

# MADRID GOLF 2008

  
madridGOLF  
24-26 octubre '08

## MADRID, BAJO PAR Superó con éxito su tercera edición



ESPERANZA AQUIRRE NO DUDÓ EN PROBARSE CON UNOS GOLPES DE APPROACH.

**E**n los últimos meses, los torneos disputados en nuestro país y las victorias de nuestros jugadores han venido a demostrar que el golf en España está en alza. A pesar de tanto ajetreo, no olvidamos asistir a la tercera edición de MadridGOLF, celebrado del 24 al 26 de octubre, que se ha consolidado como punto de encuentro de todo el sector con los aficionados al golf.

De estreno en el nuevo Pabellón nº 12 de IFEMA, sobre una superficie de unos 13.600 m<sup>2</sup>, el viernes 24 fue el día reservado para los profesionales de la industria del golf. Según fuentes de la organización, la feria registró un total de 4.278 visitas de profesionales, lo que representa un 39 % más que en la edición del año pasado (a la que acudieron 3.077). Para Rocio Aguirre, directora de MadridGOLF, "el notable incremento del número de visitantes profesionales demuestra que la industria del golf necesita un evento como éste, lo cual para nosotros ya es un éxito". Por lo tanto, la feria ha elevado claramente su listón profesional, al proporcionar en 2008 una oferta más equilibrada entre los diferentes ámbitos del golf nacional e internacional (la cifra de profesionales extranjeros creció un 42 %). A la cita acudieron visitantes procedentes de 17 países: Alemania,





EN EL MOMENTO DE LA INAUGURACIÓN, AGUIRRE ESTUVO ACOMPAÑADA POR LOS GURÚS DEL GOLF.



JESSE ORTIZ PRESENTÓ LAS NOVEDADES DE BOBBY JONES PARA 2009.



LAS MARCAS LÍDERES DE PALOS DIERON MUCHA ACTIVIDAD AL DRIVING RANGE.



EL CONCURRIDO STAND DE SON GUAL (MALLORCA), PATROCINADOR DE LA ZONA VIP.



STANDS COMERCIALES COMO EL DE TOM SAGAN NO PARARON DE TRABAJAR.

Argentina, Bélgica, China, EE.UU., Francia, Holanda, Hungría, India, Italia, Marruecos, Pakistán, Portugal, Reino Unido, Suecia, Suiza y Venezuela. Y atendiendo al volumen final de entradas durante los tres días, MadridGOLF atrajo a un total de 14.324 personas, lo que supone un incremento del 11 % en relación con las 12.900 de 2007. Si bien este año el número de stands registró un leve descenso, la cifra de marcas presentes creció bastante, con 422 frente a las 320 de la pasada edición; lo que significa un 32,5 % más.

La presidenta de la comunidad autónoma de Madrid, Esperanza Aguirre, fue una vez más la encargada de cortar la cinta inaugural. Con la diferencia de que en esta ocasión estuvo acompañada por famosos gurús del golf como Jim McLean, Jesse Ortiz, John Jacobs o Tommy Horton, ponentes del VI Congreso de la APG e invitados de lujo. Los clínicos y las presentaciones de producto de éstos, y otros como los de Harold Swash y Don Ross, causaron gran expectación, y cada vez que intervenían polarizaban la audiencia del salón.

La oferta de turismo de golf fue una de las partes más importantes del certamen, con una buena representación de oficinas de turismo: Andalucía, Atlantee, Salamanca, Castellón, islas Baleares, Biarritz, Castilla y León, Murcia, Turgalicia, Turismo

de Tenerife y Turismo Andaluz, junto con Turismo de Marruecos y Turismo de Malasia. Todas ellas se unieron a la presencia de innumerables campos de golf, que hicieron una buena promoción entre el público asistente.

Son Gual (Mallorca) fue el patrocinador de la Zona Vip, con el Open de Mallorca de la PGA Senior, programado del 8 al 10 de mayo de 2009, como aliciente. Atlantee Golf presentó oficialmente el Pasaporte Atlantee, mediante el cual el aficionado podrá jugar en los 11 campos de golf asociados, con descuentos aproximados del 25 % sobre el precio de green-fee. No faltó el popular Woody (el Pájaro Loco) en el stand de Port Aventura Golf, que presentaba sus nuevos campos con la imagen de Greg Norman. No menos importante ha sido la puesta en escena de proyectos urbanísticos ligados a campos de golf, como el de Los Ángeles de San Rafael (Segovia), que contará con una casa-club de 3.000 m2 y ya tiene a la venta los derechos del campo de golf, según explicó el director del club de golf, José Manuel Monfort. "Un proyecto de carácter familiar, que tendrá un campo (18 hoyos, por 71) de calles amplias y zonas de raj estrechitas, diseñado para divertirse y pasárselo bien", destacaba Óscar Gil, presidente de Los Ángeles de Sar Rafael. El complejo dispondrá de un puente emblemático de 180 metros de largo y 50 de ancho, a una altura



EL MATERIAL DE GOLF GANÓ PROTAGONISMO RESPECTO A EDICIONES ANTERIORES.



EL POPULAR WOODY, PROTAGONISTA DEL STAND DE PORT AVENTURA.



EL STAND DE LOS ÁNGELES DE SAN RAFAEL, CON LA IMAGEN DE CARLOS BALMASEDA.



EL PUTTING GREEN, PATROCINADO POR MOON MASTERS Y TIGERTURF.

de 90 metros, sobre el cañón del río que dividirá el campo en dos. Muy atractivo también resultó el simulador montado por Valle Romano Golf & Resort junto a su stand de 100 m2, réplica de su casa-club en la urbanización ubicada en Estepona (Málaga). La mayor concentración de público se generó alrededor del material, en el driving range, de 1.000 m2, en el que las marcas de palos ofrecieron test y fitting de su material. La mayor carpa de demostración de palos correspondió a TaylorMade, con un constante goteo de visitantes con ganas de conocer el nuevo driver Burner y los hierros Burner Plus. También tuvieron su lugar firmas como Agile Golf, Beres-Honma, Bobby Jones, Cleveland, Miura, Nickent, Nike, Srixon y Wilson. Los aficionados pudieron probar las últimas novedades de cada marca asesorados por los profesionales de las mismas y luego comprar productos en los stands comerciales de Tom Sagan o Castellana Golf. La verdad es que estas últimas saldaron su presencia con cuantiosas ventas y un elevado tráfico de visitas dentro de sus stands. En esta edición, las innovaciones tecnológicas aplicadas al golf fueron protagonistas. Muy llamativos para el público resultaron los simuladores como el Sim Surround, con el que se pudo disfrutar de los mejores campos del mundo en 3D; el robot Top Swing, que corrige el movimiento del swing comparándolo y

tratando de igualarlo al máximo con el de algunos de los mejores profesionales; el chaleco K-Vest y el Sam Putt Lab, presentados por la escuela de golf MoonMasters, con una avanzada tecnología de análisis y biomecánica del swing, o la presencia del Titleist Performance Institute. "No esperábamos que nuestro producto causara tanta expectación en su presentación en España", dijo Obed Pomar, del simulador Sim Surround. "Le ha encantado al público y estamos muy contentos con los resultados obtenidos". En el Museo de la Historia del Golf II, la organización de la feria quiso rendir homenaje a Seve Ballesteros con una exposición fotográfica sobre el genial jugador en la que también se vieron reportajes publicados en la prensa española e internacional de la época. La zona infantil, patrocinada por la Federación Madrileña de Golf y organizada por FreshGolf, ofreció su particular tributo a Severiano Ballesteros con un libro en el que todos los niños escribían sus mensajes de ánimo a su ídolo. Por otra parte, la pasarela de moda, con la música y la acción de sus modelos, volvió a reunir entretenidos y creativos desfiles con las propuestas más atrevidas de la temporada. Al término del salón, Rocío Aguirre confirmó la convocatoria de la cuarta edición de MadridGOLF, que tendrá lugar hacia el último fin de semana de octubre de 2009.