

COMPETICIONES

El Godó supedita la concesión de su gestión al éxito de la primera Davis de Kosmos

El Tennis Barcelona ha vuelto a retrasar su decisión sobre el futuro del torneo de tenis a noviembre, de forma que podrá saber cómo ejecuta los proyectos el grupo de Gerard Piqué. Tennium, Octagon, RPM-Mktg e IMG también están en la puja.

Marc Menchén
1 oct 2019 - 05:00



John Isner y Kevin Anderson protagonizaron en 2018 el cuarto partido más largo de la historia de la ATP. Aquel duelo se produjo en Wimbledon, a más de 1.500 kilómetros de un Real Club de Tenis Barcelona en el que también se está fraguando uno de los duelos que más se han dilatado últimamente en la industria del tenis. Se trata de la adjudicación de la gestión del Barcelona Open Banc Sabadell, un fallo que se ha ido dilatando en el tiempo y que las fuentes consultadas por *Palco23* atribuyen a una cuestión clave: les seduce trabajar con Kosmos, pero quieren esperar a ver **sus** finales de Copa Davis.

Es la opinión compartida por varios de los profesionales consultados por este diario y

que están al corriente del *tender*. “A la junta directiva le tira la idea de colaborar con Gerard Piqué, pero tampoco se la quieren jugar y están retrasando los plazos para poder valorar cómo ejecutan su primer proyecto de tenis”, señala una de las fuentes. Es una opinión compartida por un tercero, que recuerda que “desde julio han ido posponiendo la toma de decisiones”.

El primer retraso se produjo en el mes de julio, cuando ya debería haberse producido una criba inicial. Sin embargo, la junta presidida por Josep Jordi Cambra transmitió a las compañías candidatas que demoraba el fallo a la conclusión de Wimbledon, disputado entre el 29 de junio y el 12 de julio. Al final, el centenario club dejó pasar las semanas y anunció a los licitantes que la *short list* final se conocería ayer. ¿La sorpresa? Habrá una decisión final y será a finales de noviembre, coincidiendo con que ya se habrán disputado en Madrid las finales de la Davis y habrá un mayor conocimiento sobre la capacidad de gestión de Kosmos.

El Tenis Barcelona debía dar una primera lista de finalistas en julio, y ahora no decidirá hasta noviembre, tras la Copa Davis

“Da la sensación de que se lo quieren adjudicar sí o sí a ellos, pero necesitan un mínimo de garantías para no arriesgarse”, señalan en el sector. No es para menos, pues en el *tender* que se inició en marzo están participando otras compañías de la industria del tenis que sí han probado su capacidad para administrar torneos ATP a distintos niveles, por lo que la puntuación al margen del aspecto económico estaría más reñida.

La compañía, dirigida por Javier Alonso y que fichó a Albert Costa como responsable deportivo, ha probado de sobras su capacidad comercial, superando incluso sus expectativas iniciales. En pocos meses, ha hecho que un torneo que sólo tenía tres patrocinadores alcance la docena, con marcas tan destacadas como Rakuten, que se ha hecho con los *title rights*, y otras como AirAsia, LaLiga, Lexus o Rolex.

Kosmos rivaliza en este proceso con IMG, volcada desde sus oficinas centrales de EEUU en retener un torneo que ha gestionado durante veinte años; Octagon, que en su día se encargó del Open de Valencia, y Tennium, dueña de los torneos ATP de Amberes (Bélgica) y Buenos Aires (Argentina) y cuyo fundador, Kristoff Puelinckx, es socio del club. A estos tres rivales iniciales se les unió después RPM-Mktg, gestora del Zurich Maratón de Barcelona y Titan Desert, pero que además contaría con el

asesoramiento de ex altos cargos de Roland Garros.

En la carrera por este evento también estuvo Mediapro, pero el grupo audiovisual acabó saliéndose del proceso ante la imposibilidad de poder sacar el torneo de las instalaciones del club para poder llevarlo al Palau Sant Jordi. Incluso se planteó la posibilidad de llevarlo a la zona del Fórum, con la idea de hacer un torneo de mayores dimensiones e impacto global. Sin embargo, la junta es más partidaria de mantener su concepto tradicional, que de hecho le ha valido el reconocimiento de los jugadores en más de una ocasión.

El artífice de ese posicionamiento ha sido IMG, multinacional de marketing deportivo que se ha encargado de la explotación comercial del torneo desde los años noventa y que goza de una amplia influencia en la ATP, pues gestiona los eventos de Río de Janeiro (Brasil), Miami (EEUU), Chengdú (China) y Pune (India). Desde la sede de Estados Unidos se ordenó pujar por retener este proyecto, el único que tienen en Europa y el más importante que tiene la agencia en España. En este sentido, hay quien ve un movimiento a su favor en el fichaje de David Ferrer como relevo de Albert Costa al frente de la dirección deportiva del torneo.



Kosmos rivaliza en este proceso con grupos como IMG, gestor desde hace treinta años, Tennium, Octagon y RPM-Mktg

Cambra explicó en una reciente entrevista con Palco23 que “el modelo de IMG ha sido excelente, pero la industria deportiva y la del tenis ha cambiado y hay que adaptar el modelo de reparto de ingresos y gastos”. En su opinión, debería tenderse hacia un reparto porcentual de los beneficios más variable, en función de objetivos, “en el que

no haya sombras, prevalezca la confianza, y en el que todo el mundo gane”.

El Barcelona Open Banc Sabadell maneja actualmente un presupuesto que ronda los diez millones de euros. De este importe, en torno a 2,6 millones van dirigidos al pago de premios económicos, una cifra a la que hay que añadir los **bonus** que se pagan para asegurar la presencia de algunos de los principales cabezas de series, como podría ser Rafa Nadal, Kei Nishikori o hace un año Novak Djokovic.

De ahí que, ante la previsible actualización al alza de lo que cobran los atletas, se haga más necesario que nunca la entrada de nuevos recursos. “Tenemos margen para aumentar los ingresos de **ticketing** y patrocinio, aunque somos conscientes de que tenemos espórsors muy fieles”, comentaba Cambra, en referencia a empresas como el Banco Sabadell, *title sponsor* desde 2007 y con contrato hasta 2021, Emirates, Peugeot y Estrella Damm. Ahora bien, sí deberá negociarse rápidamente la continuidad del Ayuntamiento, que abona un millón de euros al año y cuyo vínculo finaliza en 2020.

El Barcelona Open Banc Sabadell maneja un presupuesto que ronda los diez millones de euros anuales

El nuevo equipo gestor del club cree que se podría maximizar el valor de estos contratos dando más peso a las activaciones de un evento cuya visibilidad hoy se concentra en el mes de abril, mientras que en el resto del año apenas se hace ruido. Además, algunos de los aspirantes al contrato también inciden en potenciar nuevos valores de la cita para desapalancarla de la imagen de Rafa Nadal, cuya presencia e idilio con el Tennis Barcelona han sido claves para su posicionamiento en el circuito.

Ese cambio ya ha empezado a producirse en 2019, con un giro en el cuadro que ha dado mayor peso a la captación de las jóvenes promesas de la raqueta. “Se trata de fidelizar los jugadores cuando son jóvenes para que continúen viniendo cuando estén en lo más alto del **ránking**”, señalan, en referencia a casos como el del griego Stefano Tsitsipas, número 8 a sus veinte años, o el canadiense Felix Auger-Aliassime, número 33 del **ránking** con tan solo 18 años.

Muestra del necesario giro que se impone son los resultados de asistencia este año, con un retroceso interanual del 10%, hasta 92.130 personas. Es una cifra que incluso está por debajo de los 95.000 visitantes de 2017, una circunstancia que la organización atribuyó a que Nadal se quedó fuera de la final tras caer en semifinales

| ante Dominic Thiem, que se alzó con la victoria en el torneo.