

(II Romanista - P.Torri) Prawa telewizyjne i bilety. Gdy mierzy się z kwestią szkód ekonomicznych, z którymi będą musiały się zetrzeć kluby, w konsekwencji tragedii, którą przeżywamy, brak możliwości zagwarantowania przekazów telewizyjnych i zerowa sprzedaż biletów, zajmują dwa pierwsze miejsca w tej klasyfikacji, która jednak, jakkolwiek ją ułożysz, będzie miała znak ujemny. Pomyślmy o naszej Romie. Dla przykładu o kontaktach ze sponsorami, którzy, wobec całkowitego zablokowania aktywności sportowej i tym samym wyeliminowaniu widoczności swoich marek, mogą w pewien sposób zakwestionować umowy ekonomiczne podpisane w kontraktach, które w niektórych przypadkach są wieloletnie. Jest ryzyko, podsumowując, że może wpłynąć mniej pieniędzy również ze strony ekonomicznych partnerów klubu Giallorossich? Na dziś odpowiedź brzmi: nie. Mówimy to, gdyż taką odpowiedź dali Romie wszyscy sponsorzy.

Odpowiedź, która przyszła do klubu Giallorossich bezpośrednio w trakcie telekonferencji, do której doszło w poniedziałek w siedzibie przy Tołstoja. Ze strony Romy uczestniczyli CEO Gudino Fienga, numer jeden handlu i marketingu Francesco Calvo i odpowiedzialny za sektor handlowy i administracyjny, Giorgio Brambilla. Z drugiej strony ekrany udział brali wszyscy przedstawiciele niemałej rodziny partnerów Romy. Czyli: główni sponsorzy Qatar Airways, Hyundai, Nike, pierwsi dwaj z umowami do 2021 roku, trzeci do 2023; partnerzy Premium: Sky, Linkem, Natalucci & Partners, Frecciarossa, Man Power Group, CB Cashbackworld; Oficjalni partnerzy: La Molisana, Kimbo, Trentino, Tombolini, Algida, San Raffaele, Gazzetta dello sport, Socios.com, Fxoro, Easports; techniczni partnerzy: Peroni, Facile ristrutturare, Italia camp, Gatorade, Sixtus.it, Vivaticket, Roma est, Sparco; partner medialny: Dazn.

28 marek, które mają porozumienia partnerskie z klubem Giallorossich było w całości obecnych w czasie poniedziałkowej wideokonferencji. Było to spotkanie naznaczone serdecznością i dostępnością. Żadnej ze sponsorów nie zgłosił problemów ekonomicznych. Wszyscy rzecz jasna zasięgaliby informacji na temat tego jak będzie mógł wyglądać przyszły wizerunek naszej piłki, podsumowując czy i kiedy wystartuje nasza liga. To odpowiedź, której oczywiście Roma dać nie mogła. Prawdą jest jednak też, że Giallorossi chcieli spotkania, aby podkreślić sponsorom swoją dostępność do wyjścia naprzeciw potrzebom każdej marki. Wszyscy zostali zapewnieni co do zobowiązań zawartych w umowach, choć nie przewidują one żadnych rekompensat przy nieprzewidywalnych i nadzwyczajnych sytuacjach, jak ta, którą przeżywamy. Giallorossi poinformowali też swoich partnerów, że oceniają serię inicjatyw na najbliższe dwa miesiące, aby móc w jakiś sposób zmniejszyć szkody wywołane brakiem gry w rozgrywkach, brakiem meczów i tym samym relacji telewizyjnych.

Kierownictwo przy Tołstoja przyjęło z dużą satysfakcją, że, ze strony sponsorów, nie ma żadnego rodzaju lamentów, przeciwnie wola odnowienia ducha współpracy. Zagwarantowano też zamiar, w przypadku umów, które wygasną 30 czerwca (o ile

nie zostaną odnowione, ta z Frecciarossa została już przedłużona do 2022 roku), że zatrzymanie współpracy będzie mogło opóźnić się o kilka miesięcy, niezbędnych do spełnienia zobowiązań podjętych w momencie podpisów. Roma zaproponowała też swoim partnerom, aby przestali w najbliższych tygodniach do klubu projekty użytecznych inicjatyw. Inicjatyw, w których, co zostało sprecyzowane, nie mogą brać rzecz jasna udziału piłkarze. Trzeba powiedzieć, że również w tym momencie do Romy wpłynęła propozycja, która dotyczy jej graczy. Program Sky Catellana, dla przykładu, pytał o obecność jednego z graczy Giallorossich w studiu w Mediolanie, aby nagrać program. Musimy wam mówić jaka była odpowiedź Romy?

Koronawirus w przypadku Romy zastopował jedne negocjacje (sektor żywieniowy), które były bliskie zakończenia z nowym sponsorem. Doszło niema do podpisów, ale wszystko zostało zablokowane. I przeciwnie, w kryzysie, który przeżywamy, Giallorossi mogą sprowadzić z powrotem starego sponsora. Czyli Betway, firmę bukmacherską, z którą klub został zmuszony zerwać umowę z powodu zakazu reklamowania przedsiębiorstw bukmacherskich. Teraz, wśród próśb, które piłka włoska zwróci do rządu, z celem ograniczenia liczb kryzysu, będzie też przywrócenie zielonego światła firmom, które zajmują się zakładami sportowymi. Roma w przypadku Betway posiada uprzywilejowany kanał. Możemy założyć, że rząd powie "tak"?

Autor: abruzzo