



madrid**GOLF**
27-29 octubre'**06**

Dossier de prensa

18 de abril de 2006

INDICE

- 7 Hoyo 1: Ficha Técnica
- 7 Hoyo 2: Qué es madridGOLF
- 7 Hoyo 3: Cómo es madridGOLF 06
 - o Secciones
 - o Zonas de ocio
- 7 Hoyo 4: Actividades paralelas
- 7 Hoyo 5: La importancia de una Feria
- 7 Hoyo 6: El golf en España en cifras: Industria y Turismo
- 7 Hoyo 7: Patrocinadores
- 7 Hoyo 8: Expositores
- 7 Hoyo 9: El equipo de madridGOLF

HOYO 1: FICHA TÉCNICA

- 7 **Fechas:** 27, 28 y 29 de octubre de 2006
- 7 **Lugar:** Pabellón 2 de Feria de Madrid
- 7 **Expositores previstos:** 100
- 7 **Presencia estimada de marcas:** 150
- 7 **Superficie:** 6.000 metros cuadrados
- 7 **Actividades paralelas:**
 - o **Fortis "Celebrity" Pro-Am:** jueves 26 de octubre de 2006, Golf Olivar de la Hinojosa
 - o **Circuito madridGOLF**
- 7 **Actividades complementarias:**
 - o **Simposios, conferencias, mesas redondas, workshops y seminarios**
- 7 **Público objetivo:**
 - o Aficionados y profesionales del golf
 - o Fabricantes, distribuidores e importadores de material de golf: ropa, accesorios, palos, calzado, etc.
 - o Diseñadores, constructores y gerentes de campos de golf
 - o Fabricantes, distribuidores e importadores de maquinaria para campos de golf
 - o Organizadores de torneos
 - o Cadenas de hoteles con campos de golf
 - o Inmobiliarias con promociones en campos de golf
 - o *Resorts/complejos* de golf
 - o Touroperadores y agencias de viajes nacionales e internacionales
 - o Instituciones oficiales, asociaciones y federaciones territoriales

- 7 **Precio entradas:** adultos, 10 euros; niños, 5 euros
- 7 **Horarios:** Viernes y sábado de 10.00 a 21.00hrs.; domingo de 10.00 a 20.00 hrs.
- 7 **madridGOLF:** General Lacy, 23. 28045 Madrid.
Tel. +34 915303919
Fax: +34 915307041
www.madridgolf.es
mail: info@madridgolf.es
- 7 **Gabinete de Comunicación de madridGOLF:**
- EC&P
Teléfono: +34 91 436 40 00
Fax: +34 91 576 38 99
gpg@ecp.es
www.ecp.es

Hoyo 1, golpe 2, par 3 (¡*birdie!*)

HOYO 2: QUÉ ES MADRIDGOLF

madridGOLF es una feria dedicada al golf que tendrá lugar del 27 al 29 de octubre de 2006 en el pabellón 2 de Feria de Madrid. Es el único certamen de estas características que se celebra en España y su objetivo es convertirse en el punto de encuentro y referencia de aficionados, profesionales y empresas del sector.

La Feria nace con el propósito de responder a una gran demanda por parte de "la comunidad" del golf. Este deporte mueve cada año a más jugadores (lo que se traduce en un aumento de licencias en los últimos años) y la inversión en diferentes ámbitos como la construcción de campos y complejos (*resorts*) o el turismo de golf es también cada vez mayor. madridGOLF quiere satisfacer las necesidades que tanto los aficionados como el mercado reclaman.

El certamen, que ya tiene garantizada su celebración durante los próximos tres años, cuenta con una superficie de 6.000 metros cuadrados, 100 expositores y 150 marcas. El origen de los expositores es en su mayoría nacional y ya está confirmada la asistencia de numerosas firmas extranjeras. La Organización de madridGOLF calcula que la Feria atraerá a unos 20.000 visitantes, de los cuales un millar serán profesionales y el resto aficionados, aproximadamente.

Madrid es uno de los principales motores del golf en España, con más de 80.000 federados y, además, cuenta con uno de los principales recintos feriales del mundo, por tanto, es el lugar idóneo para la presentación a toda España de todas las novedades que rodean el mundo del golf.

HOYO 3: CÓMO ES madridGOLF 06

7 Secciones

madridGOLF ofrece a los asistentes las principales propuestas del mundo del golf divididas en ocho secciones.

Material y Accesorios. En este apartado, además de encontrar bolas, bolsas, carros eléctricos o analizadores de swing, se pueden probar diferentes tipos de palos de todas las marcas u otros accesorios como un dispositivo cuenta-golpes muy especial para el *driving-range* o el *putting-green*. La Feria pretende que el visitante se divierta y tenga la oportunidad de participar en una clase *in-situ* y/o un *clinic* para mejorar sus golpes.

Ropa y Moda. El sector textil ocupa un lugar importante en madridGOLF, por eso se le dedica una sección específica: zapatos, paraguas, gorras y complementos. Durante los días que dure la Feria se celebrarán desfiles con marcas de prestigio internacional.

Destinos. Los mejores lugares para practicar el golf también están presentes en este encuentro. Casas, *resorts* y hoteles junto a campos de golf, tanto en España como en el extranjero. En este espacio se entrega toda la información necesaria para organizar viajes de incentivos donde el protagonista sea este deporte. Además, hay stands en los que se ofrece la posibilidad de hacerse socio de diferentes campos de golf o inscribirse en las mejores ofertas inmobiliarias.

Servicios de Golf. Las empresas de servicios de golf también acuden a la Feria para ofrecer todas las alternativas posibles en este universo particular. Profesionales especializados en la promoción, divulgación y gestión del golf, consultoras y gestoras estarán presentes en el certamen.

Construcción y Mantenimiento de Campos. El sector de la construcción y el mantenimiento de campos de golf está en alza y de él, cada vez más, depende el acceso a este deporte. Empresas de diseño, de paisajismo, de mantenimiento y de maquinaria, así como de accesorios cuentan con su propio espacio en madridGOLF.

Federaciones y Escuelas de Golf. Los visitantes encuentran información sobre las actividades que organizan las instituciones relacionadas con el golf para pequeños y mayores: campamentos para niños, cursos de golf, simuladores y analizadores de swing, etc. Aquí, el aficionado también puede federarse.

Salud y Bienestar. Productos y servicios para el cuidado de la forma física y mental, entrenadores personales, completos cursos de *coaching* y de nutrición integran la oferta de salud y bienestar de madridGOLF.

Medios de Comunicación. madridGOLF también cuenta, entre sus expositores, con la presencia de diferentes medios de comunicación especializados.

7 Zonas de Ocio

El ocio ocupa un lugar importante en la Feria. El espacio diseñado para desarrollar diferentes actividades sirve para que los asistentes puedan practicar, divertirse o, simplemente, descansar.

Putting-green. Un espacio donde practicar los golpes cortos. En el *putting-green* se puede probar nuevos *putters*.

Chill-out. Zona de relax donde recibir un buen masaje mientras se escucha una charla instructiva sobre golf, nuestra afición favorita.

Golf Virtual. Área para conocer y poder jugar en esos campos donde siempre hemos querido hacerlo...

Driving Range. Un lugar para probar los diferentes *drivers* disponibles y mejorar el swing, con *clinics* impartidos por profesionales. Se incluyen demostraciones del método Pilates para mejorar el juego y potenciar el control muscular.

Área Play-Station®. Otra zona en la que se unen tecnología y deporte. Los aficionados pueden disfrutar de la "Play" y el golf a la vez.

Hoyo 19. No podía faltar. ¿El mejor golpe? En el bar se pueden probar los mejores cócteles preparados por Bacardy.

Tienda de golf. Un espacio donde encontrar todo el equipamiento necesario para jugar a la última.

HOYO 4: ACTIVIDADES PARALELAS

madridGOLF no es sólo una feria en la que se presentan las últimas novedades en torno a este deporte. Es un punto de encuentro entre aficionados y profesionales que va más allá del recinto ferial; los torneos, concursos, seminarios y otras actividades paralelas disponibles son otro nexo de unión entre los amantes del golf.

7 Eventos especiales

Circuito madridGOLF. Durante los días previos a la celebración de la Feria, madridGOLF patrocina torneos sociales que tendrán lugar en distintos clubes de golf de la Comunidad de Madrid y otorga importantes premios a los ganadores.

Fortis “Celebrity” Pro-Am. El día 26 de octubre, con carácter benéfico y organizado en el Olivar de la Hinojosa, tendrá lugar el “Celebrity” Pro-Am patrocinado por Fortis. Al evento acudirán personalidades del mundo de la cultura, el deporte y los medios de comunicación. Entre éstos y los expositores se formarán equipos de profesionales y amateurs.

Simposios, conferencias, mesas redondas y seminarios. Todas las perspectivas del sector se dan cita en el recinto ferial a través de encuentros para profesionales, donde conocidos expertos informan de las tendencias, problemáticas y retos del mundo del golf.

Está confirmada la celebración del seminario sobre “El reto del agua y los campos de golf” organizado por el Royal & Ancient Golf Club of St. Andrews junto con la Real Federación Española de Golf y la Asociación Nacional de Greenkeepers. El objetivo de este seminario es proponer soluciones viables a las dificultades existentes a la hora de desarrollar y gestionar campos de golf en España y en la Costa Mediterránea.

Asimismo, se presentan diferentes estudios elaborados bajo el prisma del impacto del golf en la economía, el turismo, la sostenibilidad, la calidad y el medio ambiente.

HOYO 5: LA IMPORTANCIA DE UNA FERIA

Según datos facilitados por IFEMA, en lo que se refiere a su influencia en el proceso comercial, las ferias comerciales se sitúan en segundo lugar, tras la venta directa.

- El 83% de los **ejecutivos/directivos** confía en las ferias como instrumento para estar al corriente sobre las tendencias del sector.
- El 71% de los asistentes a ferias comparte la información que obtiene con entre una a seis personas. En la mayoría de los casos, la participación en eventos comerciales constituye un factor clave en la toma de decisiones de compra.
- Alrededor del 80% de los visitantes de ferias tienen poder de decisión en las compras o influyen en dichas decisiones respecto de los productos y servicios expuestos.

En 2004, según datos de la Asociación de Ferias Españolas (AFE), más de 15 millones de personas visitaron las ferias españolas, incluyendo los profesionales identificados, el público general (entradas de pago) y los pases (invitados, prensa, autoridades, etc). También se ha superado la barrera de los cuatro millones de metros cuadrados de exposición, superficie que equivaldría a más de 750 campos de fútbol.

Ferias celebradas (auditadas). Datos de la AFE:

	2004	2003	Variación
Número	423	423	0,00%
Superficie neta (m ²)	4.076.069	3.823.196	6,61%
Expositores	116.265	115.378	0,77%
Visitantes	15.476.105	15.017.846	3,05%

HOYO 6: EL GOLF EN ESPAÑA EN CIFRAS: INDUSTRIA Y TURISMO

El golf en España ha tenido un aumento espectacular en el número de jugadores desde 2000, pasando de 177.000 licencias a 290.194 federados en marzo de 2006, según los datos registrados por la Real Federación Española de Golf (RFEG). El crecimiento en los últimos 20 años es de un 12% interanual. Solo en los tres primeros meses de 2006 se han registrado 10.534 federados; si tenemos en cuenta que en 2005 el número de nuevas licencias fue de 21.500, cabe esperar que a finales de este año se traspase esta cantidad con fiabilidad.

Este ascenso ha tenido como consecuencia la superación de barreras imprevistas. Actualmente, Madrid ronda casi los 80.000 federados. En segundo lugar se encuentra Cataluña con cerca de 47.000 y después Andalucía, que ha rebasado recientemente la cifra de las 43.000 licencias. Les siguen la Comunidad Valenciana, que se aproxima a los 20.000 y el País Vasco, con cerca de 17.000 federados. Castilla y León, con casi 15.000, y Galicia con 10.500, son las otras autonomías que superan las 10.000 licencias.

Oferta de campos

En cuanto a campos de golf, según los últimos datos del 12 de marzo de 2006 proporcionados por la RFEG, en España existen más de 313 campos. En esta cifra se incluyen los clubes con 60 hoyos –La Cala, en Málaga, el mayor complejo golfístico de España-; 54 hoyos – La Manga Golf en Murcia-; 36 hoyos –12 campos-; 27 hoyos –18 campos-; 18 hoyos -174 campos-; 9 hoyos -78 campos-; pares 3 –13 campos- y Pitch & Putts -16 campos-. Según estos datos, España es el segundo país de la Europa Continental con mayor oferta de campos de golf, sólo después de Francia.

Aparte de estas 313 instalaciones, hay 16 campos rústicos registrados, además de 34 canchas de prácticas y 106 clubes sin campos, asociaciones que promueven el golf pero carecen de campos, lo que hace un total de 477 clubes de golf federados en España a principios de este año.

Por Comunidades Autónomas, Andalucía con 84 campos es la que alcanza el primer puesto (a los que se añade un campo rústico y 5 canchas), seguida de Cataluña, con 39, que tiene, además, un campo rústico y una cancha.

El golf en Madrid es el primer deporte en número de licencias (incluso por encima del fútbol), representa el 20% de las licencias del deporte comunitario y su crecimiento está por encima de la media española.

En la actualidad, hay 27 campos de golf en la Comunidad de Madrid, a los que se suman 3 campos rústicos y 10 canchas de prácticas. En 2005, tras unos años sin abrir nuevos campos, se han inaugurado el Centro Nacional, el Jardín de Golf Aranjuez, el de la Ciudad Banco de Santander y el Centro de Tecnificación de la Federación de Madrid.

El negocio del golf

La práctica del golf se ha convertido en España en un gran impulsor de negocio para sectores económicos como el turístico y el inmobiliario, capaz de generar anualmente más de 2.375 millones de euros en 2005, según se recoge en un estudio elaborado por Aymerich Golf Management. Esta cifra supone un incremento del 252% desde 1997, cuando la industria del golf generó 674 millones de euros.

En cuanto a las actividades directas, como explotación de instalaciones o proveedores, España genera un total de 580 millones de euros con un incremento del 73% respecto a los 335,5 millones de euros de 1997. Por otro lado, en el total de actividades indirectas (turismo e inmobiliaria relacionada con el golf), España genera 1.795 millones de euros anuales, lo que supone un incremento del 431% desde 1997, año en el que el negocio alcanzó 338 millones de euros.

El turismo de golf

Según el "Estudio sobre la demanda extranjera de golf: la promoción y comercialización del turismo de golf en España" publicado por Turespaña, el turismo de golf es uno de los productos turísticos con mayor proyección, tradición y oferta dentro del panorama del turismo deportivo en España.

En Europa, España es líder de mercado en la recepción de turismo de golf, con el 35% de la cuota y un volumen de negocio de 1.000 millones de euros, muy por delante de Portugal, que ocupa la segunda posición. España es el primer destino de golf para alemanes, británicos y suecos. La temporada "más alta" son los meses de marzo, abril y octubre.

En 2004, según recoge el estudio, España recibió alrededor de 500.000 turistas exclusivamente de golf y de los 53,6 millones de visitantes que entraron en nuestro país, 2,6 millones practicaron a este deporte (casi un 5%). Además, el aficionado al golf es un tipo de turista que genera riqueza dentro de nuestras fronteras, puesto que gasta una media de 262 euros al día y su estancia es de una media de 9 días, por lo que el gasto medio por viaje suma 2.688 euros, muy por encima del promedio de un turista convencional.

La Economía de golf en España

Actividades Directas

España (mill €)

Explotación de Campos	404
Inversión en instalaciones	88
Proveedores de material de golf	44
Media, Torneos y asociaciones	44
Total Actividades Directas	580
Inmobiliario	830
Turismo de golf	965
Total Actividades Relacionadas	1795
Total	2.375

Fuente: Aymerich Golf Management

Hoyo 6, golpe 3, par 3 (vaya... un par)

HOYO 7: PATROCINADORES

SSANGYONG

MadridGOLF cuenta con SsangYong como patrocinador principal de la Feria. Para llegar a los orígenes de SsangYong Motor Company hay que remontarse hasta el año 1.954, fecha en que se construyó el primer vehículo. SsangYong se convertía así en la primera empresa coreana productora de automóviles y en uno de los motores de la economía del país. Hoy, más de 50 años después, SsangYong Motor Company se sitúa a la cabeza en lo que respecta a innovación técnica y como fabricante especializado en vehículos todoterreno.

SsangYong tiene su cadena de montaje en la ciudad de Pyong Teak y su fábrica de motores en ChagWon, ofreciendo unas instalaciones completamente robotizadas donde se fabrican más de 250.000 motores al año, manufacturados bajo licencia de la firma alemana Mercedes-Benz, poseedora de un 5% del accionariado de la compañía.

En el mercado español, SsangYong vive un buen momento. Su progresión de ventas es tan increíble que ha pasado de los 700 vehículos facturados en 2003 a los casi 9.000 con los que cerró el ejercicio 2005 y sus expectativas para 2006 son de continuar creciendo con unos objetivos de 14.000 vehículos para este año. Estas cifras se alcanzarán gracias al éxito de la incorporación a nuevos segmentos como el del monovolumen, con el modelo Rodius, y la gran aceptación que sigue manteniendo su buque insignia, el Rexton; así como la reciente incorporación de un nuevo turismo, el Kyron.

Para conseguir alcanzar estos resultados, SSANGYONG ESPAÑA apuesta por mantener una filosofía marcada por el trabajo duro y constante, la maximización de la rentabilidad en sus inversiones, el mantenimiento del equilibrio calidad-precio y, por supuesto, la satisfacción del cliente final, gracias a un excelente servicio de venta y post-venta en todos los puntos de la Red SsangYong.

El mundo del deporte y en especial el golf han tenido siempre en SsangYong a un amigo y a un compañero de juego. El golf es sinónimo de inteligencia, superación, amistad, ilusión y dedicación, valores fundamentales para SsangYong y nuestra forma de entender el mundo del motor. SSangYong apoya desde hace tiempo la carrera profesional del golfista español Gonzalo Fernández-Castaño y el año pasado tuvieron una participación destacada en el Campeonato de Golf de Sotogrande. Este año 2006 estarán presentes patrocinando MadridGOLF.

FORTIS

Fortis es el patrocinador del Pro-Am de carácter benéfico organizado en el Golf Olivar de la Hinojosa, el día 26 de octubre.

Fortis es un proveedor internacional de servicios financieros, dedicado a los sectores de la Banca y los Seguros. Disfruta de solidez en el mercado y cotiza en las Bolsas de Ámsterdam, Bruselas y Luxemburgo. Además, forma parte de una de las 50 compañías europeas que componen el EuroStoxx 50.

Esta empresa de servicios financieros, que disfruta de una capitalización de mercado de 37.000 millones de euros, se encuentra entre las veinte mayores instituciones financieras de Europa. Su sólida solvencia, la presencia en 44 países y su personal profesional y dedicado, constituido por 56.000 empleados, le permite combinar la fortaleza global con la flexibilidad local, proporcionando a sus clientes un soporte óptimo.

Un año más, Fortis quiere demostrar su apuesta por el golf. Este año a través del patrocinio de este proam Madrid Golf que cuenta con la presencia de prestigiosas figuras del mundo de golf, Fortis demuestra su estrecha vinculación y la de sus clientes con el mundo del golf.

OTROS COLABORADORES (a 21 de Junio de 2006)

VIAJES GHEISA (Agencia de Viajes Oficial)

BACARDI (Patrocinador Hoyo 19)

SONY PLAYSTATION (zona Playstation)

HOYO 8: EXPOSITORES (a 17 de marzo de 2006)

EXPOSITORES DIRECTOS

ABAMA
ATREVIDOS
AYMERICH GOLF MANAGEMENT
BALNEARIO DE MONDARIZ
BLUE NINE LEISURE SOLUTIONS
CADDIEXPRESS
CAÑELLAS GOLF
CASA Y GOLF
CASTELLANA GOLF
CENTRO CHIROPRÁCTICO MADRID
DESSERT SPRINGS
DUHELL
EDICIONES TUTOR, S.A.
EVERGOLF
FEDERACIÓN DE GOLF DE MADRID
FINA GOLF
FRESHGOLF. ESCUELA INFANTIL- FRESHGOLF WEAR
FUERTEVENTURA GOLF RESORT
FULL SWING
GO&GOLF
GOLF ACCION
GOLF IN ONE
GOLF PLAYER
GOLF SPAIN
GOLF Y SALUD
GOLFEXCEL
GREEN PROJECT
GREENLAND GOLF
GRUPO CIMARRA
GRUPO MIRAGOLF

GRUPO SCA
HARTLE CARTS
HOTELES ELBA S.L.
IBER GAUDIUM
IN GREEN MANAGEMENT
JIM MCCLEAN
LA SELLA GOLF RESORT
LA VALMUZA
LAISTER
MARINA DOR
MEDITERRANEAN GREENS AND GOLF
MOONMASTERS
PROINTEC
QLINK
Q-PLUS
REAL FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE GOLF
SABRINA EVENTS
SCRATCH
SEGALES GOLF
TALLER DE GOLF DE FERNANDO MORILLO
TMI
TRAVEL GOLF
TRIAL GOLF, S.L.
TROFEO GOLF
TURISMO DE GRAN CANARIA
URBENORTE
VALLEROMANO
VEMUSA
VIAJES GHEISA
WILCOX

EXPOSITORES INDIRECTOS

AMF GOLF
BACARDI
BAGBOY COMPANY
BENNINGTON GOLF
BIO TEE PERSONAL
BULLDOG
CALL & PLAY
DAVID LEADBETTER PRODUCTS
DIGICARD SYSTEMS
DUHELL
EDICIONES TUTOR
EPIC
E-RANGE
EUROHYPPPO
FIBERBUILT GOLF SYSTEMS
FUNCAR
FUNTRIKE
GOLF CLÓNICOS
GOLF GAUDIUM
GOLFSPAIN TEC
GOLFSPAIN TOURS
GOLFVISION
GREENFIELDS
GRUPO FORTIS

G-TEC
HAMITON ROSS
IMAX
LONGRIDGE
MOMENTUS GOLF
MY CADDY
MY GOLF
PAR AIDE
PARETO
PATTISSON
PLAY GOLF
PROINTEC
PROLINE GOLF BAGS
PROQUIGOLF
R & A
RANGE SERVANT
SONY PLAYSTATION
SSANG YONG
STANDARD GOLF
THE 2 BAR PUTTER
THE TRUE PLANE
VISIBALL
VULCANGOLF
XTEND ALIGN
ZEN ORACLE TOUR

Hoyo 8, golpe 2, par 3 (birdie)

HOYO 9: EL EQUIPO DE MADRIDGOLF

El equipo humano que hay detrás de madridGOLF, tienen un punto en común: son empresarios y verdaderos aficionados al golf. Tras años de experiencia en el sector de los eventos y un año y medio preparando el proyecto, lanzan madridGOLF.

Rocío Aguirre, directora de madridGOLF, tiene una amplia trayectoria en el mundo de los eventos. Fundadora de la Sala Caracol, creó en los años 90 su propia empresa de organización de campeonatos de golf. Firmas como Lancôme, Banco Atlántico, Toyota o Telva confiaron en ella durante varios años para preparar sus torneos.

Fernando Moreno, director de madridGOLF, lleva 11 años relacionado con la organización de ferias. Bajo su dirección, la feria de caza Venatoria ha crecido un 800% en espacio y un 900% en facturación.

Santiago Aguirre y Stephen Newman, presidentes y fundadores de la empresa de consultoría inmobiliaria Aguirre Newman, han participado activamente en la concepción y desarrollo de madridGOLF. Tanto por su dilatada experiencia al frente de una empresa líder en su sector, como por su espíritu emprendedor, con madridGOLF no sólo aspiran a ser el reflejo de una experiencia de éxito contrastada, sino también a consolidarse como un referente internacional para todas aquellas empresas que consideran que el golf es mucho más que una oportunidad en España. Además, Aguirre Newman proporciona a madridGOLF el apoyo financiero necesario para llevar a cabo este proyecto.

Para más información:

www.madridgolf.es

EC&P/EUROCOM CORPORATE & PR.

Gabinete de Comunicación de madridGOLF

Juan Pajares (jpajares@ecp.es) / Gema Pérez (gpg@ecp.es)

Elena Marín (emarin@ecp.es)

Tel. 91 436 40 00

Fax. 91 576 38 99

www.ecp.es

Hoyo 9, golpe 1, par 3 (¡y otro *eagle* más para terminar!)