

La tercera edición de madridGOLF se salda con un gran éxito de asistencia de público profesional y de aficionados

El número de visitas profesionales ha aumentado un 39% respecto de la edición pasada

Madrid, 29 de octubre de 2008.- madridGOLF'08, que volvió a rivalizar con un agradable y soleado fin de semana en Madrid, cumplió con su tercera edición del 24 al 26 de este mes confirmándose como punto de encuentro de todo el sector y aficionados del golf.

El viernes 24, fue el día en el que la industria del golf en España se reunió y la feria tuvo un total de **4.278 visitas de profesionales del sector**, lo que supone un **39% más** que la edición del año pasado que fue visitada por 3.077 profesionales. Además, el número de visitantes profesionales internacionales ha experimentado un incremento del **42%** y han acudido a Madrid GOLF'08 personas procedentes de **17 países diferentes**: Alemania, Argentina, Bélgica, China, EE.UU., Francia, Hungría, India, Italia, Marruecos, Países Bajos, Pakistán, Portugal, Reino Unido, Suecia, Suiza y Venezuela.

Respecto al número de visitantes totales, la feria atrajo un total de **14.324 asistentes**, lo que supone un **incremento del 11,03%** más en relación a los 12.900 que acudieron en 2007.

A pesar de que el número de stands ha registrado un leve descenso este año, el número de expositores ha crecido de manera muy importante, estando representadas en la feria un total de **424 marcas** que, frente a las 320 de la pasada edición, supone un aumento del **32,5%**.

Siempre unida a las últimas innovaciones en lo que al mundo del golf se refiere, madridGOLF'08 ha estado repleta de nuevas tecnologías con llamativos simuladores como el Sim Surround, en el que se pudo disfrutar de los mejores campos del mundo en 3D, el robot Top Swing que corrige el movimiento del swing tratando de igualarlo al máximo al de algunos de los mejores profesionales, el chaleco K-vest y el Sam Putt Lab presentados por la escuela MoonMasters como lo más avanzado en tecnología de análisis de swing y biomecánica y el Titlest Performance Institute, han sido algunos ejemplos de lo último que se puede encontrar en el mercado.

El turismo del golf, parte importante de la industria, ha estado representado por numerosas Oficinas de Turismo, tanto nacionales como internacionales. Andalucía, Atlántee, Salamanca, Castellón, Islas Baleares, con Son Gual como patrocinador de la Zona Vip; Biarritz, Castilla y León, Murcia, Tur Galicia, Turismo de Tenerife y Turismo Andaluz, junto a Turismo de Marruecos y Turismo de Malasia, han sido los máximos representantes de la oferta turística relacionada con este deporte. Todas ellas, unidas a la presencia de innumerables campos de golf, han cosechado una gran aceptación entre el público asistente.

La presencia de los "gurús" Jim McLean, Jesse Ortiz, John Jacobs, Tommy Horton, Harold Swash y Don Ross creó una enorme expectación y cada acto en el que participaban se convertía en el lugar más concurrido del recinto. Tanto sus *clinics* como las presentaciones de productos de las marcas a las que representan fueron seguidas por una multitud de asistentes.

Con el Museo de la Historia del Golf II, la organización de la feria quiso rendir homenaje a Severiano Ballesteros con una exposición fotográfica sobre el genial jugador y en la que también se pudieron encontrar reportajes que se publicaron en la prensa internacional y española del momento.

La Zona Infantil, patrocinada por la Federación Madrileña de Golf y organizada por FreshGolf, ofreció su particular tributo a Seve con un libro en el que todos los niños escribían sus mensajes de ánimo a su ídolo y, como era de esperar, tuvo numerosas aportaciones.

Se registró una gran afluencia de público en el Driving Range de mil metros cuadrados y en la Zona de Juego Corto cuyo patrocinador, El Club Respuesta Empresarios de Telefónica, realizó el concurso del Hoyo en Uno que nadie se quiso perder. Las mujeres han aprovechado al máximo la Zona Femenina que la revista ¡HOLA! ha ofrecido a todas ellas. Los diferentes espacios para prueba y adquisición de material de golf también han saldado su presencia en la feria con cuantiosas ventas y tráfico de visitantes en sus stands. Y, como en cada edición, la Pasarela de Moda volvió a reunir muy entretenidos y creativos desfiles de moda con las propuestas más atrevidas de esta temporada para los golfistas. El Hoyo 19 de Bacardi se convirtió, una vez más, en un punto de encuentro muy frecuentado por los visitantes de la feria que volvieron a saborear sus mojitos.

Citas:

Para Rocío Aguirre, directora de madridGOLF: "El notable incremento en el número de visitantes profesionales, demuestra que la industria del golf necesita una feria como esta y esto para nosotros es un éxito". Por su parte, Constantino Mediavilla, presidente y editor del grupo Madrid Digital Multimedia, presente con el stand de El periodigolf.com, comentó que "La feria ha elevado el listón en su nivel profesional y ha permitido un mayor encuentro entre todos los sectores del golf tanto españoles como internacionales". Además, Obeld Pomar, del simulador Sim Surround, afirmó que "no esperábamos que nuestro producto tuviese tanta expectación en su presentación en España, ha encantado al público y estamos muy contentos con los resultados obtenidos"

madridGOLF agradece el patrocinio y la colaboración de:



Para más información: www.madridgolf.es

EC&P/EUROCOM CORPORATE & PR
Gabinete de Comunicación de madridGOLF
Juan Pajares (jpajares@ecp.es)
Judit Moreno (jmoreno@ecp.es)
Tel. 91 436 40 00
Fax. 91 576 38 99
www.ecp.es