



Ragazzini mimano Ronaldo nell'aeroporto in sciopero, a destra, il fenomeno nello spot originale



Pantani a casa Fino a notte fonda festa a Cesenatico

Nella notte tra domenica e lunedì Marco Pantani, vincitore del Giro d'Italia di ciclismo, è arrivato in viale Roma nella sua Cesenatico. Ad aspettarlo svegli amici, fan e soprattutto i membri del club «Magico Pantani» (1085 soci, con 15 affiliati anche in Francia, a Cognac). I tifosi hanno anche fatto scoppiare alcuni razzi e petardi; nonostante l'ora tarda nessuno degli abitanti si è lamentato. Dopo gli abbracci

con gli amici più cari davanti al bar dei Pini, classico ritrovo dei pantaniani, il «corteo» è proseguito in via Torino, dove la famiglia Pantani gestisce un chiosco di piadine e, da quest'anno, uno di angurie. Lì il «pirata» ha abbracciato la sorella Manola (che da quando il fratello ha conquistato la maglia rosa si è tinta i capelli di quel colore) e la fidanzata, la danese Christina. Nella mattinata di ieri Pantani si è accordato con il sindaco della cittadina, Damiano Zoffoli, per stabilire la data (probabilmente domenica prossima) e organizzare la festa «ufficiale».



Basket, finali Nba Chicago umilia Utah in gara 3

Michael Jordan (24 punti) ha guidato i Chicago Bulls alla seconda vittoria sugli Utah Jazz nella finale (al meglio dei sette match) per il titolo Nba. La situazione è ora di 2-1 per Chicago. Il risultato di domenica (96-54) segna uno storico scarto, 42 punti che demoliscono il precedente record di 35 ottenuto nel 1978 da Washington contro Seattle. Per circa sei minuti i Bulls hanno tenuto Utah «a secco».

Stagione '97-'98 L'anno-boom della pallacanestro

Quella appena passata è stata una stagione ricca di soddisfazioni per la Lega Basket. Oltre 43 miliardi di incassi, 1.742.096 spettatori, medie Auditel di un milione per l'audience tv, 5,81 per lo share e 3.150.000 per i contatti. In particolare, nel confronto con la stagione precedente, la A/1 ha registrato un aumento del 5,6% per gli spettatori e del 19,6% per gli incassi.

F1, nuovi test della Ferrari a Silverstone

Schumacher: «Ora l'aggancio alle McLaren»

ROMA. Con un occhio si guarda al prossimo Gp di Magny-Cours (tra meno di quindici giorni), con l'altro ai test inglesi di Silverstone dove con la Ferrari proverà tutta la settimana. Li Schumacher con la F300, con l'aiuto di Irvine continuerà il suo lavoro aerodinamico, gomme, evoluzione del motore - prima di trasferirsi proprio sul tracciato situato nel «cuore» della Francia dove l'anno scorso con una brillante vittoria riuscì a «stendere» Villeneuve.

Così Schumacher dopo la stratosferica impresa canadese rassicura tutti dicendo che continuerà a lottare per il mondiale. «Vincere il mondiale è un obiettivo... Questa volta - dice il tedesco - abbiamo avuto delle gomme (Goodyear) eccezionali e penso che potranno ancora migliorare. Però le McLaren restano ancora le vetture più veloci e noi dobbiamo assolutamente progredire. Per il momento il mondiale non è riaperto, ho solo accorciato le distanze, ma ci sono ancora nove gare difficili».

Adesso dobbiamo cercare di colmare quel piccolo distacco che c'è ancora tra la Ferrari e la McLaren e ritengo che sia possibile. Se riusciamo a guadagnare punti nelle prossime due gare, allora il mondiale è riaperto. Ho delle possibilità, ma si tratta di saperle sfruttare bene. Ora mi limito a constatare che abbiamo interrotto la monotona supremazia della McLaren».

Domani Schumi proverà in Inghilterra: «Dobbiamo testare delle nuove gomme per i circuiti veloci dei prossimi mesi - continua il tedesco - dei miglioramenti meccanici e soprattutto delle soluzioni aerodinamiche con le quali contiamo di poter aumentare la nostra velocità di punta. E questo sarà un test importante, perché proveremo altre gomme nuove proprio per quella gara da cui ci aspettiamo un buon miglioramento. Il mondiale non è aperto, ma possiamo tentare».

Mette le mani avanti Michael, ma l'essere riuscito a riavvicinare la McLaren con una F300 più competitiva gli ha ridato fiducia. Il «gap» dalla scuderia anglo-tedesca è ridimensionato.

nato, Schumacher ha ridotto a dodici le lunghezze di distacco da Hakkinen, ma non bisogna perdere tempo e cercare al più presto l'aggancio alle Freccie d'argento. Per puntare diritto al titolo sarebbe sufficiente riuscire a lottare «quasi» alla pari con la McLaren. Diciamo quasi perché la differenza potrebbe farla proprio Schumi. Classe, grinta, prontezza fanno di lui



il «numero uno» del «circus». I recenti episodi hanno dimostrato che il teutonico non è più extraterrestre, ma un comune mortale e che le sue debolezze - vedi Jerez '97 e Montecarlo due Gp fa - hanno messo in risalto un aspetto, quello emotivo, che di Schumi non si conosceva. Debolezze che mantengono il Red Bull sul trono della Formula uno e che lo rendono forse un po' più simpatico.

«La Ferrari è di nuovo sulla cresta dell'onda grazie all'entusiasta numero uno Luca di Montezemolo perfettamente tagliato per dirigere l'azienda...», scrive il quotidiano londinese Financial Times. Onore al presidente anche perché dopo la bella e entusiasmante vittoria tutto è permesso... anche le svolinate.

Maurizio Colantoni

Il feroce confronto con l'Adidas, marchio ufficiale della manifestazione. Cantona: «Ba in nazionale con un'altra ditta»

Un bomber di nome Nike nel match degli sponsor

DALL'INVIATO

PARIGI. Eccoci alla Défense, la fantascientifica cittadella commerciale che sorge alla periferia di Parigi, con il suo incredibile «Arco» ultramoderno dal quale si inquadra in lontananza un arco più classico ed antico, quello di Trionfo. Due ragazzi francesi dall'aria molto meticcica - uno, lo giuriamo, assomiglia a Djorkaeff, ma non è lui: troppo giovane - abbordano alcune fanciulle avvolte nella Union Jack. Sono tifose inglesi, a Parigi per i Mondiali. Non ci crederete, ma la parola magica è «Cantona». Basta nominare il francese che ha giocato (a calcio, e qualche volta a boxe) nel Manchester United, e le frontiere cadono. È l'Europa, bellezza.

Il calciatore più amato su entrambe le coste della Manica, al Mondiale, non c'è. Ha smesso di giocare e comunque Aimé Jacquet, selezionatore francese, non l'avrebbe mai chiamato. Il grande Eric ormai vive a Barcellona e attualmente è in Messico per girare un film intitolato Mookie, dove fa la parte di un pupile e il suo partner è uno scimpanzè. Il film era ampiamente reclamizzato anche al recente festival di Cannes e sancisce l'inizio, per Cantona, di una seconda carriera (sempre a condizione che reciti un po' meglio dello scimpanzè). Non verrà a Parigi per il Mondiale ma, in un'intervista concessa al Journal du Dimanche,

ha spedito a Jacquet un bel biglietto d'auguri: «Tifo Brasile - dice - e sulla Francia dico solo questo: se Ba fosse stato sponsorizzato dall'Adidas, e non dalla Nike, l'avrebbe non convocato».

I tifosi del Milan (Teo Teocoli in testa) rideranno di cuore a sentir sostenere la causa di Ba, ma il messaggio in codice di Cantona è un altro e si inserisce nell'autentica battaglia che si gioca in questi giorni in Francia: quella degli sponsor.

Cantona è un uomo-Nike, come sa chi lo ha riconosciuto (è il tizio che si becca le pallonine in testa) nel celebre spot con Ronaldo & soci che giocano a calcio in un aeroporto; spot oggi tristemente beffardo, visto gli scioperi dell'Air France, ma tant'è. La Francia, invece, è squadra-Adidas e la multinazionale tedesca è fra gli sponsor ufficiali del Mondiale, a differenza della Nike. La rivalità fra i due colossi dell'abbigliamento sportivo si è tradotta in un'autentica guerra pubblicitaria che ha «occupato» i luoghi più simbolici di Parigi. Guerra, diciamo subito, stravinta dalla Nike. L'Adidas

LA POLEMICA E Platini contesta le autorità francesi

fare ma nulla più - ha dichiarato l'ex campionesimo della Juventus in una polemica intervista rilasciata al quotidiano «Le Parisien» - Prendete la grande manifestazione che si terrà alla vigilia, per esempio. Credete sia stato facile ottenere le autorizzazioni necessarie? La verità è che non gliene importa granché». Il popolare Michel ha poi indirizzato i suoi strali verso un bersaglio eccellente, il Ministero della cultura: «Non si è curato affatto dei campionati mondiali. Purtroppo noi non abbiamo collegamenti con il ministero e così in molte zone del paese nulla è stato progettato in occasione della manifestazione... In alcune delle località designate per gli incontri preparativi sono dipesi soltanto dalla personalità dei rispettivi sindaci...».

ha creato un «parco» intorno alle fontane del Trocadéro, ma si tratta di quattro patetiche bancarelle e di un campo di calcetto dominate, quasi umiliate dalla Tour Eiffel. I rivali hanno invece impiantato, alla Défense, un «Nike-park» che è la fine del mondo: oltre ai gadgets (magliette costosissime e i famigerati palloni «made in Pakistan»), ci trovi un sacco di stand dove puoi tirare i rigori, parare i palloni sparati da una macchina che riproduce «la potenza di tiro di Casiraghi» (devono averla costruita prima che Maldini desse l'elenco dei 22), farti fotografare con la maglia del Brasi-

Michel Platini, copresidente del Comitato organizzatore dei campionati mondiali di calcio, se la prende con le autorità francesi, a suo parere colpevoli di non curarsi più di tanto dell'evento che sta per iniziare. «La Francia ha fatto quel che doveva

le, e così via. Uno spasso, e un sacco di ragazzini variopinti, esponenti della Babele di razze che popola Parigi e che ama il calcio assai più dei francesi doc. Ma la cosa più stravagante paritorita dai «creativi» Nike è una campagna pubblicitaria che ricicla la grafica fascista e sovietica degli anni '30. Il parco suddetto si chiama «Repubblica popolare del football» e ieri l'Equipe aveva in ultima pagina una pubblicità dove «presidente» era nominato... Cantona, effigiato in busto, con una pelata e un mascalzone che riecheggiano quelli di Mussolini. Il tutto è al tempo

stesso inquietante e pervasivo, che è poi il senso di ogni pubblicità che si rispetti. L'Adidas, invece, si è come rilassata nell'ufficialità. Ma va capita: conta di vendere 5 milioni di «Tricolori», il pallone ufficiale della Coppa.

Gli altri sponsor ufficiali sono Canon, Coca-Cola (onnipresente in un paese dove la Pepsi imperava), Fuji, Gillette, Jvc, Mastercard, McDonald's, Opel, Philips, Snickers. Ciascuno di loro ha sborsato fra i 150 e i 200 milioni di franchi per partecipare al gioco. Un gioco che si incrocerà, da domani, con i risultati sportivi, condizionandoli e vendendone condizionato. Per la Nike, ad esempio, sarebbe un disastro se Ronaldo uscisse dal mondiale: basta andare al ritiro del Brasile a Ozoir, o girare per Parigi, per vedere solo magliette con il suo nome e il numero 9, gli altri 21 della selezione non esistono e al posto loro saremmo persino un po' stizziti. A sostenere i padroni di casa, invece sarà soprattutto TFI, la tv nazionale. La sera della finale, uno spot pubblicitario di 30 secondi costerà 1 milione e mezzo di franchi (circa 450 milioni di lire)... se giocherà la Francia. Altrimenti, 500.000 franchi. Un terzo. Ed è solo una delle tante cifre che dipendono dai piedi di Zidane e Djorkaeff, mai così amati.

Alberto Crespi

FIAT CHECK-UP 1998

35.000 LIRE, 20 CONTROLLI, IL SERVIZIO TARGA ASSISTANCE.

La rete Fiat utilizza esclusivamente ricambi originali e vi consiglia lubrificanti **SELENIA**

www.fiat.com

FIAT CHECK-UP. IL MODO PIÙ SERENO DI ANDARE IN VACANZA.

Avete scelto la vostra vacanza? Allora non vi resta che garantirvi la tranquillità di un viaggio senza imprevisti. Come? Semplice: con Fiat Check-up. Fino al 30 settembre 1998, con sole 35.000 lire potrete far eseguire 20 controlli sulla vostra Fiat (auto, veicolo commerciale o autocaravan). Il veicolo ha bisogno di interventi? Se decidete di effettuarli pagherete un importo pari al solo costo degli interventi: il check-up, quindi, non vi sarà costato nulla. Superato il check-up, riceverete la Card che vi dà diritto a sei mesi di Targa Assistenza in tutta Europa. E se con il check-up vorrete cambiare l'olio motore con Selenia e sostituire il filtro olio e il filtro aria, Concessionarie, Succursali e Officine Autorizzate Fiat vi offrono uno sconto pari al valore del filtro aria (a listino, IVA esclusa).*

*Se l'intervento sull'auto consiste solo nel cambio olio motore e nella sostituzione del filtro olio e del filtro aria, il costo del check-up verrà comunque addebitato.

A FIANCO DI CHI GUIDA. **FIAT**