

Il risveglio di Deborah

La Compagnoni seconda nel gigante di Val d'Isère

Deborah c'è. La numero uno dello sci azzurro cresce e torna grande. Non vince, ma la seconda posizione conquistata ieri nel gigante di Val d'Isère fa tirare un sospiro di sollievo. Il timore di uno stato di forma perso e non più recuperabile è ormai scongiurato. D'altronde, lei stessa aveva detto che la sua vera Coppa del mondo sarebbe iniziata su questa pista francese e proprio qui la Compagnoni ha dato «ottimi segnali di ripresa», giungendo seconda, dietro all'incontenibile Alexandra Meissnitzer.

«Sono contenta - ha detto Deborah - perché da ora in avanti po-

trò far meglio; prima le condizioni fisiche non mi permettevano di aggredire la pista soprattutto sui tracciati facili». Poi l'azzurra a precisato che d'ora in avanti punterà soltanto sul gigante perché lo speciale la costringe a fare «movimenti che provocano dolori alla schiena» e non ha «più voglia di soffrire». «Adesso - ha precisato - farò qualche giorno di allenamento per vedere come reagisco e poi deciderò se gareggiare a Veysonnaz; ma sentirò ancora male, farò solo il gigante».

Il terzo gigante della Coppa del mondo ha evidenziato che anche la squadra azzurra si sta ritrovando

dopo la disastrosa trasferta americana. Bene Karen Putzer, che ha chiuso con un lusinghiero decimo posto. Una conferma è poi giunta, nonostante il diciannovesimo posto, da Sonia Vierin, che sta recuperando rapidamente dall'intervento chirurgico subito al ginocchio.

Per Isolde Kostner il gigante di ieri è da dimenticare; ha infatti chiuso la classifica delle 26 arrivate. Anche per lei ci saranno qualche giorno di riposo e poi l'allenamento in vista delle due libere di Veysonnaz, dove spera di trovare la forma persa al rientro dalla trasferta americana.

INDAGINE DOPING

Invito a comparire per due medici dell'Italia: fecero manipolare una pomata usata sui calciatori

Nuovi sviluppi nell'indagine sul doping. Questa volta due medici della Nazionale di calcio, il professor Paolo Zeppilli e il professor Andrea Ferretti hanno ricevuto nelle scorse settimane avvisi a comparire firmati dal pm Giovanni Spinosa che conduce l'inchiesta sulla somministrazione ad atleti di farmaci pericolosi alla salute. Per i due medici sarebbe stato ipotizzato il reato di somministrazione di farmaci imperfetti. La vicenda è quella relativa alla pomata Voltaren potenziata quattro volte che sarebbe stata preparata dal dottor Massimo Guandalini, socio della farmacia Giardini Margherita al centro dell'inchiesta bolognese. La pomata sarebbe poi stata somministrata ad atleti azzurri. Nell'avviso a comparire (un atto equivalente ad un avviso di garanzia) inizialmente era stata fissata la data del 2 dicembre per l'interrogatorio dei due medici, ma l'appuntamento è slittato ad una data ancora da fissare. Per il Voltaren potenziato era già stato interrogato come indagato, lo scorso 15 ottobre, Claudio Bozzetti, massaggiatore della Nazionale e del Parma. Bozzetti aveva detto che la pomata l'aveva applicata ad alcuni nazionali su indicazione dei medici azzurri.

RIFORMA DEL CONI

Un presidente «traghetatore» per il Foro Italico

La Melandri accelera i tempi

Il Coni avrà un presidente a tempo, che rimarrà in carica fino alla riforma dell'ente. E quanto è emerso dall'incontro al ministero dei Beni Culturali tra il ministro vigilante allo sport, Giovanna Melandri, e i componenti della giunta Coni. Nel frattempo sarà istituito un tavolo tecnico con componenti del ministero e del Coni per preparare la riforma. Il ministro ha detto che la bozza dovrà essere presentata entro Natale. «Siamo concordi - ha detto - sulla necessità di riformare lo sport italiano, così come siamo concordi sulla necessità di andare in tempi brevi alla riforma dell'Ente nell'esercizio della delega Bassanini (entro la fine di gennaio, ndr)». I membri di Giunta hanno fatto notare al ministro la necessità di dare piena funzionalità al Coni, dopo le dimissioni di Pescante. «Le elezioni del nuovo presidente devo farle - ha detto Bruno Grandi, presidente vicario - ma ci saranno i limiti del mandato e con la scadenza della Bassanini ci saranno nuove elezioni».

In
breve

Un «misero» sponsor per gli azzurri

Alla Federcalcio solo la proposta di Media Partners

E intanto i club si spartiscono i miliardi delle coppe

LOSANNA Dalla prossima stagione, la squadra che vincerà la Champions League potrà guadagnare sino a 85 miliardi di lire. Lo ha annunciato a Losanna il segretario generale dell'Uefa Gerhard Aigner, al termine della riunione del comitato esecutivo, spiegando i meccanismi finanziari della nuova Champions League, che entrerà in vigore dalla stagione 1999-2000. «Le nostre sono proiezioni, ma si fondano su precisi studi di mercato - ha detto Aigner - ed il sistema di ripartizione è stato approvato dall'esecutivo». Dalla vendita dei diritti tv e di marketing, l'Uefa punta ad un ricavo di circa 800 milioni di franchi svizzeri (oltre 900 miliardi di lire). I club partecipanti si divideranno 600 milioni. La metà di questa somma sarà divisa secondo premi partita. L'accesso ai gironi (nella prima e nella seconda fase) verrà premiato con 1,5 milioni di franchi svizzeri. Per ogni gara giocata, i club riceveranno 500.000 franchi. La vittoria sarà ricompensata pure con 500.000 franchi, il pareggio con 250.000. La qualificazione per i quarti di finale frutterà 4 milioni, per le semifinali cinque. La finalista riceverà otto milioni, la vincente dieci, sempre in franchi svizzeri. Vi sarà anche una chiave di ripartizione chiamata «market value»: i club dei paesi le cui tv pagano di più, riceveranno di più: 300 i milioni distribuiti secondo questo criterio. Ora, le tv che pagano di più sono quelle tedesche (22 per cento del totale) seguite a ruota da italiane, inglesi, francesi e spagnole, tutte intorno al 15 per cento. 13 (o 4) club italiani potranno quindi dividersi il 15 per cento di 300 milioni di franchi, 45 milioni. La metà di questi (22,5 mln) sarà distribuita fra le squadre italiane a seconda del piazzamento nel campionato italiano. L'altra metà (22,5 mln) verrà distribuita al termine della Champions League secondo le performance sportive europee.



L'allenatore della Nazionale Dino Zoff e alcuni azzurri durante un allenamento nel novembre scorso. Quanti marchi finiranno sulle divise azzurre con la nuova società di pubblicità?

PAOLO CAPRIO

ROMA Povera nazionale di calcio, non piace più agli investitori, sempre più attratti dalle grandi competizioni europee riservate ai club, dove si accapigliano a suon di miliardi per acquisire i diritti televisivi, tralasciando le determinanti per fare incetta di sponsor. Forse dipenderà dalle scarse uscite, setteotto nel corso di una stagione sportiva, forse anche da un minore interesse degli sportivi, che si appassionano alla nazionale soltanto in occasione dei campionati mondiali o europei. Così è accaduto che per l'asta di sponsorizzazione della nazionale di calcio una sola mano si è alzata, quella di «Media Partners». Chi si immaginava liti furiose, colpi bassi e spaventosi giochi al rialzo, è rimasto deluso: la «torta» azzurra è rimasta in bella mostra, senza che gli invitati si svenassero per averne una fetta. Di più: non c'erano invitati. Non va, comunque, esclusa l'ipotesi che l'assenteismo delle aziende alla gara faccia parte di una precisa strategia, studiata a tavolino dalle parti interessate, per consentire alla «Media Partners» di aggiudicarsi la «torta» e quindi entrare nel mondo del calcio, dopo averlo

fatto negli anni addietro nel volley, nel ciclismo, nel basket, nel tennis (Internazionali di Roma) e nella boxe. Ad Atlanta nel '96 (Olimpiadi estive) e a Nagano (Olimpiadi invernali) ha organizzato «Casa Italia» e lo farà anche a Sidney 2000. Quest'ultima, infatti, potrebbe essere la copertura di un pool di aziende che hanno evitato di scendere in campo in solitudine per evitare una folle corsa al rialzo dei prezzi in cambio di un logo sull'azzurro. Fino ad oggi il nome di Media Partners fino ad oggi è stato associato al progetto di Su-

ILLAZIONI INGLESI
Dietro c'è la lunga mano di Berlusconi Murdoch, Kirch e un ricco principe saudita

perlega di calcio, progetto che, fortunatamente, è stato accantonato dall'Uefa. Il gruppo è impegnato in tre attività principali: gestione dei diritti, sviluppo di progetti speciali e produzione di programmi televisivi. Secondo il quotidiano britannico «Independent», dietro all'iniziativa ci sarebbero Berlusconi, Murdoch, Kirch e un principe saudita, interessati alla trasmissione in «pay

per view» delle gare della nuova Lega; iniziativa smentita da Mediaset e Fininvest. Inoltre, il gruppo, il cui presidente è Rodolfo Hecht Lucari, ha dato vita a «Telecalcio», un lavoro relativo allo sfruttamento dei diritti televisivi da parte della Lega Calcio. Adesso, il primo passo della Federcalcio sarà quello di valutare l'offerta di Media Partners «che - come spiega Andrea Abodi, dell'agenzia - non si allontana dalla base d'asta (13 miliardi per il primo anno, 16 il secondo, 20 il terzo e 22 il quarto). La nazionale comunque - spiega Abodi - è una squadra che ha ritrovato simpatia popolare, contiamo di fare fruttare l'investimento. Abbiamo contatti con aziende importanti, in Italia ed all'estero. Fare nomi è prematuro». Quanto alla gara per la sponsorizzazione tecnica, Nike e Robe di Kappa non hanno dato seguito alla disponibilità formalizzata in avvio di gara, evitando di presentare una loro offerta. «Abbiamo ritenuto - ha spiegato il portavoce di Nike Italy, Massimo Giunco - che il minimo garantito richiesto dalla Federcalcio (17 miliardi all'anno, ndr) non fosse sostenibile. Ci rimetteremo alle decisioni della Figg, che potrebbe indire un nuovo bando: noi siamo sempre interessati».

Ma Nizzola è ottimista

«La Nazionale fa sempre gola»

L'azzurro non ha perso il suo «appeal»: lo garantisce Luciano Nizzola, presidente della Federcalcio, che non appare scosso dalla mancata partecipazione di massa alle gare per la sponsorizzazione della nazionale per il prossimo quadriennio. «Abbiamo ricevuto conferma Nizzola - da Media Partners l'unica busta per l'asta di sponsorizzazione ufficiale: se, come credo, risponderà ai canoni del bando, questa agenzia risulterà vincitrice. Il meccanismo risponde ad un concetto diverso. Non ci sarà più uno sponsor unico, come avveniva in passato con la Ipp». Quanto allo sponsor tecnico - prosegue Nizzola - «Nike e Robe di Kappa hanno rinunciato per il momento. Ma credo dipenda semplicemente dal fatto che nessuna grande azienda vuole risultare perdente in una gara del genere».

Agnelli gela Ancelotti

«Non lo conosco...»

E sulla Juve: «Un successo non fa primavera»

FRANCESCA STASI

TORINO Poche ma sentite parole, direttamente dalla voce del padrone. Giovanni Agnelli, in capo a uno dei suoi proverbiali blitz al Comunale, ha dispensato verità comode e scomode sull'universo sportivo della «Famiglia» e sul prossimo futuro bianconero. Per l'Avvocato, il Trap e Lippi restano la crema degli strateghi del calcio e nessuno potrà mai spodestarli. A modo loro, ciascuno rappresenta la realtà rovesciata della Juventus: «Lo ripeto, per me sono i migliori. Trapattoni ci ha portato sei scudetti, Lippi se non sbaglio quattro. In due sono dieci, cioè più di un quarto di quelli che abbiamo conquistato». E non è grave se l'Avvocato invece sbaglia, perché i titoli di Lippi - almeno per ora - sono tre: viene spontaneo immaginare che sia un errore propiziatore. Ma il tecnico di Viareggio, per quanto Moratti sostenga il contrario, se ne andrà a fine stagione: «Sono affari suoi, di Moratti intendo. Sarebbe brutto ci lasciasse, è vero, ma ognuno ha la sua vita». Sul probabilissimo candidato alla sostituzione, Carlo Ancelotti, Giovanni Agnelli si astiene. Un «no comment» che suona un poco da stroncatura: «Non lo conosco. Come allenatore del Parma si è comportato piuttosto bene, certo è stato un grande giocatore». Le alternative però latitano. Viali? «Non credo torni in Italia». Platini? «Da tempo non fa più questo mestiere...». Insomma, la scelta è ristretta e condizionata. Una volta evaporato Lippi, toccherà a quell'amicone di «Carletto» raccogliere un'eredità scomoda, con il placet operativo di Giraud e, forse Moggi.

Ma l'Avvocato ha parlato anche della qualificazione «miracolosa» in Champions League e della Ferrari, che dalla notte dei tempi non riesce più a vincere il titolo iridato in Formula Uno. Da i microfoni di Radio Dimensione Suono, la radio ufficiale della società, il presidente onorario della Fiat ha ammesso che, in verità, mercoledì notte «la soddisfazione più grande me l'ha data il Bilbao. E me l'aspettavo...». Una di-

screta «stecca» per la squadra di Lippi e una brusca ridimensionata del successo ottenuta contro il Rosenborg. La morale avvocatesca è inappellabile: «Una vittoria non fa primavera», tanto per smorzare i facili trionfalismi, perché «ci sono state stagioni più belle». Cinque minuti è durata la sua visita, poi il freddo gli ha consigliato di rifugiarsi in macchina: «Con il nostro allenatore ho chiacchierato dei giocatori, stanno tutti bene». In attesa della Fiorentina e del rilancio in campionato, ovvio: «È sempre difficile per noi a Firenze. Quest'anno lo è ancora di più dato che la formazione viola si comporta bene ed è forte».

Le ultime considerazioni sul destino della Ferrari: «Spero che sia l'anno buono. Me lo auguro perché sarebbe anche l'ora». Schumacher è avvertito: il maggiore degli Agnelli, quasi persa la Juve, vuole divertirsi con l'altro giocattolo...

I nostri pronostici		
TOTOCALCIO		
Bari	- Empoli	1 X
Bologna	- Salernitana	1
Fiorentina	- Juventus	1 X
Lazio	- Sampdoria	1
Milan	- Vicenza	1
Parma	- Roma	1 X 2
Perugia	- Cagliari	X
Udinese	- Inter	1 2
Venezia	- Piacenza	1 X
Napoli	- Ravenna	1
Torino	- Verona	1
Viareggio	- Prato	X
Messina	- Catania	1 X 2
TOTIP		
Prima corsa	1 X	
	X 1	
Seconda corsa	X 2	
	2 2	
Terza corsa	1 X	
	1 2	
Quarta corsa	1 X 2	
	X X 1	
Quinta corsa	1 2	
	1 X	
Sesta corsa	1 X 2	
	2 1 1	
Corsa +	2 7	

“UN TETTO DA ACQUISTARE” IN REGALO CON “IL SALVAGENTE”

PAY TV, VIA ALLA CORSA

TRA STREAM, D+ E GLI ALTRI RIUSCIRÀ A VINCERE IL TELE-SPETTATORE?

QUESTA SETTIMANA

in omaggio con il giornale, il quinto fascicolo di “Abc casa”

- un'Enciclopedia unica,
- facile da usare,
- di 400 pagine

SALVAGENDA 99

a 18.000 LIRE

nelle migliori librerie, in regalo agli abbonati sostenitori, oppure...

telefonateci allo 06/7020440