

Bernardo Caprotti firma un libro in cui denuncia i soprusi subiti in un sistema dominato dall'intreccio fra cooperative e amministrazioni rosse

Mister Esselunga: tutti i colpi bassi delle Coop

Stefano Zurlo
 da Milano

● C'è sempre una prima volta. Bernardo Caprotti ha trascorso una vita intera nel segno della discrezione e del silenzio. A lui, mister Esselunga, bastava rendere più ricco e variegato il sacchetto della spesa degli italiani. Per mezzo secolo esatto è andata così. Ma ci sono motivazioni che impongono un salto, una discontinuità nello stile di vita, che richiedono, in-

somma, la prima volta. Bernardo Caprotti domani, contravvenendo a una regola sempre rispettata con dedizione monacale sin dall'apertura del primo supermercato a Milano nel 1957, sarà in conferenza stampa. E presenterà, nientemeno, il libro che ha scritto per raccontare la battaglia durissima combattuta per tutto questo tempo per introdurre nel nostro Paese i principi, sacri ed elementari, della libera concorrenza. Il pamphlet, ruvido come la cartavetrata, si chiama *Falce e carrello* (Marsilio editore, con prefazione dell'editorialista del *Giornale* Geminello Alvi), e la dice lunga su quello che mister Esselunga considera il peccato originale del nostro sistema distributivo: la presenza delle Coop.

Esatto, avete letto bene. Se c'è un motivo uno per accettare la luce abbagliante dei riflettori e per offrire le proprie esternazioni ai taccuini dei cronisti, aborriti per una vita, è proprio la denuncia dello strapotere della cooperazione

rossa che, a sentire il fondatore dell'Esselunga, avvelena i pozzi del capitalismo italiano. Gli esempi, di cui *Il Giornale* parlerà nei prossimi giorni, sono infiniti e particolarmente fitte le distorsioni del mercato nelle regioni rosse dell'Italia centrale: in pratica Esselunga è cresciuta nonostante le pressioni, gli sgambetti, le sgomitte del potentissimo concorrente. Il sistema Coop è intrecciato in modo inestricabile, almeno fra Toscana ed Emilia, al potere politico.

C'è da aprire un supermercato nuovo? Mister Esselunga compila carte su carte, firma accordi su accordi, paga a prezzi stellari le aree faticosamente individuate, ma poi c'è sempre una difficoltà dell'ultimo momento, un malinteso con qualche amministrazione, un bastone fra le ruote. Ecco la sorpresa, c'è sempre qualche Coop pronta a scattare con il passo del centometrista e a bruciare i pazienti sforzi compiuti nel tentativo di radicare la presenza di Esselunga sul territorio. Bologna, Modena, Firenze, dove il muro dell'ostilità ideologica è stato alzato, guarda la combinazione, nel 1961, proprio come a Berlino. Così si costruisce uno store quando se ne potrebbero aprire quattro o cinque, così strutture ormai logore e inadeguate, realizzate nell'epoca pionieristica dei primi anni Sessanta, non vengono ristrutturare e messe al passo con i tempi. Le merci, per quanto appetibili e a buon mercato, sono esposte in spazi angusti, i parcheggi insufficienti, la presen-

za in molte città inferiore alla domanda.

A 81 anni, ci si può preparare con la giusta dose di retorica alla cerimonia degli addii. Caprotti, brianzolo doc proveniente da una solida famiglia borghese, non aveva alcuna intenzione di consegnarci le solite soporifere memorie dell'uomo di successo che ha portato nel nostro Paese un frammento del sogno americano. No, più semplicemente ha scattato una foto

per rivelarci con orgoglio dove è arrivato ma, soprattutto, dove non l'hanno fatto arrivare gli arcinemici delle Coop: su *Panorama*, in edicola domani, la penna nobile di Stefano Lorenzetto, firma di punta del *Giornale*, racconta la genesi di questo libro polemico, amaro e colmo di speranza, spiega come fu proprio lui a «costringere» Caprotti a trasformarsi in scrittore. Il risultato è questo testo che Caprotti distribuirà in migliaia di copie.

Domani, affiancato dal direttore del *Sole 24 Ore* Ferruccio de Bortoli e da Geminello Alvi, l'autore spiegherà la sua verità davanti ai microfoni. E forse scioglierà un altro rebus: venderà la maggioranza del suo impero a qualche concorrente straniero? Ieri un portavoce ha confermato: «Esselunga è in vendita». Un fatto è certo: Coop, che sembrava, solo due o tre anni fa, pronta a fare un boccone di Esselunga, resterà a bocca asciutta. Caprotti ha deciso di non cedere la sua creatura agli avversari, anzi ha firmato questo documento che ha il valore di una dichiarazione di guerra.

La presentazione domani: è la prima conferenza stampa dopo mezzo secolo di silenzio

Il gruppo conferma le indiscrezioni: la catena di supermercati è in vendita





www.ecostampa.it



FALCE E CARRELLO Bernardo Caprotti, presidente di Esselunga. **Sopra**, «Panorama»: sul numero in edicola domani Stefano Lorenzetto racconta i retroscena della genesi del libro