

## La storia dietro l'ascesa inarrestabile del fenomeno del tennis Alex Eala

2026-09-02 14:00:50 di Matt Craig

URL:<https://forbes.it/2026/09/02/storia-fenomeno-del-tennis-filippino-alex-eala/>

**Alex Eala** è atterrata all'aeroporto internazionale Ninoy Aquino di Manila innumerevoli volte nella sua vita: tornando dai tornei giovanili di tennis quando era bambina, rientrando dalla Rafael Nadal Academy in Spagna da adolescente o semplicemente tornando a casa nelle Filippine durante la pausa della stagione Wta. Ma il fenomeno 21enne si è resa conto di quanto la sua vita fosse cambiata quando è arrivata lì lo scorso luglio. Ad accoglierla nel terminal c'erano una band dal vivo e migliaia di fan e, per la settimana successiva, ovunque andasse si scatenava il caos, tanto da rendere necessaria una scorta della sicurezza presidenziale per accompagnarla in ogni nuovo luogo. "Hai reso le Filippine così orgogliose", ha detto il presidente **Ferdinand Marcos Jr.** [durante un discorso in suo onore](#) al Palazzo di Malacañang, nella capitale. "Mostri le qualità più grandi e migliori dei filippini". Questa "Eala mania" si è diffusa durante l'estate anche in Nord America, dove migliaia di tifosi filippini hanno sventolato bandiere e fatto il tifo per lei a ogni tappa del circuito Wta. A Washington, D.C., dove il mese scorso ha conquistato il primo titolo in singolare della sua giovane carriera professionistica, il proprietario del D.C. Open **Mark Ein** [ha affermato](#) che oltre l'80% delle richieste di biglietti ricevute dal torneo riguardava le partite di Eala. "Capisco chi mi considera un modello e cosa rappresento", racconta Eala a Forbes pochi giorni prima dell'inizio degli **Us Open 2026 a New York**. "Penso che tutta questa esperienza, questo essere diventata una rappresentante così importante delle Filippine, mi abbia reso davvero consapevole di me stessa e mi spinga a voler essere la versione migliore di me". E, più concretamente, aggiunge: "Non penso che, personalmente, mi farebbe bene sottrarmi all'attenzione che sto ricevendo, cercare di contenerla o negarla". **LEGGI ANCHE:** ["Jannik Sinner è il tennista più pagato al mondo"](#)

### Oltre 5 milioni di dollari fuori dal campo

Dopotutto, essere un'eroina nazionale è qualcosa di travolgente. E, come la leggenda della boxe e suo connazionale **Manny Pacquiao** ha capito ormai da decenni, può anche essere molto redditizio. Oltre agli **1,7 milioni di dollari di premi** conquistati finora nel 2026, *Forbes* stima che Eala abbia guadagnato **più di 5 milioni di dollari fuori dal campo** negli ultimi 12 mesi, prima delle tasse e delle commissioni ad agenti e manager. Gran parte di questa cifra arriva da aziende con sede nelle Filippine. Considerando la sua traiettoria sul campo – attualmente è numero 18 del mondo – il potenziale di guadagno di Eala potrebbe essere esponenzialmente più alto negli anni a venire. "Sono molto fiducioso che entro il 2027 sarà la seconda atleta donna più pagata al mondo, dietro Coco [Gauff]", afferma **Max Eisenbud**, responsabile della rappresentanza dei clienti di Wme Sports e della sua controllata Img Tennis, che si è già trovato al centro di fenomeni simili rappresentando giocatrici come Gauff, Maria Sharapova ed Emma Raducanu. [Secondo le stime di Forbes](#), nel 2025 **Gauff** ha guadagnato **25 milioni di dollari** fuori dal campo, seguita dalla sciatrice freestyle cinese Eileen Gu con 23 milioni e dalla tennista Qinwen Zheng con 21 milioni. Le altre grandi stelle del tennis Aryna Sabalenka e Iga Swiatek hanno guadagnato, secondo le stime, 15 milioni di dollari ciascuna lo scorso anno.

### Eala può diventare una delle atlete più pagate al mondo

Il **gruppo Img di Eisenbud** ha iniziato a gettare le basi del successo commerciale di Eala quattro anni fa,

poco dopo la sua vittoria agli **Us Open Junior Championships del 2022**, che l'ha resa la prima tennista filippina a vincere un torneo del Grande Slam di qualsiasi categoria. Giovane, carismatica e capace di imporsi sulla scena mondiale, Eala aveva un evidente potenziale dal punto di vista del marketing, così l'agenzia inviò nelle Filippine l'agente Carter Lin per incontrare i brand del Paese. "I primi anni sono serviti ad andare lì e spiegare loro come funziona il mondo del tennis", racconta Lin. "Erano così abituati a Manny Pacquiao e molti dei suoi accordi ruotavano attorno a un grande evento".

## La strategia commerciale dietro il successo di Eala

Gli agenti di Eala, tuttavia, non erano interessati a campagne una tantum. Cercavano partner di lungo periodo e hanno presentato alle aziende la possibilità di ottenere un'esposizione globale per tutto l'anno attraverso i quattro tornei del Grande Slam. Eisenbud racconta che inizialmente ci fu un certo "sticker shock", uno stupore di fronte all'entità delle cifre richieste, ma ogni esitazione è svanita dopo il Miami Open del 2025, quando Eala ha sconfitto avversarie tra le prime dieci al mondo come **Madison Keys**, **Paula Badosa** e **Swiatek** durante una corsa fino alla finale che ha acceso l'attenzione dei media del tennis. Nelle Filippine, Paese con una fortissima passione per lo sport, il tennis è diventato rapidamente la nuova ossessione nazionale. "Sta letteralmente portando centinaia di milioni di nuovi fan al tennis", afferma [l'ex numero uno al mondo Andy Roddick](#), che ha intervistato Eala a marzo nel suo podcast Served. "Di solito ci si preoccuperebbe per una persona così giovane che deve gestire tutto questo. Sono contento che sia lei, per la sua maturità e per la capacità di esserne consapevole, senza ignorarlo, ma sapendo anche che tutto questo non fa entrare il tuo dritto in campo".

## Da numero 140 al mondo alla top 20

E passare dalla posizione numero 140 prima di Miami nel 2025 alla top 20 alla vigilia degli Us Open di quest'anno è importante, perché la maggior parte dei tennisti ottiene gran parte dei propri guadagni fuori dal campo attraverso accordi di abbigliamento che legano i compensi alla posizione nel ranking di fine anno e a bonus legati alle prestazioni. Eala ha da tempo un rapporto con **Nike**, che prima di Wimbledon dello scorso anno ha realizzato per lei un regalo speciale: un elastico per capelli a forma di sampaguita, il fiore nazionale delle Filippine, accompagnato da un messaggio motivazionale in tagalog: "Kung may tinanim, may aanihin". Ogni sogno comincia da un seme. Quest'anno Nike ha aggiunto una T-shirt con la sampaguita alla linea di merchandising dedicata a Eala e la scorsa settimana ha presentato [un nuovo completo per gli Us Open](#). I guadagni di Eala sono ancora più sicuri grazie ai marchi filippini. **Globe Telecom**, dove sua madre ha recentemente ricoperto il ruolo di chief financial officer, e **Bank of the Philippine Islands (Bpi)** hanno rinnovato all'inizio del 2026 accordi quadriennali che le garantiscono complessivamente oltre un milione di dollari all'anno per comparire con delle patch sulle maniche o sul petto del suo completo Nike. Quello è ormai il prezzo di partenza per qualsiasi marchio voglia lavorare con lei, afferma Eisenbud, convinto inoltre che Eala sia una delle rarissime atlete che un giorno potrebbe costruire un'attività di licensing molto importante, guadagnando una percentuale su ogni acquisto di prodotti che riportino il suo nome o la sua immagine. E i prodotti non devono necessariamente avere a che fare con il tennis. Quando è arrivata a New York questa settimana in vista degli Open, Eala, che ha chiaramente una grande passione per la moda, è stata vista indossare diversi articoli di lusso, tra cui una borsa **Chanel**, un bracciale **Hermès** e un orologio **Cartier Tank**. "Si può tranquillamente dire che, nelle Filippine, le basta respirare", afferma Eisenbud. "Potrebbe non vincere mai più una partita di tennis: lì è incredibilmente famosa".

## Dalle Filippine alla Rafael Nadal Academy

Nata da due dirigenti d'azienda senza alcuna esperienza nel tennis, appena fuori Manila, a Quezon City, un luogo privo di una tradizione tennistica, Eala è stata avvicinata **allo sport a 4 anni dal nonno**, che aveva imparato a giocare da autodidatta. È cresciuta giocando insieme al fratello maggiore su un campo realizzato con conchiglie frantumate, sabbia e un po' di terra battuta, mostrando infine un talento sufficiente perché entrambi fossero invitati a trasferirsi alla **Rafael Nadal Academy**, rispettivamente a 13 e 16 anni. Suo fratello Miko avrebbe poi giocato alla Penn State, proprio mentre Eala iniziava ad affermarsi nel circuito

professionistico. Adattarsi alla nuova fama non è sempre stato facile, racconta Eala. Certo, il denaro le permette di offrire belle cene agli amici e voli in business class ai suoi allenatori e preparatori durante gli spostamenti tra i tornei, ma mentalmente cerca di convincersi che il sostegno dei tifosi a ogni evento "non abbia molto a che fare con me", per quanto possa sembrare assurdo. "Quando ho iniziato a diventare famosa su questa scala, non volevo davvero accettare che stavo diventando una persona famosa, perché non volevo che mi desse alla testa; non volevo che avesse un impatto sul mio tennis o sulla mia routine", racconta. "Ma ho dovuto accettare che fa parte del mio lavoro, fa parte della mia vita e fa parte della mia esperienza".

## Un business costruito intorno al tennis

Anche avere un portafoglio commerciale fortemente centralizzato aiuta a mantenere questa concentrazione. Eala può gestire in blocco gli impegni con i brand, con viaggi di una settimana nelle Filippine due volte all'anno – una in estate e una in inverno – durante i quali dedica **una giornata a ciascuno sponsor** per la produzione di contenuti o attività promozionali. Anche se quella settimana può trasformarsi in un vero tour de force, soprattutto quando, come quest'estate, è accompagnata da folle rumorose, questo calendario le permette di evitare di partecipare ad attivazioni dei brand durante la preparazione ai tornei. I giocatori americani, al contrario, hanno solitamente agende fittissime nella settimana degli Us Open. E considerando la numerosa comunità filippina di New York, in particolare nel Queens, Eala può aspettarsi un sostegno pari o **persino superiore** a quello riservato a qualsiasi stella americana del tennis a Flushing Meadows. Le sue partite saranno probabilmente disputate negli stadi più grandi del torneo e persino gli allenamenti – il momento in cui Eala dice di voler "**mostrarsi vulnerabile**" e lavorare sui propri punti deboli – sono diventati un altro palcoscenico sul quale deve esibirsi. Oltre ai tifosi che si accalcano intorno al campo per guardarla, le **dirette streaming** delle sue sessioni di allenamento hanno raccolto quasi 100mila visualizzazioni su [YouTube](#). Per fare un confronto, gli allenamenti degli altri migliori giocatori sono fortunati se arrivano a 10mila visualizzazioni. "Una cosa a cui ho dovuto abituarmi è che praticamente tutto ciò che faccio è sotto gli occhi del pubblico", racconta. "Non è che non abbia più privacy, ma ora ne ho un po' meno".

## Gli Us Open possono trasformarla in una superstar globale

Questo sarà particolarmente vero agli Us Open, dove il pubblico può essere rumoroso e i grandi sponsor affollano i palchi riservati. Se Eala riuscisse ad arrivare fino alle fasi finali del torneo, potrebbe rapidamente passare dall'essere un'eroina nazionale a diventare **una superstar internazionale**. Ancora più importante, un grande risultato la avvicinerebbe all'obiettivo che aveva iniziato a sognare quando imparava a giocare a tennis su un campo da basket riconvertito nelle Filippine, immaginando che fosse il Centre Court di Wimbledon o l'Arthur Ashe Stadium degli Us Open: **diventare la numero uno al mondo**. "È davvero surreale vivere tutto questo nella realtà, perché l'ho immaginato per così tanto tempo", racconta Eala. "Più vivo questi tornei, più mi rendo conto di quanto sia difficile raggiungere questi obiettivi e, più divento brava, più la montagna diventa ripida. Quindi sto semplicemente cercando, giorno dopo giorno, di scalare quella montagna".