

MadridGOLF - Valle Romano



Una feria para el golfista, donde el protagonista es el visitante

Por Juan José Abaitua

El Golf ha estado hasta hace poco considerado como un deporte minoritario, su gran evolución en los últimos años lo ha convertido en algo más que una simple actividad deportiva practicada por un gran número de aficionados. Actualmente el GOLF, con mayúsculas, ha desarrollado una industria que lo convierte en un importante motor económico en España.

MadridGOLF- Valle Romano, que se celebra del 23 al 25 de octubre próximos, es la feria donde se aglutinan en un gran espacio, los protagonistas de esta industria, sin perder de vista su actor principal: El golfista.

Cuando hace cuatro años los promotores de la feria, se embarcaron en la aventura de organizar el evento, eran conscientes de la necesidad que tenía el mundo del golf en poder contar con un referente en España.

Y es precisamente la envergadura y amplitud de campos que abarca el sector, junto con su imparable crecimiento, los que reclamaban a gritos que el golf tuviera su feria en España.

Solo unos datos ilustran, lo que significa el golf en el mundo. Se calcula que en el mundo hay unos 100 millones de jugadores. Solo en Estados Unidos hay 37 millones de practicantes y unos 22.000 campos. En Europa la cifra aún siendo menor, es muy importante, con 7 millones de jugadores y 6.500 campos.

En España actualmente hay oficialmente 340.000 licencias y unos 400 campos repartidos por toda la geografía. Al añadir a estos datos, los que hacen referencia a la importancia económica del golf, se comprende que la feria supusiera un éxito desde su primera edición. Solamente mencionar los 3.200 millones de euros que en 2008 el sector generó, da una idea de la importancia del mismo.

Todos estos datos, no deben hacer olvidar la naturaleza de la actividad que esta detrás de todo. El golf, es un deporte, es una actividad de ocio, es una forma de hacer turismo, y es

una forma de relacionarse con el entorno, cuyo protagonista es el jugador.

Por ello la feria, no quiere perder de vista esta referencia, y el esfuerzo desde el principio ha sido pensado y enfocado hacia el visitante. La feria va dirigida tanto a aquel que ya practica el golf, como al que se acerca por primera vez a este apasionante deporte, con la idea de despertar en él la curiosidad para que se decida a iniciarse.

Para ello MadridGOLF, tiene previsto en la edición de este año, llenar el pabellón 6 de Ifema, en donde en sus 10.500 m², habrá más de 300 expositores y marcas de todos los sectores que participan en este mundo. En esta

nacionales e Internacionales, se darán cita para ofrecer el mas amplio abanico de profesionales del mundo del golf que actualmente se puedan concentrar en una feria en Europa.

Además y como eje principal de todas las ediciones, esta feria está dirigida al visitante. Por ello todos los que asistan, tendrán la oportunidad de participar en los distintas actividades que se van a ofrecer. En la edición de este año, habrá concursos de Putt con importantes premios, una completísima Zona tecnológica, con simuladores, donde los golfistas tendrán la oportunidad de que su swing sea analizado con estudios biomecánicos y un laboratorio de Putt.



edición habrá también una amplia representación de todos los campos de golf y los diferentes destinos, las principales empresas de materiales y accesorios van a exponer toda su oferta, además, las empresas de construcción y mantenimiento, así como una representación del sector inmobiliario tienen un importante lugar. Por último la moda, las empresas de salud y bienestar y una amplia representación de empresas de servicios auxiliares, agencias de Viajes, así como todas las Federaciones y las principales escuelas

Este año se ha querido incidir en esta faceta del juego, para ello se va a contar con la presencia de Nicholas Middleton fundador y alma mater de sistema de Put "Break 30" cuyo Objetivo-Slogan es batir la barrera de los 30 puts por vuelta.

También el jugador podrá disfrutar de una sesión en el driving range, y realizar prácticas de juego corto con asesoramiento de profesionales de la enseñanza en la zona que se va a habilitar. Así mismo el visitante podrá probar las últimas novedades de palos de las princi-

peles marcas, y conocer las ofertas en fittings que mejor se adapten a sus características de juego. La presencia de tiendas multimarca permitirá al jugador adquirir el material a los mejores precios.

A ello hay que añadir que las principales escuelas estarán presentes, ofreciendo charlas técnicas y cursos para los visitantes. Cabe destacar que en la edición de este año la presencia de Don Ross, uno de los profesores más reconocidos en Europa, donde impartirá lecciones magistrales y clínicas.

Además y como parte del compromiso de MadridGOLF-Valle Romano con la enseñanza, el Titleist Performance Institute, encabezado por Greg Ross, ofrecerá un seminario dirigido a los profesionales de la enseñanza para obtener la prestigiosa certificación "Level 1" por el TPI.

Para cubrir toda la oferta de ocio, se organizarán distintos desfiles de moda y presentaciones de productos, así como una zona llamada "Foro Respuesta Empresarios", donde grandes personalidades del mundo empresarial y deportivo contarán sus experiencias y su visión de este deporte.

En definitiva, esta feria se ha convertido en un referente en el mundo del golf, por méritos propios, basados en una combinación equilibrada de una gran oferta profesional en la que los distintos sectores puedan tener su punto de encuentro, y una amplísima oferta de ocio para que el visitante participe, pues es precisamente la esencia del golf, como deporte y actividad de ocio lo que subyace en la propia naturaleza de este gran acontecimiento.

MÁS INFORMACIÓN:

I  **madridGOLF**
www.madridgolf.es