

(Il Tempo - A.Austini) Małymi krokami, czekając na wydłużenie. Zarząd Romy zatwierdzi dziś sprawozdanie finansowe na 30 czerwca, z wynikiem ekonomicznym ujemnym na 42,6 mln euro, aby przedstawić go następnie akcjonariuszom, 26 października, gdy dojdzie też do podwyższenia kapitału do maksimum 120 mln euro.

Nowe straty są spowodowane w szczególności brakiem uczestnictwa w Lidze Mistrzów w poprzednim sezonie, co spowodowało spadek przychodów poniżej progów 200 mln euro. To szorstkie porównanie z rekordowymi obrotami Juventusu - 562 mln euro, wliczając zyski kapitałowe - i aby zmniejszyć dystans, nie wystarczą (i nie pomogą pod względem technicznym) sprzedaże w mercato. W oczekiwaniu na budowę stadionu Tor di Valle, próbuje się uzyskać dochody ze sponsora i różnej współpracy. Po odnowieniu porozumieniu z grupą San Raffaele, do 2019 roku, nowy sztab handlowy, prowadzony przez Lucę Danovaro, ogłosił wczoraj już aktywowane na starcie sezonu porozumienie z niemieckim domem mody Hugo Boss, który w roli "partnera mody" będzie ubierał zespół Giallorossich przez dwa lata, po czterech latach umowy z Philipp Plein. To ruch związany z restylingiem klubu, który liczy na zdobycie w najbliższym czasie nowych sponsorów.

Od prawie pięciu sezonów brakuje głównego sponsora, do umieszczenia na koszulkach pierwszej drużyny i Pallotta cały czas sonduje wszystkie rynki. Aby zrozumieć z firmą jakiego profilu chce się złączyć Roma, warto opowiedzieć o kulisach z lata 2016 roku. Przy okazji sparingu rozgrywanego z Liverpooliem w Saint Louis, Pallotta spotkał się z szefami Enterprise, jednej z największych wypożyczalni samochodów na świecie: prezydent zaoferował firmie, która ma siedzibę właśnie w Saint Louis, umowę głównego sponsora, ale napotkał na blokadę drogową. Roma żąda teraz 12-13 mln euro za rok i kontynuuje poszukiwania. Oczekuje się konkretnych rezultatów.

Autor: abruzzo