
Per il calcio un futuro sempre più rosa

Autore: Marco Catapano

Fonte: Città Nuova

Al Giappone il mondiale femminile. Stadi pieni, ascolti record in tv, figurine andate a ruba. A testimonianza di un movimento in continua espansione.

Grande successo per il mondiale *made in Germany*. La cancelliera Angela Merkel ha festeggiato domenica il suo cinquantasettesimo compleanno in un modo davvero originale, ovvero in compagnia di circa 50 mila persone: c'erano alcuni amici, vip tedeschi, politici giunti da diverse parti del mondo, e soprattutto tanti appassionati di sport. Eh già, perché domenica, in Germania, con la bellissima finale tra Stati Uniti e Giappone disputata a Francoforte e vinta 5-3 ai rigori dalle sorprendenti giocatrici nipponiche, si sono conclusi i sesti mondiali femminili di calcio, un avvenimento a cui il capo del governo teutonico non ha proprio voluto mancare, neanche nel giorno del suo compleanno.

Dalla prima edizione della rassegna iridata, che si tenne in Cina nel 1991, il calcio femminile ne ha fatta di strada, e i mondiali appena terminati ne sono una chiara testimonianza. In Germania abbiamo visto stadi quasi sempre esauriti, con 700 mila biglietti (su un totale di 900 mila) già venduti prima dell'inizio del torneo. Sulle tribune spettatori sempre in festa, come già accaduto in occasione dei mondiali maschili del 2006, ma questa volta presenti dal vivo per assistere alle gare di uno sport che certamente non soffre le "pressioni" che normalmente accompagnano il calcio maschile. Alla fine l'hanno spuntata le ragazze giapponesi, che hanno regalato un sorriso ai loro connazionali così duramente provati dal terremoto del marzo scorso.

Passione e tecnica in forte crescita L'interesse in continuo aumento nei confronti di questa disciplina è testimoniato anche dai "pazzeschi" dati relativi a quanti hanno seguito le gare in tv, comodamente seduti sulla poltrona di casa: per la prima partita giocata dalla Germania, che ha visto opposte le beniamine di casa al Canada, la tv tedesca ha registrato 18 milioni di telespettatori. Dati impensabili solo alcuni anni fa quando il calcio femminile era sostanzialmente "ghettizzato", considerato quasi "figlio di un Dio minore".

Negli ultimi dieci anni invece c'è stato un progresso continuo, quasi inarrestabile. Ancora indietro rispetto ai colleghi uomini sul piano della pura forza, le giocatrici professioniste sono nettamente cresciute sotto l'aspetto della qualità tecnica e della disciplina tattica, ed alcune calciatrici possono essere ora considerate delle vere e proprie fuoriclasse. Come Birgit Prinz, stella della nazionale tedesca, o la brasiliana Marta, già eletta per cinque volte migliore giocatrice del mondo dalla Fifa.

Figurine a ruba Per la prima volta poi la Panini, l'industria modenese di collezionismo adesivo famosa in tutto il mondo, ha dedicato un album a uno sport internazionale femminile, nella fattispecie proprio al calcio. Le bustine di figurine sono state in vendita solo nel Paese che ha ospitato i mondiali, ma hanno avuto un successo oltre ogni più rosea aspettativa. Tanto che, per eccesso di

prudenza, sono stati sbagliati i calcoli: i 4 milioni e mezzo di bustine sulle sedici nazionali di calcio femminile partecipanti alla fase finale del mondiale, infatti, sono andate esaurite in sole due settimane. In fretta e furia ne sono state quindi stampate un altro milione, e anche quelle sono andate vendute nel giro di pochissimo tempo.

L'album di figurine, praticamente identico a quello stampato sui calciatori maschi, presentava una sola differenza: per ogni calciatrice è stato indicato il luogo di nascita, l'età, l'altezza, ma non ... il peso. Non una dimenticanza, ma una precisa scelta voluta nel rispetto di un "dato sensibile" la cui privacy sta particolarmente a cuore alle rappresentanti del gentil sesso. Ma la sostanza non cambia: quando una disciplina sportiva finisce sulle mitiche figurine Panini, non ci sono più dubbi sulla sua raggiunta popolarità.