

# Mister Esselunga lancia un libro anti-Coop

Caprotti regala ai clienti "Falce e carrello". Pronto a vendere i supermarket

GIORGIO LONARDI

MILANO — «Con la connivenza delle amministrazioni rosse le Coop non mi hanno permesso di aprire liberamente i supermarket». Eccolo, il succo del libro top-secret scritto da Bernardino Caprotti, 82 anni il primo ottobre, padre-padrone di Esselunga, (la catena della grande distribuzione più redditizia d'Italia)

con la collaborazione di Geminello Alvi, economista e *maitre à penser* di destra. Un vero e proprio pamphlet mirato contro il sistema cooperativo, dunque, ricco di aneddoti, esempi, nomi di dirigenti coop divenuti in seguito amministratori pubblici,

date e luoghi di supermarketi Esselunga che Caprotti avrebbe voluto inaugurare. E che invece, come è accaduto molti anni fa a Modena, sono stati aperti dalle Cooperative. «Tutta colpa del ferreo controllo dei rossi», questa è la tesi tradizionale di Caprotti, «sul territorio e sulle amministrazioni locali». Intanto cresce la fibrillazione per la conferenza stampa di venerdì in cui Caprotti coglierebbe al volo la presentazione del libro per annunciare la vendita del 49% del suo gruppo al colosso inglese Tesco.

Scritto e stampato nel più assoluto riserbo, «Falce e carrello», questo il titolo del sulfureo volu-

me edito dal gruppo Rizzoli tramite la controllata **Marsilio**, (ma l'editore Cesare De Michelis nega ogni coinvolgimento della **Marsilio** stessa) non è solo una furba operazione editoriale. Al contrario nell'epoca dell'antipolitica Caprotti, amico fraterno di Silvio Berlusconi, lancia un'ardita offensiva mediatica. Perché l'uomo che nel 1957 aprì in viale Regina Giovanna a Milano il primo supermarket italiano non ha mai sopportato che le Cooperative si siano candidate per acquistare l'Esselunga. Fino al punto di ingaggiare con le Coop stesse una furiosa battaglia a colpi di pagine pubblicitarie acquistate sui principali quotidiani per respingere le *avance* al mittente.

Il sapido saggio, sarà stampato in centinaia di migliaia di copie e distribuito gratuitamente la prossima settimana a clienti e fornitori grazie un servizio porta a porta commissionato ad un'agenzia privata. Lui, l'anziano imprenditore, non si fida delle Poste. Forse perché tutto quello che è in odore di proprietà «pubblica» gli sembra di sinistra. L'offensiva mediatica di Caprotti rompe un riserbo leggendario. Venerdì prossimo, infatti, alle 11 in punto all'Hotel Four Seasons di Milano si svolgerà la prima conferenza stampa mai convocata dall'imprenditore. Il motivo ufficiale: «Comunicazioni particolari» a giornali e tv. Parteciperanno anche il direttore del *Il Sole 24 Ore*, Ferruccio De Bortoli, e l'economista Geminello Alvi.

L'accusa: "Le amministrazioni rosse mi hanno bloccato altre aperture"

## La storia

### L'INSERZIONE

Il 21 ottobre 2006 Esselunga fa pubblicare un inserzione in cui sottolinea come l'azienda non verrà mai venduta a Coop e smentisce di voler vendere a gruppi stranieri

### LA REPLICA

Una settimana dopo le Coop replicano con un'analoga inserzione in cui sostengono che la vendita di pezzi dell'economia agli stranieri è un problema nazionale

### IL CONTRATTACCO

Ulteriore affondo di Caprotti che risponde con due pagine di inserzione in cui fa capire che autorevoli membri del governo Prodi si sono intromessi per fargli vendere la società



Bernardino Caprotti

