

## COMPETICIONES

# El dueño del Mallorca Open femenino negocia la llegada de un torneo ATP

La agencia alemana E|motion quiere asegurarse una cita de la categoría 250 masculina, con el objetivo de alargar la actividad del complejo deportivo en la víspera del verano. De lograrlo, se plantearía una ampliación del recinto.

Marc Menchén  
13 jun 2019 - 05:00



Madrid y Barcelona son hoy las dos ciudades que capitalizan el crecimiento mediático que ha logrado el tenis masculino en la última década, pero Mallorca quiere subirse a ese podio. E|motion ha decidido presentarse al concurso abierto por la ATP para adjudicar un nuevo torneo de la categoría 250, por el que también suspiran Milán y Estocolmo. “Por fechas, nuestro compromiso nos limita a junio porque es hierba natural”, explica a *Palco23* el responsable de la agencia en España, Félix Torralba.

El torneo, cuya adjudicación se resolverá en julio, permitiría convertir la capital balear en el epicentro del tenis durante las semanas previas a Wimbledon, que se disputa en la primera mitad de julio. De hecho, la compañía ya tiene un acuerdo de colaboración con el All England Club para que el Mallorca Open de la WTA forme parte de la gira de torneos preparatorios del Grand Slam que se disputa sobre hierba. Y esa es una carta

importante a jugar ante el circuito profesional.

Su adjudicación no sólo permitiría que por primera vez en España se disputara un torneo masculino sobre esta superficie, sino que además daría más seguridad a los tenistas que quieren prepararse para el torneo británico. “Estar en Mallorca nos asegura que las condiciones climatológicas son excelentes, por lo que jugadores y jugadoras pueden seguir entrenando estén o no en el cuadro”, recuerda Torralba.

## Mallorca se ha presentado al concurso de la ATP para organizar un torneo 250 masculino

Estos atributos son los que han hecho que el único torneo de tenis femenino que se disputa en España en solitario (el Mutua Madrid Open simultanea masculino y femenino) haya seducido a las grandes jugadoras. Y eso que su *prize money* está limitado a 250.000 dólares por edición, frente al millón de dólares que, respectivamente, aseguran los promotores de Eastbourne y Birmingham, ambos de categoría Premier.

Maria Sharapova ha sido una de las últimas jugadoras en aceptar la *wild card* cursada por Elmotion, y con ella serán tres las ex número uno del mundo las que disputarán la cuarta edición del Mallorca Open. Además de la atleta rusa, han confirmado Angelique Kerber, actual campeona de Wimbledon, y Victoria Azarenka. También estarán algunas de las revelaciones de Roland Garros, como Ashley Barty, Amanda Anisimova y la española Aliona Bolsova.

Torralba celebra que han conseguido ser identificados como “un torneo mallorquín”, algo que no se logró desde el primer día pese a que el evento se disputa en el Country Club Santa Ponsa, que dispone de seis pistas de hierba natural, cinco de tierra batida y un recinto central con capacidad para 3.500 espectadores. “Son las únicas de césped natural que hay en España, y hay terrenos a nuestro alrededor para crecer si es necesario”, apunta Torralba, sobre un plan supeditado a lograr el torneo masculino. En este sentido, puntualiza que la inversión ha sido 100% privada, sin ayudas públicas.

## El torneo Mallorca Open cuenta con las únicas pistas de césped natural de España y se financia

## sin ayudas públicas

El ejecutivo señala que una de las dificultades para dar un mayor uso a las instalaciones es que hay que limitar el uso de las pistas para que lleguen en perfecto estado al torneo, que es donde se juegan la reputación. “Durante el año se le da poco uso, aunque hay propuestas de crecimiento para sacarles más provecho aún, y sobre todo hacemos muchos eventos corporativos”, comenta.

Respecto a la casa club, señala que ya se modernizó al poner en marcha el Mallorca Open en 2016. Era una cuestión necesaria para poder alcanzar al público VIP, donde han colgado el cartel de *sold out*. En cuanto al público general, donde los abonos parten de 119 euros, la organización ve “capacidad de mejora”. En 2018 fueron más de 16.000 visitantes, y a falta de dos semanas para la edición de 2019, las ventas eran un 20% superiores.

Torralba indica que uno de los elementos que juegan a su favor es la presencia de turistas en la isla ya en el mes de junio, razón que explica que un 38% de los espectadores sean extranjeros. De cara al público local, durante el año realizan diferentes actividades para integrarse en la vida social de Mallorca, de manera que el reconocimiento de marca vaya a más. Es un paso necesario, pues el directivo indica que uno de sus retos es hacer ver que el mercado balear incluye un alto porcentaje de aficionados locales.

## Para 2019 se espera que la venta de localidades crezca un 20%, de los que un 38% serán extranjeros

En la actualidad, el Mallorca Open tiene el patrocinio de grandes multinacionales como Oppo, SAP, Fila o las promotoras de villas de lujo Luxury Hideaway y Estates for Stars. Una de sus últimas incorporaciones ha sido la empresa de alquiler de coches Ok Rent a Car. “El mercado balear es más complejo y las marcas nacionales no lo incluyen en su estrategia de la misma manera; hay un componente internacional fuerte de turistas”, explica.

No obstante, la ola a favor del deporte femenino abre nuevas oportunidades, y el torneo no las quiere dejar pasar. Y el hecho de que Teledeporte emita nueve partidos

---

# PALCO23

---

en directo ayuda. A ello se le añade el acuerdo global de la WTA con Dazn para hacer llegar el tenis femenino ne todo el mundo, y el interés con el que se sigue la cita en Reino Unido y Alemania, donde E|motion tiene su sede desde la que gestionan los ATP de Stuttgart y Viena.