

CONCORRENZA (IM)POSSIBILE

di Giovanni Mazzoleni

«Dedico questa mia non piccola fatica ai molti giovani di Esselunga che lavorano con tanto impegno, con passione ed onestà. E che crescono i loro figli nella speranza di un'Italia migliore. Più libera e moderna. Più sorridente e più pulita. Con un grande abbraccio.» Inizia così il libro di Bernardo Caprotti.

Un nome che a molti suona sconosciuto, come d'altronde lo era anche a me. Nonostante ciò questa dedica ci mostra subito tutta l'essenza di quest'uomo "fatto in casa", un Grande uomo che ha dato vita ad un'azienda oggi leader nel centro-nord, che per primo ha portato i supermercati in Italia, rischiando capitali in un'impresa dal futuro incognito, ma che soprattutto ha avuto la forza di lottare per difenderla, di non abbandonarla mai, neanche nei tempi più bui. Quando nel 2003 l'azienda sembrava destinata a far compagnia ad Alitalia, lui era lì a lottare con tutte le forze rimaste ad ragazzo del '25. Un uomo guidato dalla speranza che l'Italia di domani sia migliore, *più libera e più moderna*.

La goccia che ha fatto traboccare il vaso arriva proprio dopo i fatti del 2003, ampiamente esposti nel libro, quando LegaCoop ed Associazione Nazionale Cooperative di Consumatori (ANNC), grazie anche ad una stampa compiacente, mettono in giro la «*notizia strumentale*» della vendita di Esselunga (notizia ampiamente smentita dallo stesso Caprotti, ndr.). Da qui la voglia di spiegare all'Italia, ovvero a quelle poche persone obiettive, come le cose siano andate realmente e come da vent'anni a questa parte le cooperative rosse tentino e riescano in ogni modo a contrastare ed annientare la concorrenza.

Il libro di per sé risulterebbe tuttavia incompleto se non ci fossero la bella prefazione di Geminello Alvi, che aiuta (più di quanto possa fare io in quest'articolo) a comprendere meglio la figura dell'imprenditore brianzolo, e l'appendice, realizzata da Stefano Filippi, che invece osserva con la lente di ingrandimento il mondo cooperativo, soprattutto quello rosso, facendoci scoprire da dove le Coop traggono i loro vantaggi.

Oltre ad essere interessante per le vicende, a volte davvero terribili, citate dall'imprenditore, il libro entusiasma ed infervora allo stesso tempo, trascinando il lettore in un mondo-tabù forse poco conosciuto: il cuore rosso della fetta malata dell' "imprenditoria" italiana, conoscendo uno ad uno i "Big Boss" delle Coop e illustrando, in modo non troppo complicato, come possano aver diritto per le loro "imprese" a vantaggi fiscali, politici e magistratuali.

Caprotti si cimenta nella non facile impresa di descrivere in un libro i sogni, le esperienze e le lotte di un'intera vita: dalla fondazione di Supermarket Italiani (oggi Esselunga, ndr.) il 13 aprile del 1957, passando per le finte liberalizzazioni Bersani fino ad arrivare alle pressioni del nostro amato Presidente del Consiglio Romano Prodi fatte pubblicamente (guarda caso su Rai1, ndr.) il 7 febbraio 2006 affinché Esselunga fosse "ceduta" a Coop per non "cadere in mani straniere".

«[...] Qui c'è un libro di economia sul bene, e i troppi mali dell'Italia, [...] questo di Caprotti non è un libro di vile polemica politica, di quelle che ogni sera ci tocca digerire solo aprendo la TV, nello smentirsi reciproco, senza mai prova dei politicanti. E' piuttosto uno splendido trattato di economia, il cui criterio di verità è il bilancio di una vita. Chi lo leggerà, se onesto, se ne sentirà contagiato ed infine persuaso [...] (Geminello Alvi)»