

(Il Tempo - A.Austini) Imię dla Trigorii. Do umieszczenia, być może, także na koszulkach treningowych. O tym i o wielu innych rzeczach rozmawiano w ostatnich dniach na spotkaniu w Bostonie, gdzie Pallotta przyjął dyrektorów, Fiengę, Calvo i Zubirę, aby przeanalizować różne sektory "korporacji" Roma.

Sprzedaż praw do nazwy centrum sportowego sponsorowi jest jednym z priorytetów w strategiach Giallorossich, możliwym źródłem przychodów, aby zwaloryzować "przestrzeń", która w tej chwili przynosi zero, podążając za tym, co rozpoczęły Inter i Sassuolo. Z zasadniczą różnicą: w przypadku "Suning Training Center" i "Mapei Football Center" pieniądze przychodzą bezpośrednio od właścicieli klubów, z kolei Pallotta szuka sponsora zewnętrznego. Od miesiący trwają rozmowy z potencjalnymi firmami odnośnie różnych sektorów, w poprzednim roku, dla przykładu, rozmawiano z Huawei, ale negocjacje z chińską firmą telekomunikacyjną zostały zerwane.

Nowością jest to, że teraz Roma za zamiar zaoferować pakiet sponsorowi, który zamierza połączyć swoją markę z centrum "Fulvio Bernardini" i jednocześnie koszulka treningową, która pozostała pusta po anulowaniu kontraktu z Betway, co stało się wymuszone z powrotu Dekretu Godności. Firma bukmacherska płaciła 4,5 mln euro do 2021 roku z opcją przedłużenia na kolejny sezon za 6,5 mln. Teraz Giallorossi oczekują oferty około 6-7 mln euro za sezon za pakiet praw do nazwy i koszulek, z możliwością poszerzenia go o szereg dedykowanych inicjatyw, w średnio-długim kontrakcie co najmniej 5 lat: to minimalny czas na przekształcenie w głowach publiki nazwy centrum sportowego. Nie ma sensu konfrontować tego z 16,5 mln euro za rok, które Suning płaci Interowi. Przy nazwaniu centrum treningowego Pintetina i pokrycia sponsorem koszulki treningowej, chiński właściciel gwarantuje ogółem górę pieniędzy, które w różnych umowach przekraczają w budżecie Nerazzurich 100 mln euro. W tej chwili nawet Juve i Milan nie zmieniły nazw Continassy i Milanello, mimo że ta ostatnia została "omarkowana" partnerami klubu, Emirates i Pumą.

Roma szuka też sponsora na rękawki, który przyniósłby kasie kolejne 3-4 mln euro za sezon. O zupełnie innych liczbach mówi się, jeśli chodzi o prawa do nazwy nowego stadionu. Pallotta przyjął już serie zainteresowań, w tym z Qatar, który w międzyczasie, po tym jak został sponsorem głównym, może też nabyć prawa do koszulek treningowych (ale nie nazwy Trigorii). Projekt stadionu Tor di Valle jest bliski punktu zwrotnego: do końca przyszłego tygodnia powinien pojawić się projekt konwencji urbanistycznej miasta, który powinien zostać skonfrontowany z tym Romy, ustalony w ostatnich szczegółach (ma się nadzieję, że w małych) i potem poddany głosowaniu, w nadziei na rozpoczęcie prac latem 2020 roku.

O zupełnie czym innym myśli Fonseca, który jutro oceni kondycję obolałych. Dzeko pozostaje pod znakiem zapytania na Genuę, to samo Under. Perotti rezerwuje miejsce na ławce, Florenzi w pierwszym składzie, aby zrobić przykrość Ranieriemu, który stał się wczoraj oficjalnie trenerem Sampy.

Autor: abruzzi