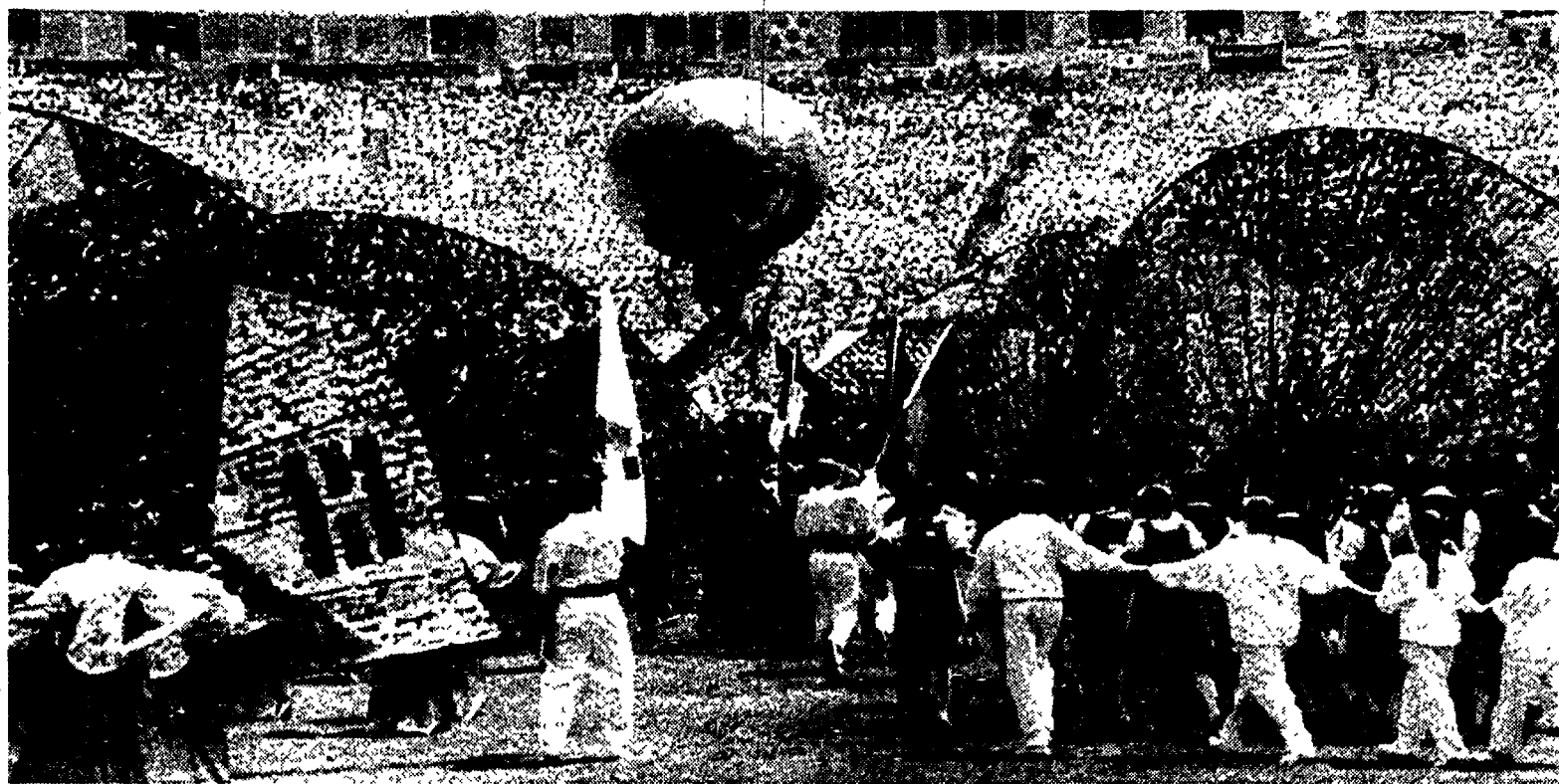


**IL BILANCIO.** Tra entusiasmo, business e disguidi, gli States superano l'«esame calcio»



# Guida «postuma» a 9 città

## Il mondiale sta finendo: è stato ospitato così

DAL NOSTRO INVIATO  
ALBERTO CRESPI

■ LOS ANGELES. Le nove sorelle sono rimaste in due. Ormai rimangono solo tre partite a Los Angeles: una a New York (questa frase contiene due errori: trovarli. La soluzione è fra qualche riga). Sette città salutano i mondiali, è tempo di addii e di bilanci.

Il primo bilancio riguarda il pubblico ed è straordinario. Usa '94 batterà ogni record di affluenza di spettatori nella storia dei mondiali. Le due tabelle che pubblichiamo qui sotto parlano chiaro. La World Cup, all'altezza degli ottavi di finale, ha già avuto più spettatori di Italia '90 e batterà sicuramente la media di gente presente a ogni partita, record che spettava ancora ai vecchi, gloriosi mondiali d'Inghilterra. Nella storia del calcio, il Rose Bowl non prende il posto di Wembley ma gli si affianca degnamente. In Inghilterra, nel '66, le partite ebbero una presenza media di 51.094 spettatori, e quello era ancora il dato più alto (la presenza totale è aumentata, negli anni, perché la formula ha previsto un numero sempre maggiore di match). Gli Usa l'hanno stracciato.

Per il momento il record delle presenze appartiene a Romania-Usa, al Rose Bowl di Pasadena, con 93.869 spettatori. Il record negativo (?) spetta invece a Nigeria-Bulgaria, 44.132 spettatori al Cotton Bowl di Dallas. La città texana è la povera nera del mondiale: il Cotton Bowl - che pure è fra gli stadi meno grandi - non si è mai riempito e

Dallas non si è entusiasmata. Inoltre, è polemica fra le autorità cittadine e la Fifa per il modo in cui è stata gestita la vendita dei biglietti: Jorge Herrera, vice-presidente del Visitors and Convention Bureau della città, ha accusato la Fifa di aver venduto i biglietti esclusivamente in pacchetti concordati con certi alberghi, «imboscandoli» di fatto. Una cosa è certa, e può testimoniare anche il vostro inviato: sulla ricettività alberghiera è stato fatto del terrorismo gratuito. Il comitato organizzatore minacciava da mesi alberghi esauriti in tutte le città, in realtà tutti siamo andati dovunque con la massima tranquillità: è bastato, sempre, mandare al diavolo i gentilissimi e inefficientissimi organizzatori, alzare il telefono e chiamare per conto proprio un albergo qualsiasi. C'era sempre posto. E alla metà del prezzo che l'ufficio ospitalità li aveva sparato due minuti prima.

A parte questi piccoli imbrogli (ma ci sarà un Di Pietro anche da queste parti, no?), nove città sono state mediamente felici di ospitare il mondiale. Sette, come dicevamo, lo hanno già salutato. Salutiamole anche noi con dei piccoli pro-memoria, partendo dalle due che ancora ospiteranno le gare.

**LOS ANGELES.** Ecco il primo errore della frase iniziale: lo stadio non è a Los Angeles ma a Pasadena, località in tutto e per tutto autonoma, anche se arrandoci in macchina

non hai la sensazione di aver cambiato città (ma a L.A. puoi guidare ore e ore e quella sensazione non l'avrai mai). La cosa che più ci ha divertito, nei dintorni del Rose Bowl - che si trova in una zona residenziale di lusso, badate bene -, è stato vedere i parcheggi a pagamento improvvisati. Con spirito imprenditoriale i solerti cittadini di Pasadena offrono agli automobilisti disperati i propri cortili e le rampe d'accesso ai propri garage. Prezzo: dai 5 dollari in su. Per la cronaca, i parcheggi intorno allo stadio non costano mai meno di 10 dollari. E il Rose Bowl? È bello, e ha una cosa meravigliosa: la tribuna stampa all'ombra.

**NEW YORK.** Ah, ah! Ci vien da ridere. Si è tanto parlato di New York e lo stadio dei Giants è addirittura in un altro stato, nel New Jersey (è il secondo errore della frase d'apertura). La Big Apple aveva altro a cui pensare: mentre la World Cup entrava nel vivo, le sue squadre vincevano il campionato di hockey (i Rangers) e perdevano per un soffio quello di basket (i Knicks). E infatti gran parte dei tifosi locali veniva dal New Jersey. Solo i turisti stavano a Manhattan e poi montavano in auto per andare allo stadio, con tutti i rischi legati al traffico.

**DALLAS.** Il vostro inviato ha rischiato di linciarsi un tassinaro etiope, arrivato in Texas da pochissimo, che ha impiegato quasi due ore per portarci dall'aeroporto al Cotton Bowl. Non era colpa sua, poveretto. Dallas ha un traffico or-

ribile, è una città orribile e il Cotton Bowl è un vecchio stadio orribile. Unico vantaggio: lo stadio è «in centro». Unico svantaggio: dovreste vederlo, il centro di Dallas! Da spararsi. Non a caso è la città dove si era accampata la Fifa e dove hanno fatto fuori Maradona. Ai texani non interessa il calcio? Si tenessero il Texas, noi non facciamo cambio.

**ORLANDO.** Chi c'è stato giura che era il posto più bello del mondiale. Quel che è certo, è che ha ospitato belgi e olandesi senza nemmeno un tafferuglio. Il crimine più grave è stato il rifiuto di abbandonare i bar all'orario di chiusura.

**DETROIT.** Chi c'è stato ha ancora incubi, tremori, sudori alle mani, salivazione azzurrata e balbuzie ormai congenita. Lo stadio al coperto era un'immensa, gigantesca sauna. La città... ma c'era, la città? Detroit è una città? Detroit esiste? Sicuramente non esiste intorno al Silverdome, che è un'astronave atterrata nel mezzo del nulla.

**BOSTON.** Idem. Lo stadio si trova a Foxboro, un'ora di macchina a Sud della città. E questo è un peccato perché Boston sicuramente esiste ed è pure bella, in certe zone. Sta di fatto che molti turisti si sono avvicinati a Foxboro... andando in un altro stato, il limitrofo, minuscolo, super-turistico Rhode Island: lo stato più piccolo dei 50 che compongono gli Usa, famoso per le coste, i granchi e le aragoste. Un incanto. A condizione che uno non fosse lì per vedere le partite.

**CHICAGO.** È piaciuta a tutti, per lo

stadio, il lago, i grattacieli, il vento (la chiamano «windy city», città ventosa). A tutti, meno che ai clienti di un hotel che un bel mattino hanno dovuto portarsi i bagagli in spalla, sulle scale, per venti piani. La sera prima c'era stato un addio al celibato: un Imbecille aveva versato alcune bottiglie di birra nella tromba dell'ascensore; la birra si è seccata e ha provocato un corto circuito. Per il resto, magnifica. Siamo molto seccati di non esserci potuti andare.

**WASHINGTON.** I racconti riferiscono che lo stadio fa spavento. Casca a pezzi da tutte le parti. Gli stessi racconti narrano scene terribili per quanto concerne l'educazione dei volontari reclutati dall'organizzazione. Un branco di scimmie, ripetiamo, sono racconti. E poi... ah, di sicuro faceva un gran caldo. E la città più afosa degli Usa. Ma perché hanno costruito la capitale proprio lì?

**SAN FRANCISCO.** Chiediamo con la perla dei mondiali e della California. A dire il vero lo stadio era a Palo Alto, la città della Stanford University, 50 miglia a Sud. Ma non fa niente. Quanto è bella San Francisco! E quanto è canna la zona di Palo Alto intorno al campus e allo stadio, con i bar all'aperto, i negozietti da città studentesca, e tutto quel verde! E quanto sono simpatici i brasiliani e le brasiliane! Sì, è vero, lo stadio è vecchiotto, con quegli spogliatoi pensili e quella tribuna stampa fatiscente e in pieno sole. Ma ci siamo divertiti lo stesso. Grazie, San Francisco.

# Scarpini & sponsor

## Grandi case in guerra per i piedi migliori

C'era un tempo la dittatura dell'Adidas. Oggi la casa tedesca, grazie anche all'ottimo rapporto con Joao Havelange, mantiene una posizione di primo piano. Ma le ditte americane stanno recuperando terreno.

DAL NOSTRO INVIATO

■ LOS ANGELES. Scommettiamo che non ve ne eravate accorti: Diego Maradona giocava - finché ha giocato - con delle scarpe Adidas le cui canoniche strisce bianche erano annerite. Grande notizia, eh? Ovviamente, non ce ne eravamo accorti neanche noi. Ce l'ha svelato il Wall Street Journal, il più importante giornale economico americano, che da un po' di giorni ha cominciato a dedicare una pagina quotidiana alla World Cup. Naturalmente, a modo suo: dando tutte le notizie tecniche, ma puntando soprattutto su approfondimenti di costume e di business. Un articolo di Glenn Whitney ci ha svelato la notizia di cui sopra. Maradona aveva ricoperto di lucido - o pitturato con un pennarello, chissà - le tre striscie bianche delle sue Adidas. Non è una birichinata, né un errore del magazzino. È un piccolo episodio di una grande guerra. La guerra delle scarpe, che ha trovato nella World Cup il campo di battaglia più adeguato.

Maradona, ovviamente, non voleva mostrare ai milioni di telespettatori la marca delle sue calzature. Questo perché la nazionale argentina è rifondata dall'Adidas, ma Diego non aveva un contratto personale con la ditta tedesca. Niente soldi, niente strisce in vista! A questa World Cup, le famose scarpe con le tre strisce le fanno da padroni: sono fra gli sponsor ufficiali della coppa e i telecronisti delle reti tv Usa sono obbligati a nominare la parola «Adidas» in ogni partita (cosa, del resto, valida anche per Coca-Cola, McDonald's, Fuji, Master Card, Budweiser, ecc.). La Puma si è invece parzialmente ritirata dal mercato, mentre lo strapotere Adidas, oltre che da motivi «storici», è dovuto anche a ragioni più contingenti: il filo diretto tra la casa tedesca e Joao Havelange, il presidente della Fifa. Lui e il fondatore dell'Adidas, Adi Dassler, erano amici e soci. Ora le tre sorelle di Dassler controllano il 51% della Isl Marketing Ag, la società che cura le relazioni commerciali della Fifa. Si spiega facilmente come l'Adidas abbia potuto imporre contratti estremamente rigidi a molte squadre dei mondiali: se un giocatore ha una sponsorizzazione individuale con un'altra marca, o ci rinuncia, o gioca con le proprie scarpe, previa «cancellazione» dei marchi diversi. Maradona, come dicevamo, ha fatto il contrario: si è

prestato a indossare le stesse scarpe dei compagni ma ha «mimetizzato» le famose strisce. Ma, c'è un «ma», enorme come una casa, anzi enorme quanto l'America. Non a caso siamo negli Usa. Potevano le grandi firme americane farsi sfuggire l'occasione? Ecco dunque la grande offensiva Reebok & Nike, due marche che avevano sempre privilegiato gli sport americani classici, ma che ora si tuffano a pesce nel mercato del calcio. La Reebok ha vinto la «sfida Russia» (la famosa polemica che ha spinto alcuni giocatori russi, sponsorizzati da altre ditte, a rinunciare al mondiale). La Nike, dal canto suo, ha trionfato su un fronte ben più importante: ha messo sotto contratto quasi tutti i brasiliani, Romario e Bebeto compresi (non a caso, alle partite del Brasile, ti regalano un cappellino con i colori della squadra e la scritta simbolo della Nike, «Just Do It»). Le cifre del Wall Street Journal parlano chiaro: nel 1970 l'Adidas vestiva l'85% dei giocatori del mondiale messicano, oggi si limita al 45%; d'altro canto, la quota americana (Reebok più Nike) è salita dal 5% di Italia '90 al 20% di Usa '94.

Bob Szymowski, capo del settore calcio della Reebok, ha dichiarato al giornale newyorkese: «L'Adidas ci ha accusato di averle fatto una sorta di «imboscata», ma noi abbiamo il diritto di essere qui al mondiale. Abbiamo deciso di investire nel calcio da meno di due anni, ma per i mondiali del '98 saremo al loro livello, e sarà un risultato straordinario, tenendo conto che i tedeschi si occupano di calcio da mezzo secolo». Anche in questo senso, l'eventuale decollo di un campionato Usa aiuterebbe, ma è probabilmente secondario: la pratica del calcio, negli Stati Uniti, è già vastissima a livello di bambini e di ragazzi delle high schools, quindi il mercato c'è. Si tratta solo - anche lì, come in mille altri campi, a cominciare dalle automobili - di convincere gli americani a privilegiare i prodotti nazionali, snobbando quelli giapponesi o, in questo caso, europei. Del resto «Buy American», compra americano, è uno slogan diffusissimo, te lo ritrovi dovunque. Nel nome di una parola magica che gli Usa concepiscono a senso unico (covero, come fa comodo a loro): protezionismo. Un signore in Italia, tanti anni fa, li chiamò autarchia. □ A.C.

### En tre impianti si è avuto sempre il «tutto esaurito»

Ecco, stadio per stadio, la capienza dei nove impianti in cui si sono giocate le partite di Usa '94. Tra parentesi la presenza media di spettatori nel corso dei mondiali di calcio. Singolare che in tre stadi - il Foxboro di Boston, lo Stanford di San Francisco e il Citrus Bowl di Orlando - si sia avuta una presenza media superiore alla capienza ufficiale. Al Cotton Bowl di Dallas, invece, il peggior rapporto tra capienza e presenza.

Rose Bowl (Pasadena, California): 91.794 (90.669).

Stanford (Palo Alto, California): 80.906 (81.458).

Cotton Bowl (Dallas, Texas): 63.998 (57.730).

Citrus Bowl (Orlando, Florida): 61.219 (61.246).

R.F.K. Stadium (Washington, D.C.): 53.142 (52.839).

Giants Stadium (E.Rutherford, N.J.): 75.338 (73.841).

Foxboro Stadium (Boston, Mass.): 53.644 (53.953).

Soldier Field (Chicago, Illinois): 63.117 (62.545).

Pontiac Silverdome (Detroit, Mich.): 77.577 (70.958).

### In questa edizione la media-presenze più alta di sempre

Negli Stati Uniti è stato battuta la media degli spettatori presenti ad ogni partita. Finora solo gli Inglesi nel 1966 erano stati più assidui degli statunitensi. Ecco di seguito il totale degli spettatori che hanno seguito le varie edizioni della Coppa del mondo. Quello di Usa '94 è provvisorio e riferito alle partite disputate sinora. Tra parentesi le medie per partita.

Uruguay '30: 434.500 (24.139).

Italia '34: 358.000 (21.059).

Francia '38: 376.000 (20.889).

Brasile '50: 1.043.500 (47.432).

Svizzera '54: 871.500 (33.519).

Svezia '58: 919.580 (26.274).

Cile '62: 899.074 (28.096).

Inghilterra '66: 1.635.000 (51.094).

Messico '70: 1.603.975 (60.124).

Germania '74: 1.768.152 (46.530).

Argentina '78: 1.546.151 (40.688).

Spagna '82: 2.109.723 (40.572).

Messico '86: 2.390.331 (46.026).

Italia '90: 2.515.188 (48.369).

Usa '94 (prov.): 2.995.242 (68.074).

**Una Cartina e un Manuale in regalo con «Il Salvagente»**

**Cartaguida regionale dell'Emilia Romagna**

**Disco Rosso alla violenza**

**Molestie e stupri come difendersi**

In collaborazione con l'Automobile Club d'Italia

a sole **1.800 lire**

Piccola guida pratica a cura del Telefono Rosa

**IN EDICOLA DA GIOVEDÌ 7 LUGLIO**

**Avete perso Pizzaballa?**

Per richiedere un album delle figurine Panini che avete perso basta raccogliere **5 di questi coupon** (devono essere originali, le fotocopie non vengono accettate), compilarli, metterli in una busta e spedire il tutto a: l'Unità, via due Macelli 23/13 Roma.

L'album richiesto vi verrà spedito all'indirizzo che indicherete sul coupon.

nome e cognome \_\_\_\_\_ tel. \_\_\_\_\_

indirizzo \_\_\_\_\_ località \_\_\_\_\_ CAP \_\_\_\_\_

anno dell'album richiesto \_\_\_\_\_

**ALBUM CALCIATORI 1961-1986**