

COMPETICIONES

Tennium arrebatata a IMG la gestión del Barcelona Open Banc Sabadell

La empresa barcelonesa, que ya gestiona los abiertos de Amberes y Buenos Aires, se ha impuesto a la agencia de marketing que llevaba treinta años explotando el evento y a Kosmos Tennis. Gestionará el torneo entre 2021 y 2023.

Palco23
27 nov 2019 - 22:00



Nueva etapa en el Barcelona Open Banc Sabadell. El Real Club de Tenis Barcelona (Rctb) ha decidido no prolongar su alianza de más de treinta años con IMG, que en 2020 gestionará por última vez el torneo. A partir de entonces, la explotación de este ATP500 recaerá en la agencia barcelonesa Tennium. En el haber de la compañía, la organización de los abiertos de Amberes y Buenos Aires. Se desconocen las condiciones económicas del nuevo acuerdo, que estará en vigor durante tres años, entre 2021 y 2023.

Tennium se ha impuesto en la fase final a IMG y Kosmos Tennis, que era una de las grandes favoritas. De hecho, el club fue demorando sucesivamente desde el verano la decisión final sobre la adjudicación del contrato, y finalmente esperó a que concluyeran las finales de la Copa Davis. De esta forma, se aseguraba poder saber la ejecución de

proyectos por parte de la compañía que lidera Gerard Piqué. En el proceso también estuvieron Octagon, RPM-Mktg y Mediapro.

Se desconocen por ahora las claves del proyecto que quiere implantar Tennium, cuyo cofundador Kristoff Puelinckx es socio del Tennis Barcelona. Es decir, que la agencia es plenamente consciente de la filosofía de la junta de mantener su concepto de torneo familiar, que de hecho le ha valido el reconocimiento de los jugadores en más de una ocasión.

La oferta económica presentada por Tennium, así como su propuesta sobre el modelo de negocio del torneo, han sido claves

El club reconoce que, a la hora de decidir, ha tenido un peso importante tanto la propuesta económica al club como ideas novedosas sobre el modelo de negocio del torneo. Adicionalmente se han tenido en cuenta las vinculaciones profesionales previas de la empresa tanto con la ATP como con el propio Club.

Jordi Cambra, presidente del Rctb, ha querido “transmitir a IMG nuestro más sincero agradecimiento por el gran trabajo desplegado año tras año, gracias al cual, esta emblemática competición del club y de la ciudad de Barcelona ha ido adquiriendo relevancia internacional”.

Por su parte, Xavier Pujol, consejero delegado del Barcelona Open Banc Sabadell, ha afirmado que “las originales y sólidas ideas para llevar al torneo a niveles superiores de calidad aportadas por Tennium, como el interesante modelo de negocio planteado suponen una importante transformación acorde con la evolución de las competiciones tenísticas de mayor rango”.

Kristoff Puelinckx ha añadido que “estamos muy agradecidos al club y a sus socios por habernos elegido entre tan selecto grupo de candidatos y muy ilusionados en aportar nuestro conocimiento y visión global en el mundo del tenis”.

Tennium es una agencia de organización de eventos y representación impulsada por Kristoff

Puelinckx y el extenista Sebastien Grosjean

Puelinckx puso en marcha este proyecto junto al extenista Sebastien Grosjean. Enric Molina, por su parte, se incorporó en junio de 2018 como socio para poner en marcha la división de representación. El agente llegó con una cartera de clientes formada por atletas como Feliciano López, Marc López, Tommy Robredo, Sara Sorribes o la rumana Sorana Cirstea.

El artífice de ese posicionamiento ha sido IMG, multinacional de márketing 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.

Josep Jordi 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 espónsors 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 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.