

# Solidaridad, turismo y salud

**El golf como gran activo para las acciones solidarias, el turismo y la salud constituyó el mensaje enarbolado en la Copa Comunicación y Empresas**

**E**l golf como gran activo para las acciones solidarias, el turismo y la salud constituyó el mensaje enarbolado en los dos últimos eventos de la Copa Comunicación y Empresas, un conjunto de actividades que tiene como objetivo difundir los valores de este deporte y que exhibió, tanto en el Festival de Pitch & Putt de Madrid como en el arranque del Dénia Ciudad Gastronómica Golf Tour, dos claros ejemplos de promoción de nuestro deporte.

## Tres toneladas de solidaridad golfística

Cronológicamente hablando, la primera apuesta se centró en el lado más benéfico del golf, el Festival de Madrid de Pitch & Putt, donde los participantes aportaron nada menos que tres toneladas de alimentos básicos no perecederos.

La Ciudad Escuela de los Muchachos de Leganés y la Fundación Pan y Peces fueron los receptores de los donativos de todas las empresas y golfistas participantes en este evento con objeto de abastecer sus respectivos bancos de alimentos, siempre dispuestos a atender, en esta época de crisis más que nunca, a las personas más necesitadas. Este Festival de Madrid de Pitch & Putt, que se disputó en el Centro de Tecnificación de Madrid coincidiendo con la celebración de la



Feria Madrid Golf Experience, tuvo un marcado perfil familiar y reunió a jugadores infantiles, cadetes, juniors, absolutos, senior y damas como claro ejemplo de actividad popular, pretendiendo enfatizar el hecho de que el golf es un deporte abierto a todos, practicado por personas de todas las edades y donde los campos cortos de Pitch & Putt

constituyen el lugar ideal para iniciarse en el manejo de los palos de golf. En el ámbito deportivo, destacar que Iván Carles, con el hándicap de juego más bajo de todos los participantes, se impuso en categoría scratch en fuerte competencia con David Vidal-Pinheiro, mientras que el primer clasificado hándicap fue Jorge Porte.



## El golf, gran activo para el turismo y la salud

Coincidiendo con la publicación de diversos informes centrados en el impacto económico del golf en España –otro asimismo muy interesante de carácter más local centrado en la provincia de Alicante– y en el valor añadido del golf al turismo en España, la Copa Comunicación y Empresas centró sus esfuerzos en la difusión de la idea del deporte del golf como gran activo para el turismo y la salud, aprovechando para ello el arranque del Dénia Ciudad Gastronómica Golf Tour, un claro ejemplo de promoción.

El citado Dénia Ciudad Gastronómica Golf Tour, disputado en el Centro Nacional de Golf en Madrid, es un Circuito que persigue promocionar la temporada turística fuera de los meses habituales de sol y playa, impulsando actividades complementarias como el golf, un reconocido activo de las actividades turísticas y que, en esta ocasión, realza la reciente elección de esta localidad alicantina como Ciudad Gastronómica de la UNESCO. Este premio reconoce la tradición creativa y el

esfuerzo realizado durante los últimos años para convertir a Dénia en un destino gastronómico de primer nivel mundial, abanderada por el prestigio mundial del Restaurante Quique Dacosta, con 3 estrellas Michelin. La prueba inaugural del Dénia Ciudad Gastronómica Golf Tour –que recorrerá distintos puntos de la geografía española a lo largo del año– contó con la presencia de prensa especializada en sectores del golf, el turismo, la salud y la gastronomía, todos ellos interrelacionados entre sí y que contribuyen a que la actividad del golf tenga un impacto económico en España que supera los 2.000 millones de euros anuales por todos los conceptos, según un estudio recientemente publicado.

## Fuerte actividad y demanda

Asimismo, otro reciente informe impulsado por la Diputación de Alicante y Turismo de la Costa Blanca establece que, sólo en la provincia de Alicante, el sector del golf genera más de 7.500 puestos de trabajo, con una demanda que alcanza los 230.000 golfistas anuales, el 88 por ciento de ellos extranjeros.

Todas estas cuestiones permiten reconocer al golf como actividad sostenible y saludable, un mensaje que la Copa Comunicación y Empresas transmite a ámbitos sociales tan diversos como deporte, economía, política, moda, automoción, medioambiente, así como a sectores de gran inversión publicitaria.



Esta VIII Copa Comunicación y Empresas está promovida por la Real Federación Española de Golf, la Federación de Golf de Madrid y cuenta con la colaboración de la Asociación de Periodistas e Informadores de Prensa, Radio, Televisión e Internet (APEI), Polo Swing, El Periodogolf, Gaceta del Motor, Madridiario, La Radio del Golf, ViñaCHY, Castellana Golf y Coca-Cola, entre otros. ✓