

Mauro Baldissoni udzielił wczoraj wywiadu dla *Radio Radio*, w którym mówił po trosze o wszystkich, o stadionie, o kibicowaniu, o celach na sezon i o mercato.

Bardzo ważny dzień dla kibiców Romy.

- Wczorajszy dzień [czwartek -wyj.red.] był dniem, który będzie ważny w krótkiej historii Romy pod tym przywództwem. Jak wiecie, pracujemy, aby napisać małe kawałki historii i wczorajszy dzień był ważny, to dopiero pierwszy krok. Wciąż znajdujemy się w procesie planowania, czekamy na zatwierdzenie szczegółów. Wczoraj zamknęliśmy pierwszą fazę, która zawierała zamknięcie ram polityczno-kontraktowych z administracją dotyczących obowiązków. Wciąż jest wiele do zrobienia.

Przechodzie teraz do etapu technicznego?

- Wciąż istnieją tysiące szczegółów, które muszą zostać sprawdzone i poprawione. Projekt polityczno-ekonomiczny został zdefiniowany, a to pozwala nam myśleć, że następny krok będzie równie pozytywny.

Wybór miejsca?

- Jednym z najbardziej charakterystycznych elementów tego procesu jest przejrzystość, zrozumienie pełnej otwartości w zakresie wyboru miejsca. Pamiętam, kiedy zaczęliśmy otrzymywać oferty z różnych stron, z Markiem Pannesem, dwa lata temu i odwiedziliśmy najlepsze miejsca w mieście, które były na liście. Zwiedzaliśmy odległe zakątki miasta, znajdując obszary, które nie zostały wykorzystane.

Jak widzisz swoje 30 lat jako kibica?

- Zacząłem chodzić na stadion z moim ojcem. Moje pierwsze wspomnienie z Olimpico? Powódź kolorów, dźwięków i zapachów przed meczem, wszystkie flagi stojące na Monte Mario - te wspomnienia będą zawsze ze mną. Jest wiele historii, o których myślę. Chodzenie na stadion z rodziną jest najbardziej fantastyczną rzeczą.

W jakim punkcie budowy Romy znajdujemy się teraz?

- Chcę powiedzieć, że inicjatywy, które chcielibyśmy przedstawić, zostały zakończone szybciej w porównaniu do naszych oczekiwań. Wiemy jednak, że znajdujemy się dopiero na początku procesu. Pracujemy każdego dnia, aby poprawić usługi dla naszych kibiców i ogólny profesjonalizm, który powinien wyrażać na co dzień każdy obszar klubu. Każda mała rzecz pomaga stworzyć klub mocniejszym i być zdolnym do konkurowania z najlepszymi na świecie. Jeśli klub to robi, tak samo będzie robić drużyna, co jest tego następstwem.

Cele na sezon?

- Chcemy rywalizować i jesteśmy do tego gotowi. Przez rywalizację mam na myśli próbę wygrywania. Drużyna, którą zbudowaliśmy, jest w stanie rywalizować, ale nasz projekt jest długoterminowy. Pracujemy nad tym, aby być konkurencyjnymi dziś i jutro, co jest być może trudniejszym celem, jednak Walter Sabatini jest w tym najlepszy ze wszystkich.

Wciąż jest optymizm po losowaniu Ligi Mistrzów?

- To nie optymizm, ale świadomość. Celem był powrót do Europy, a granie tam oznacza rywalizację z najlepszymi. Wiedzieliśmy, że znajdziemy się w czwartym koszyku. Niestety jest, że Bayern i Manchester zostały wylosowane przeciwko takiej drużynie jak Roma. Znaleźliśmy się w grupie mistrzów, ze zwycięzcami lig w Anglii, Niemczech, Rosji. To najtrudniejsza grupa w rozgrywkach, ale jest trudna, ponieważ jesteśmy tam także my.

Liczy w mercato? Zostaliście nazwani królami polowania.

- Dane nigdy nie są prawidłowe, gdyż bierze się pod uwagę tylko kilka elementów, jak dla przykładu koszt transferu z jednego klubu do drugiego. Są jednak inne elementy, które my, jako kierownictwo, musimy brać pod uwagę w końcowym budżecie. Wybory są jednak zawsze techniczne i odpowiadają na to, co możemy wziąć z budżetu na transfery. Nie robimy niczego szczególnego lub cudownego, pracujemy z zasobami, które mamy i staramy się wydać je najlepiej jak umiemy, wybierając najlepszych graczy dla naszego projektu. Myślę, że to działa, mamy wiele zaufania do naszej kadry. Lubię patrzeć na graczy w ten sposób, a nie finansowy. Nazywanie najlepszymi na rynku transferowym nic nie oznacza, jedynie wyniki na boisku określają to, co się osiągnęło.

Roma pracuje nad głównym sponsorem?

- Jest zespół, który nad tym pracuje, z dodatkową ambicją znalezienia partnera, który nie znajdzie się jedynie na koszulkach, ale będzie mógł zostać związany również z wizerunkiem nowego stadionu. Jest kilka rzeczy, które zostały ocenione, celem jest związanie się z firmami, które będą cieszyć się i korzystać z infrastruktury, która będzie budowana. Tylko w zeszłym sezonie Roma nie miała sponsora na koszulkach i to dlatego, że wartość Romy rośnie. Pytamy rynek o rozpoznanie aktualnej wartości. Jesteśmy pewni siebie, gdyż widzimy już, że rynek jest gotowy do rozpoznania tej wartości.

Autor: abruzzo