

(La Repubblica - M.Pinci) Roma będzie miała nowego sponsora. Sprawa krążyła w przestrzeni od dawna, teraz jest już dokonane, albo prawie: na koszulkach Giallorossich zagości w tym sezonie Turkish Airlines, tureckie linie lotnicze, sponsor koszykarskiej Euroligi.

Będzie to poważny kontrakt, choć na warunkach dużo niższych niż chciała Roma, który, nie licząc niespodziewanego zerwania umowy, zapełni pustkę, która trwała od ponad dwóch lat: ostatnią firmą, która zajmowała miejsce na strojach Romy był w 2013 roku Wind.

Pierwsza próba pochodzi sprzed półtora roku, z epoki gdy była duża różnica w wycenie marki Romy: Pallotta uznał ofertę za zbyt niską - 5 mln euro plus 1 mln bonusów w stosunku do 13-15 mln żądań - i do niczego nie doszło. Dwa-trzy miesiące temu kontakty zostały ponowione i Giallorossi mogli ponownie negocjować z turecką grupą. Roma zmieniła w międzyczasie strategię, po dwóch latach straconych na ocenach, co kosztowało Seana Barrora posadę, decydując się na rozdzielenie, co potwierdził Pallotta, sponsorowania koszulek i praw do nazwy stadionu.

Do kasy Romy trafi z tej umowy 7 mln euro za rok: mniej, dużo mniej niż zarabiają Milan i Juve (17 mln), ale również Inter (12 mln) i Napoli (10 mln). W każdym razie liczba może wzrosnąć poprzez bonusy.

Autor: abruzzo