

Giro d'Italia

GIRO D'ITALIA

Het machtige verhaal van de mooiste wielerveder

Colin O'Brien

Uitgeverij Brandt
Amsterdam 2017

INHOUD

VOORWOORD 7

INLEIDING 9

1. De geboorte van de Giro 17
2. De beginjaren 29

Beroemde beklimming: Roccarso, Abruzzes 39

3. Alfredo Binda: Il Grande Antipatico 43
4. De duivel draagt een wollen broek 55

Beroemde beklimming: Croce d'Aune, Veneto 61

5. Fascisme en de Giro 65
6. Bartali en Coppi, Coppi en Bartali 79
7. Magni: Il Terzo Uomo 99

Beroemde beklimming:

Passo dello Stelvio, Trentino-Alto Adige 119



Oorspronkelijke titel: *Giro d'Italia*

Oorspronkelijke uitgave: Profile Books Ltd, 3 Holford Yard,

Bevin Way, Londen

Copyright © 2017 Colin O'Brien

Vertaling © 2017 Francien Homan

Omslagbeeld: Alessandro Di Meo / Hollandse Hoogte

Typografie: Zeno

NUR 480

ISBN 978 94 92037 68 8

8. Gracieuze Gimondi en meedogenloze Merckx 123

Beroemde beklimming: Blockhaus, Abruzzes 135

9. De sheriff en het geweerschot 139

Beroemde beklimming: Tre Cime di Lavaredo, Veneto 161

10. Daar komen de Amerikanen 165

11. De Sappada-affaire 177

12. 1988: Angst en walgig in Lombardije 199

13. Marco Pantani 213

Beroemde beklimming: Colle delle Finestre, Piemonte 225

14. Tien moeilijke jaren 229

Beroemde beklimming: Colle dell'Agnello, Piemonte 235

15. Toen en nu 239

EPILOOG 255

DANKWOORD 263

LIJST VAN WINNAARS 265

LIJST VAN ILLUSTRATIES 269

REGISTER 273

VOORWOORD

Met uitzondering van het kerstdiner thuis in Dublin kijk ik elk jaar het meest uit naar de Giro d'Italia. Ik heb hier verschillende redenen voor. Ten eerste het parcours: deze neemt de koers, en dus ook de journalisten, mee naar verschillende fantastische plekken die ik anders nooit gezien zou hebben. Ten tweede ben ik al een beetje warm gemaakt door de eendaagse klassiekers vroeg in het seizoen, en de belofte van drie weken onafgebroken, veranderlijke en onvoorspelbare actie doet mijn hart pas echt sneller kloppen. Maar het meest kijk ik uit naar de Giro omdat deze de zomer inluidt. Ook al is het weer in mei nog steeds grillig en zijn de bergen nog bedekt met sneeuw, zodra de roze trui, de *maglia rosa*, in beeld komt, weet je dat de lange, zonovergoten dagen dichtbij zijn.

Dan is er nog het sociale aspect. De Giro is iets om over te praten. Net als voetbal, maar dan met minder formules. In de geschiedenis van de Giro waren er een hoop renners die absoluut, 100% zeker zouden winnen, tot op het moment dat ze het niet deden. Dat zorgt ervoor dat

het interessant blijft: elke editie voelt nieuw. Bovendien is de koers zélf de grote ster. Je gaat niet naar Italië voor de teams of de renners, maar voor de Giro zelf. Ja, hij zorgt voor opwinding en entertainment, maar de Giro is vooral iets wat je *doet*. Een maand per jaar vlecht de koers zich door je dagelijks leven, op een manier zoals weinig andere culturele fenomenen dat kunnen. Vrolijk, hartverscheurend, opwindend, woede opwekkend. De Giro kan dat alles tegelijk zijn. Het is zelden, misschien zelfs nooit, saai. Als iemand mij vraagt waarom ze de Giro zouden moeten kijken, dan is dat de reden die ik geef. Het is ook de beste reden die ik had om dit boek te schrijven.

Uiteraard is dit werk non-fictie, maar vanaf het begin wilde ik het neerzetten als een verhaal. Hoe meer onderzoek ik deed, hoe verleidelijker het werd om van dat idee af te stappen en elk detail uit de 108-jarige geschiedenis van de koers uit te pluizen. Maar het was nooit mijn bedoeling om een encyclopedie van de Giro d'Italia te schrijven, want zoiets zou ik nooit willen lezen. Ik wilde het verhaal vertellen van het spannendste, opwindendste sportevenement ter wereld. Ik hoop dat het in dit boek tot zijn recht komt.

INLEIDING

Stel je een ander Italië voor. Het koninkrijk was nog maar net samengesteld uit verschillende regio's, voornamelijk bewoond door boeren. Bijna de helft van de bevolking was analfabeet en de meerderheid sprak dialect in plaats van standaard Italiaans. Zelfs de eerste koning, Victor Emmanuel II, Padre della Patria, Vader van het Vaderland, gebruikte de officiële taal van het land maar weinig.

De straten waren smal, moeilijk begaanbaar en zelden geplaveid. In het centrum van steden lagen klinkers, daarbuiten slechts zand en grind. Er waren nog weinig auto's, het meeste transport ging met ezels en fietsen. De Fabbrica Italiana Automobili Torino (Fiat) bestond nog geen tien jaar en was bezig een van de grootste autofabrikanten van Europa te worden. Rome, Milaan, Turijn en Napels groeiden, maar de meeste van de 32 miljoen inwoners van het land woonden in kleine steden of op het platteland.

De hoofdstad werd nog steeds geteisterd door malaria, afkomstig uit de gevreesde Pontijnse moerassen.

Ook zou het nog twintig jaar duren voordat de Italiaanse regering het geschil met het Vaticaan zou oplossen, nadat Italië de Kerkelijke Staat in 1870 had geannexeerd. Giuseppe Garibaldi, de generaal en politicus uit Nice die de Risorgimento ('herrijzenis', de eenmaking van Italië) had geleid, was pas 27 jaar geleden gestorven. Het land was aan het veranderen en de Giro d'Italia weerspiegelde dit. Het verlangen van de stichters om een moderne staat te bouwen, de totstandkoming van het Koninkrijk Italië en de poging om de losse, volkomen verschillende, afgelegen delen te integreren: dit alles was eerder actualiteit dan geschiedenis toen de eerste editie van de koers van start ging op het Piazzale Loreto in Milaan, waar de redactie van de *Gazzetta dello Sport* zich bevond. De fiets was voor veel toeschouwers nog vreemd en modern. Hetzelfde gold waarschijnlijk voor het idee van een 'Italië' om doorheen te rijden: iets nieuws, iets intrigerends.

Wielersfans in het Bel Paese ('het mooie land', oftewel Italië) grappen soms dat de koers er beter in geslaagd is om Italië te verenigen dan de Risorgimento van Garibaldi. En hoewel dit met een knipoog wordt gezegd, zit er wellicht toch een kern van waarheid in, want aan het begin van de twintigste eeuw was het land nog steeds erg verdeeld. Een groot deel van het noorden was tegen eenwording, net als het Vaticaan. Napels en het zuiden waren voorstanders, maar dat was eerder omdat ze tegen het huis Bourbon en het Koninkrijk der Beide Siciliën waren dan vanwege oprecht enthousiasme voor de nieuwe staat. 'L'Italia è fatta. Restano da fare gli italiani,' verkondigde Massimo d'Azeglio, de premier van Sardinië en een voorstander van eenwording. 'Italië is gemaakt. Nu moeten we Italianen maken.'

De eigenaardige geografie van het land heeft een ironisch effect op haar inwoners en hun relatie met de na-

tie – zelfs vandaag nog, met alle snelwegen, spoorlijnen en goedkope vluchten om je door het land te verplaatsen. Zie Italië eens voor je: van de uitgestrekte vlaktes in het noorden, omringd door de Alpen en de Dolomieten, tot het lange, smalle schiereiland dat bijna volledig in tweeën wordt gedeeld door de Apennijnen. Deze topografie kon niet altijd aanvallen en invasies van buiten tegenhouden, maar was wél effectief bij het gescheiden houden van haar eigen inwoners. Allen hebben ze hun eigen culturele, culinaire en talige eigenschappen.

Zelfs als je geblinddoekt naar een stad zou worden gebracht, zou je met één blik op de lokale menukaart weten waar je was. Ja, je kunt tegenwoordig ook in Florence of Milaan risotto met zeekat krijgen, maar het is niet te vergelijken met het originele gerecht uit Venetië. Voor tortellini kun je het beste naar Emilia-Romagna, voor de lekkerste pizza naar Napels. In Turijn vind je kalfsvlees, in rode wijn gestoofd, en smaakvolle kazen met een duidelijke Franse invloed. Orecchiette, kleine pastagerechten die genoemd zijn naar de 'kleine oren' waar ze op lijken, horen bij Puglia. En alleen in de hoofdstad kun je terecht voor een bord pajata (de ingewanden van een ongespeend kalf) of voor een fantastische carbonara. Zelfs zoiets simpels als de Siciliaanse arancini (gefritureerde risottoballetjes met een vulling van bolognesesaus en erwten) verradt iets over de locatie: ze zijn rond aan de noordkust van het eiland en kegelvormig aan de zuidkust.

Italië is een land vol tegenstrijdigheden. Een 'makkelijk' land kun je het niet noemen, maar dat draagt juist bij aan de charme ervan. Het vormt ook een groot deel van de ziel van de Giro. De Tour de France is soms vlak en eentonig. De Giro daarentegen is een chaotische, brutale viering van de kleurrijke, gespleten persoonlijkheid

van Italië. De ene dag kun je opgeslokt worden door de drukke straten van Napels, de volgende dag kun je je op grote hoogte in een skiresort in de Apennijnen bevinden. Je kunt je vergapen aan de grote boulevards en de schitterende pleinen in barokstijl van Turijn, onder de indruk zijn van de met sneeuw bedekte Alpen en genieten van de schoonheid van de groene, heuvelachtige kust van Ligurië en de Costa Azzurra. Het bruisende hart van Milaan, de handelshoofdstad van het land, kan zo maar plaatsmaken voor de Pianura Padana – de Povlakte. En de fascinerende steden van de eens zo machtige Maritieme Republieken – Venetië, Padova, Verona, Vicenza, Treviso – zijn vaak de voorbodes van de indrukwekkende bergtoppen van de Dolomieten.

De Giro is niet de grootste professionele wielervederwereld, maar volgens fans en renners is het wel de mooiste en zwaarste grote ronde. Waar de Tour de France vaak voorspelbaar is en gedomineerd wordt door de sterkste en rijkste teams, is de Giro wispelturiger. Italië kent een oneindig aantal mogelijkheden voor het parcours, waardoor de koers altijd origineel en nieuw aanvoelt. In tegenstelling tot de Tour zijn zelfs de meest iconische beklimmingen soms even uit beeld terwijl de organisatoren op zoek zijn naar iets nieuws. Door het vaak grillige lenteweer, de meedogenloze beklimmingen en de technisch uitdagende afdalingen, beloont de koers alleen de renners die het meeste risico nemen. Je wint de Giro niet door conservatief te rijden, je moet hem bij zijn nekvel grijpen. In veel opzichten is het een koers voor puristen. Het parcours is zwaarder, het gebied gevarieerder en de koers zelf is minder controleerbaar. Bovendien vormen Italianen het grootste deel van het peloton, waardoor de lokale trots een belangrijke rol speelt. Dit zorgt voor onverwachte ontsnappingen

en emotionele overwinningen. En wanneer de koers langs het huis van een van de renners komt, wees er dan maar zeker van dat hij er even een show van maakt! Het publiek langs de kant van de weg is misschien minder massaal aanwezig dan dat bij de Tour de France, maar de Italiaanse *tifosi* (fans) zijn gepassioneerder en weten veel meer over de koers en de renners. Zelfs in de 21^e eeuw, nu wielrennen als sport over de hele wereld wordt beoefend, blijft Italië het hart ervan. Veel iconische merken hebben hun wortels op het schiereiland en legendes als Gino Bartali, Fausto Coppi, Felice Gimondi, Francesco Moser en Marco Pantani zijn nog steeds een inspiratie voor velen. Nog altijd maken Italianen het grootste deel uit van het professionele peloton en amateurs komen van over de hele wereld om de iconische beklimmingen te rijden, zoals de Stelvio, de Gavia, de Mortirolo, de Zoncolan, de Tre Crime di Lavaredo, de Colle di Finestre, de Giau en de Monte Grappa.

De eerste editie van de Giro was een gedurfde publiciteitsstunt, vluchtig in elkaar getimmerd door een handvol ambitieuze jonge journalisten van de *Gazzetta dello Sport*. Daarover later meer. In de daaropvolgende 108 jaar is er veel gebeurd. De wedstrijd is uitgegroeid van een barre strijd over acht etappes, waarbij het volledig aankwam op uithoudingsvermogen, tot 21 etappes vol tactiek en strategie op topsnelheid. Pas in 1950 was er een winnaar die niet uit Italië kwam, de charismatische en enorm populaire Zwitserse renner Hugo Koblet. Sindsdien is de Giro uitgegroeid tot een internationaal evenement, maar nog altijd met dat onuitwisbare Italiaanse karakter. Tijdens de hoogtijdagen van de sport was het hele land in de ban van de zinderende rivaliteit tussen Bartali en Coppi en die legendarische tweestrijd heeft nog steeds invloed op de manier waarop Italianen

vandaag de dag tegen het wielrennen aankijken. De vijandigheid tussen Moser en Giuseppe Saronni, tientallen jaren na Coppi en Bartali, steekt nog steeds af en toe de kop op, ook al zijn ze nu allebei in de zestig, en de controverse over de *maglia rosa* (de roze trui) van Stephen Roche in 1987 wekt nog altijd woede op bij koppige fans van zijn ploeggenoot en rivaal Roberto Visentini.

De koers heeft niet alleen sportlegendes voortgebracht, maar heeft zich ook verweven met het politieke en commerciële leven in Italië. De Giro is door de regering gebruikt als propagandamiddel en raakte verwickeld in de intriges van de katholieke kerk en de maffia. Menig ondernemer zag in de Giro een kans om zijn bedrijf onder de aandacht te brengen. Fietsmerken zijn rijk geworden dankzij het succes van de Giro. En de *Gazzetta* heeft met bijna vier miljoen lezers veel te danken aan de koers, ook al heeft voetbal tegenwoordig de plaats van wielrennen ingenomen in de harten van de meeste sportfans. Een beroemd voorbeeld van wat de Giro voor een onderneming kan betekenen is Mercatone Uno van Romano Cenni, een relatief kleine regionale supermarktketen die de ploeg van Marco Pantani sponsorde, en enorm profiteerde van de Pantani-gekke die Italië overspoelde. Cenni gaf Pantani openlijk alle eer en bouwde zelfs een monument voor hem bij het hoofdkantoor van het bedrijf in Imola.

Na Pantani ging de Giro door een moeilijke tijd van dopingschandalen en verminderde publieke belangstelling. Wielrennen leek meer een lesje wetenschap te worden dan een sportevenement. De afgelopen jaren lijkt de koers echter een renaissance te beleven. De Giro is uit de schaduw van de Tour de France gestapt en wordt door fans van over de hele wereld gezien als een van de belangrijkste sportevenementen op de kalender,

een jaarlijks wielershoogtepunt met een eigen karakter, niet slechts de Italiaanse voorloper van het 'echte' evenement even verderop. Tijdens de editie van 2016 keken er 827 miljoen mensen uit 194 landen. Er werd 5500 uur televisie aan de Giro besteed, waarvan meer dan 500 uur in Italië zelf. De allerlaatste etappe werd vol spanning gevolgd door zo'n 3,6 miljoen Italianen – meer dan een kwart van alle televisiekijkers op dat moment. 12,5 miljoen mensen stonden langs het parcours van de *Corsa Rosa* (de roze wedstrijd, een veelgebruikte naam voor de Giro). 2000 journalisten schreven samen meer dan 46.000 artikelen en de organisatie had 17.500 kamers geboekt om alle ploegen, gasten en journalisten onderdak te bieden. En ook op social media leeft het evenement: in mei werden er 50 miljoen tweets over gepost. Door het eigenaardige karakter, de complexe geschiedenis en de verscheidenheid aan personages kan de Giro soms alle begrip ontstijgen, maar hij is ontzettend belangrijk voor ontzettend veel mensen. Dit boek zoekt uit waarom dat zo is.