

08,30 Golf, Uspga Tour Eurosport
11,00 SportStream Motori Stream
12,35 Hockey, Nhl Tele+
13,45 Tennis, Open d'Italia Eurosport
13,45 F1, Gp d'Austria, qualifiche Rai2
15,20 Ciclismo, Giro d'Italia Rai3
16,55 Karate, Europei senior RaiSportSat
17,25 Camp.it. Moto d'Acqua RaiSportSat
20,30 Basket, Play off Lega due Eurosport
22,20 Boxe, Tabbuso-Csicsely RaiSportSat



La Florentia torna Fiorentina: Della Valle ha comprato il marchio

Il Tribunale accoglie l'unica offerta (2,5 milioni di euro). Prossimo obiettivo i trofei della vecchia società

Francesco Sangermano

FIRENZE Lo aveva detto e ha mantenuto la promessa. Diego Della Valle ha ridato a Firenze la "sua" Fiorentina. Le ha reso il nome vero, quello che tutti hanno continuato a pronunciare nei bar, nelle strade, nelle piazze, dentro allo stadio. Perfino sui giornali. Alla faccia di un'ufficialità che la voleva Florentia Viola. Le ha reso definitivamente il giglio e il colore viola. Per la curatela fallimentare sono genericamente "il marchio". Per Firenze e i suoi tifosi sono di più. Un pezzo di storia della città.

L'attesa è finita ufficialmente ieri a mezzogiorno e venti minuti, da quando 24 ore prima Della Valle aveva consegnato la busta in tribunale, nessuno in città nutriva più dubbio alcuno. Rizzuto e Cecchi Gori (ma in molti sospettano siano nomi della stessa facciata) ci hanno provato a colpi di ricorsi. Respinti senza appello. Alle 12.20, dicevamo, il giudice D'Amora ha aperto la busta con l'offerta di Diego Della Valle considerandola efficace a tutti gli effetti. «Abbiamo attribuito il marchio all'unica offerta temporanea in attesa del versamento dei 2,5 milioni di euro. Della Valle avrà tempo 60 giorni per effettuarlo». Versamento che con tutta

probabilità verrà effettuato al più presto per consentire l'utilizzo del nome Fiorentina e di colore viola già da lunedì in occasione della gara al "Franchi" contro gli ex viola di Ranieri. Adesso il prossimo passo, per Mister Tod's, sarà quello di mettere le mani anche su trofei (270 in 77 anni) che la curatela fallimentare ha deciso di separare dal marchio. A proposito, l'assessore fiorentino allo sport Eugenio Giani ha lanciato la proposta di «ristrutturare il sito Maratona del Franchi realizzando la struttura del futuro Museo della Fiorentina dove collocare trofei e cimeli della Fiorentina acquisiti dai prestigiosi enti morali della città e dai singoli cittadini o collezionisti».

Non piangere Argentina
Tornano i Peronisti
In edicola con l'Unità a € 3,10 in più

lo sport

Non piangere Argentina
Tornano i Peronisti
In edicola con l'Unità a € 3,10 in più

Champions, una coppa piena di euro

Juve e Milan si contenderanno anche un premio da 45 milioni per diritti e merchandising

Aldo Quagliarini

La vittoria sul Real spinge la Juventus verso lidi dorati, dove da qualche ora è già approdato il Milan. Al di là dei sentimenti e delle emozioni, la finale di Champions vuol dire infatti soldi. Tanti, tantissimi. Essere arrivati fin lì significa essersi assicurati enormi introiti, attraverso diritti, sponsor e merchandising, soprattutto. Ieri, i mercati finanziari hanno già premiato la società bianconera, dato a Piazza Affari il titolo è stato molto trattato e ha concluso la sua corsa crescendo del 0,42 (a quota 2,39) dopo però aver toccato il 2,31% e quota 2,435. La Borsa è poca cosa, preda spesso degli speculatori (alla fine il titolo è cresciuto meno del mibtel...), ma anche questo è un segnale.

Si, perché tutto un mondo si sta muovendo verso Manchester, verso l'Old Trafford, per accaparrarsi tutto quello che si può comprare. Per farsi un'idea, basta pensare che nel '99, per la semifinale, la Juventus incassò qualcosa come 17 miliardi di vecchie lire, di cui quattro provenienti dalle televisioni. L'Inter, nella stessa situazione, guadagnò, quattordici milioni di vecchie lire. Cifre di tutto rispetto, ma niente a che vedere con quelle che vengono trattate in queste ore.

Tutto questo volume d'affari è infatti in continua e vorticoso crescita e i numeri di ora fanno impallidire i modesti accordi di qualche anno fa. Con l'introduzione della formula del campionato a trentadue squadre, si sono moltiplicati infatti gli interessi, l'attenzione, i guadagni. In pratica, le cifre si sono raddoppiate e ancora la montagna cresce, tanto che non si è lontani



Edgar Davids (Juventus) e Clarence Seedorf (Milan). I due olandesi si ritroveranno nella finale di Manchester

dalla verità se si dice che il Real Madrid (vincitore della Coppa l'anno scorso) guadagnò intorno ai 40 milioni di euro.

Cifre enormi, gigantesche, che fanno pensare. Come le (apparenti) contraddizioni all'interno di questa bolla. La Juventus, infatti, guadagnerà più del Milan, come base di partenza, al di là del risultato

finale. Paradossi del mercato? No, miracoli del merchandising. Sempre nel '99, la finale premiò (sul piano sportivo) il Manchester United (2-1 sul Bayern Monaco) ma la società inglese venne «penalizzata» sul piano economico. Così, il Bayern incassò 12 milioni di euro (23,2 miliardi di vecchie lire) mezza milione in più dei reds. La spie-

gazione è legata proprio al miglior sfruttamento del merchandising, a tutto quel mondo di diritti e di esclusive legato al marchio ufficiale.

Nello stesso modo, il merchandising juventino è più strutturato, diffuso e organizzato di quello rossonero e questo lascia immaginare un vantaggio economico non indif-

ferente per la società bianconera.

Comunque, al di là delle suggestioni e delle teorie, la squadra vincitrice conquisterà, oltre la Coppa, anche 45 milioni di euro (dieci in più della società sconfitta). Troppi? E pensare che c'è allo studio un progetto per una Champions stile Nba (privata) con un premio di ben 110 milioni per la vincitrice...

vista da lontano

Dai giornali stranieri ancora ironie sull'Italia

Francesco Caremani

«Chi ha in programma di cenare in un ristorante italiano il 28 maggio, è meglio che ci ripensi: il servizio potrebbe essere scadente. Quella sera all'Old Trafford di Manchester due squadre italiane si affronteranno nella finale della Champions League. Una Juventus in gran forma, grazie anche al recente scudetto, ha battuto ieri il Real Madrid guadagnandosi il passaggio alla finale contro il Milan». Bastano poche righe e alcune parole qua e là per capire quanto soffrono gli inglesi nel veder giocare, nella finale della massima competizione per club, due squadre italiane in casa propria, in casa dei maestri del football. Il testo fra virgolette, infatti, è tratto da *The Inde-*

pendent di ieri, uno dei più importanti quotidiani britannici.

Lo sciovinismo britannico è duro da digerire, anche se il titolo del pezzo di Glenn Moore è «Nedved sbriciola il Real Madrid, sintetico ed efficace. Per *The Times* «La Juventus ha riportato i marziani sulla terra», mentre il simpaticone *The Sun*, che chiamarlo giornale è una violenza, titola «I maestri della pasta», tanto per farci capire quanto gli è indigesta questa finale. Più obiettivi i francesi che non hanno potuto non constatare la superiorità della Juventus contro il Real Madrid e la forza del calcio italiano in questa stagione, così per *Le Figaro* «La Juventus domina il Real Madrid».

I giornali portoghesi, invece,

con *A Bola* in testa puntano il dito sull'errore di Figo, non trattando minimamente la parata di Buffon, una delle tante perle bianconere. Anche i tedeschi prendono atto, ma non possono fare a meno d'essere ironici come la *Bild* «L'Italia canta e balla d'allegria», come se fossimo ancora tutti spaghetti e mandolino. E gli spangoli? As se la prende comoda e nel sito titola «In Italia si parla di umiliazione» un modo per dire una cosa che non si può scrivere direttamente. Mentre *Don Balon*, storico settimanale, fa lo gnorri e pensa alla decima coppa sfuggita al Real Madrid, come se il Milan fosse stato una vittima sacrificale. Sulla stessa linea *El Mundo* che fatica ad ammettere la superiorità tattica e tecnica della Juventus.

Alla fine verrebbe proprio da dire «Viva la stampa sportiva italiana» che se ha un difetto non è certo quello di essere sciovinista, anzi. E Juve-Milan sia, alla faccia di Crujff che da allenatore del Barcellona ha perso 4-0 la finale contro i rossoneri di Capello.

Intanto, è già cominciata la lotta per i biglietti. L'Old Trafford contiene 68.000 spettatori ma per la partita del 28 maggio saranno a disposizione solo 63.000. Per ora si parla solo di 18.900 tagliandi alle due società italiane, ma la cifra non è ufficiale. Il comitato organizzativo del Milan è volato ieri a Manchester proprio per trattare questo

aspetto, la stessa cosa farà la Juve nelle prossime ore. Ottomila biglietti sono stati già venduti in Inghilterra e gli abbonati del Manchester hanno tempo fino a dopodomani per prenotare un posto. Naturalmente ci sono moltissimi ospiti Champions, Uefa, Federazioni e Sponsor vari. I prezzi oscilleranno dai 60 ai 120 euro.

L'ANNIVERSARIO Lo stadio romano compie 50 anni. L'inaugurazione il 17 maggio '53 contro i fuoriclasse magiari: Puskas e Hidegkuti sconfissero 3-0 l'Italia allenata da Meazza

Olimpico, atto primo: lezione ungherese davanti ad Andreotti

Massimo Billi

A vederlo alla vigilia del cinquantesimo compleanno, con la sua corona in testa, che ha fatto imbufalire gli ambientalisti e sbaraccare i venditori di trench di plastica a cinque «piotte» il pezzo, lo Stadio Olimpico di Roma ha un aspetto inconfondibilmente regale. Sarebbe piaciuto al Duce che ne ispirò la nascita in vista di una possibile Olimpiade o per l'Esposizione Universale del '42. Sappiamo che non lo ha mai visto finito, ma le basi riuscirono comunque a gettarle, alle pendici di Monte Mario nell'area che dal dopoguerra si chiama Foro Italico e che allora portava naturalmente il suo nome. Nel '32 l'Olimpico in nuce, o meglio in duce, si chiamava Stadio dei Cipressi e, oltre ad essere circondato dagli alberi, avrebbe avuto di lì a poco un solo primissimo ordine di gradinate. Nel '38 fu «abbellito» per la visita del Fuhrer e spuntarono come funghi ben ventiquattro torri,

prodotto della vera arte itlica, quella di arrangiarsi. Si trattava, come ha scoperto lo storico della nostra impiantistica sportiva Livio Toschi, di pannelli in «carpilate», ovvero di un impasto di poco cemento e molta paglia, così definito in onore al suo inventore, l'ing. Carpi. L'imponente ornamento litorale fu installato e rimesso in poco tempo. Insomma fu davvero un fuoco di paglia; non erano ancora maturi i tempi per dotare Roma di un impianto degno della sua storia. Era destino che dovesse essere l'Italia democratica e repubblicana, attraverso il riformato Coni di Onesti, a dare i natali all'Olimpico capitolino. La rinascita e la nuova immagine del Paese sarebbero passate anche per l'organizzazione di una Olimpiade e la prima pietra del nuovo stadio destinato a ospitarle fu posta, sulle precedenti strutture, nel '50. A firma degli architetti Roccatelli, Valle, e Vitellozzi sarebbe stato un gioiello architettonico contemporaneo, dall'ampio ovale scandito da gradoni



Il primo incontro giocato allo stadio Olimpico. È il 17 maggio del 1953 e l'Ungheria batte l'Italia 3-0 con due gol di Puskas e uno di Hidegkuti. Tra gli azzurri Boniperti e Amadei

in travertino, su cui innestare sedili in legno dipinto di verde; aperto al sole capitolino e al commercio dei succitati impermeabili se Giove Plu-

vio proprio avesse voluto fare i dispetti.

Ma quel 17 maggio 1953, giorno dell'inaugurazione, c'era il sole e

c'era tutta la Roma sportiva e professionalista, ben oltre la taratura dell'impianto, peraltro ottimisticamente stimata in centomila unità. E co-

munque almeno centomila persone quel giorno c'erano davvero per vedere la nostra nazionale di calcio sfidare i maestri ungheresi. Stipati in ogni ordine di posti, prima della gara, si sorbirono tutto il cerimoniale inaugurale in cui fece la parte del leone il giovane sottosegretario del consiglio Giulio Andreotti. Accanto a lui, in tribuna d'onore sedevano i grandi glorie dello sport azzurro, fra i quali il campione del mondo del '38 Amedeo Biavati, la prima medaglia d'oro olimpica della nostra atletica femminile Ondina Valla, la grande schermatrice Irene Camber. L'alfiere della nazionale bismundial, Peppino Meazza, era invece in panchina a guidare gli azzurri e non si divertì. La nostra squadra, zeppa di romanisti per evidenti ragioni geopolitiche, rese il confronto per un tempo, alla fine del quale Carletto Galli, testina d'oro, imbeccato da Amadei, si mangiò un gol fatto e sul capovolgimento di fronte, per la nota legge del contrappasso calcistico, i magiari andarono a

rete con una delle loro star, Hidegkuti. Nella ripresa non ci fu storia, segnò una doppietta la prima stella di quella formidabile Ungheria, la mezzala Puskas, che tre anni dopo sarebbe andato in Spagna a dare inizio alla leggenda del Real Madrid. Fimì 3-0 con i centomila comunque estasiati dal frasteggio ungherese. Tocchi felpati, esterni deliziosi e nel caso di Hidegkuti un ruolo a parte, quello del centravanti arretrato, praticamente un ossimoro, che in realtà simboleggiava l'arte di aprire le difese da lontano, quasi con distacco, l'impareggiabile stile danubiano appunto. Per il nostro calcio, del resto, queste batoste internazionali non erano una novità. Il Grande Torino vestito d'azzurro, nel '48, ne aveva presi quattro dall'Inghilterra. Ma proprio l'Olimpico, quindici anni dopo, diede il segnale che il gap era colmato. Sul suo terreno i gol di Riva e Anastasi ci hanno regalato l'unica Coppa Europa che la nostra federazione può esporre in bacheca.