

W czasie kiedy kibice emocjonują się możliwymi wzmocnieniami kadry, nowe osoby nadchodzą, by zasilić - jak przekonują dziennikarze - także kierownictwo Romy. Wczoraj Roma oficjalnie zatrudniła dwie osoby: Nico Lopeza (do 2016 roku) oraz Christopa Winterlinga.

Wygląda więc na to, że Christoph Winterlinch już niedługo osiedli się w Trigorii. Znany niemiecki manager ma zostać dyrektorem handlowym klubu i zajmować się będzie działalnością marketingową całej grupy. Winterling (39 lat) przez trzy lata (2009-2011) był szefem działu marketingu sportowego w Adidas Italia i dał się poznać jako sprawny i skuteczny profesjonalista. Na zebraniu zarządu AS Romy 30 stycznia Winterling zostanie oficjalnie ogłoszony dyrektorem handlowym i od razu zabierze się do pracy.

Ale projekty amerykańskiej grupy nie kończą się na tym. Jak zapowiadał Pallotta, planów jest wiele. Poza odnową marketingowej strategii, pierwszoplanowym celem pozostaje budowa stadionu klubowego. Szacowany czas do jego otwarcia to około 4 lat. Obiekt ma mieć maksymalnie 50 tysięcy miejsc i wykorzystywać najnowsze technologie (m.in. wielkie ekrany do prezentowania powtórek goli oraz – oczywiście – reklam). Stadion ma stanowić część projektów, którymi Rzym zaprezentuje jako kandydat do organizacji Igrzysk Olimpijskich w 2020 roku.

W międzyczasie przeprowadzona ma zostać częściowa modernizacja Trigorii, polegająca przede wszystkim na budowie drogi dojazdowej oraz parkingów, żeby umożliwić kibicom obserwowanie treningów drużyny. To kolejny punkt polityki otwarcia na fanów, do której należą także planowane nowsze i nowocześniejsze rozwiązania w zakresie sprzedaży biletów z możliwością ich zakupu już w momencie ogłoszenia kalendarza rozgrywek. Taki system sprzedaży ma być testowany już od początku nowego sezonu.

Poczynając od lata, zespół zacznie też promocję za oceanem. Czy raczej za oceanami. Przewidziano serię promocyjnych tournée w USA i w Azji, aby pozwolić kibicom rozsianym po całym świecie na zbliżenie do klubu oraz przyciągnąć nowych fanów. W Stanach Totti jego koledzy mają się zaprezentować w największych świątyniach baseballu (jak zmienić boisko do baseballa w prostokątną murawę piłkarską, wiedzą chyba tylko Amerykanie).

A co z samą kadrą piłkarską? Docelowo zespół ma się składać z największych talentów na świecie. Ale nie będziemy ich kupować, tylko wychowywać u siebie – przekonują właściciele. To jest właśnie *american dream*.

Autor: kaisa