



Martedì 4 agosto 1998

18 l'Unità

LO SPORT

Supercoppa di Lega Sabato 29 agosto la sfida Juve-Lazio

Si terrà sabato 29 agosto la gara valida per l'aggiudicazione dell'undicesima Supercoppa di Lega 1998 tra la Juventus, campione d'Italia, e la Lazio, vincitrice della Coppa Italia; la gara, che inizierà alle 20,30, si svolgerà sul campo della squadra che ha vinto il tricolore, allo Stadio Delle Alpi. Il regolamento non prevede i supplementari: in caso di parità dopo i 90' regolamentari si andrà ai rigori.

Pay-tv: la partita Milan-Bologna il primo posticipo

Milan-Bologna alla 1/a giornata (13 settembre), Inter-Piacenza alla 2/a (20 settembre), Parma-Juventus alla 3/a (27 settembre) e Sampdoria-Roma alla 4/a (4 ottobre): queste le prime gare del campionato di serie A Tim 1998/99 che verranno giocate in posticipo serale per la telecronaca in diretta in pay-tv su Telepiù. Tutte le partite in posticipo avranno inizio alle 20.30.



«Trofeo Pirelli» Stasera a Liverpool Inter contro i Reds

Pagliuca e Bergomi subito nella mischia. Ci sono anche i due azzurri nella comitiva dell'Inter che oggi partirà per Liverpool, dove alle 21 italiane (le 20 locali) i nerazzurri affronteranno i «Reds» nel Trofeo Pirelli. Restano alla Pinetina per continuare la preparazione Roberto Baggio («dovrei essere pronto per giocare un tempo a Udine il 7 agosto»), Moriero, Recoba, Silvestre, Paulo Sousa e il terzo

portiere Nuzzo. A Liverpool Gigi Simoni potrebbe schierare un 3-4-3 con Pagliuca in porta, Bergomi libero, Colonneso e Galante marcatori, Cauet e Javier Zanetti o Milanese a centrocampo, Dabo e Ze Elias centrali, Zamorano, Pirlo e Ventola in attacco. «La partita con il Liverpool e quelle di venerdì con Udinese e Juventus mi serviranno soprattutto per verificare le condizioni della squadra - ha spiegato Simoni - In ogni caso sono gare nella prospettiva del primo impegno di Champions League, il 12 agosto».

La Salernitana sta definendo un contratto con una ditta «hard». Il doppio marchio: partite in casa e in trasferta

Sponsor a tutto campo e va in gol il sexy-shop

ROMA. Nel nome dello sponsor, il calcio sta per festeggiare i suoi primi vent'anni col marchio sulla maglietta in un contesto da overdose. Per un Bari e un'Udinese tuttora alla ricerca dell'abbinamento ideale, abbiamo club che cambieranno le scritte sulle casacche a ritmi, come dire, infernali. Prepariamoci da questo punto di vista a una stagione curiosa, avallata da una recente normativa della Lega (a sua volta ipersponsorizzata: 60 miliardi per trenni dalla Telecom Italia Mobile) che permette alle società un'alternanza solo apparentemente selvaggia di pubblicità sulle divise. Una per il campionato d'andata, un'altra per il ritorno, una terza per la Coppa Italia, una quarta per la Coppa europea, e avanti così fin dove sarà possibile incassare.

FINO AL 2001

Kluivert resta con il Milan

Patrick Kluivert resta al Milan. Lo ha annunciato a Milano un portavoce della società rossonera. La decisione di confermare l'attaccante olandese, dopo un lungo tira e molla, è stata concordata ieri ad Amsterdam durante un colloquio tra il direttore generale del Milan, Ariedo Braida, e il procuratore del giocatore, Sigi Lens. Resta quindi invariata la durata del contratto, che lo lega al Milan fino al 30 giugno 2001. La trattativa, cui ha partecipato ad Amsterdam lo stesso Kluivert assieme a Braida e a Lens, si sarebbe conclusa solo con un piccolo adeguamento per quanto riguarda la parte economica del contratto. Kluivert si unirà alla comitiva rossonera il prossimo 8 agosto assieme agli altri ultimi tre «ritardatari», naturalmente a causa del protrarsi del loro impegno nei campionati del mondo: Boban, Cruz e Leonardo. Intanto, oggi alle 13, a Milanello, vengono presentati i nuovi arrivi Bierhoff, Helveg, Ayala e Lehmann.



Sono passati i classici vent'anni che sembrano il doppio da quei 100 milioni consegnati dalla Pasta Ponte al Perugia di Paolo Rossi. Altri tempi, altri abbinamenti, e quando ne parli sembra di sentire il nonno che farnetica. Una volta possedere lo sponsor era da privilegiati, un po' come la piscina o il 15 metri.

La Juve aveva l'Ariston, la Roma era targata Barilla, il Milan cantava Pooh, l'Inter si prestava ai giochi di parole con Misura. Gli altri potevano rispondere con la buona volontà e i conti del ragioniere, però il miracolo della provinciale in lotta per lo scudetto captava ancora. Oggi, ovviamente non più: anche se uno scarabocchio sul petto se lo possono permettere quasi tutti. Il motivo è semplice, occhio alla tabella: pur senza addentrarsi nella jungla dei co-sponsor e degli sponsor tecnici, per una Juve che mette in cassaforte 18 miliardi da Telepiù, c'è sempre un'Empoli che non supera la soglia dei 400 milioni col suo storico marchio Sammontana. Il club bianconero superscudettato sarà fra l'al-

tro la prima squadra italiana ad usufruire di un marchio televisivo, e a poter propagandare a suon di gol «Da» la branca satellitare gestita da Telepiù, a sua volta di proprietà della francese Canal Plus (con questa scritta la Juve giocherà la Champions League), su tutti i canali nazionali. Il contratto stipulato dalla società juventina è, oggi, semplicemente favoloso, e di-

ECCO GLI SPONSOR DELLA SERIE A			
Squadre	Sponsor ufficiale	Marchio	Sponsor tecnico
BARI	?	?	Lotto 250 milioni
BOLOGNA	Granarolo 1,950 miliardi	Granarolo	Diadora 950 milioni
CAGLIARI	Reg. Sardegna 3,5 miliardi	Pecorino Sardo	Biemme 150 milioni
EMPOLI	Sammontana 400 milioni	Sammontana (g. d'andata) Coppa Oro (g. di ritorno)	Errea 100 milioni
FIORENTINA	Gig Nintendo 4 miliardi	Nintendo	Fila 2,5 miliardi
INTER	Pirelli 10 miliardi	Pirelli	Nike 22 miliardi
JUVENTUS	Telepiù 18 miliardi	Canal Plus (Champions League + campionato)	Robe di Kappa 10 miliardi
LAZIO	Cirio* 7 miliardi (trattative in corso con altri due sponsor)	Cirio* (Campionato) 2° sponsor (C. Italia) 3° sponsor (C. Coppe)	Puma 4 miliardi
MILAN	Opel 11 miliardi	Opel	Adidas 25 miliardi
PARMA	Parmalat* 15 miliardi	Parmalat*	Lotto 9 miliardi
PERUGIA	Colussi 1 miliardo	Colussi	Galex*
PIACENZA	Copra - Dac 1 miliardo	Copra (in casa) Dac (in trasferta)	Lotto 250 milioni
ROMA	Ina Assitalia 4,5 miliardi	Ina Assitalia	Diadora 2,8 miliardi
SALERNITANA	Exigo 1 miliardo	Exigo	Asisc 500 milioni
SAMPDORIA	Daewoo 2,5 miliardi	Daewoo - Matiz	Asisc 500 milioni
UDINESE	Moretti? Hit?	?	Diadora 500 milioni
VENEZIA	Emmezeta* 1 miliardo	Emmezeta*	Kronos 300 milioni
VICENZA	Belfe 1,5 miliardi	Belfe	Biemme 150 milioni

* Marchi legati alla proprietà

stanzia tutta la concorrenza, naturalmente in materia di sponsor ufficiali: 122 miliardi dello sponsor tecnico Nike all'Inter vanno invece collegati in gran parte alla presenza di Ronaldo nel team nerazzurro.

La Lazio (Cirio), il Parma (Parmalat), il Venezia (Emmezeta) hanno marchi legati alla proprietà, cioè a Cragnotti, Tanzi e Zamparini: spon-

sor istituzionali, inseriti in partite di giro, non escluso a fini fiscali. Con la Parmalat, da anni il club emiliano controlla gran parte del mercato (calcistico) brasiliano, con grandi vantaggi, pari a quelli per la Parmalat che si ritrova pubblicizzata dai volti di grandi big del pallone. Lo sponsor del Parma appare anche sulle divise di club appartenenti ad altri campiona-

ti, ma questo è ormai un classico: allo stesso modo fanno la coreana Daewoo che in Italia finanzia la Sampdoria, e la tedesca Opel (entrambe settore auto) che, oltre al Milan, ha anche il Psg in Francia e il Bayern Monaco in Germania.

Tornando a noi, sempre molto numerosa è la truppa degli sponsor del settore alimentare: Sammontana, Colussi, Granarolo (decisiva, un anno fa, per portare Baggio a Bologna), Cirio e, volendo, Copra e Dac, i catering che firmano il Piacenza (il primo nel girone d'andata, l'altro nel ritorno) dividendosi fifty-fifty gli oneri. Il resto della legione è sparpagliata fra diversi settori: videogiochi (Nintendo) per il secondo anno con la Fiorentina, gomme (Pirelli) per l'Inter, assicurazioni (Ina Assitalia) per la Roma, grande distribuzione (Emmezeta) per il Venezia, Ente turismo (regione Sardegna) per il Cagliari. Senza abbinamento, per ora, il Bari e l'Udinese: ma quest'ultima sta cercando una soluzione differenziata per campionato e Coppe con la Hit (società che gestisce una catena di casinò in Slovenia) e la Birra Moretti (entrata nell'orbita dell'olandese Heineken).

Nel settore abbigliamento, infine, la Belfe rimpiazza a Vicenza dopo 9 anni la Pal Zileri. Poi c'è la Exigo, jeanseria, che promuove e si fa promuovere dalla neopromossa effervescente Salernitana la quale a sua volta non si ferma lì, e sta per dare spazio ad un partner destinato a far discutere: una catena di sexy-shop. «Naturalmente non sarà un fornitore ufficiale - spiega il capoufficio-stampa Massimo Iorio -, perché non è che abbiamo bisogno di quel materiale... in ogni caso stiamo studiando un marchio idoneo da poter collocare sul tabellone delle interviste e sui pannelli pubblicitari che corrono attorno al campo».

In realtà inizialmente c'era un'idea, poi naufragata per timore di polemiche: quella di sagomare a forma di preservativo il sottopassaggio per l'entrata e l'uscita dei giocatori dal terreno di gioco. «Poi, però si è preferito lasciar perdere».

Francesco Zucchini

Calcio, i casi di Juventus e Parma

Via donne e carte Nei ritiri tira aria di chiusura

ROMA. Impossibile: il calcio diventa ancora più morigerato e bacchettono. Dai ritiri in montagna, in luoghi sempre più monastici, irraggiungibili e lontani da qualsiasi tentazione, arrivano ogni giorno notizie che a seconda dei punti di vista possono apparire inquietanti, disumane, ridicole, perfino spiritose.

A Chatillon, la Juventus ha fatto in modo che le cameriere del ristorante designate a portar l'insalata a Birindelli, Tacchinardi e chissà chi altro fossero immediatamente rimpiazzate da personale maschile. La società è parsa ancora preoccupata per la presenza di qualche ragazza sopravvissuta alla reception e qualche altra addetta al breakfast mattutino, ma infine ha sorvolato «alla Ceccarini». I primi risultati di questo stile-Juve anni 90 si sono visti ben presto: alla prima occasione ha pagato per tutti una giornalista salita fin lassù per scrivere alcuni articoli. Il tempo di scendere dall'auto è stata centrata da un simpatico gavettone del solito Tacchinardi: a parte gli abiti, fradici, l'invitata si è ritrovata col telefonino bagnato e in tilt, per sempre inutilizzabile. Il centrocampista bianconero non ha avvertito neppure minimamente la necessità di correre ai ripari. Potrebbero esserci i primi, imprevedibili effetti del rigurgito vittoriano che si sta abbattendo sul pallone: i protagonisti infatti non paiono preparati.

C'era una volta il calcio da pacchia. Altri tempi davvero quando a Maradona era concesso tutto, anche di sniffare tra un tempo l'altro, e quando gli scudetti si festeggiavano su un panfilo con festicciole su misura per ogni esigenza. Però, senza arrivare alle esagerazioni del Napoli di quei tempi, la dolce vita si è sempre abbattuta felicemente, qui e là, agli eroi dello stadio.

E infatti un'altra squadra che trema è il Parma, che ben lungi dal rag-

giungere mai le vette marodoniane, è sempre stata specchio della sua bella e gaudente città: tanti soldi, poche rotture di scatole dalla stampa, belle donne, nessun obbligo di scudetto da rispettare. Asprilla, Osio, Melli, il Crippa che improvvisava gli streap assieme all'occasionale compagna in piena notte fuori dal localino, la soubrette parmigiana Petra talvolta «troppo vicina alla squadra» come si scriveva con simpatico eufemismo, fanno parte ormai della storia. Nel senso che è cambiato tutto. In silenzio, zitta ma decissimamente, la società ha deciso per un drastico giro di vite.

Già, addio tortelloni e paillettes. Dal ritiro montuoso di Morgex, Val d'Aosta, arrivano news da far impallidire lo staff juventino. Malesani, allenatore della *nouvelle vague* fino a pochi anni fa anonimo impiegato alla Canon, forse per questi suoi precedenti ha messo subito a fuoco la situazione da par suo. Terrificanti i provvedimenti: ha vietato ai giocatori la briscola e il ramino, in voga dai tempi di Valcareggi e che perfino

Sacchi tollerava. «Disgregano il gruppo», ha spiegato il tecnico veneto, e per dimostrarsi generoso ha concesso non la Dama, su cui si poteva equivocare, ma il gioco degli scacchi in cui ci si può imbattere al massimo in un cavaliere. Ben sapendo che nessuno dei suoi ci sa giocare, a cominciare da Asprilla che già col Risiko fatica. Malesani però non si è fermato qui. Dopo aver stabilito molte salate per quelli del tresette clandestino, ha imposto il silenzio-radio anche al barista del campo sportivo di Morgex che con i suoi diabolici amplificatori ascoltava le ultime di Ligabue a volume, a suo dire, troppo alto. In ogni caso fastidioso per la squadra che si allena.

F.Z.

Echi di risate nel parco, di sera.

Estragon comic show

30 agosto
Enrico Bertolino in Cabaret

6 settembre
Charerions in Boom

7 settembre
Francesco Paolantoni
in the school of the art of the Lollis

10 settembre
Alessandro Bergonzoni in Zius

14 settembre
Teo Teocoli in Recital

21 settembre
Claudio Bisio
in Ascolta un cretino

Festa Nazionale de l'Unità '98. Bologna, parco nord dal 28 agosto al 21 settembre

