

La scommessa



Pirelli sponsor per rilanciare il calcio cinese

DAL NOSTRO CORRISPONDENTE

PECHINO — Le nozze sono state celebrate in un tripudio di coriandoli dorati. La Super League, la serie A cinese, ha un nuovo sponsor istituzionale ed è italiano. La Pirelli e la federazione di Pechino (Cfa) hanno trovato l'accordo, che sarà triennale e di entità ancora riservata. Alcuni giornali hanno avanzato alcune ipotesi, l'amministratore delegato di Pirelli Cina, Giuseppe Cattaneo, si limita a garantire che «siamo al di sotto dei 5 milioni di euro che si sono letti».

Se il pallone è uno dei prodotti del made in Italy più esportabili, il mondo del calcio cinese è già sostenuto da entusiasmi vivaci. Anche troppo: ci sono stati episodi di corruzione, incidenti vari. Un'epica rissa in campo a metà novembre ha provocato un bando della tv di Stato

16 squadre

Domani il via, gioca anche Tommasi



(Cctv) sul calcio cinese, appannando l'immagine di una massima serie che, nella forma attuale, è nata nel 2004. E nel recente passato si sono succeduti sponsor che hanno impiegato poco a togliere il disturbo, Siemens, la britannica Iphox (web), la locale Kingway (alcolici). Stavolta i vertici del calcio cinese promettono: «Tolleranza zero per chi viola le regole».

Pirelli ha aperto in Cina il primo stabilimento nel 2005 e considera il 2009 il suo primo anno pienamente operativo («bene i primi due mesi», dice Cattaneo). La sponsorizzazione non si ferma al sostegno del marchio ma ha un'ovvia ricaduta sulla Cctv e su 20 canali regionali: «In tv saremo riconoscibili un po' come accade per la Tim con il campionato italiano». Circa 150 mila telespettatori l'anno scorso, 16 squadre, la Super League comincia domani e quest'anno conta anche un italiano in campo, l'ex romanista e nazionale Damiano Tommasi, nel Teda Tianjin. Tutta italiana, invece, risulterà ovviamente la finale della nostra Supercoppa prevista in agosto a Pechino. Se una delle due squadre sarà l'Inter, come i 7 punti sulla Juventus in campionato sembrerebbero suggerire, anche lì Pirelli interverrà. Ma, in quel caso, per lo sponsor dei campioni d'Italia sarà come giocare in casa.

Marco Del Corona

