

Se presenta como destino preferente que permite disfrutar de este deporte a lo largo de todo el año

La Comunidad de Madrid despliega en FITUR una estrategia para atraer turismo de golf

- Bajo la marca *Golf in Greater Madrid*, el Gobierno autonómico ha reforzado el posicionamiento nacional e internacional de la región en la práctica de esta actividad

19 de enero de 2023.- La Comunidad de Madrid ha desplegado hoy, en el marco de la Feria Internacional de Turismo, FITUR 2023, una estrategia para atraer turismo de golf, un deporte que atrae a España a más de 1 millón de visitantes extranjeros al año. Bajo la marca *Golf in Greater Madrid*, en virtud de un convenio de promoción firmado en 2022 con la Asociación de Campos de Golf de Madrid para dos años, el Gobierno autonómico ha reforzado el posicionamiento nacional e internacional de la región en la práctica de esta actividad.

El estudio *Evaluación del Impacto Económico del Golf en la Comunidad de Madrid*, presentado en marzo de 2019, cifró en más 11.000 el número anual de jugadores procedentes de otros países, que realizaron un gasto medio un 55% superior al resto de viajeros.

Madrid se presenta ante este nicho de mercado como un destino referente en este tipo de turismo, que permite practicar este deporte a lo largo de todo el año y cuenta con atractivos turísticos como una potente oferta cultural, de ocio, gastronómica y hotelera.

Como aliciente añadido, algunos de los campos de golf madrileños se encuentran a muy pocos kilómetros de tres de los enclaves de la región reconocidos como Patrimonio de la Humanidad: San Lorenzo de El Escorial, Alcalá de Henares y Aranjuez, y a menos de una hora del centro de la capital, donde se sitúa otro lugar Patrimonio Mundial, el Paisaje de la Luz.

Para el Gobierno regional, se trata de un segmento estratégico, puesto que contribuye a la desestacionalización del turismo, teniendo en cuenta que los campos se encuentran repartidos por todo el territorio.

En concreto, el acuerdo que hoy se ha dado a conocer en FITUR contempla la difusión de contenidos en redes sociales para promocionar la oferta de turismo golf en la Comunidad de Madrid, la presencia en ferias y campañas de publicidad *online* en medios especializados y otras plataformas. En particular, se



Comunidad
de Madrid

Medios de Comunicación

llevará a cabo un plan de marketing especial para países escandinavos, ya que en los últimos cinco años se ha producido una fuerte demanda en estos mercados emisores.

Asimismo, habrá otras actuaciones centradas en el sector MICE (Meetings, Conventions and Exhibitions), poniendo en valor el golf en el turismo de negocios por su capacidad de ofrecer una forma diferente de afrontar un encuentro profesional, aumentando las posibilidades de comunicación e interacción.

A parte, se organizará un encuentro con turoperadores especializados y prensa internacional, que incluirá visitas a los diferentes campos de golf de la Comunidad de Madrid, así como a los principales atractivos turísticos. Igualmente, se creará un circuito amateur de 6 pruebas en los principales campos, que incluirá la celebración de una de ellas en aquellos que estén situados en los enclaves Patrimonio Mundial, cuya denominación será *Greater Golf Circuito de Madrid*.