

El futuro de Valentino Rossi y su ubicación para 2013 lleva camino de convertirse en el culebrón de la década. Cuando parecía que las promesas de Audi, el nuevo propietario de Ducati, y una oferta económica calificada por el propio piloto de "irresponsable", iban a garantizar la continuidad de Valentino en la marca de Borgo Panigale, parece que una nueva variante en la ecuación podría dar un vuelco inesperado al futuro del campeónísimo.

Phillip Morris, la multinacional tabaquera que patrocina, por medio de su marca Marlboro, a Ducati, ha entrado en escena de forma contundente. Este pasado fin de semana, en Mugello, ha estado el Vicepresidente Global de Comunicación y Promoción de Phillip Morris Internacional, Maurizio Arrivabene, el hombre que controla el patrocinio de la marca Marlboro a nivel mundial, lo que incluye, entre otras, Ferrari y Ducati.

La agenda de Arrivabene durante el Gran Premio de Italia ha sido muy apretada, y ha mantenido extensas reuniones, entre otros, con el propio Valentino y con Carmelo Ezpeleta, el CEO de Dorna, la empresa promotora del Mundial de MotoGP. El único tema de conversación ha sido el futuro del piloto y la búsqueda de una fórmula que proporcione al nueve veces campeón del mundo una moto competitiva y capaz de luchar por las victorias.

La promesa de Audi, realizada a Valentino durante la visita de Rupert Stadler, CEO de Audi AG, a Sachsenring hace apenas diez días (una visita que era continuación de una reunión secreta que mantuvieron ambos, dos semanas antes, coincidiendo con el World Ducati Week celebrado el 23 y 24 de junio en Misano, pero en un hotel cercano, no en la concentración ducatasta, a la que Stadler no acudió), no parece haber calado tan hondo en el ánimo de Valentino Rossi como parecía a primera vista.

[El italiano, el viernes en Mugello, aseguraba estar encantado con las promesas de Audi](#) , sin embargo daba una clave que no tiene que pasar desapercibida: "tenemos que hablar aún de ello (la renovación). Espero que con la llegada de Audi, a los que vi muy entusiasmados en Alemania, ayude a mejorar las cosas, aunque seguramente no será fácil hacerlo rápido, ya que llevamos un año y medio y no hemos avanzado mucho".

Esa es la gran preocupación de Valentino, el tiempo. No duda de que Audi ponga toda la carne en el asador para hacer una moto competitiva, pero sí cuestiona que pueda hacerlo pronto, para la próxima temporada, él quiere una moto que gane ya, quiere una Yamaha.

Y ahí es donde entra Phillip Morris y Arrivabene, el superejecutivo que toma las decisiones de patrocinio de Marlboro. Arrivabene se reunió con Valentino el viernes por la noche, a ambos les une una buena amistad desde hace años, que ahora se ha intensificado desde que Rossi fichó por Ducati, donde Marlboro, como patrocinador, es quien paga los 14 millones de euros de sueldo del piloto. Arrivabene escuchó con atención a Valentino y éste le transmitió sus dudas de que Ducati sea capaz de hacer una moto competitiva para él, la nula comunicación que existe entre él y los responsables de la marca italiana, y que su deseo es correr con una Yamaha oficial.

El sábado, Arrivabene se reunió por espacio de dos horas con Carmelo Ezpeleta, el CEO de Dorna, y le planteó la posibilidad de que Marlboro ofrezca a Yamaha ser, de nuevo, su patrocinador principal y que sea Valentino quien acompañe a Jorge Lorenzo como pilotos del equipo oficial de fábrica del equipo de Iwata en 2013.

El ejecutivo sabe que una maniobra de este calibre puede ser, comercialmente, un gran golpe, pero al mismo tiempo sabe que si Marlboro abandona Ducati, ésta, ahora en manos de Audi, puede abandonar el mundial, ya que para los alemanes, perder de golpe a Rossi y al patrocinador, podría ser un contratiempo demasiado desconcertante. Ezpeleta, que ve la jugada de Phillip Morris con buenos ojos, vería mejor aún que la tabaquera siguiera patrocinando, también, a Ducati, una duplicidad que puede ser complicada, pero no imposible.

Marlboro sabe que, deportivamente, Yamaha no necesita a Rossi, pero sí busca desesperadamente un patrocinador potente, una relación que no sería nueva ni mucho menos, ya que en la época de Rainey, Checa o Biaggi la marca de los tres diapasones ya lució los colores rojo y blanco de la famosa cajetilla de cigarrillos. Además, para Yamaha la jugada es maestra. Primero, porque recupera a un patrocinador de primer nivel. También, porque si Rossi llegara a ganar carreras (o el mundial) con la Yamaha, se demostraría que la moto sí es importante, más que el piloto. Y si, por el contrario, Valentino no gana con la M1, se confirmaría que su elección de quedarse con Lorenzo en lugar del italiano, era la acertada. Y, a nivel mediático podría contrarrestar sin problemas el eslogan ya acuñado por Repsol-Honda en torno a su nueva pareja para 2013, Márquez-Pedrosa: 'un equipo de ensueño'. Así que Yamaha, siempre gana.

Germán Garcia Casanova

## Marlboro quiere patrocinar a Yamaha a cambio de una M1 oficial para Rossi

Escrito por Redacción

Lunes, 16 de Julio de 2012 22:41

---

