

**(Corriere dello Sport - R.Maida) Na górze jest zawsze Totti. Nikt nie sprzedaje się jak on. Co więcej: żaden piłkarz Romy nie sprzedaje się w połowie tak jak on, niezależnie od granych minut, co ogłosił klub, podliczając koszulki sprzedane w lutym. To samo było jednak wcześniej i nikt nie może być zaskoczony.**

To kwestie merchendingu, sektora, który nie został jeszcze rozwinięty w Trigorii, ale wzmocniony przez sponsora technicznego: na koniec poprzedniego sezonu ogólna liczba koszulek wszystkich graczy kadry sprzedanych przez Nike odpowiada mniej więcej sumie sprzedanych koszulek Tottiego. Ogólnych liczb nie ujawniono, ale procentowo rozkłada się to 50 na 50: połowa koszulek Tottiego, połowa reszty graczy i ogólny przychód w wysokości 5,5 mln euro. Biorąc pod uwagę legendę piłki, Francesco Totti jest marką funkcjonującą jeszcze bardziej niż się wydaje. Nie jest to paradoks, ale dowód psychologiczny: zbliżając się do daty pożegnania z boiskiem, wszyscy pasjonaci interesują się fenomenem, starając się zdobyć cenną pamiątkę po legendzie. W poprawie sprzedaży uczestniczyło też ostatnie wylądowanie Tottiego w świecie portali społecznościowych: dzięki Twitterowi i Facebookowi jego popularność wzrosła o 15-20 procent. Koszulki Tottiego są kupowane na różne sposoby, z Chinami, które dokonują wielkiej ekspansji wśród importerów. Naturalnie sieć internetowa jest najwygodniejszym narzędziem do zakupu, ale siatka dystrybucji obejmuje też oficjalne sklepy Romy, niektóre sklepy z artykułami sportowymi i koniec końców, wszystkie sklepy Nike na świecie. Gdy chodzi o pokazanie koszulki Romy w witrynie sklepowej, z powodów promocyjnych na manekinach leży zawsze i tylko numer "10".

W Trigorii nikt się nie obraża. Jak można wejść w rywalizację z legendą? Na podium lutego srebrny medal otrzymał Radja Nainggolan, idol kibiców Romy, uwielbiany również w Indonezji. Według Nike na wzrost ma wpływ świetna gra w 2017 roku i sympatie personalne. Trzeci jest z kolei drugi kapitan, Daniele De Rossi, który wyprzedza trzeciego rzymianina w kadrze, Alessandro Florenziego, mimo że kontuzje oddaliły go od zespołu od października. Ciekawa jest z kolei klasyfikacja El Shaarawyego i Dzeko: więcej sprzedaje niepewny w grze Włoch, niespodziewanie piąty, niż bośniacki najlepszy strzelec drużyny, szósty w zestawieniu. Z graczy pierwszego składu poza dziesiątką są Ruediger, Fazio, Bruno Peres i Emerson. Nie licząc Szczesnego, w przypadku którego istnieje jednak powód techniczny: Nike, z powodów precyzyjnej polityki, nie sprzedaje publicznie koszulek bramkarzy.

Autor: abruzzo