

Vi proponiamo un gioco. Ora vi diamo un cognome e voi, come in un test psicologico, dovete dire cosa vi ricorda. Il cognome è: Magherini. Avete 10 secondi di tempo.

Tempo scaduto. Siamo sicuri che, per il 95 per cento di voi, Magherini è un nome ignoto. Un'infima minoranza (diciamo, il 3 per cento) di sferzati filologi del calcio ricorderà invece che Guido Magherini, classe 1951, fu un discreto centrocampista «di quantità» degli anni 70, con fugaci apparizioni in serie A (Milan e Lazio, fra il '70 e il '73) e una dignitosa carriera in B (Arezzo, Brindisi, Palermo, Ascoli, Cagliari) interrotta nell'80 dallo scandalo-scommesse. Ma per un'altra minoranza (diciamo, il rimanente 2 per cento), per chi è nato alla fine degli anni 50 e ha raccolto le figurine Panini dei calciatori all'incirca del 70, in una particolare città (Milano) e forse in una particolare scuola (quella di chi scrive), Magherini è un mito. Una leggenda metropolitana, di quelle che passano di bocca in bocca, ingigantendosi a dismisura. Magherini era la figurina «introuvabile». rarissima. Chi trovava Magherini diventava ricco: poteva «tesaurizzarlo» come un conto in banca, poteva scambiarlo con 40-50 figurine di altri giocatori, o con 4-5 di quegli «scudetti» adesivi, chiamati «scudi», che nella particolarissima «borsa» degli scolari calcifili valevano 10 «figuri» (abbreviazione di figurina, s'intende). Chi trovava Magherini diventava famoso (nella nostra scuola, almeno) e, prima di scambiarlo, doveva stare attento che non glielo rubassero.

Insomma, per una forse ristrettissima cerchia di scolari e studentelli oggi, circa, trentacinquenni, Magherini è un luogo della memoria, una scalatinissima madeleine proustiana che suscita ricordi di interminabili partite a figurine disputate negli intervalli scolastici e, a rischio e pericolo, anche durante le lezioni. Investendo dunque Alfredo Roma, che dal '72 al '91 è stato primo direttore amministrativo, poi direttore generale, infine amministratore delegato della Panini, non potevamo che partire da lì. La storia della Panini, sommersa nella quotidianità come tutte le storie «minori» del nostro paese, per noi inizia da una figurina sognata sui banchi di scuola dell'anno scolastico '70-'71. Seguiamola.

Signor Roma, confessi. Di Magherini ce ne saranno stati mille. Figurine appesantite stampate in pochi esemplari, per costringere noi poveri ragazzi a comprare sempre più bustine... Non è vero. Lo giuro. Tutte le figurine venivano stampate in quantità identica e distribuite in modo uniforme. È un caso. O, meglio, è come dice lei: una leggenda metropolitana. Come quella del «Feroce Saladi-

L'INTERVISTA. Parla Alfredo Roma, direttore «storico» della Panini

# Calci da collezione Figurine: nascita d'un mito

Com'è nata l'idea di trasformare il calcio in un oggetto di collezionismo? E i maggiori successi delle figurine Panini, quali sono stati? Lo abbiamo chiesto a Alfredo Roma, amministratore della Panini degli anni d'oro.

ALBERTO CRESPI

no» della Perugia, tanti anni prima. Di solito diventano «rari» certi calciatori famosi perché i ragazzi non li appiccicano solo sull'album ma anche sui quaderni, sugli astucci, sugli zainetti, dovunque. Non credo fosse il caso di Magherini.

**Le crediamo. E veniamo a noi. Alla Panini, questa macchina dell'immaginario collettivo italiano in cui lei, modenese come i fondatori, entra nell'aprile del 1972...**

Fu l'inizio di una bella avventura. Trovai un'azienda con due miliardi di fatturato e un mercato quasi esclusivamente italiano, e la lasciai anni dopo con 20 sociatori, di cui 15 erano italiani e 5 stranieri. Qualcosa di simile successe anche in Spagna e in Francia, meno in Germania dove i temi «didattici» vanno sempre forte. Sono cambiati i media, i bambini passano più tempo (troppo) davanti alla tv.

**Questa espansione avrà portato anche a una modifica delle raccolte. Che, ricordiamo, non si limitavano ai calciatori.**

Le raccolte dei calciatori erano «nazionali»; altre, come quelle sugli animali o sui personaggi Walt Disney, andavano bene ovunque. Comunque, l'intento era di creare raccolte ad hoc per i singoli paesi. Nell'85 ne lanciammo una sulla

era: 50% di sport, 25% di raccolte didattiche, 25% di varietà. A metà degli anni 80 lo sport era sceso al 45%, la didattica (con mio dolore) era crollata al 5% e le raccolte legate alla tv toccavano il 50%. Qualcosa di simile successe anche in Spagna e in Francia, meno in Germania dove i temi «didattici» vanno sempre forte. Sono cambiati i media, i bambini passano più tempo (troppo) davanti alla tv.

**Come era nata l'azienda? Che tipi erano i fratelli Panini?**

Era nata come una cosa molto artigianale. I fratelli Panini erano quattoro, e negli anni 50 erano editori e distributori della Gazzetta dello sport. Il vero fondatore fu Giuseppe, il maggiore, il primo a pensare di passare dall'artigianato all'industria. Ma la vera mente era Franco, un uomo accorto con

ottime capacità imprenditoriali, che oggi pubblica con successo la rivista Comix. Umberto, invece, curava soprattutto la parte meccanica: l'imbustamento automatico fu una sua invenzione. Il quarto, Benito, era un po' distaccato, e da molto tempo possedeva solo il 10% dell'azienda.

**E poi, nell'88, la vendita a Maxwell...**

Un disastro. Il motivo per cui me ne sono andato. Maxwell è morto nel novembre '91, io ero uscito già a gennaio, per divergenze insanabili. La vendita fu molto complessa. La Panini aveva tentato di rilevare la casa editrice MacMillan, indebitandosi in modo drammatico. Nell'86, vendette il 25% della ditta a De Benedetti, nell'87 il 5% a Mondadori, poi alla fine Maxwell comprò tutto e la famiglia Panini uscì di scena

nell'89, lasciando solo il nome. Ma i «manager» che Maxwell spedì a Modena erano degli incapaci, e la sua morte, con il crollo del suo impero, accelerò la crisi. A metà del '92 la Panini è stata venduta alla Bain Cuneo Capitol, una holding Usa con filiale a Milano. In realtà l'acquisto è avvenuto tramite una cordata il cui elemento principale era la De Agostini: di fatto il marchio Panini è loro. Ed è un marchio (quello del paladino con la lancia in resta) che Maxwell valutò 72 miliardi.

**Perché i Panini non hanno saputo tenere in pugno l'azienda?**

Per rispondere dovrei allargare la domanda. Perché l'imprenditoria modenese non ha saputo fare il salto dalla prima alla seconda generazione, e ha finito per vendere tutti i «gioielli di famiglia»? Guardi la Ferrari e la Maserati che sono passate alla Fiat, la Fini che è stata venduta addirittura all'estero, alla Kraft... Secondo me, perché nasce da una civiltà contadina troppo sospettosa della cultura. Lì a Modena, il figlio dell'industriale al massimo studio da ragioniere, mentre altrove si mandano i figli a fare masters negli Usa e lì si fa entrare in ditta solo quando sono esperti. Le dico solo una cosa: i quattro fratelli Panini hanno avuto in totale 16 figli nessuno dei quali ha saputo, o

giocavano con le figurine. Inutile dire che al Sud le tecniche erano più numerose e più sofisticate. Il gioco è calato lungo gli anni 80, man mano che si contraeva la vita sociale dei bambini: si giocava soprattutto all'uscita di scuola, un momento della giornata che col tempo è divenuto pericoloso (la droga fuori delle scuole) o è, comunque, diminuito. Tenga presente che in Italia le figurine erano sì diffuse, e «interclassiste», ma comunque andavano assai meglio in provincia e fra le classi meno abbienti.

**C'era un contatto stretto con il vostro pubblico?**

Le do solo una cifra: in Italia ricevevamo 600.000 lettere all'anno.

**Oggi il boom è passato. Il mercato è in calo?**

Sì, per vari motivi. Per il successo delle cards americane, che sono più belle, non adesive, e danno vita a un collezionismo che dura negli anni, cosa che per le figurine Panini non è ancora nata. Per l'eccesso di tv. Finché il bimbo vedeva meno tv, e in bianco e nero, la figurina colorata aveva un potere immaginifico assai maggiore. E però, credo che la storia delle figurine consenta di vedere in trasparenza come è cambiato il mondo. E mi sembra significativo che il target generazionale sia passato dalla fascia dei 6-14 anni alla fascia dei 4-11. Si è accelerata l'alfabetizzazione, forse un po' anche per merito nostro.

**Cosa pensa del successo di cer-**



**te figurine violente, o ripugnanti? Come i Crados francesi, o le figurine americane sul serial-killer?**

Che dire? Il gusto del trasgressivo è cresciuto, i confini del gusto si sono spostati. Pensi che noi rifiutammo di fare una raccolta sul cartoon giapponese Mazinga. La fece la concorrenza, e fu un successo.

**Un'ultima curiosità. Com'era il rapporto fra la Panini e i calciatori. Collaboravano? O rompevano le scatole?**

Credo che abbiamo contribuito in modo enorme alla loro popolarità, prima che iniziasse l'overdose di calcio in tv: Avevamo ottimi rapporti con le varie federazioni, e i giocatori erano favorevoli, interessati. Alcuni chiedevano degli stock della loro figurina per poi distribuirla, con autografo, ai fans. Erano amici, quasi tutti. Ricordo solo qualche discussione con Capello... Non gli piacevano mai le sue foto, e come rappresentante del sindacato calciatori era così pignolo...

madeleine proustiana che suscita ricordi di interminabili partite a figurine disputate negli intervalli scolastici e, a rischio e pericolo, anche durante le lezioni. Investendo dunque Alfredo Roma, che dal '72 al '91 è stato primo direttore amministrativo, poi direttore generale, infine amministratore delegato della Panini, non potevamo che partire da lì. La storia della Panini, sommersa nella quotidianità come tutte le storie «minori» del nostro paese, per noi inizia da una figurina sognata sui banchi di scuola dell'anno scolastico '70-'71. Seguiamola.

Signor Roma, confessi. Di Magherini ce ne saranno stati mille. Figurine appesantite stampate in pochi esemplari, per costringere noi poveri ragazzi a comprare sempre più bustine... Non è vero. Lo giuro.

Lo giuro. Tutte le figurine venivano stampate in quantità identica e distribuite in modo uniforme. È un caso. O, meglio, è come dice lei: una leggenda metropolitana. Come quella del «Feroce Saladi-

Royal Family britannica che fu distribuita solo in Inghilterra. Un trionfo. Una signora di 70 anni telefonò alla nostra filiale londinese, indignata perché non le erano state spedite le figurine mancanti alla raccolta... di sua madre, probabilmente una centenaria! La natura delle raccolte era molto varia. Ricordiamo che la Panini era nata nel '61 con le figurine dei calciatori, e nel '72 faceva 10-12 raccolte all'anno. Poi divennero 40-45, con ogni mercato nazionale che ne assorbiva da 4 a 10 all'anno. C'erano raccolte «stagionali», come quelle sportive, altre più durature.

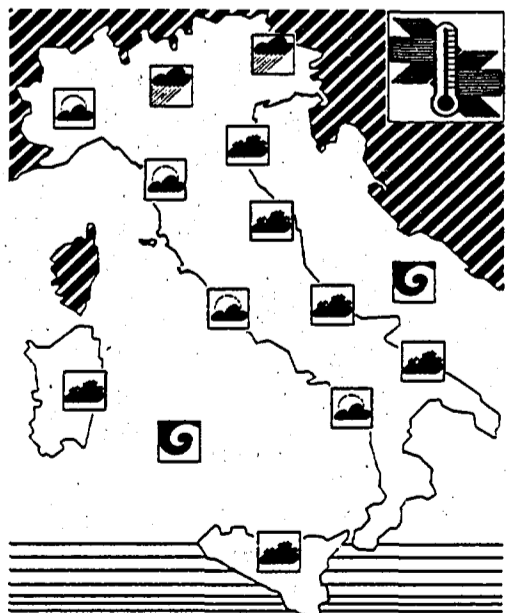
**Oltre ai calciatori, quali sono stati i maggiori successi?**

In Italia, quelle su Sandokan e su Heidi, legate alle serie tv. La tv ha fatto irruzione nel mercato delle figurine «in parallelo» alla sua esplosione in Italia, è un dato sociologico da non sottovalutare. A metà degli anni 70, in Italia, la percentuale delle nostre raccolte



La classica immagine che ha sempre caratterizzato le Figurine Panini: dedicate al calcio

## CHE TEMPO FA



	SERENO		VARIABILE
	COPERTO		PIOGGIA
	TEMPORALE		NEBBIA
	NEVE		MAREMOSSO

**SITUAZIONE:** persistono sull'Italia correnti settentrionali a debole curvatura ciclonica, che si manifestano più intense e perturbate sulle regioni di ponente. La circolazione depressionaria ancora presente al sud della penisola va lentamente portandosi verso levante attenuandosi.

**TEMPO PREVISTO:** sulle due isole maggiori e sui versanti ionici condizioni di variabilità con temporanei addensamenti. Su tutte le altre regioni cielo inizialmente poco nuvoloso. Tendenza nel corso della mattinata a rapido aumento della nuvolosità associata a precipitazioni sparse, occasionalmente temporalesche, sul settore nord-occidentale. Nuvolosità e fenomeni si estenderanno dal pomeriggio alle restanti regioni settentrionali e a quelle centrali.

**TEMPERATURA:** in lieve e temporaneo aumento sui versanti di ponente.

**VENTI:** moderati dai quadranti settentrionali con rinforzi al sud e sulla Sardegna.

**MARI:** generalmente mossi, molto mossi i bacini meridionali ed i mari circostanti la Sardegna.

TEMPERATURE IN ITALIA			
Bozzone	-1 13	L'Aquila	2 5
Verona	-1 14	Roma Urbe	5 13
Trieste	6 12	Roma Fiumic.	4 15
Venezia	5 14	Campobasso	1 3
Milano	-1 17	Bari	8 14
Torino	-3 15	Napoli	9 14
Cuneo	np np	Potenza	0 8
Genova	7 17	S. M. Leuca	9 13
Bologna	3 12	Reggio C.	8 15
Firenze	3 13	Messina	10 14
Pisa	0 15	Palermo	12 16
Ancona	5 10	Catania	7 16
Perugia	3 11	Alghero	10 14
Pescara	6 7	Cagliari	9 15

TEMPERATURE ALL'ESTERO			
Amsterdam	2 7	Londra	2 11
Atene	11 17	Madrid	2 20
Berlino	1 9	Mosca	0 10
Bruxelles	2 6	Nizza	8 18
Copenaghen	3 8	Parigi	4 11
Ginevra	2 8	Stoccolma	1 3
Helsinki	0 7	Varsavia	1 9
Lisbona	10 18	Vienna	4 10

## l'Unità

**Tariffe di abbonamento**

Italia	Annuale	Semestrale
7 numeri	L. 350.000	L. 180.000
6 numeri	L. 315.000	L. 160.000

Estero	Annuale	Semestrale
7 numeri	L. 720.000	L. 365.000
6 numeri	L. 625.000	L. 318.000

Per abbonarsi: versamento sul c.c.p. n. 29972007 intestato all'Unità SpA, via dei Due Macelli, 23/13 00187 Roma oppure presso le Federazioni del Pds.

**Tariffe pubblicitarie**

A mod. (mm.45 x 30)

Commerciale fienale L. 430.000 - Commerciale festivo L. 550.000  
 Finestrella 1° pagina fienale L. 4.100.000  
 Finestrella 1° pagina festivo L. 4.800.000  
 Manchette di testata L. 2.200.000 - Redazionali L. 750.000  
 Finanziarie-Legali-Concess-Aste-Appalti Fienali L. 635.000  
 Festivi L. 720.000. A parola: Necrologie L. 6.800;  
 Partecip. Lutto L. 9.000; Economici L. 5.000

Concessionaria esclusiva per la pubblicità nazionale  
 SEAT DIVISIONE STET S.p.A.  
 Milano 20124 - Via Restelli 29 - Tel. 02 / 58388750-5838881  
 Bologna 40131 - Via de' Carracci 93 - Tel. 051 / 6347191  
 Roma 00198 - Via A. Corelli 10 - Tel. 06 / 85569061-85569063  
 Napoli 80133 - Via San T. D'Aquino 15 - Tel. 081 / 5521834  
 Concessionaria per la pubblicità locale  
 SPI / Roma, via Boezio 6, tel. 06 / 35781

Stampa in fac-simile:  
 Teletampa Centro Italia, Oncola (Aq.) - via Colle Marcanelli, 58 B  
 SABO, Bologna - Via del Tappozzeri, 1

---

## l'Unità

Supplemento quotidiano diffuso sul territorio nazionale  
 unitamente al giornale l'Unità  
 Direttore responsabile Giuseppe F. Mennella  
 Iscritt. al n. 22 del 22-01-94 registro stampa del tribunale di Roma