

COMPETICIONES

RPM-Mktg retoma su expansión: tres nuevas pruebas en 2021 y plantea carreras para vacunados

La empresa presenta un recurso por el Maratón de Sevilla y estudia pedir la vacunación obligatoria para poder participar en sus pruebas cuando sea posible.

Miquel López-Egea
4 feb 2021 - 05:00



RPM-Mktg deja atrás 2020 y se centra en un año con novedades. La empresa organizadora de eventos, controlada por el grupo japonés Dentsu Aegis Network, tiene previstos, de momento, trece eventos en 2021, tres de ellos nuevos, aunque aún puede cerrar algún acuerdo para organizar alguna prueba más.

“Arrancamos todo el calendario a partir de la última semana de mayo y a partir de ahí nuestra determinación es hacer todos los eventos a menos que la pandemia vuelva a dar otro giro”, explica Juan Porcar, presidente de la compañía española, a Palco23. En 2021, la empresa organizará dos nuevas pruebas de l'Étape du Tour en España y una nueva Non-Stop.

Aunque puede haber algún cambio en el calendario, la temporada empezará del 23 al 28 de mayo con la Titan Desert en Marruecos y el día 6 de junio se celebrará L'Étape en Villanueva del Pardillo. El mismo mes se disputará la Garmin Team Trail. Asimismo, del 2 al 4 de julio, RPM-Mktg organizará la Non-Stop Madrid-Lisboa.

El grueso de las pruebas se disputarán en noviembre

El 17 de octubre se disputará la Mitja Marató de Barcelona. En noviembre, la empresa organizará una prueba de las Titan Series en México, además de una prueba de las Titan Series en Almería. El 7 de noviembre hará el Maratón de Barcelona y el Trial Indoor. En diciembre organizará otra prueba de las Titan Series en Arabia Saudí.

Por lo tanto, este año la carrera organizará tres ediciones de l'Étape du Tour en vez de una, tal como tenía previsto en 2020. "El año pasado apuntaba que iba a ser el mejor de todos en nuestro negocio, por lo que este tiene que ser una reproducción de lo que esperábamos que fuese 2020", explica el directivo. El año del Covid fue una temporada en la que aparte de las carreras de enero y febrero, sólo se pudo salvar la Titan Desert, que se disputó en Almería.

Por otro lado, la empresa está involucrada en una batalla legal por la gestión del Maratón de Sevilla, ya que Tribunal Administrativo de Recursos Contractuales del Ayuntamiento de Sevilla (Tarcas) consideró que los pliegos del concurso no estaban bien redactados por parte de la administración tras un recurso de Motorpress, de manera que ha ordenado que se vuelva a licitar la gestión de la carrera, adjudicada en un principio a RPM-Mktg.

"Hemos presentado un recurso porque todo el mundo conocerá el contenido de nuestro concurso y porque hemos ganado, el problema no lo hemos cometido nosotros", señala Porcar. "Hemos pedido que se haga una acción cautelar y hasta que no salga otra cosa, desarrollarla nosotros; estamos en desventaja", explica.

Con sede en Hospitalet de Llobregat, RPM-Mktg organiza y gestiona eventos deportivos nacionales e internacionales, eventos corporativos multidisciplinarios y es propietaria de una editorial especializada en publicaciones deportivas y de motor en formato online y offline. En 2016, la firma japonesa Dentsu Aegis Network anunció la compra del grupo Alesport, fundado en 1975 por Jaime Alguersuari.

La compañía tiene una sociedad al 50% con Amaury Sport Organisation (ASO), empresa organizadora del Tour de Francia y del Dakar, para organizar las Titan World Series y una unión temporal de empresas (UTE) para gestionar el Maratón y el Medio Maratón de Barcelona. También tiene los derechos del Dakar en España desde hace 25 años, prueba que se celebró en 2021 con tan sólo una caída del 6% de los vehículos.

La compañía lleva desde 2006 explotando el Maratón de Barcelona y en julio del año pasado logró ganar el concurso a Ironman que le permitió seguir gestionando la cita entre 2021 y 2023, con opción a prorrogar el contrato hasta 2025. Desde que empezó a gestionar el Maratón de Barcelona, la carrera ha pasado de 4.400 corredores a más de 20.000 inscritos. Otro éxito de la compañía durante el año del Covid-19 fue mantener la Titan Desert, su prueba estrella.

Vacunación obligatoria

Otro de los retos que tiene este año la compañía son los protocolos sanitarios, que han representado un incremento de entre un 6% y un 7% de los costes de la carrera. “Representa unos sobrecostes que ya tuvimos en Almería y habrá que sumarlo a todos los costes generales de los eventos; de momento los absorbemos”, asegura el directivo, que recuerda que “los test de antígenos funcionan muy bien: puedes tener un riesgo si los haces, pero el Tour no los ha tenido, ni la Titan Desert”, explica. “No hay más remedio que hacer esta inversión, contratamos un servicio médico que trajo tráileres, dispositivos y un equipo, no hay que escatimar para prevenir el Covid-19”, manifiesta.

RPM-Mktg espera contar con entre 18.000 y 19.000 corredores en el Maratón de Barcelona

Sin embargo, la idea de la compañía es no tener que asumir estos costes una vez sea posible vacunarse. Para el Maratón de Barcelona, la compañía espera contar con entre 18.000 y 19.000 corredores. “Creemos que el tema de las vacunas estará extendido y

esto amortiguará el número de personas que haya que controlar *in situ*", vaticina. "Si es posible, nuestra idea es que todo el mundo que quiera participar venga vacunado, pensamos que a partir de verano la vacuna te la podrás poner pagando", señala, recordando que hay vacunas obligatorias para viajar a ciertos países, por lo que la compañía apuesta por hacer algo similar.

"Cuando empezó la pandemia, las PCR sólo se hacían en los hospitales y ahora puedes hacerte uno en un laboratorio privado", recuerda Porcar. "El día de mañana será la vacuna, pasará lo mismo que con las PCR y los antígenos, y los costes serán parecidos", augura.