

(Gazzetta dello Sport - D.Stoppini) 15 mln euro za sezon, tyle żąda James Pallotta za napisanie czegoś na koszulkach. Nie jesteśmy (jeszcze) przy negocjacjach, jednak rozpoczęły się zapytania z geograficznego obszaru ogromnie zainteresowanego włoską piłką.

Spotkania, rozmowy, wyrażenie zainteresowania: po pojawieniu się na stadionie, kilku chińskich przedsiębiorców kontaktowało się z dyrektorem marketingowym Romy, Laurentem Colette. Ideą jest zaangażowanie azjatyckich przewoźników, być może przyciągniętych równoległą inwestycją na Fiumicino. Pojawiła się nazwa China Southern Airlines. To odpowiedni profil, choć niektóre wskazówki prowadzą (również) w innym kierunku, do firmy Hainan Airlines, która negocjowała ostatnio również z Interem w sprawie stania się głównym sponsorem, z dwucyfrową ofertą.

Obydwie firmy otworzyły nowe połączenia z Fiumicino do Chin. I to na ten kierunek chce naciskać Pallotta. Próbuje dobić targu, który do tej pory nie wyszedł. Klub odrzucił, niecały rok temu, 8 mln euro za sezon z Turkish Airlines. To nie były żądane 15 mln euro, ale z pewnością najwyższa oferta, jaka wpłynęła do amerykańskiej Romy. Zwłoka, aby nie zdewaluować marki Romy jest strategią, ale też ryzykiem. Chyba, że spotka się odpowiednich Chińczyków w odpowiednim czasie.

Autor: abruzzo