

Le immagini del torneo nelle tv di 35 Paesi, solo in America l'interesse di 5 milioni di persone

Il «Ladies Open» illumina Palermo

Guido Fiorito

PALERMO

«Q»

Questa edizione vuole riportare lo sport alla normalità. Dare un segnale al mondo che il torneo si sta facendo con normalità e in modo sereno: questa la mission del Country Time Club, espressa dal direttore del Palermo Ladies Open, Oliviero Palma. Una storia lunga trentadue edizioni è un patrimonio raro per un torneo di tennis. Il Palermo Ladies Open in tutto questo tempo, è nato nel 1988, ha saputo dare continuità ai suoi valori tecnici e di ospitalità, raggiungendo una formula organizzativa efficace. Dal punto di vista tennis il torneo ha due caratteristiche importanti: valorizzare giocatrici emergenti nel circuito professionistico della Wta; far crescere e mostrare le qualità delle giocatrici italiane. Un obiettivo riuscito, con tenniste che hanno iniziato vincendo Palermo la loro scalata ai vertici del tennis mondiale come Mary Pierce, Anastasia Myskina e Dinara Safina e altre future regine: Caroline Wozniacki, Jennifer Capriati, Justine Henin, Jelena Jankovic. E va aggiunta Arantxa Sanchez presente in doppio. E poi il

Dream team azzurro con Flavia Pennetta (vincitrice 2009), Sara Errani (2008 e 2012, più altre due finali) e Roberta Vinci (2013) che al Country è di casa: in questo circolo ha costruito le sue imprese più belle.

Una storia che si rinnova anno dopo anno. «Nel 2013 - dice Oliviero Palma - siamo stati costretti ad affittare all'estero il torneo per la crisi economica e la difficoltà di ricevere i finanziamenti pubblici. Quando si è esaurito l'affitto, la scelta era tra vendere o ripartire con un torneo all'altezza del prestigio del circolo. Grazie al torneo il Country Time Club è conosciuto in tutto il mondo. Il rapporto con la Wta è stato sempre buono, abbiamo ricevuto giudizi positivi, stima, perfino affetto».

Nel 2019, il Palermo Ladies Open riparte con una rivoluzione vincente: «Ripartire ma in sicurezza economica - continua Palma -. Ci siamo riusciti e siamo stati i primi a escludere i contributi pubblici e a puntare sulle nostre forze. Gli enti pubblici oggi ci danno una mano a risolvere i problemi burocratici e noi in cambio facciamo promozione turistica del territorio e diamo una buona immagine della Sicilia. Siamo riusciti nell'obiettivo grazie anche all'impegno di un comitato d'onore e organizzatore di primo piano, con un

Una tradizione lunga trentadue edizioni il direttore Oliviero Palma: «Riportiamo lo sport alla normalità»



manager come Angelo Sajevo. Il giornalista Roberto Guelli, un professionista dell'immagine del livello di Pucci Scafidi, Alessandro Albanese e la Camera di Commercio e la Federtennis con il presidente Angelo Binaghi, l'ano Monaco prima e Gabriele Falpaccelli».

«Non è stato facile - dice Giorgio Cammarata, presidente del Country - perché ci sono 250.000 dollari soltanto di montepremi. Abbiamo vinto le nostre scommesse e adesso possiamo godere la serenità del torneo, la sua diffusione nel mondo attraverso la televisione e i buoni rapporti con la Wta».

Un torneo in salute tale da attirare sponsor nonostante le difficoltà economiche legate alla pandemia. «Abbiamo a fianco - prosegue Palma - tante aziende in grado di dare opportunità. Come la Gesapchei ha messo a disposizione la struttura dell'aerostazione. Oppure Telesia che fa entrare il torneo nelle aeroostazioni. Con la Federtennis abbiamo in comune l'obiettivo di rilanciare il tennis femminile. Le wild card concordate con la Fit hanno permesso a Bronzetti, Delai e Stefanini di fare una esperienza importante per la loro carriera».

Palermo ha ripreso il torneo, dopo la parentesi dell'affitto a Kuala Lumpur, con ottimi risultati.

«L'edizione del 2019 è stata bellissima. Il pubblico ha compreso il nostro messaggio, ci ha sostenuto e per la prima volta la voce biglietteria ha rivestito un ruolo importante nel bilancio, con quota 150.000 euro, l'equivalente di uno sponsor principale. Nel 2020 abbiamo organizzato il primo torneo nel mondo dopo il lockdown. Abbiamo coinvolto oltre 17 milioni di persone, incuriosite da capire come si poteva organizzare un torneo nonostante il Covid. È venuto un inviato dell'Equipe, ha scritto su di noi il New York Times. Il presidente della Regione Musumeci ha compreso i nostri sforzi permettendoci di aprire al pubblico anche se in modo limitato. È andata bene».

Interviene il presidente Giorgio Cammarata: «Abbiamo guadagnato credibilità internazionale scegliendo di organizzare il torneo mentre gli altri rinunciavano spaventati. Hanno creduto in noi gli sponsor e tutti coloro che hanno compiuto un abbonamento al buio, senza sapere quel che sarebbe successo. Sono grandi prove di fiducia. Di

conseguenza siamo sostenuti da sponsor di alto livello che credono in noi. Ci dicevano che eravamo folli a organizzare con le incognite della pandemia, poi il nostro sistema di monitoraggio e di sicurezza è stato preso a modello per gli altri tornei. Dietro questi risultati c'è un grande lavoro e l'accordo con il Policlinico. Ci mancano solo le tribune piene perché come è giusto, i posti sono limitati. Speriamo di vederle piene il prossimo anno».

Una edizione riuscita, nonostante la concomitanza con le Olimpiadi. «I Giochi di Tokyo - dice Palma - ci hanno penalizzato ma lo stesso sono venute le giocatrici più in forma del momento come Ruse che ha vinto il torneo di Amburgo e Samsonova, ottavi a Wimbledon e trionfante a Berlino. La cinese Zheng a diciotto anni può fare la stessa strada di Mary Pierce. Il pubblico ha apprezzato, un pubblico cordiale e sportivo come sempre».

Una delle novità è stata di alloggiare le giocatrici a Mondello: «Portare le tenniste in un albergo sul mare, l'hotel La Torre, è un punto di forza del torneo: le giocatrici, quando non devono giocare o allenarsi, preferiscono stare in albergo e

passaggiare a Mondello. Abbiamo ricevuto tanti complimenti per la location. Un motivo di attrazione turistica per la città: le tenniste parlano bene in giro per il mondo con le colleghe, gli sponsor, i coach».

Nonostante la pandemia, il torneo riesce a far quadrare i conti, condizione necessaria per costruire il futuro: «Grazie agli sponsor - conclude Palma - puntiamo a chiudere il bilancio a pareggio, in un anno ancora difficile. Nonostante la contrazione dell'economia tante aziende hanno creduto nella loro ripartenza investendo nel torneo. Noi in cambio restituiamo loro in termini di immagine, attrattiva, comunicazione, Peugeot, Veneta Cucine, Intesa Sanpaolo, Parmalat, Le Coq Sportif, Skin Labo, tutti meritano un encomio e vanno ringraziati. Il nostro è un veicolo di comunicazione che raggiunge tutto il mondo. In America siamo arrivati a 5 milioni di persone interessate al torneo. Le immagini arrivano sulle televisioni di 35 paesi. La telecronaca Rai si avvale di un ex tennista del valore di Paolo Canè e di un telecronista bravo e conosciuto come Marco Ficocchetti. Rai e Super Tennis coprono tutti gli incontri contribuendo a valorizzare il torneo».

INCLUSO NEL PREZZO
lavatrice e asciugatrice
o Smart TV 55" 4K

30 MESI A TASSO ZERO
(PIÙ 0,25 TASSO IVA)

Veneta Cucine
a Palermo

Via Notarbartolo 3 - Tel. 091 7772131
info@venetacucineviaotarbartolo.com

Finis e 30 mesi: prima rata 500 euro, importo finanziabile da € 1.000 a € 20.000. Esempio: € 8.000 (importo totale del credito) in 30 rate da € 266,67 TAN Fissa 0,00% TAEG 0,01%. Il TAEG rappresenta il costo totale del credito espresso in percentuale annua: importo totale dovuto € 8.000,10. IVA e Spese passano essere dovute da ora esclusivamente per effetto di arrotondamento bancario. Offerta valida dal 31/05/2021 al 31/08/2021. Messaggio pubblicitario. Per le informazioni personalizzate visitate sul punto vendita il documento "Informazioni europee di base sul credito ai consumatori" (EBC) o visita il sito venetacucine.com. Salvo approvazione Agor - Direzione S.p.A. VENETA CUCINE S.p.A. opera quale intermediaria del credito NCCN e aderisce

