuestro destino. Si bien, otros años se ha conseguido atraer mucho más a la gente con la invitación a la gente a degustar productos de nuestra tierra como jamón o vino dulce de la zona, haciendo que la gente acudiera en masa y que recordara nuestra presencia en años anteriores, el destino es lo suficientemente atractivo como para que solo con la presencia del mismo y las hermosas imágenes usadas de los campos de golf, ha conseguido captar la atención del asistente.

La ubicación de nuestro stand fue correcta, estando en una zona de paso obligado por todos los asistentes al campo de golf con un buen flujo y tráfico de visitantes. Si bien, estaba situado cerca del stand de Daikin donde continuamente con un micrófono y volumen alto iban narrando lo que las personas que se acercaban su stand iban haciendo mientras participaban en un concurso de chipping. lo que nos resultó algo molesto ya que no se podía hablar tranquilamente.

Visitas destacadas:

Entre los visitantes al stand, están algunos de los ttoo que suelen trabajar con la marca, Marianne Kortekaas y Erik Baker de Pin High, Bert Van der Heuvel de Time4golf, Sjord Leenders, profesional de golf que viaja con grupos a Huelva con 3dgvacanties.

TTOO presentes  
Golf Exclusive  
Mümin Ümit Özer –Managing director-  
ozer@golfexclusive.nl  
Tfn: +31 6 19854695  
Verschoor Golfreizen



## REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Wouter van Beurden – Directeur-  
golfreizen@verschoor-reizen.nl  
Tfn: +31 6 51196907  
Time4golf  
Bert van den Heuvel  
bert@time4golf.nl  
Tfn: +31 6 54924925

La siguiente dirección de email para pasarle una oferta: ruanroets@hotmail.com quieren para un grupo de 8 - 12 jugadores en el mes de diciembre durante una semana green fees en varios campos.

### **AMUNDI EVIAN CHAMPIONSHIP, Evian - Francia (11 a 14 de julio)**

Como en años anteriores, hemos vuelto a estar presentes en The Amundi Evian Championship, que ha tenido lugar del 11 al 14 de julio, contando con el apoyo de Turismo Andaluz.

Las personas que se han desplazado para representar al golf andaluz han sido Leticia Montoya, de la RFGA, e Inmaculada Herrera, de Lauro Golf.

Amundi Evian Championship, es uno de los mayores torneos femeninos de Golf, sin nada que envidiar al US Women's Open, que se celebra todos los años durante el verano en Evian, Francia. Es un evento de relevancia mundial que se celebra en un entorno inigualable, lo que lo convierte en una experiencia única, que concentra así a un público objetivo muy interesante, por lo que consideramos importante seguir asistiendo. Además, hay que tener presente la cercanía del destino y facilidad de desplazamiento hacia Andalucía.

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 número de visitantes al evento, según datos de la organización, ha sido 34.000. 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 stand ha sido muy visitado. El público es mayoritariamente jugador senior, francés y de nivel adquisitivo muy alto; con gran interés y afición por el deporte del golf; parejas en las que ambos son jugadores.

Hemos repartido todas las guías de Andalucía Golf, así como todos los premios.

Se hacen contactos de calidad con personas realmente interesadas en visitar nuestra región.

Andalucía es un destino de golf muy conocido. La mayoría de los contactados ya han estado en el destino y conocen uno o varios campos. Se enfatiza mucho el buen tiempo en invierno como un comentario general de una de las grandes ventajas, así como la posibilidad de hacer viajes combinados de deporte y turismo. Al ser un jugador mayoritariamente senior se interesan mucho por los campos con hotel, ya que les resulta mucho más cómodo.

Demandan sobre todo ofertas cerradas de Golf: Hotel + golf + turismo + gastronomía.



## REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Siempre hay que dar relevancia a la no estacionalidad del golf en Andalucía: es posible jugar todo al año, con magníficas temperaturas en invierno. Una pregunta común es: cuando cierran los campos, con una reacción de mucha sorpresa cuando se comunica que los campos en Andalucía no cierran en todo el año: 365 días de golf es un mensaje muy interesante.

Muestran interés por el video de agua recicladas, valoran mucho como Andalucía gestiona la recuperación del agua para el riego de los campos.

GOLF HUB: en general se interesan mucho de la posibilidad de reservar los Green-fees online, aunque al ser gente mayoritariamente mayor, no parecen utilizar mucho las nuevas tecnologías.

Conclusión:

Debemos seguir viniendo al ser un evento de golf femenino de repercusión internacional. Visitantes muy susceptibles de ser clientes de golf en Andalucía. No debemos dejar de promocionar Andalucía como destino de Golf en eventos de este alcance.

Se han hecho muchos contactos e informado a un número muy importante de visitantes realmente interesados en el destino, que se llevan información suficiente para, de una forma autónoma, organizar un viaje de golf en nuestro destino.

### **IRISH OPEN, Straffan - Irlanda (11 a 15 de septiembre)**

La Federación ha vuelto a asistir al Irish Open del 11 al 15 de septiembre. La Federación contrató directamente el stand contando con la colaboración de Turismo Andaluz y Turismo Planificación Costa del Sol.

Las personas que se han desplazado han sido José Javier Serrano -Aguilón Golf-Francisco Venegas Alonso -Alborán Golf-; Milagros Rodríguez -Costa Ballena GC- y Enrique Medina -Fairplay Golf & Spa Resort.

El Open nacional de Irlanda, torneo del DP World Tour, se ha celebrado este año en el Royal County Down, según diferentes rankings del sector.

Situación del stand: El stand está en la zona de hospitalidad, como otros años, junto a carpas promocionales de turismo, comerciales, restauración, escenario de actuaciones, etc y cerca del punto por el que entran a diario los espectadores, con lo que tienen necesariamente que pasar por delante para dirigirse al hoyo uno.

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 número de visitantes al evento, según datos de la organización, ha sido superior a 71.800. El área expositiva es zona de paso al campo por lo que se consigue el impacto de la marca entre el número de visitantes.

11.09 - Jornada pro AM

Lógicamente es menor la cantidad de público que asiste y el tiempo no acom-



pañá. Hacía 11 grados y llovizna, lo que no impulsa a mucha gente a pasear por los stands.

Cuando se abre un poco y sale un tímido sol empieza a venir alguna gente y, como siempre, empiezan a llevarse guías.

El tiempo todo el rato va variando: salía el sol y la gente se animaba, pero se nublaba e incluso llovía y era muy desagradable.

### 12.09 - Primera jornada

Había problema con internet, por lo que no podemos usar la tablet. Los visitantes podían escanear el código QR con su propio móvil para participar en el sorteo.

El público crece con respecto al día del Pro AM una vez que empieza la competición, aunque se trata de una jornada laborable.

El tiempo vuelve a ser regular, con temperatura más baja que el miércoles incluso, si bien la lluvia no aparece apenas. La afluencia de gente aumenta por la tarde, una vez concluye la jornada laboral.

Las guías siguen siendo lo que más se llevan.

### 13.09 – viernes

Internet seguía dando fallos, e iba y venía. La afluencia de público fue notable pero moderada. Al ser día laborable, las visitas fueron más esporádicas y consistieron principalmente en aficionados que estaban más enfocados en ver las competiciones. Sin embargo, aproximadamente 50 - 70 personas se acercaron al stand para solicitar información durante todo el día.

### 14.09 – sábado

Se logró recuperar la conexión a internet, aunque debido a que muchos de los asistentes se conectaban a la misma red, ésta iba muy lenta. En ocasiones se desconectaba. Algunos de los asistentes que escaneaban el QR también tenían problemas para terminar la encuesta por falta de cobertura, así que se tomaba nota en papel y una vez restablecida la señal, se iban introduciendo los datos. Este día se notó un incremento significativo en el número de visitantes, coincidiendo con el fin de semana y con la presencia de más aficionados que acudieron a ver jugar a los golfistas profesionales. Por la mañana, de 9:00 a 12:00 horas, hubo un flujo constante de visitantes al stand, calculándose alrededor de 80 - 100 personas en ese período. Durante el resto del día, la afluencia continuó en aumento, alcanzando un total estimado de 150 - 180 personas interesadas en la oferta turística y golfística de Andalucía. Tras finalizar la competición hubo también bastantes visitantes que se acercaban.

### 15.09 – Domingo

El domingo fue, sin duda, el día de mayor afluencia de público. La finalización del torneo y el interés por ver el desenlace atrajo a una gran cantidad de aficionados. Desde las primeras horas de la mañana hasta el mediodía, el stand recibió aproximadamente 100



## REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

-120 personas. En total, a lo largo del día se estima que más de 200 personas visitaron el stand, mostrando interés en las instalaciones y las oportunidades que ofrece Andalucía para los golfistas.

El domingo cambié un poco el mostrador (debido al frío/viento que hacía volar los folletos) empujándolo hacia adentro y poniéndolo de manera cejada, justo delante de la pantalla y a un lado. De este modo, las fotografías del stand se veían más desde lejos, al no hacer pantalla/cortina el mostrador. Además, el putt/alfombrilla, se quedaba a un lado, viéndose desde lejos aún más y haciendo que muchos aficionados jóvenes se acercaran a probar, hasta el punto de haber colas de hijos, mientras se informaban a los padres.

El stand estaba situado a unos metros del paso de los visitantes. El reclamo visual desde la distancia, además de las fotos y la palabra ANDALUCIA en grande, eran: las pulseras de colores, los tees, arregla piques y llaveros, que desde lejos llamaba mucho la atención, de este modo se acercan y preguntaban. Creo que es importante llevar souvenirs como estos como un primer reclamo.

### Conclusión

La asistencia al AMGEN IRISH Golf OPEN, ha servido como promoción del destino Andalucía como lugar ideal para la práctica del golf, explicando las ventajas de los campos de golf andaluces, el clima, la infraestructura y las ofertas turísticas, además de las conexiones aéreas mayoritariamente a Málaga y seguida de Sevilla.

Distribución de material informativo y promocional: las guías de los campos de Andalucía, fue el material que más se entregó a cada persona que se acercaba al stand, tras un primer contacto y descripción del destino. Todas las cajas de las guías de campos se abrieron, quedando un resto tras finalizar el evento, de aproximadamente media caja. Folletos de cada provincia con mapa: la mayoría de los folletos que se entregaron fueron los de Málaga, hasta el punto de agotarse, seguidos de Cádiz (pequeño sobrante) y por Huelva. Estos mapas se entregaban de manera más racionalizada y solo a aquellos que realmente conocía, iban a viajar a, o expresaban especial interés por ese destino en particular.

Atención personalizada a los asistentes que se acercaron al stand, respondiendo a consultas sobre los campos de golf, facilidades y competiciones en Andalucía. La mayoría de ellos conocían Andalucía, ya sea como destino turístico (Sevilla, Granada, Málaga), así como destino de Golf. Aquellos que la conocen como destino Golf, habían estado, o tienen intención de ir (por orden de popularidad): Málaga, Cádiz y finalmente Huelva, siendo esta última relacionada más a la zona Faro, en Portugal.

Intereses principales: Los visitantes mostraron gran interés en conocer más detalles sobre los campos de golf de Andalucía, conexiones aéreas, las oportunidades de alojamiento en hoteles, solicitando paquetes turísticos y en menor medida larga estancia en apartamentos turístico.

Impacto promocional: La promoción de Andalucía como destino de golf tuvo una excelente recepción, sobre todo por el buen clima de nuestra región, calidad de los campos, y mostrando especial interés por las zonas costeras. La mayoría conocen los campos de la costa de Málaga, como La Finca, La Cala, Marbella. Otros campos de la zona de Cádiz como Novo S.P, y Montecastillo y Costa Ballena, y algunos los campos de Huelva, como El Rompido.



## REAL FEDERACION ANDALUZA DE GOLF

Este evento es muy reconocido por el mercado irlandés, cuyo campo donde se celebra tiene un reconocido prestigio, considerándose uno de los mejores campos de golf que se encuentra fuera de Norte America.

### **OPEN FRANCIA, Paris (10 a 13 de octubre)**

El Open de Francia de Golf 2024 se celebró en Le Golf National de Saint-Quentin-en-Yvelines, del 10 al 13 de octubre. Este campo fue anteriormente sede de la Ryder Cup en el 2018 y este mismo año campo de golf de los Juegos Olímpicos.

Hemos estado presentes con el simulador de golf y un pequeño stand de 3x3, contando con el apoyo de Turismo y Planificación Costa del Sol.

Este prestigioso torneo forma parte del circuito europeo y ha contado con una gran afluencia de espectadores.

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 número de visitantes al evento, según datos de la organización, ha sido superior a 80.000. 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 primer día tuvo lluvias intensas, por lo que no fue un éxito en cuanto a visitantes al campo de golf y por lo tanto a nuestro stand.

Entregamos casi todas las guías (faltaron unas 35 por entregar), el público sigue demandado mucho tanto la guía como los planos de situación de los campos de golf.

El simulador de golf es una gran atracción para recoger la base de datos de los visitantes a nuestro stand. Jan, el gerente que atiende el simulador, colaboró muchísimo con la recogida de datos de las personas que pasaron a practicar.

La wifi nos dio muchos problemas a la hora de rellenar el formulario con petición de datos (incomprensible en un torneo de esta categoría) aunque con el código QR lo pudimos resolver bastante.

El Village era pequeño, sin tour operadores presentes con stand, estaban los patrocinadores, la Comunidad Valenciana también estaba presente, aunque lo más importante fueron los visitantes jugadores potencial clientes para visitar los campos de golf de Andalucía.

La afluencia masiva fue el fin de semana, donde entregamos gran parte del material.

Es un evento interesante donde podemos contactar con el cliente francés.

Michael Jones, de Soudal Open, pasó por el stand. Es el organizador del Village/ torneo en Bélgica con afluencia de los 80.000 mil jugadores belgas, vendrán holandeses, alemanes y franceses a este evento. Quizás se puede estudiar para una próxima labor comercial de la RFGA.