

## MadridGOLF 2008, el mejor escenario para aprender y divertirse

La única feria internacional de golf que se celebra en España ultima los preparativos de su tercera edición, del 24 al 26 de octubre en el pabellón 12 de IFEMA-Feria de Madrid, con muchas e importantes novedades. Entre éstas destaca el área de Entretenimiento y Aprendizaje, un espacio en el que el visitante podrá mejorar su forma física y calidad de juego. Los principiantes contarán, además, con clases especialmente diseñadas para ellos, en un espacio con diferentes secciones.

La nueva área tendrá una zona de juego corto que, patrocinada por el Club Respuesta Empresarios de Telefónica, se compondrá de un bunker y un green para perfeccionar esos golpes, con el consejo de un profesor. A lo largo del día también se desarrollarán divertidos concursos de approach. En el Fitness Center, varios profesionales asesorarán al visitante sobre cómo optimizar su preparación física enfocada al golf, con un espacio de Pilates Golf, actividad de gran utilidad a la hora de salir al campo, puesto que potencia la fuerza, la resistencia, el control muscular y mental y corrige la postura mediante el fortalecimiento de los músculos. Además, se ofrecerán clinics colectivos para principiantes, con clases gratuitas para todos aquellos que quieran empezar en la práctica del golf o ya iniciados que busquen mejorar su swing. Un driving range de 1.000 m<sup>2</sup>, tres camiones del Tour Europeo y dos tiendas de golf completarán el área de Entretenimiento y Aprendizaje.

Ellas también serán protagonistas en MadridGOLF 2008, en el nuevo Espacio Femenino. Una zona exclusiva para las mujeres de todas las edades, en la que podrán descansar en un lounge durante su visita al certamen, comprar palos, ropa y otros productos de golf pensados exclusivamente para las jugadoras de golf.



Por otro lado, la feria estrenará los nuevos Palcos VIP, superficie reservada para empresas cuya actividad pueda no estar directamente relacionada con el golf, pero que tienen interés comercial en nuestro deporte, o clientes que juegan. Aquí las compañías dispondrán de una zona exclusiva para reunirse con sus invitados, con un trato personalizado que incluirá clases de golf particulares basadas en estudios biomecánicos, laboratorio de pat o visitas guiadas a la feria.

Todas estas novedades se suman a la popular Pasarela de Moda, el Golf Cinema, la Zona Infantil, el Putting Green, Escuelas de Golf y el Museo de la Historia del Golf en España II, que cosechó un gran éxito el año pasado. Un espacio que rinde tributo al golf nacional y a sus protagonistas. En esta ocasión, los homenajeados son los jugadores españoles desde 1959 hasta finales de los años ochenta, entre los que destacan las figuras

de Severiano Ballesteros, Antonio Garrido, Manolo Piñero, Pepín Rivero, Ángel Gallardo y José María Cañizares, quienes tantas alegrías dieron a nuestro golf en aquella época, pues suman cinco grandes, cuatro Copas del Mundo, cuatro Ryder Cups y 77 torneos del circuito europeo, por lo que merecieron el apelativo de La Armada Invencible y han escrito una página de oro en el deporte español.

Por último, nuevas marcas de material y servicios se han incorporado a la oferta expositora de MadridGOLF 2008, como es el caso de Bridgestone, Agile, Adams, Yes!, Glenmuir, Daily Sports, Ecco y Epon, que se suman a otras ya confirmadas como Range Servant, Srixon, TaylorMade, Honma, Cleveland, Nike, Wilson, MacGregor, Nickent y Miura. En esta tercera edición se espera consolidar el certamen, que el año pasado alcanzó los 12.900 visitantes.

### Padraig Harrington deja huella

Ganar dos Majors seguidos no es habitual, pero este irlandés lo ha conseguido, al alzarse con el triunfo en el Open Británico y el PGA Championship. Las firmas que patrocinan a Padraig Harrington no han perdido la oportunidad de hacerse notar en el mercado gracias a su gran abanderado. Wilson es su marca proveedora de palos, y juega la bola Pro V1x de Titleist. Se viste con polos de Kartel, y su zapato de golf es el modelo CDT Super Power de Hi-Tec. *"No es casualidad que haya ganado nuevamente un Major utilizando los mejores zapatos de golf del mundo",* dijo Padraig. *"En algunos momentos de la prueba, los CDT Super Power me brindaron la estabilidad y el equilibrio necesarios para lograr la victoria".* El director de Marketing de Hi-Tec PLC, Simon Bonham, felicitó a Harrington en nombre de la empresa y señaló que es un orgullo para la firma ser su proveedor de calzado desde hace 12 años. *"Nuestro respaldo a Harrington es sinónimo de nuestro compromiso por entender las necesidades de los usuarios. Hemos trabajado en estrecha relación con él, y estamos encantados con su trabajo".*

