

La mayor feria de golf reúne en la Costa Daurada a 1.200 profesionales

El Centro de Convenciones de PortAventura acoge hasta jueves la International Golf Travel Market

La Costa Daurada se convertirá esta semana en la capital mundial del golf. Cerca de 1.200 profesionales de este sector (operadores, responsables de campos, proveedores o periodistas) de 65 países asisten desde hoy hasta el jueves a la décimo sexta edición de la Internacional Golf Travel Market (IGTM), que se celebra en el Centro de Convenciones de PortAventura. Contará con jornadas técnicas y exposiciones, donde los diferentes destinos mostrarán su oferta. Está considerada la feria de turismo de golf más importante del mundo. Cada año tiene lugar en un país distinto –es la primera vez que se celebra en Tarragona–. La última ciudad española en acogerla fue Valencia, en 2010.



La organizan Reed Travel Exhibitions y la International Association of Golf Tour Operators (IAGTO). Participan representantes del 80% del mercado emisor internacional. «Los touroperadores podrán comprobar de primera mano el atractivo de la región. Asumir la IGTM nos posiciona como un destino de primera línea en el ámbito del ocio y el golf», afirma Josep Poblet, presidente de la Diputació de Tarragona.

Un escaparate

Este acontecimiento es un escaparate para la Costa Daurada, que se está convirtiendo en uno de los destinos emergentes de golf más importantes de Europa con una oferta muy diversificada. Destaca el Lumine Golf & Beach Club, que ha organizado eventos como el European Tour Qualifying School o el PGA's of Europe Fourball Championship.

«La IGTM es una oportunidad importantísima para Lumine y la Costa Daurada, que, seguro, impresionarán al sector internacional tanto por su calidad como por el servicio y las oportunidades de negocio que nuestra disposición estratégica proporciona», señala Calle Carlsson, director general de Lumine Golf & Beach Club.

Para el alcalde de Salou, Pere Granados, «estamos ante un gran acontecimiento abierto al mundo, donde Salou y la Costa Daurada se pueden posicionar dentro del turismo específico de este deporte, pero también podemos ofrecer grandes atractivos complementarios». Granados ensalza al Lumine como «punto de referencia europeo» y asegura que «también hay otros campos de primer orden en un radio de 30 kilómetros».

Las administraciones públicas han apostado fuerte por la IGTM, con una inversión que ronda los 450.000 euros. De esta cantidad, la Agència Catalana de Turisme sufraga una tercera parte; Turespaña, otra; y el resto sale de las comarcas tarraconenses.

A por el récord

La Internacional Golf Travel Market de 2012, celebrada en Algarve (Portugal), congregó a 350 touroperadores del mundo del golf, y 450 expositores. Fue la edición con más participación de la historia de este evento. La organización espera superar este registro en la Costa Daurada. «La IGTM de este año está llamada a batir todos los récords. Las previsiones indican que tendremos la mayor asistencia de la historia», apunta Peter Walton, presidente de IAGTO.

Fuera de temporada

La Internacional Golf Travel Market llega fuera de la temporada turística, en una época en la que muchos hoteles y establecimientos de la Costa Daurada están cerrados. Aún así, hoteleros, comerciantes y restauradores esperan que sea un revulsivo para la zona. «Podemos estar orgullosos de que un acto de esta envergadura a nivel mundial se esté celebrando en la Costa Daurada. Valoramos muy positivamente este certamen y creemos que servirá para dar a conocer nuestra oferta de golf», afirma Eduard Farriol, presidente de la Associació Hotelera Salou-Cambrils-La Pineda. Aunque apunta que «a nivel de ocupación hotelera, en nuestro territorio la repercusión y el alojamiento quedarán concentrados en los hoteles de PortAventura, ya que la mayoría de hoteles de nuestra zona ya están cerrados». Para Juli Vilaplana, presidente de la Associació 365 dies Salou Vila Comercial, este evento es «positivo» para los comercios y restaurantes del municipio que siguen abiertos. Pero duda de que los establecimientos estén preparados para responder ante un acontecimiento de estas características: «Nos falta promocionarnos para dar a conocer que Salou es un pueblo vivo fuera de la temporada turística, con comercios abier-

tos todo el año».