

LA FINALINA. Stasera (ore 21.20 su Raiuno e Tmc) in campo le «deluse» delle semifinali

«Abbiamo detto al mondo dov'è la Bulgaria»

Tra le quattro più grandi. In Bulgaria è già un successo. Nonostante la sconfitta con l'Italia, nella notte tra mercoledì e giovedì, fuochi d'artificio e manifestazioni di tifosi hanno avuto luogo nelle principali città del paese. E anche la stampa ha accolto senza eccessive recriminazioni la sconfitta in semifinale. Si è parlato di sconfitta con dignità ed esaltato lo spirito nazionale: secondo il quotidiano indipendente Standard la performance bulgara negli Stati Uniti «ha cambiato le abitudini del mondo nei riguardi del nostro paese» e ha consolidato il popolo bulgaro. Inoltre il quotidiano ricorda come gli italiani abbiano provato di avere «la migliore difesa del mondo». «Siamo a livello mondiale» titola il quotidiano sindacale Troud: «I giocatori hanno insegnato al mondo dove si trova la Bulgaria e hanno ricordato ai bulgari il piacere di vincere, dopo decenni di sconfitte e umiliazioni». Questa sera l'incontro con la Svezia, ma comunque vada la Bulgaria è entrata nell'Olimpo del calcio mondiale.



Il portiere bulgaro Mihaylov disputerà la «finalina» per il terzo posto con la Svezia

«Soccerfest» La Disneyland del calcio

DAL NOSTRO INVIATO ALBERTO CRESPI

LOS ANGELES. Se passate da Los Angeles, se avete dei figli piccoli, se non sapete cosa cavolo fare una domenica pomeriggio, andate al Convention Center, a Downtown. Evitate di guardarvi attorno (Downtown è la zona degli uffici, è orrenda), turatevi il naso, immergetevi con la vostra auto (già, dimenticavamo: a Los Angeles un uomo senza automobile è un uomo morto) nei parcheggi sotterranei a cui si accede da Pico Boulevard o da Figueroa Street. Parcheggiate (6 dollari il prezzo minimo). Accomodatevi alla cassa. Pagate la modica cifra di 12 dollari a cranio (8 dollari gli anziani, 6 dollari i bambini; i neonati entrano gratis) e non protestate: il vostro infernale pomeriggio calcistico è appena cominciato.

Al Convention Center, un immenso padiglione per congressi ed esposizioni che ricorda un po' la Fiera Campionaria di Milano, è in corso il Soccerfest: pomposo nome per una sorta di fiera «a tema» sul calcio, organizzata dalla World Cup e direttamente gestita dai vari sponsor del mondiale. Per cui, i dollari suddetti sono appena l'inizio. Una volta entrati, si possono spendere miliardi in magliette, cappellini, scarpe da tennis, Swatch, bicchieri, pupazzi, mutande e naturalmente palloni, tutto con il «logo» dei mondiali. Si può pure mangiare, se siete coraggiosi o se odiate il vostro fegato: anche l'angolo ristoro è «a tema», suddiviso geograficamente come l'organizzazione calcistica mondiale. Per cui al bancone «Uefa» vi daranno cibi europei, più precisamente una pizza in purissima plastica, mentre agli stand dei vari continenti troverete cibi etnici più o meno velenosi.

A questo punto, già vi state chiedendo: ma perché mai dovremmo andare in un simile inferno? Perché l'inferno degli adulti è, come noto, il paradiso dei bambini, e di tutti coloro disposti a ridiventare bambini per qualche minuto. Soccerfest è una sagra paesana dello sponsor, ma come sempre in America, dove sono abilissimi in queste cose, è anche una specie di Disneyland in sedicesimo. Solo che il «tema» su cui il «parco» è costruito non è Topolino, ma il pallone. I vostri bambini potranno così divertirsi con le seguenti attrazioni: campi di calcio dove gentilissimi funzionari dell'organizzazione li raggrupperanno in squadre di 4 contro 4, facendoli giocare; un mini-campetto con miniporta dove anche i più piccoli impareranno a tirare i rigori; un campo inodore a grandezza quasi naturale, dove simpatici allenatori insegneranno loro un sacco di buffi trucchi con il pallone; un mini-campo sopraelevato, con tanto di porta, e con un grande materasso gonfiabile al posto del prato, dove i vostri bimbi potranno apprendere la difficile arte della rovesciata (un modo come un altro per fare le capriole sul letto, uno dei più geniali passatempi della nostra infanzia).

E l'adulto? Per l'adulto c'è una strepitosa sala giochi con videogame e, udite udite, decine di flipper e di calcetti! Ma ci sono anche tavole più «moderne». C'è il karaoke calcistico: vi danno una cuffia, vi mettono davanti a un video e voi potete farvi la vostra telecronaca personalizzata. E c'è il video, vero e proprio: vi vestono da portiere, vi mettono di fronte a una videocamera, mandano in onda l'immagine di Romano che tira in porta e la montano assieme alla vostra faccia, mentre parate un pallone che vi viene lanciato da un solerte addetto. Poi, per qualche dollaro in più, vi danno la cassetta, che potrete mostrare ai vostri figli, se ne avete il coraggio.

Il Soccerfest è il calcio, come lo intendono gli americani: una festa per i bambini, una scampagnata per i grandi, che poi, appena a casa, apriranno una lattina di birra e si guarderanno otto ore di baseball in tv. L'America è anche questo, un paese dove tutto, anche il pallone, diventa Disneyland.

«Ma questa partita è inutile» Svezia e Bulgaria: «Serve solo agli sponsor»

SVEZIA-BULGARIA

Svezia: 1 Ravelli, 2 R. Nilsson, 14 Kamark, 6 Schwarz, 20 Erlingmark, 3 P. Andersson, 11 Brolin, 8 Ingesson, 10 Dahlin, 18 Mild, 19 K. Andersson.
Bulgaria: 1 Mihaylov, 3 Ivanov, 4 Tzvetanov, 5 Houbtchev, 6 Iankov, 16 Kirjakov, 20 Balakov, 9 Letchkov, 7 Kostadinov, 10 Sirakov, 8 Stoichkov.
Arbitro: Ali Mohamed Bujssaim (Emirati Arabi)

LORENZO BRIANI

Prima del fischio d'inizio: le polemiche. Quelle svedesi, molto pacate fra l'altro, e quelle bulgare, certamente più dure e dirette. Contro chi? Naturalmente contro gli arbitri delle due semifinali, quelle che hanno dato un verdetto inappellabile: finalissima Italia-Brasile, finale per il 3° e 4° posto Bulgaria-Svezia. Stasera, allo stadio «Rose Bowl» di Pasadena se la vedranno queste ultime due squadre, che si contenderanno uno spicchio di popolarità e il bronzo di rito in una finalina tutta europea.

Andiamo sul tema del giorno, però. Gli svedesi non sono per niente soddisfatti dell'obiettivo raggiunto (gli scandinavi sono fra le prime quattro squadre del mondo) perché da Usa '94 potevano avere ben altre soddisfazioni. To-

mas Brolin, l'attaccante del Parma e stella della formazione svedese, non ci sta e si sfoga: «È incredibile - dice - che la Federazione internazionale possa mandare un arbitro come quello che si è visto in Svezia-Brasile, un colombiano. Era chiaro che la formazione sudamericana dovesse qualificarsi per la finalissima. Tutto deciso, insomma». Arriva anche Thomas Thern, ancora imballato per quel cartellino rosso rimediato dopo aver fatto un fallo non particolarmente cattivo: «Non sono entrato per fare male loro soltanto in ritardo e non avrei meritato neppure l' ammonizione», dice il neo-romaniota.

Tutto qui? Assolutamente no, almeno se si vuole guardare il lato polemico di questo pre-partita: «La gara per il terzo e il quarto posto

nei campionati mondiali di calcio dovrebbe essere abolita e il titolo dovrebbe essere dato a pari merito». Questa è la proposta dell'allenatore della nazionale svedese, Tommy Svensson. «Fra l'altro questo sistema è già attuato nel campionato europeo». E la partita di stasera? Quella che assegna la terza piazza mondiale? «Nessuno dei giocatori che scenderanno in campo - continua Svensson - sarà caricato a puntino o avrà il giusto umore». E, scuotendo la testa, si domanda: «Ma insomma, valeva proprio la pena giocarla?». Svensson finisce qui la sua chiacchierata odierna, riparerà con i media al termine della partita del Rose Bowl. Così, a continuare a parlare di sbagli e ingiustizie, ci pensa Thomas Thern, che usa parole assai dure: «Questa partita non interessa a nessuno, si gioca solo per far entrare più soldi nelle casse della Fifa».

E dalla parte bulgara? Tutto quieto? Ci mancherebbe altro: certamente no. Anche loro se la prendono con la Federazione internazionale e gli arbitri «di parte». La grande rabbia ancora non è passata. Quel match contro l'Italia (che ha relegato Stoichkov e soci alla finalina) e contro l'arbitro Quiniou brucia ancora. La gente a Sofia fa festa ugualmente, ma fra i giocatori

serpeggia ancora quella vena di rabbia e sconcerto: «Ma come si fa a mandare un francese per arbitrare una semifinale importantissima come quella fra noi e l'Italia! Attenzione, l'antefatto è questo: è stato proprio la Bulgaria ad estromettere dai Campionati del Mondo di Usa '94 la Francia... Quiniou era in malafede, ci ha negato due rigori grandi come una casa». Non è finita. C'è ancora veleno, nel clan bulgaro, contro la Federazione internazionale: «Siamo un paese piccolo che conta assai poco politicamente. I vertici della Fifa volevano l'Italia in finale. Ora i più alti dirigenti mondiali saranno contenti: sono riusciti nel loro intento...». Praticamente questo è il pensiero di tutta la delegazione bulgara e chi più chi meno utilizza parole dure per spiegare la sconfitta con gli azzurri di Arrigo Sacchi. Giochi di potere, d'immagine e di quattrini, insomma. Di tutto un po'.

Per il resto, comunque, nessun problema. Se si guarda al cammino - clamoroso - della Bulgaria in questi campionati del mondo non possono che essere già soddisfatti. Nessuno, infatti, prevedeva che Stoichkov e soci potessero arrivare così in alto. A Sofia fanno già festa, dicevamo. E festa fanno anche i politici visto che quello ottenuto negli Stati Uniti (comunque vada-

no le cose stasera) è il miglior risultato di sempre. La Bulgaria, che non aveva mai vinto nelle precedenti partecipazioni ai mondiali, ha battuto Argentina, Germania, Messico e Grecia e ha perso con Nigeria e Italia. Così, sono arrivati i titoli a nove colonne e anche onorificenze, il Parlamento, infatti, ha dovuto modificare una legge per potere insignire la nazionale di calcio della massima onoreficenza dello Stato, l'ordine «Stara Planina». L'onoreficenza viene solitamente conferita a capi di Stato esteri o ad altre personalità distintesi per servizi resi alla Bulgaria. Tra coloro che ne sono stati insigniti, il presidente iracheno Saddam Hussein, quello libico Muammar Gheddafi e l'ex leader della Rdi, Erich Honecker.

Stasera, dunque, si disputa un match inutile (almeno stando alle dichiarazioni di Svensson, l'allenatore svedese) o una partita importante? Dipende dai punti di vista. I bulgari affermano: «Se a Brolin e compagni non va di giocare questo match, beh che giochino male allora. Non crediamo, però, che sia questo il loro obiettivo. Noi quanto loro ci teniamo a fare bella figura e ad arrivare subito alle spalle di Italia e Brasile. E ve ne accorgete guardando il match. Questo è poco ma sicuro».

Il pallone, 137 volte nella rete

È forse stato il pallone il vero protagonista di questi mondiali di calcio: con una circonferenza compresa tra i 68 e i 71 centimetri e pesante tra i 396 e 453 grammi.

«Questo», il pallone in plastica dura uscito dai laboratori di La Walck, vicino Strasburgo, ha battuto i portieri di Usa '94 per ben 137 volte in 50 partite (ne mancano inoltre ancora due), per una media di 2,74 gol a partita di gran lunga superiore a quella registrata ad Italia '90. Inoltre la sua particolare aerodinamicità ha permesso una maggiore precisione nei tiri da lontano. Unico appunto, la lentezza, secondo l'allenatore del Barcellona, Johan Cruyff.

Il Brasile gioca e perde cinquemila miliardi

Tanto per stoppare l'ubriacatura dei grandi profitti del calcio 1994, complice il Re Dollaro che rende hamburger e cocacole meno can del venti per cento rispetto al giorno in cui l'esercito degli sportivi migratori ha pagato il prezzo del biglietto aereo, qualche economista si è messo a fantasticare con le previsioni e ha tirato fuori questa conclusione: ogni volta che gioca la squadra nazionale si perde qualche punto percentuale di produttività e la produzione rallenta. Nel conto si devono mettere le assenze vere e proprie, gli errori per distrazioni, la lentezza nella fornitura dei servizi (avete mai provato a chiedere un caffè al 37° del secondo tempo?), la mancanza di taxi, la scarsa frequenza dei mezzi pubblici. Ma quanto si perde? The Wall Street Journal, Bibbia quotidiana degli affari made in Usa, ha cercato di fare un'inchiesta specifica ed è arrivato alla conclusione che «si tratta di una statistica davvero difficile da calcolare». Non ci sono cifre, ma sensazioni. Non sarà poi tanto, però, se si pensa che al massimo una squadra può giocare sette volte. C'è un paese che ha risolto alla radice il problema, il paese che dà lezioni a tutto il mondo di soccermania, il calcio allo stato

maniaco puro: il Brasile. I giornali americani sono pieni di questa parola, soccermania, bollata come affezione collettiva del mondo intero, quello industrializzato, quello da sviluppare e quello così così. Malattia brasiliana per eccellenza. Ecco la decisione radicale: quando il Brasile gioca, le autorità della Borsa di San Paolo anticipano l'intervallo di due ore per il pranzo e chiudono le corbelles all'inizio del pomeriggio. Non è successo da nessuna parte: difficilmente la City si esalterebbe di fronte a questa possibilità, per fortuna che le sole tracce d'Inghilterra nella World Cup '94 siano gli allenatori dell'Irlanda e della Svizzera. Entrambi tornati a casa, dunque non c'è più neppure la tentazione e gli impavidi finanziere londinesi possono prosperare solo sulle disfatte altrui. In Brasile una decisione così estrema viene considerata normalissima da quando si è scoperto che ogni partita della squadra nazionale costa circa 5mila miliardi di lire di produzione perduta. Calciomania in diretta, tv o strada non im-

Avete mai provato a chiedere un caffè al 37° del secondo tempo? Errori per distrazione, lentezza dei servizi, mancanza di taxi, la scarsa frequenza dei mezzi pubblici. Il Mondiale non è soltanto un affare per gli sponsor, ma una perdita per molte delle attività economiche. Durante gli incontri delle varie nazionali, infatti, il

paese in questione si ferma e si registra un notevole calo di produttività. Il problema è talmente serio che in Brasile viene anticipata la chiusura della Borsa ogni volta che scende il campo la «Seleção». Una decisione drastica, nel paese dove il calcio è mania, per ovviare ai cinquemila miliardi di produzione perduta.

ANTONIO POLLIO SALIMBENI

porta, calciomania nei ristretti circoli della politica ufficiale. Si racconta di riunioni di partito nelle quali ci si esercita in previsioni del tipo: se avremo la meglio sarà una buona spinta per l'ex ministro delle finanze Cardoso che rappresenta la continuità; se perderemo, sarà favorito Lula da Silva, il leader del partito dei lavoratori, perché i brasiliani scopriranno un improvviso desiderio di cambiamento. C'è anche una previsione per l'economia: se il Brasile vincerà, la nuova moneta appena emessa ne riflette-

rà tutti i vantaggi in termini di immagine. Dagli improduttivi ai produttivissimi. Facile per gli 11 grandi sponsor farsi belli di fronte a due miliardi di telespettatori, con quei preziosi 7 minuti e mezzo di comparsa garantita durante ogni partita. I soliti nomi: Coca-Cola, Jvc (Victor Co. of Japan), Canon fra i primi. Facile chiamarsi McDonald's per la prima volta tra gli sponsor dei mondiali, che ha fatto della «comunicazione su basi globali» il perno della sua azione. Anzi, una vera e

propria ossessione. Dean Barret, il vicepresidente del marketing, arrischia perfino un'affermazione come questa: «Noi siamo ora una delle più importanti marche mondiali presenti in 74 paesi: il calcio è diventato il linguaggio della comunicazione globale». Mangiare è parlare non solo comprare. E bere? Basta il nome, Coca-Cola. Complice il caldo terribile, la Coca-Cola ha utilizzato i mondiali come piattaforma di lancio del suo nuovo drink, Powerade, bevanda per sportivi. Spiegano gli esperti del

gruppo che il corpo umano assorbe il drink profumato di frutta più rapidamente dell'acqua perché contiene elettroliti come sodio e potassio. Non come la Gatorade di Quaker Oats, la bevanda sportiva che occupa l'85% del mercato americano: la Gatorade contiene elettroliti, ma meno zuccheri. Ecco lo svantaggio. La Coca-Cola ci ha dato dentro regalando decine di migliaia di bottiglie, esattamente 24mila per stadio. Successo assicurato dal momento che una micragnosa bottiglietta comprata tra i gradoni costa 3 dollari contro gli ordinari 90 cents. Un vero furto. In Europa, Powerade non la conosce nessuno (sbarcherà nel '95), va forte invece in Corea, Australia e Nuova Zelanda. Esserci o non esserci, tra gli sponsor, la Guinness è stato importante partecipare. A parte la metafora della piccola squadra di un paese tra i più poveri d'Europa che riesce a salire, la Guinness ha guadagnato parecchio dalla performance della squadra nazionale: segretissimo l'ammontare delle spese in pubblicità, ma le campagne in Irlanda e Gran Bretagna hanno già fatto incrementare le vendite. Qui vale il principio opposto a quello su cui lavorano le grandi società multinazionali: immagine globale al servizio di una causa regionale. Funziona benissimo. Guadagnano tutti: la giapponese Fuji, anche essa tra gli sponsor, ha venduto in giugno il 5-10% in più rispetto ad aprile. E così General Motors. Alti funzionari della Fifa colosso delle carte di credito MasterCard (sponsor ufficiale), hanno sismato che gli associati nei prossimi quattro anni spenderanno 21 milioni di dollari per promozioni nel calcio. La Visa sponsorizza i giochi olimpici, ma Robin Wilding, responsabile della divisione sponsorizzazioni di Europa, ha dichiarato sicuro a The Wall Street Journal: «Nel calcio si può fare pubblicità». I funzionari della Fifa assicurano che i profitti supereranno quelli del 1990, 75,4 milioni di dollari. Anche questa volta i maggiori introiti arriveranno dai dritti televisivi, seguiti dai biglietti d'ingresso agli stadi e dalle mercanzie vendute, dai distintivi ai dritti sugli hamburger.