



LA FAMIGLIA DIETRO AGLI ATLETI

Le donne d'Italia che crescono i futuri campioni

Venerdì 27 luglio, stadio Olimpico, Londra: e se gli atleti azzurri sfilassero accompagnati dalle mamme? Faremmo la figura dei mammoni, certo, ma non sarebbe una novità, né l'ultima volta. Sarebbe, invece, il primo riconoscimento ufficiale del più fenomenale meccanismo di promozione sportiva che il nostro Paese si sia inventato nel secondo dopoguerra.

Abbandonati alla memoria dei documentari Luce i saggi ginnici negli stadi fascisti, dimenticati i Giochi della Gioventù "competitivi" degli anni Settanta e Ottanta, schiacciata in sole due ore settimanali l'educazione fisica a scuola, scegliete uno di quegli olimpionici e dietro troverete una mamma che l'ha portato in palestra, in pista o in piscina. Le motivazioni sono note: «era gracile», «ci andavano gli amici», «era timida e uno sport di squadra era quel che ci voleva»... E così sono volati via anni a respirare il cloro delle vasche, a raccomandare magliette, a pulire scarpe da calcio (di nascosto, però: da ragazzini, la scarpa sporca "gioca" meglio e non ci sono sponsor che vogliono il marchio visibile), a preparare la sacca, a disinfettare la ferita. E i papà? Di solito fanno gli autisti e i tifosi polemici col "mister", investiti della naturale missione di potenziali commissari tecnici. Ma non sono mai lì quando c'è da asciugare la lacrima della sconfitta o



da sfoderare un panino. La visione del mondo di una mamma sportiva? È questa: «Quando Roberto parte per gli incontri, io gli dico di stare attento, di non farsi e non fare male. E di divertirsi». Parola di Giovanna, casalinga, madre di Cammarelle (foto a sinistra), pugile dei supermassimi, un quintale per un metro e 90 d'altezza, medaglia d'oro a Pechino, due volte campione mondiale e quattro europeo. La signora è una delle 50 madri di atleti olimpionici coinvolte nell'iniziativa *Noi mamme per lo sport* dalla multinazionale Procter&Gamble, sponsor del Comitato Olimpico Internazionale per le prossime cinque Olimpiadi, che solitamente lega i suoi marchi (uno per tutti: Gillette) ai campionissimi e che ora ha deciso di coinvolgere anche le loro madri. La campagna è globale, e ha un titolo che si spiega da sé: "Grazie di cuore, mamma".

In Italia s'è fatto anche un incontro, promosso con il Coni, nel quale una ricerca di Future Concept Lab ha fatto da base a una Carta dei Valori dello Sport costruita a misura di mamme di campioni.

Si parla di passione, divertimento, costanza, disciplina, capacità di affrontare le difficoltà. Fotografie di esperienze partite senza alcun interesse per podi e medaglie. Per esempio, Elisa Santoni, capitano delle Farfalle, la nazionale di ginnastica ritmica, ha cominciato per gioco a 5 anni, per seguire un'amica. «Poi, a 8 anni ha do-



40 SETTE | 28 — 13.07.2012

vuto subire un'operazione al cuore», ricorda la madre Daniela, infermiera (foto a destra). «Tutto andò bene, e io penso che la sua gara migliore sia stata la prima dopo l'intervento. Il piazzamento non contava: la vittoria era risentirsi normale». E adesso, dopo tanti ori mondiali ed europei? «È uguale», dice Daniela: «L'importante è superare gli ostacoli».

Di ostacoli ne ha conosciuti tanti anche Matteo Betti, asso della scherma in carrozzina. Emiparetico dalla nascita, ha cominciato a tirare "normalmente", finché un maestro, a 18 anni, gli ha fatto provare la parascherma. Non è stata una diminuzione: «Non gli abbiamo nascosto i suoi limiti», spiega mamma Eva, che non ha fatto sport ma ha la grinta della girl-scout. «Gli abbiamo spiegato che non esiste il "non mi riesce", ma si deve fare quel che si può, con l'aiuto della famiglia». E quando alle paralimpiadi di Pechino è arrivato quinto nel fioretto e settimo nella spada? «Era arrabbiato. Noi no: la vittoria ci interessa fino a un certo punto. Mi spiace solo perché so quanto ci tiene».

Matteo Betti rinnoverà i suoi assalti a Londra. Matteo Tagliarioli no. A Pechino vinse un oro nella spada che mancava all'Italia dal 1960. Non



lo difenderà: complice un infortunio all'indice destro, il dito che "guida" l'arma, non è riuscito a qualificarsi. Nella sconfitta la mamma è più mamma che mai: «Me lo dice sempre: "Su di te ci conto sempre"», spiega Francesca (con il figlio nella foto in basso a sinistra). Parla con una tale competenza, che non faticerebbe ad andare in pedana. Ed è quasi così: «Sono 23 anni che

seguo Matteo: con la scherma ci ha monopolizzato la vita. A Londra andrò io: non credo che lui abbia voglia di vedere le gare. Ma ora ha capito il valore delle sue vittorie».

E le mamme sportive "in prima persona"? Ci sono. Cinzia, per esempio. Sua figlia Marta Menegatti rappresenterà con Greta Cicolari il beach volley femminile italiano a Londra. Lei ha giocato a pallavolo per trent'anni, arrivando in serie C, e in Marta si ritrova: «Ma io alla nazionale sono arrivata solo vicina e così Marta ha coronato anche il mio sogno. Le Olimpiadi comunque vanno al di là. La seguirò, tesa come sempre: ci crede che per me ogni partita è come la prima?», dice scherzosa. «Marta aveva cominciato col volley indoor. Poi ha provato il beach e abbiamo capito che tornare in palestra sarebbe stato un supplizio. Quando ci ha detto: "La mia strada è questa", ci siamo buttati. Suo padre aveva qualche dubbio: io no». Le ragazze della pallavolo "da spiaggia" sembrano tutte bellissime, cover girl perfette, e una madre non può non tenerne conto. «Per ora Marta bada solo allo sport. Ma certo che bella è bella»: alla fine, il cuore di mamma ha sempre l'ultima parola. In campo e fuori.

Enrico Casarini

© RIPRODUZIONE RISERVATA

P&G SPONSOR CON MADRI E FIGLI

Per dieci anni e cinque Olimpiadi, estive e invernali, la multinazionale Procter&Gamble (marchi come Dash, Duracell, Gillette, Oral-B) affiancherà come sponsor il Cio. P&G si rivolge alle madri degli atleti, celebrate con la campagna globale *Fieri di sostenere tutte le mamme*. In Italia i volti della campagna sono Francesca Tagliarioli e il figlio Matteo. L'11 luglio c'è stato il lancio mondiale dello spot Kids 2012, diretto da Daniel Kleinman. graziedicuoremamma.pg.com.