

(II Tempo - A.Austini) Powolna rewolucja. Coś jednak się rusza. Nowym nazwiskiem do dyrekcji sportowej Romy jest John De Jong, aktualny dyrektor PSV Eindhoven: zgodnie z informacjami, które pochodzą z Holandii, 43-letni menadżer został umieszczony przez Friedkina na krótkiej liście trzech kandydatów, razem z Luisem Camposem, który jednak ma trudności by uwolnić się od Lille.

To młody menadżer, który odpowiada CV nakreślonemu przez Teksańczyków: wybór człowieka, któremu zostanie powierzony obszar sportowy powinien zostać ogłoszony na przestrzeni tygodni, jeśli nie dni. Tymczasem dziś Roma jest wciąż podobna do ostatniej wersji, którą zostawił Pallotta. Friedkin ma zamiar podzielić klub na dwa duże obszary: biznesowy i sportowy. W przypadku pierwszego zatwierdzeni zostaną jako ludzie z mocnymi pozycjami CEO Fienga i Calvo, który jest aktualnie COO (dyrektor operacyjny), ale w praktyce pełni już zadania dyrektora generalnego klubu, posady, którą nie jest wykluczone, że otrzyma też formalnie.

U ich boku będzie pracował od stycznia Stefano Scalera, zaangażowany w prace w ministerstwie do grudnia, ale już z porozumieniem z Friedkinem, by zajmować się relacjami z rzymskimi instytucjami, zaczynając od tych potrzebnych przy złożonym projekcie nowego stadionu. Podczas zbliżenia między dwoma właścicielami stracono kolejny czas i finalne zatwierdzenie projektu kieruje się ku kolejnemu przesunięciu na czas po wyborach nowego burmistrza: Region, z powodów wyborczych, nie ma żadnego zamiaru odblokowywać aktualnego pata biurokratycznego, dając Raggi zwycięską kartę w wyścigu do ratusza. Kolejną datą jest zatem jesień 2021 roku, dla projektu, który za każdym razem jest odsuwany na niewiadomą datę z jakiegoś powodu.

Tymczasem Friedkin szuka współników, aby móc dołączyć ich do inwestycji, gdyż ustalone podniesienie kapitału pójdzie na pokrycie już stworzonych przez klub strat. Na ten moment woli nie zmieniać planów i poprosił Fiengę i Calvo by prowadzili dalej już rozpoczęte strategie. Mówiąc, że awans do Ligi Mistrzów pomógłby w niemałym stopniu odetchnąć rachunkom, pracuje się nad sponsorem. Na ten sezon podpisano sześć nowych kontraktów (Iqoniq, jako sponsor na rękawkach płaci ponad 2 mln euro, dalej doszły Tiscali, Edison, Chipper Cash, Konami i Why Sport), FKORO powiększyło swoje wkłady ekonomiczne i ósme porozumienie z "partnerem lokalnym" jest bliskie ogłoszenia.

Najpoważniejszy "mecz" rozgrywany jest w przypadku sponsorów na koszulkach i technicznego. Wygasają umowy Qatar Airways i Hyundai i na ten moment nie ma atmosfery ich odnowienia. Po zerwaniu z Nike jest coraz mniej czasu by wyprodukować stroje na kolejny sezon. Roma przygotowała się już na sezon bez marki, ale w międzyczasie negocjuje z New Balance kontrakt bardzo podobny do wymiany towarowej: amerykańska firma zapłaciłaby nieco ponad 2 mln euro plus opłaty licencyjne, ale od ceny należałoby odliczyć dostawy.

Tymczasem jest nowy szef obszaru prawniczego (CLO), prawnik Lorenzo Vitali i w

trakcie są oceny media center: wraz z kończąca się umową ze Sky pojawi się mniej zasobów i kanały Giallorossich mocno się zmienią.

Autor: abruzzo