

Rivera de la Cruz ha firmado un convenio de colaboración en esta materia con la Asociación de Campos de Golf de Madrid

La Comunidad de Madrid aplicará una estrategia para posicionarse como destino turístico de golf

- Invertirá más de 450.000 euros en su promoción nacional e internacional bajo la marca *Golf Greater Madrid*
- Este deporte atrae a España más de un millón de extranjeros al año que gastan un 55% más que el resto, y genera un impacto de más de 230 millones de euros

29 de marzo de 2022.- La Comunidad de Madrid aplicará una estrategia para posicionarse a nivel nacional e internacional como destino de turismo de golf, un segmento que cuenta con un gran potencial de desarrollo en la región. Con este fin, la consejera de Cultura, Turismo y Deporte, Marta Rivera de la Cruz, y el presidente de la Asociación de Campos de Golf de Madrid, Íñigo Garamendi, han firmado hoy un convenio de colaboración, que contará con una aportación de más de 453.000 euros por parte del Gobierno regional.

El acuerdo contempla la promoción de la marca *Golf Greater Madrid*, que incluye un programa de comunicación nacional e internacional, generando contenido sobre el destino y visibilizando esta marca. La cuantía asignada se desglosa en 169.000 euros a abonar en 2022 y otros 284.000 euros en 2023. El compromiso podría prorrogarse sucesivamente por periodos de un año, hasta un máximo de cuatro.

En concreto, la Asociación tendrá la obligación de generar contenidos de calidad sobre sus campos en redes sociales, así como videos protagonizados por jugadores madrileños reconocidos internacionalmente, orientados a promocionar este producto turístico. Además, se encargará de publicitar a la región como destino para la práctica de este deporte en medios especializados internacionales, tanto impresos como digitales, y a realizar campañas de *marketing online* con turoperadores.

Por otro lado, esta organización se compromete también a favorecer la membresía anual en la Asociación Internacional de Turoperadores de Golf (IAGTO), que cuenta con más de 2.000 miembros repartidos en más de 90 países. Con ello, la Comunidad de Madrid tendrá acceso a importantes ferias y eventos dedicados a este segmento, y podrá dar a conocer su oferta a un amplio número de turoperadores.

MERCADO ESCANDINAVO

En cuanto a la presencia en ferias, una acción especial será la presentación del producto en MATKA –la mayor de Escandinavia–, mercado en el que se llevará a cabo una campaña especial de comunicación para captar visitantes, ya que en los últimos años ha registrado una fuerte demanda de este tipo de turismo.

También se centrará en el sector de viajes de negocios y reuniones a través de la realización de jornadas informativas y visitas a diversos campos de golf poniendo en valor esta modalidad deportiva en este contexto particular, por su capacidad de aumentar las posibilidades de comunicación e interacción.

Además, garantizará la celebración en la Comunidad de Madrid en 2023 de la IAGTO (Asociación Internacional de Operadores Turísticos de Golf) Trophy, principal evento y punto de encuentro de los operadores turísticos especializados. Asimismo, creará el *Greater Golf Circuito de Madrid*, circuito *amateur* de seis pruebas en los principales campos de la región, con una de ellas en los campos situados en los principales enclaves Patrimonio Mundial de Madrid (La Herrería de San Lorenzo de El Escorial, El Encín de Alcalá de Henares o Club de Golf Aranjuez).

Por su parte, la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte, además de aportar la cuantía mencionada, promoverá e incentivará la difusión y promoción de la región como destino de golf en las Oficinas de Información Turística regionales y a través de la red *Madrid About Info*, así como en sus medios digitales u otros soportes publicitarios. También asesorará en la definición de rutas y enclaves que puedan ofrecerse.

APUESTA POR EL TURISMO DE ALTO VALOR

Los objetivos estratégicos de la Comunidad de Madrid en materia de turismo son aumentar el número de visitantes que llegan a la región –bajo criterios de sostenibilidad y distribución de esos flujos– e incrementar los ingresos por ellos generados, además de mejorar su posicionamiento en el mercado. Así, se considera fundamental participar en proyectos que proporcionen un alto valor añadido al sector aumentando las pernoctaciones y el gasto para conseguir la revitalización de esta industria, buscando nuevos nichos de mercado y apostando por el de alto valor económico.

En ese sentido, el golf atrae a España a más de un millón de turistas extranjeros al año, y la Comunidad de Madrid, lejos de ser un destino clásico para su práctica, es uno de los que tiene mayor potencial. El conjunto de campos agrupados en la Asociación, que se encuentran repartidos por toda la región, y algunos de ellos a pocos kilómetros de lugares Patrimonio de la Humanidad, son desconocidos para muchos sus amantes.



Medios de Comunicación

Este deporte generó un impacto total de 233 millones de euros durante el 2018 en la Comunidad de Madrid, donde el turista que viene a practicarlo gasta de media un 55% más que el resto de visitantes, y 7 de cada 8 euros van a otros sectores, como hostelería y restauración, *shopping*, ocio y cultura, datos que animan a la región a convertirse en referencia mundial del *golf city break*.