

lo sport in tv

- 12,00 Rai Sport Tre Rai3
- 12,00 Tennis, ITF Tour SportStream
- 14,00 Tour de France, 15a tappa Eurosport
- 15,30 Triathlon, qualif. mond. Rai3
- 16,05 Golf, British Open Tele+
- 18,30 Sportsera Rai2
- 19,00 Tuffi grandi altezze RaiSportSat
- 19,20 Apnea, record mondiale RaiSportSat
- 20,45 Triang. Lazio-Napoli-Hannover Rete4
- 0,50 Motorama Rai2



Processo Juve, il medico conferma: «Psicofarmaci e stimolanti»

Di tutto negli sportelletti della farmacia juventina: dalla creatina agli psicofarmaci (Samir e Liposom Forte), ai corticosteroidi, dal Voltaren (che nel senso comune è diventato quasi una nivea) ai farmaci cardiaci (Esafosfina e Neolen) fino al Neral, che è consentito solo negli ospedali. A elencare questo prontuario il medico sociale della Juventus, Fabrizio Tencone, che ha depresso ieri nell'ambito del processo che vede la squadra bianconera, nelle persone dell'amministratore delegato Antonio Giraudo (nella foto) e del responsabile medico Riccardo Agricola, accusata di frode sportiva. La tesi del pm Gianfranco Colace e Sara Panelli è che ai calciatori, dal '94 al '98, siano stati somministrati farmaci con modalità tali da avere effetti dopanti. Come nelle migliori gag, il dottor Tencone ha dichiarato di poter spiegare tutto. «Per ogni prodotto c'era una giustificazione terapeutica. Gli psicofarmaci li abbiamo dati su indicazione di Agricola, mi ricordo a Conte, Deschamps e Ravanello». Mi ricordo? Sì perché, ammette candidamente Tencone, il trattamento farmacologico dei singoli atleti non era indicato nelle cartelle cliniche. Nel marzo scorso il dirigente dell'Asl che aveva prelevato gli incarti (la dottoressa Annalisa Lanterno) dichiarò nella deposizione davanti al giudice Casalbore che dai referti sequestrati emergevano dati preoccupanti. Secondo la Lanterno «le analisi facevano risentire delle alterazioni dei valori ematici, senza che però venissero presi provvedimenti». In particolare nel caso di De-

l'Unità
ONLINE
nasce sotto i vostri occhi ora dopo ora
www.unita.it

lo sport

l'Unità
ONLINE
nasce sotto i vostri occhi ora dopo ora
www.unita.it

Affari da titolo: la Ferrari vince in Borsa

Schumi dà soddisfazione a Fiat e Mediobanca. Un marchio da due miliardi di euro

Livio Muratore

risalto nei media

I giornali di Rio «Ora Rubens...»

MODENA Mentre la squadra torna nella sua terra accolta da un tripudio di bandiere (11 milioni di telespettatori hanno seguito la gara), e i giornali brasiliani chiedono la vittoria di Barrichello, una pioggia di congratulazioni arriva a Maranello: complimenti, auguri, rallegramenti. Anche il presidente della Provincia di Modena si è messo in contatto con Luca Cordero di Montezemolo per esprimergli i suoi sentimenti: «Modena e i suoi motori sono in cima al Mondo - dice Graziano Pattuzzi - L'avvincente vittoria del Gp di Francia è il modo più bello ed esaltante per riconfermare per la terza volta consecutiva lo scettro della F1 alla scuderia di Maranello».

Intanto, è stato accolto da una folla festante, il gruppo della Ferrari al rientro dalla Francia. Sui volti degli ingegneri e dei tecnici che hanno reso possibile questo nuovo "miracolo" si leggeva soddisfazione ma anche la voglia di continuare nell'impegno per le prossime gare. Obiettivo, l'appuntamento di domenica prossima in Germania, la vittoria del titolo costruttori, la conquista del secondo posto con Barrichello.

Grande risalto ha ottenuto la vittoria di Schumi sui giornali inglesi. Persino il "Financial Times" gli ha anche dedicato una foto in prima pagina. "The Times" sottolinea come per una volta l'invincibile tedesco «freddo calcolatore abbia mostrato il suo lato più umano, piangendo nascosto dal casco sopraffatto dalle emozio-

ni». Lo stesso Schumacher ha confessato ai taccuini del "The Daily Telegraph" di essersi commosso quando Todt gli ha comunicato che era diventato campione del mondo: «Dopo la scivolata di Raikkonen ho corso i cinque giri più difficili della mia carriera...». "The Guardian", pur sostenendo la difficoltà di un paragone, azzarda alcune considerazioni per la verità non troppo benevole verso il neo-campione. Al grande Fangio il quotidiano riconosce il merito di aver trasmesso emozioni con la sua guida audace sempre «ai limiti» e di non esser mai venuto meno ad uno spirito sportivo irreprensibile, qualità che non apparterebbe al tedesco. «Adesso anche la Germania può vantare un pentacampione»: il Brasile non perde l'occasione per ricordare il suo fresco titolo mondiale del pallone anche per celebrare il trionfo. Lo fa con il titolo di prima pagina il quotidiano "O Globo", ma lo imita anche il maggior quotidiano brasiliano, la "Folha de S.Paulo", annunciando che per la Ferrari «Adesso l'obiettivo è il tetracampionato dei costruttori». Il quotidiano sostiene anche che si potrà puntare sulle vittorie del brasiliano Barrichello. Entusiasti i toni dei giornali tedeschi. «Quinto titolo, il campione più veloce di tutti i tempi» è il titolo della Bild. Ma articoli correati da foto di Schumacher esultante o sul podio, dominano le prime pagine di tutti i quotidiani. «Lacrime nel cockpit», sottolinea l'austriaca Frankfurter Allgemeine Zeitung, mentre la Sueddeutsche Zeitung titola: «Grazie è una parola troppo piccola». Commossi i commenti in Argentina, patria di Fangio. La Nacion è andata oltre, aggiungendo agli articoli un grande poster dall'inequivocabile titolo "Quintuples", in cui sono affiancate una foto in bianco e nero del pilota argentino e una a colori del tedesco, entrambi portati in trionfo. «Così in cielo come in terra», enfatizza il Clarin.



controcampo

Sindrome di Gastone Campioni e fortunati

Luca Bottura

Quello di Michael Schumacher è forse l'unico carro del vincitore al mondo su cui nessuno ha voglia di saltare. Intanto per la velocità del mezzo, poi per la sindrome di Gastone di cui soffre chi lo guida. La macchia d'olio su cui è scivolato Raikkonen non ha fatto da acuire la profonda antipatia che circonda il popolare masellone, la cui commo- zione simulata nel dopo gara («Sono così emozio- nato che non trovo le parole»: raccontata a un altro) ha indispettito persino i quattro fans rimasti a Maranello. Gente che normalmente vive in altre regioni, e che corre in soccorso delle telecamere - otto per ogni indigeno genuino, in circostanze del genere - animata da puro spirito solidaristico. Ma in realtà, da quando il Cavallino è finito nelle mani di Schumi, tifano Sauber.

La malattia peraltro è contagiosa, oltre che dai sintomi inequivocabili. L'ultimo fine settimana ha contato almeno due nuove infezioni. Anzi tre. Due delle quali al Tour. Lance Armstrong, intanto. La cui smentita alla voci di doping ha ricordato il Citaristi dei tempi di Mani pulite. O il Berlusconi di oggi. E Richard Virenque, indispettito da chi ne accostava la rinascita a qualche miracolo chimi- co. Due perfetti Gastoni, che pestano fortuna su qualunque marciapiede si trovino, disprezzandola perché si attacca alle scarpe. A fronte dell'unico Paperino - Marco Pantani - che ha reagito alla malaparata puntando solo sulle proprie gambe: prende tre minuti di distacco anche quando sale le scale di casa.

Il terzo beneficiario è Valentino Rossi. Davanti a lui, una versione a duecento all'ora di "Giochi senza frontiere", gli avversari che scivolavano come sul sapone. Dietro, il solito Max Biaggi (Rockerduck, per restare nella metafora di bassa lega) che schiumava una rabbia altrettanto usuale. Una botta di culo, come direbbe lui, che Valentinik ha deciso di festeggiare come predilige: tentando di investire Biaggi, stavolta a piedi, e roteando a mo' di celebrazione un plateale gesto dell'ombrello. Amabile, misurato e simpatico come il miglior Gastone. Ce lo meritiamo, forse.

addirittura ai due miliardi di euro, con previsioni di rendimento dei titoli futuri altissime. Insomma, una Ferrari che crea valore per se e per tutti quelli che la stanno attorno.

E gli sponsor? Gongolano. Risolti i contratti con Valleverde e Tic-tac, i pochi privilegiati rimasti sono la storica Marlboro, la Shell e il colosso della telefonia mobile Vodafone. E anche i titoli di quest'ultima fanno registrare un andamento positivo rispetto alla

diretta concorrente in Italia, ovvero Tim. Il Cavallino opta quindi per una politica di selezione che non si ferma ai soli sponsor, ma che coinvolge anche il ventaglio dei fornitori e dei licenziatari del marchio. L'intenzione - fanno sapere da Maranello - è quella di una «attenta politica di selezione di chi si occupa del merchandising, in modo da lavorare solo con i migliori al mondo e mantenere l'esclusività del marchio». Un aspetto, quello dei gad-

get (dai cappellini, ai portachiavi, alle tute, alle scarpe) in piena crescita per vendite e fatturato. Il futuro della Rosa si giocherà anche su questo.

E infatti dalla Ferrari si dicono pronti ad aprire per il futuro sei nuovi grandi negozi distribuiti nel mondo, sull'esempio dello store esistente di fronte agli stabilimenti di Maranello. Si tratterà di un nuovo business gestito direttamente senza nessun tipo di delega o appalti. A ciò si affiancheran-

no punti vendita più piccoli, nella maggioranza dei casi negli aeroporti, come quello già presente al "Marconi" di Bologna. Insomma, il Cavallino si venderà non solo davanti agli autodromi, ma anche nelle boutique e nei negozi sparsi per il globo. Il marchio Ferrari, dunque, allarga il suo impatto popolare - quasi certamente è l'azienda italiana più conosciuta al mondo - al mondo della finanza, degli investitori, del commercio.

Reset

Luglio/Agosto 2002 - numero 72

in edicola e in libreria



Karl Popper oggi

A cento anni dalla nascita

Filosofo della ragione critica, liberale, riformista, nemico di ogni populismo

Albert, Ambrosi, Antiseri, Benvenuto, Bobbio, Bosetti, Di Nuoscio, Dorato, Gattei, Giorello, Havel, Lai, Marietti, Minazzi, Munz, Parrini, Schmidt, Soros, Stanzione, Tagliagambe, Veca