

BERNARDO CAPROTTI*

Il nuovo ruolo della grande distribuzione alimentare: dai rapporti di filiera alle liberalizzazioni

Lettura tenuta il 7 giugno 2012

SALUTO DI FRANCO SCARAMUZZI, PRESIDENTE DELL'ACCADEMIA
DEI GEORGOFILI

Signori Accademici, Signore e Signori,

ho l'onore di rivolgere il benvenuto dei Georgofili a tutti i partecipanti alla odierna pubblica adunanza e di porgere un grato saluto al dott. Bernardo Caprotti, fondatore della prima catena di supermercati nel nostro Paese, che svolgerà una lettura su "Il nuovo ruolo della grande distribuzione alimentare: dai rapporti di filiera alle liberalizzazioni".

L'alta notorietà dell'illustre dott. Bernardo Caprotti rende superflua ogni presentazione. Ritengo tuttavia doveroso ricordare a tutti i presenti alcuni dei principali elementi della sua grande personalità.

Di agiata famiglia della Brianza, legata a lunghe tradizioni imprenditoriali, dopo essersi laureato in legge ha trascorso un periodo di lavoro negli Stati Uniti e negli anni '50 cominciò a rivolgere la sua attenzione alla grande distribuzione, che lì era nata da relativamente poco tempo. Con il suo spirito intraprendente, nel 1957 partecipò alla fondazione della Supermarkets Italiani S.p.A., di cui la famiglia Caprotti acquisì, all'inizio degli anni '60, il 51% delle azioni. Nel 1965, a 40 anni, Bernardo Caprotti assunse la direzione dei 15 loro supermercati, 10 dei quali a Milano e 5 a Firenze. Alla fine degli anni '60, la Società assunse la denominazione di "Esselunga", valorizzando l'apprezzata immagine del marchio con la "esse" iniziale allungata. Sotto la sua presidenza, la Società si è espansa, ha allargato la propria offerta e ampliato le dimensioni delle sue sedi. Il dott. Caprotti potrà meglio aggiornarci sul numero di supermercati "Esselunga" che sono oggi attivi, sul numero complessivo degli attuali dipendenti e sui livelli raggiunti dal fatturato annuale.

* Consigliere di Amministrazione e fondatore di Esselunga

La concorrenza delle Coop, che Bernardo Caprotti non ha esitato a denunciare come sleale, non ha potuto impedire lo sviluppo della Esselunga, grazie proprio alla tempra e alle capacità del Presidente Caprotti, che ha anche documentato le sue accuse e pubblicato un libro dal titolo Falce e carrello, che ha avuto tirature per centinaia di migliaia di copie ed è disponibile anche on-line.

Il titolo che il dott. Caprotti ha dato alla sua odierna lettura è allo stesso tempo articolato e bene mirato. Accorpa diverse tematiche fra loro intrecciate e finiscono per costituire un'unica problematica complessa, che investe fortemente il nostro prossimo futuro. Si tratta di temi che hanno sempre interessato i Georgofili, fin dalle prime liberalizzazioni del mercato del grano, ispirate dalla nostra Accademia e applicate dal Granducato di Toscana. Esse consentirono di superare le gravi carestie della fine del '700; furono da allora imitate e oggi sono ancora oggetto di discussioni, sia pure d'altra natura e dimensioni. Anche le moderne filiere alimentari "dal campo al consumatore", che naturalmente coinvolgono anche la grande distribuzione, sono temi affrontati in questa Sede. Secondo una celebre frase di un illustre Georgofilo (Thomas Jefferson, Presidente degli Stati Uniti) e che il dott. Caprotti spesso cita: «colui che alla fine decide, sceglie e premia il prodotto migliore, è il consumatore». Questa è una verità che viene spesso sottovalutata e trascurata, ma della quale bisogna invece tener conto anche nelle strategie produttive e di marketing.

Dott. Caprotti, in sintesi, vorrei solo dirle che in questa Sede trovano spazio le nuove conoscenze e tutte le idee, in una continua ricerca di ciò che è da secoli lapidariamente scritto nel logo della nostra Accademia: «prosperitati publicae augendae» (far crescere la pubblica prosperità). La ascoltiamo con grande interesse

Signor presidente, io la ringrazio veramente per la sua presentazione che, francamente, mi imbarazza anche un po', perché nella realtà io sono soltanto un vecchio che ha lavorato tanto, con tanta passione, e che forse ha sacrificato perfino la propria vita all'impresa. Quindi ringrazio lei e ringrazio moltissimo questo consesso, così autorevole e soprattutto di così lunga tradizione, di accogliermi nelle sue fila. L'autunno scorso ho accettato volentieri questa candidatura che per me è molto onorevole.

FIRENZE

Poi io sono un po' cittadino di Firenze. Ho avuto il grande privilegio di passare grandissima parte della mia fanciullezza e gioventù a Forte dei Marmi. Era ancora prima della guerra, prima della guerra mondiale, quando veramente si

andava in bicicletta, ed era di moda girare con gli zoccoli, con gli zoccoli di legno – nel 1938 eravamo diventati tutti degli olandesi! –. E così mi sono abituato alla Toscana, a Lucca, a Pisa e a Firenze dove avevo anche tanti amici, un tempo. E poi, soprattutto, la Maremma perché i Bossi Pucci, i Serristori mi portarono in Maremma, e io mi innamorai di Punta Ala, dell'Alberese. Penso di essere uno dei pochi ad averla attraversata quasi tutta a piedi. Quando a Milano si diceva “vado in Maremma per il weekend” la gente chiedeva “ma cos'è la Maremma?” perché a Milano non se ne conosceva neanche il nome.

IL “TRAPPOLONE”

Quando, un paio di mesi fa, ho ricevuto il titolo di questa piccola conferenza, mi sono detto che questo titolo, che solo ora apprendo essere stato deciso prima delle recenti liberalizzazioni di Monti, poteva far pensare a un “trappolone”, perché le liberalizzazioni di Monti, in realtà, non è che cambino molto oramai. Quelle importanti sono quelle precedenti.

LE VERE LIBERALIZZAZIONI

E allora ho pensato che forse è interessante fare un piccolo compendio, possibilmente veloce, di quello che furono le liberalizzazioni di un tempo, perché, per esempio, nessuno ricorda che era proibito, per noi che vendevamo tutto, vendere il sale. Si potevano comprare il sedano, le carote, gli odori, la carne per fare un brodo ma il sale non si poteva comprarlo. Bisognava andare dal tabaccaio perché il sale era monopolio di Stato, era il “Sali e Tabacchi”. Queste sono cose che la gente non ricorda più.

Nessuno ormai sa che una grandissima liberalizzazione fu fatta da Fanfani con la liberalizzazione dai mercati generali. Prima di allora era in vigore la vecchia legge fascista – che non era diciamo così “dittatoriale”, semplicemente era per la sicurezza dei mercati, dai mercati ittici alla frutta e verdura, alla carne – in forza della quale però niente poteva essere comperato dal dettagliante fuori dai mercati. Eravamo costretti ad andare nei mercati – per esempio per la frutta e verdura si andava nei mercati della frutta e verdura sia a Firenze che a Milano – e solo lì poteva aver luogo l'acquisto. Fino a che questi mercati, con il lievitare dei volumi, non divennero un problema per noi perché l'acquisto potevi farlo solo lì e non potevi pianificare.

La liberalizzazione dai mercati generali comportò l'inizio della creazione

della filiera, dei rapporti di filiera. Noi esitammo, penso lo realizzammo soltanto negli anni '70, iniziammo la costituzione dei centri di distribuzione o piattaforme, chiamatele come volete, e inventammo una cosa straordinaria, che è la cassetta reversibile.

LA CASSETTA REVERSIBILE

La cassetta reversibile è una cosa che nessuno sa che c'è. Bisogna pensare che allora, negli anni '60-'70, tutta la frutta e verdura veniva consegnata in cassette di legno. La cassetta di legno è stata uno dei tormentoni della mia mezza età. Avevo quarant'anni e c'era. E pur coi piccoli volumi che facevamo allora, non si sapeva come liberarsene perché erano tara per merce, bisognava buttarle via e trovare qualcuno che te le portasse via. Con quei volumi di allora erano un problema, utilizzarle oggi sarebbe addirittura impossibile. Questo ci spinse a ideare la *cassetta di plastica*. Oggi abbiamo un milione e quattrocentomila cassette in giro per i campi: sono in Puglia, sono a Latina piuttosto che in Sardegna coi lori pomodorini. Perché i produttori usano la nostra cassetta: la mandano a noi con i prodotti e noi gliela mandiamo indietro, occupando poco spazio perché sono reversibili e impilabili, una dentro l'altra.

Vi racconto un episodio accaduto sette anni fa. Ero stato molto male, mi ero rotto la spina dorsale, ho avuto un problema con un figlio che ha lasciato l'azienda e altri problemi. Esselunga non è mai stata in vendita, però, in quel periodo, un contatto con Wal-Mart lo abbiamo avuto. Non si arrivò mai a una trattativa, però ci fecero visita un paio di volte. Mi ricordo che una mattina, verso le 7.30, accompagnammo questi americani, peraltro molto carini e anche molto educati, a visitare un negozio a Milano, in piazza Ovidio. Nel reparto frutta e verdura, videro le nostre cassette. «Ma cosa sono queste qua?». «Sono le cassette, le abbiamo fatte noi». «Cosa? Noi abbiamo cominciato a sperimentare questo sistema in California l'anno scorso, e voi quand'è che l'avete fatto?». E io dico: «L'abbiamo fatto 27 anni fa». Sono passati ormai 34 anni. Sono dunque 34 anni che noi mandiamo nei camion, ai fornitori le nostre cassette che vengono riempite di carciofi e di prodotti vari direttamente in campagna.

Naturalmente adesso abbiamo tre centri: un centro a Milano, a Limoto di Pioltello, un centro proprio qui a Firenze, all'Osmannoro, che sarà poi spostato a Campi, e un centro a Biandrate, che vuol dire Novara, all'incrocio tra l'autostrada di Torino e l'autostrada di Gravellona Toce – Genova. A questi tre centri affluisce tutto.

COME FUNZIONA “LA MACCHINA”

Mi piacerebbe ora spiegarvi come funziona *la macchina* partendo dalla fine del processo, dal negozio, perché è nel negozio che succede tutto. Noi, cioè noi e i centri, siamo al servizio dei negozi. Nei negozi ci sono i capi reparto: i capi reparto carne, gastronomia, drogheria eccetera, e c'è il capo reparto frutta e verdura. Il capo reparto frutta e verdura a metà giornata, in base ai quantitativi che ha ancora a disposizione e in base alle prospettive del giorno dopo, proprio come se fosse il conduttore di un ristorante che sa che al venerdì si vende il pesce e che al martedì si fa la ribollita o la cassoeula, deve fare l'ordine. Quindi: l'ordine parte dal negozio, arriva al centro e il centro lo passa ai produttori. I produttori, essendoci con loro - diciamo così - un avviamento, già sono preparati, sia che si tratti delle carote dall'Abruzzo sia della lattuga da Latina. Insomma i carichi non è che partano in quel momento, però in quel momento si determinano i quantitativi e i produttori partono. E, così, in venti ore dall'ordine, il negozio riceve la merce che ha richiesto. Perché i capi reparto fanno l'ordine sul tardo della mattina, sulla fine della mattinata e la mattina seguente ricevono la merce. Se la merce non arriva, noi alle tre del pomeriggio rimaniamo con le patate, i limoni e le mele... ma i prodotti freschi, i prodotti immediatamente deperibili sarebbero finiti.

La merce dei nostri fornitori arriva a carichi completi. Mi spiego meglio: supponiamo che l'insalata rossa parta da Verona, parte da Verona su un camion, ma il camion non è che si ferma nei nostri negozi di Verona o di Brescia a lasciare le 6 o 12 cassette di cui abbisognano, ma tutto il carico arriva a Limoto di Pioltello. Poi, da lì, l'insalata rossa ritorna indietro insieme a tutto il resto. Perché i carichi che arrivano ai tre centri sono completi e vengono smistati di notte. Il ricevimento inizia la sera e finisce alle quattro del mattino. Poi, all'alba, i camion ripartono per Verona, o per Arezzo e per Pisa da Firenze. All'inizio della mattina arriva il prodotto fresco ordinato il giorno prima.

Noi grosso modo facciamo 150 autoarticolati mediamente al giorno, per 1.400 tonnellate cioè 170.000 colli di media al giorno. Poi ci sono le punte in cui si fanno anche 300 camion in una giornata.

Tutto questo ha prodotto la possibilità di avere un rapporto diretto col produttore, con i produttori o con i grandi commercianti. Generalmente abbiamo rapporti con uno, due o tre grandi fornitori per prodotto, i quali aggregano a sé i produttori minori, perché la prima lavorazione, la prima “pulitura” viene fatta nei capannoni dell'agricoltura. Questo vale, ad esempio, per il clementino piuttosto che per il tarocco piuttosto che per la carota che viene quasi tutta dall'Abruzzo.

In forza di questi rapporti possiamo addirittura impostare coi produttori le specifiche tecniche del prodotto, fino ad arrivare al clone dell'albicocca che noi vogliamo. Sia i nostri compratori che i nostri responsabili del servizio di assicurazione qualità visitano i campi. Questo garantisce poi la rintracciabilità.

Tutto questo lavoro è stato un lavoro di grande avviamento, ed è stato possibile perché non si andava più al mercato. Se oggi dovessimo andare al mercato, i volumi che facciamo non potremmo certamente farli.

I camion per trasportare questa merce da Latina, ad esempio, o dalla Puglia, sono camion refrigerati, e questa è una cosa normale. Quello che non è normale, o meglio che non è diciamo comune, è la refrigerazione sul punto di vendita. Se andate nei nostri supermercati vedrete delle "tirate" di mobili verticali refrigerati che non vedete da nessun'altra parte. Nei supermercati della concorrenza l'insalata è messa nelle cassette, al caldo, un po' "stanchina", un po' appassita. Noi abbiamo tutto refrigerato.

Mi ricordo che Sainsbury, Lord Sainsbury, mi disse stupito: «Ma Bernardo!», perché neanche in Inghilterra, dove la corrente elettrica costa la metà di quello che costa in Italia, viene usata la refrigerazione sul punto vendita come da noi. Noi questa cosa non l'abbiamo inventata, l'abbiamo ereditata dai veri fondatori dell'Esselunga. Il vero fondatore non sono io, il vero fondatore dell'Esselunga è il signor Rockefeller, nella persona dei suoi collaboratori. Agli americani, non so adesso col costo del petrolio, ma, allora, agli americani, l'energia elettrica costava un quarto che da noi e loro refrigeravano tutto. Noi, anche se i costi sono alti, abbiamo continuato in questa direzione.

L'IMBALLAGGIO

Un'altra cosa importante è l'imballaggio. Perché oggi si può vendere la roba *in bulk*, cioè sciolta, e lo facciamo. Ma con la legge del 1938, la legge fascista del '38 che è durata fino al 1971, tutto doveva essere imballato e pre-prezzato. Infatti non avevamo le gastronomie, non si poteva tagliare nemmeno una cotoletta perché tutto doveva essere pre-imballato. Noi abbiamo perso persino una causa in Cassazione per via del servizio dato da un nostro macellaio. Perché noi dicevamo al macellaio: «Se un cliente vuole una mucca, lei gli dà una mucca. O lei gli taglia quello che vuole». Ma c'erano i vigili in borghese, mandati dai macellai, che ci sorvegliavano e poi ci davano la multa. E io ho sostenuto, con la mia povera laurea in legge, che la vendita avviene alla cassa, perché è alla cassa che tu consegni la merce e ritiri il prezzo. Il contratto av-

viene lì. Ma la legge del '38 era una legge molto chiara e tutto ciò che era in vendita doveva essere pre-imballato e pre-incartato.

Che cosa è successo: che nel 1971, con la legge 426, anche questo è stato liberalizzato e noi abbiamo cominciato a vendere la merce anche sciolta.

Però, quando si trattava di imballare, tutto era imballato a mano, in negozio. Era una disperazione. Così, negli anni '70, c'era un signore che si chiamava Luciano Innocenti, un fiorentino di un'intelligenza e di uno spirito che ti faceva venire il mal di pancia con le sue barzellette, una persona simpaticissima. Lui ed io montammo un impiantino di imballaggio, in un capannone, e realizzammo un impianto di imballaggio centralizzato. L'imballaggio centralizzato, che è quello che fanno un po' tutti, è un disastro perché tu imballi lì e dopo trasporti la merce già imballata. Poi, quando una certa estate, nel negozio di Via Morgantini a Milano, una mattina molto presto mancava la manodopera (erano gli anni felici in cui la manodopera non la si trovava perché tutto l'impiego era pieno) io decisi di mettere le macchine di imballaggio in ogni reparto Frutta e Verdura di ogni negozio, ovvero il più a valle possibile. Cioè quello che è imballato, è imballato sul posto, direttamente nel reparto frutta e verdura del negozio. Questa è una scelta che ho fatto io.

GLI ASSORTIMENTI E GLI SPAZI

C'è ancora un argomento molto importante che è quello degli assortimenti e degli spazi. Quando io vivevo nei negozi, si parla degli anni '60, primi anni '70, gli articoli di frutta e verdura in assortimento, me lo ricordo vividamente, erano sempre, durante l'anno, circa 48. Poi, alla fine del mese di maggio, arrivavano le albicocche, le ciliegie, le fragole e si saliva a 52/54 articoli. Allora gli spazi erano quelli che erano, tutto era imballato, gli articoli erano quelli e allora andava bene lo spazio che c'era. Oggi, nella frutta e verdura, trattiamo 1.200 articoli nel giro dell'anno, e abbiamo sempre almeno 400 articoli presenti in vendita contemporaneamente in negozio. Se lo spazio non c'è, come fai a dare un servizio al prodotto e un servizio al consumatore? La gente non lo sa, non si rende conto, ma il modo di produrre è cambiato, il modo di trasportare è cambiato.

PRODOTTI TUTTO L'ANNO

Vi faccio l'esempio del pomodoro: a un certo punto quest'inverno, a causa del gelo, c'è stato un problema coi trasporti e c'è stato anche uno sciopero, e

un giornalista, stupido, del «Corriere della Sera» scrive: «Ah, ecco il sistema non funziona, bisognerebbe tornare agli orti di periferia». Sì, così nel mese di gennaio, quando ci sono dieci gradi sotto zero, andiamo in periferia e prendiamo il pomodoro! Stupido da chilometro zero! Il pomodoro, quando negli anni '30 io ero un ragazzo, arrivava alla fine del mese di maggio. I pomodori si mangiavano in maggio, anzi da fine maggio, e in giugno e luglio. E me lo ricordo molto bene ad Albiate, in Brianza. Poi nel mese di agosto si faceva la salsa, si facevano dei vasi di salsa. Mia madre coi cuochi faceva la salsa coi pomodori perini. In settembre però il pomodoro era finito e tu dovevi aspettare l'anno successivo per mangiarlo. Adesso d'inverno noi abbiamo dei pomodori buoni tanto quanto d'estate. Anzi qualcuno, il camoncino sardo, quanto a bontà, li batte tutti, anche se quest'anno è andato un po' giù, non so se a causa della stagione o a causa del clone, perché c'è il rischio della degenerazione del clone, come è successo con il riso arborio o il vialone.

Ad ogni modo i pomodori noi li abbiamo in assortimento tutto l'anno. Quest'inverno, in febbraio, sono andato in un negozio e li ho voluti contare, sono andato a contarli di persona. C'erano dodici tipi di pomodori in vendita.

Questo la gente non lo capisce. Però, a un certo punto, bisogna che i politici si adeguino, perché il loro sistema di limitare gli spazi commerciali, non so se per ragioni politiche o di potere, non permette di rendere un servizio né al produttore, né al consumatore.

Vedo che sono passati undici minuti, quindi posso parlarvi di un'altra cosa perché abbiamo anche i prodotti che vengono da fuori, dall'estero. Prendiamo gli asparagi, ad esempio: io, nel mese di novembre, non mangio l'asparago peruviano, che peraltro è abbastanza buono. Io nel mese di novembre semplicemente l'asparago non lo mangio. Il Perù è il più grande produttore di asparagi, non so se del mondo comunque di quella parte di là dall'Atlantico. Gli asparagi che vendono negli Stati Uniti sono quasi tutti peruviani. Io aspetto il mese di febbraio/marzo, aspetto l'asparago della Campania, perché di asparagi buoni come quelli napoletani non ce n'è. Così come io non mangio l'uva cilena o il lampone nel mese di gennaio. E allora si innesca tutta questa polemica. Ma questi signori o Verdi o non so cosa siano, comunque, questi signori che hanno poco cervello, si rendono conto che dietro a un grappolo di uva cilena c'è un campesino che ci campa? Perché il povero cileno se noi gli compriamo l'uva campa, se noi non gli compriamo l'uva non campa. E poi il consumatore che ha voglia di comprarsela anche nel mese di gennaio che se la compri, sono affari suoi. Io personalmente aspetto l'uva Italia del mese di

settembre che adesso, tra due mesi, arriva. Non la mangio in gennaio, però la vendo. E mi sembra che la libertà sia la prima cosa al servizio del campesino, del produttore e del cliente. E poi anche dell'Iva, perché adesso Monti si accorge che se non si vende niente non c'è l'Iva. Ma va? Ma pensa! Allora, bisognerebbe illustrare ai politici esperti che cosa sono gli spazi e che cos'è la libertà.

IL PANE

Adesso vi illustro un capitolo più recente che penso possa essere di qualche interesse. Perché una liberalizzazione vera e propria è stata fatta recentemente. Sono passati soltanto 6-7 anni, era il 2006. Il ministro Bersani, con un colpo di mano che mi ha raccontato personalmente, liberalizza il pane. Infatti, prima del 2006, non c'era niente di più contingentato del pane. Altro che i taxi! Prima di tutto per fare il pane bisognava avere una licenza, ma ottenere una licenza era una cosa difficilissima, carissima. Poi, quando anche avevi la licenza, la licenza era per X quintali, perché il pane era contingentato. Quindi avevi la licenza ma non è che potevi fare quello che volevi. C'era la licenza da 20 quintali, c'era la licenza da 25 quintali. Noi a Piacenza, ad esempio, dove avevamo una licenza da 24 quintali e ne facevamo 30, avevamo i vigili tutti i giorni in negozio a controllare. Cioè poter fare il pane era impossibile.

Bersani ha liberalizzato il pane. Era il luglio del 2006. Allora noi eravamo ridotti, e lo siamo ancora nei negozi dove non c'è spazio, a fare la cosiddetta "doratura del pane": cioè pane surgelato, la baguette o italiana o francese, non ha importanza. La baguette o la ciabatta vengono prodotte industrialmente e poi precotte parzialmente, poi surgelate. Dopo di che stanno lì sei mesi, un anno. E dopo, al momento della vendita al pubblico, si finiscono con la doratura. Appena dorate sono commestibili, anche dopo un'ora, ma dopo due ore è come mangiare questo bancone qui. I francesi hanno ucciso la loro baguette. La baguette, non so se vi ricordate *An American in Paris*, *Un americano a Parigi*, piuttosto che quei bellissimi film di quando io ero ancora giovane, è stata uccisa. Anche in Francia non c'è più il buon pane. Noi, non appena Bersani ci ha dato la libertà di fare il pane, abbiamo fatto una cosa degna di essere raccontata. Perché a quel punto ho detto: fermi tutti, prima di metterci a studiare il pane dobbiamo vedere che cosa dobbiamo fare e che cosa vogliamo essere. Io vengo dal tessile e se dicevo "voglio fare della camiceria", intendevo come la faceva la Caprotti, o

delle lenzuola, delle tele come la Rossari & Varzi, o il velluto come Visconti di Modrone, piuttosto che non la seta come potrebbe essere a Como eccetera. Quindi ho detto: cosa vogliamo fare? Gli uomini che lavorano con me hanno scelto 18 tipi di pane e noi oggi facciamo 18 tipi di pane con, non mi ricordo, se 10 o 12 impasti. Il bastoncino francese e la ciabattina hanno lo stesso impasto con la doppia lievitazione, una la sera, poi si rilievita la mattina. È un pane, secondo me, molto raffinato. Abbiamo studiato 18 tipi di pane, poi ci siamo chiesti: quanto spazio ci vuole per fare questi 18 tipi di pane? Prova, riprova e studia: ebbene ci vogliono 180 metri quadri. Abbiamo qualche reparto di produzione da 200 metri quadrati. Purtroppo, nei negozi vecchi, dove abbiamo dovuto “inserirci”, lavoriamo anche in 120, 130 metri.

In ogni modo noi il pane lo facciamo, cioè abbiamo messo in piedi una bella “operazione”.

E poi abbiamo dovuto modificare gli impianti perché noi allora, avevamo solo quattro o cinque panifici, uno in viale Umbria e uno in via dei Missaglia a Milano, un altro a Bergamo in via Corridoni, un altro a Lainate. E vi facevamo 40 tipi di pane. Insomma pasticciavamo, c'erano forni di tutti i tipi. Io ho modificato tutti gli impianti. Oggi abbiamo novanta panifici da Arezzo a Verbania; abbiamo 320 forni, a platea e rotor, tutti unificati, tutti uguali. Abbiamo 360 celle di lievitazione e 1.500 addetti, al pane, badate bene, con 850 panettieri, 850 persone che sono capaci con la farina, l'acqua e il lievito di fare il pane, 18 tipi di pane, uguali in tutti i negozi.

LE DOMENICHE

Restavano le domeniche. Le domeniche col decreto Bersani non erano liberalizzate. Quindi una lotta per aprire la domenica. Certi Comuni lo consentivano, altri no, e questo avveniva attraverso decisioni di settimana in settimana, delle varie conferenze tra funzionari comunali, Confcommercio, panificatori, Comuni, Province, Regioni. Un campione di quella cosa indicibile che è l'Italia. E se si poteva fare il pane o no, ad esempio a Monza, la prossima domenica, lo si sapeva magari solo al venerdì. È qui il problema di liberalizzare! Tu liberalizzi e dopo a tutti questi qui cosa gli fai fare? Però Monti, col decreto del dicembre 2011, ha liberalizzato il pane la domenica. Gli italiani adesso, se vogliono, possono comprare, mangiare il pane fresco alla domenica, come se stessero a Nizza o a Innsbruck. È una conquista formidabile. In che cosa si

traduce tutto questo? In un consumo settimanale di 500 tonnellate, 500.000 chili di farina alla settimana. Credo che siano un po' dei vostri campi. La costanza della qualità delle farine è fondamentale, è fondamentale il rigore nel metodo di produzione e i layout dei reparti, cioè: tempi e metodi per tagliare i costi.

E allora si arriva a quella cosa che da sempre mi appassiona *Spazio, tempo e architettura*, proprio il titolo del volume del grande studioso di architettura, Sigfried Giedion.

LE RECENTI LIBERALIZZAZIONI

E così arriviamo alle ultime liberalizzazioni, e con questo chiuderei l'argomento. Poi, se volete, dedico due minuti a quella parte per la quale in realtà, a parte l'onore di esserci, io sono qui. Monti ha tentato di liberalizzare gli orari, le superfici. Allora la Regione Lombardia, la Regione Emilia, la Toscana, credo, hanno fatto tutte ricorso al Consiglio di Stato: perché? Perché perdere il controllo degli orari, perdere il controllo delle superfici? Ma sapete quanti comitati, quanti impiegati, quanti architetti, quanti studiosi, quanti "esperti" devono andare a casa? o inventarsi un nuovo compito nell'ambito della Pubblica Amministrazione?.

A questo punto non so, adesso noi aspettiamo. Abbiamo fatto delle timide aperture, magari soltanto di mezza giornata, che piacciono moltissimo sia ai clienti, anzi qualcuno si lamenta perché vorrebbe il negozio aperto anche al pomeriggio, che al personale. Perché, dovete sapere, il personale lavora molto volentieri. Noi siamo aperti dalle 9 alle 14. Così il nostro panettiere, che è abituato ad alzarsi presto, arriva un po' più tardino e verso mezzogiorno, dodici e mezzo lui il suo pane l'ha fatto, va a casa e ha ancora la sua domenica davanti. Abbiamo più richieste di lavorare la domenica di quanto non ci occorran. Anche perché la domenica c'è lo straordinario festivo, quindi i dipendenti guadagnano qualcosa in più senza impegnarsi troppo. E per i clienti abbiamo un pochino sdrammatizzato la spesa del sabato, che qualche volta è troppo affollata. Lo abbiamo fatto in tutta libertà, senza tante storie.

In queste ultime liberalizzazioni di Monti è stata deliberata anche un'altra cosa: l'obbligo dei contratti scritti per ogni transazione. A parte il fatto che noi abbiamo degli accordi che sono addirittura annuali, il mio papà, quando io ero ragazzo, mi aveva insegnato una cosa: «Bernardino, guarda che non è così importante il contratto. La cosa importante è con chi lo fai, perché il più bel contratto fatto con una persona che non è a posto, non serve a niente». Noi

abbiamo rapporti con 130 produttori e distributori, abbiamo 130 fornitori di frutta e verdura (poi ci sono chiaramente i produttori delle mozzarelle, della carne, della ricotta eccetera). Bene, con questi fornitori abbiamo dei rapporti tali per cui non c'è bisogno di fare il contratto ogni giorno. E invece siamo costretti a produrre una montagna di carta, e per fortuna che con l'elettronica ce la caviamo, perché ogni volta bisogna rifare il contratto. È una cosa pazzesca. Credo che il signor Passera, che è il ministro dello Sviluppo, ci costringerà a fare una produzione di carta che Banca Intesa in confronto fa ridere.

E c'è ancora un'altra cosa e questa è una cosa che ci ha disturbato moltissimo: i termini di pagamento. Perché adesso, per legge, bisogna pagare i prodotti deperibili entro 30 giorni, e i prodotti confezionati entro 60 giorni. Questa è una cosa che ci dà molto fastidio. Perché? Perché noi pagavamo già entro 30 giorni ed entro 60 giorni. Gli altri pagano a sei mesi. Il fatto che anche gli altri adesso siano costretti a pagare entro quei termini, ci disturba moltissimo, perché finora eravamo gli unici che pagavamo bene. Io che sono uno che vendeva, so cosa vuol dire avere un cliente che ti paga puntuale. Avevo dei clienti negli anni '50, uno era di Trento e un paio baresi, che arrivavano sempre coi soldi prima della scadenza. Quelli arrivavano al 55° giorno perché non volevano sgarrare nemmeno di un giorno. Quello di Trento, mi ricordo, mi diceva: «Sa, io sono stato educato in Austria-Ungheria». All'epoca ero un ragazzo giovanissimo, avevo 25-26 anni, lui per me era un vegliardo, e di anni ne avrà avuti 50. Con lui non c'è mai stato bisogno di tutte queste cose scritte.

Comunque noi, nei deperibili, abbiamo una media di pagamenti di 30-32 giorni, e mi ha seccato molto vedere che nel pesce siamo lì lì, laddove con il pesce bisogna pagare subito. Però ci sono anche i tempi tecnici: la fattura gira col SAP... e tutte quelle cose lì, che non voglio neanche sapere perché sono cose da ragionieri, morale che andiamo a 30/32 giorni. Invece la drogheria la paghiamo entro 60 giorni: accidenti, eravamo gli unici! Ieri sera ho saputo che un mio concorrente non ha ancora pagato il pesce di Natale. Per cui c'è un signore, che sta nella Valpadana, al quale, da Natale a oggi, non è stato pagato il pesce che ha fornito. Per noi questo è un dispiacere perché ci mette alla pari con gli altri. Tanti anni fa, quando io producevo e fornivo camiceria alla Rinascente, questa era arrivata a pagare la Caprotti a un anno. Era l'anticamera della morte: l'anticamera della morte della Caprotti e l'anticamera della morte della Rinascente.

Negli Stati Uniti la data massima per i pagamenti è 30 giorni, se no è 10 giorni. Secondo me i produttori hanno ottenuto questa legge da Monti ed è giustificata da un comportamento che, dal mio punto di vista, non è corretto.

Naturalmente ci sarà qualcuno che forse sarà in difficoltà.

Io mi sono trovato a dover parlare di queste liberalizzazioni. Ho dovuto parlare di quelle vecchie, quelle nuove sono poca cosa per la verità. Direi che quello che è il nuovo ruolo noi l'abbiamo già svolto e certamente lo svilupperemo ancora. Maggiore sarà la libertà, meglio potremo servire i prodotti e quindi il produttore, e i clienti e anche gli architetti e anche i muratori.

Vedremo se riusciremo a costruire qualche cosa e se avremo i soldi per farlo perché pagando a 60 giorni, con il 50% di tasse, la cassa è diventata molto, molto triste.

IL VERDE E GLI ALBERI

Se mi si permette due minuti (sono passati ben 25 minuti, presidente, perché lei mi ha detto che la riunione dura un'ora, e quindi io poi la consumo tutta e questo sarebbe molto scorretto da parte mia) per un mio argomento, che è un mio argomento personale, che però sta benissimo nella missione dei Georgofili. Voi avete un grande privilegio, vivete qua, cioè di qua dall'Appennino: avete l'ulivo, il cipresso, il leccio, il pinus pinea, il pinus pinaster, vivete in un ambiente ancora molto bello. Passato l'Appennino, di là, lo squallore della Valle Padana è pazzesco, lo stato dell'ambiente è disastroso. Ci sono coloro i quali si occupano di parchi, di terrazze, di giardini, piscine, di azalee a Verbania, ma il territorio... Quando uno prende il treno ad alta velocità e viene giù, attraversa questa valle dove non c'è più una sola pianta, poi arriva a Bologna e trova tutto l'ailanto.

Ma sapete che cosa è l'ailanto? Ho qui con me una pagina intera del «Corriere della Sera» dove si titola a piena pagina (poi non ho il coraggio di tirar fuori tutta questa roba, se no vi tengo qui fino a stasera) *La strage di alberi a Milano* sulle scarpate, sulle scarpate della ferrovia. La ferrovia vuole tagliare l'ailanto che invade tutto, perché cresce dappertutto. L'ailanto è detto anche in gergo, almeno a Milano, "l'albero delle macerie", perché laddove ci sono delle macerie l'ailanto cresce. Ma sapete che è una devastazione? Che negli Stati Uniti hanno lanciato adesso un progetto per eliminare l'ailanto dal loro territorio? E noi abbiamo il Comune di Milano che in viale Regina Giovanna che era un viale di pioppi, di pioppi italiani, i "populus nigra italica", ebbene li ha fatti abbattere tutti e ha piantato gli ailanti! Via Losanna, dove sono andato domenica a vedere un nostro negozio, è un viale di ailanti piantati forse 15 anni fa! Questo fa il Comune di Milano! E poi i giornalisti... Dietro

questo articolo a piena pagina, il Corriere pubblica una letterina grande così di un signore, dottore in Agraria Forestale, membro del WWF eccetera, che dice: «Ma guardate che la Regione Lombardia ne ha decretato l'eliminazione». E invece il Comune di Milano, e anche la Provincia di Milano, li pianta. È come farsi un prato con la gramigna, solo che l'ailanto in più puzza. Ma ora c'è l'ailanto, e si protegge l'ailanto.

Poi c'è il problema della robinia. Tanti anni fa (io vado a caccia in Monferrato dal 1967) a un certo punto avrei voluto comprare una casetta con un bosco. Una domenica sono andato a Moncalvo da un'agenzia immobiliare. «Senta, a me piacerebbe..., ci sarebbe qui in Monferrato una casetta con un bosco di querce?». «Querce?» mi dice. «Le querce non ci sono più». «Come non ci sono più le querce?». Infatti non ci sono più, no, ci sono solo robinie. E disgraziatamente furono chiamate robinia pseudo-acacia, per cui la gente dice: «Ci sono le acacie!». Non sono acacie, le acacie sono un'altra cosa. La robinia però non puzza. Con la robinia si può fare il miele coi suoi i grappoli bianchi, la robinia cioè è già una cosa diversa e poi... col suo nome, è molto fresca, l'ape predilige i suoi fiori. Però è infestante: dove arriva la robinia ammazza tutto.

Dopo di che c'è un'altra cosa: a Milano piantano i platani a sette metri di distanza. Ho misurato tre platani solitari in tre parchi: uno nella casa del Manzoni a Brusuglio, uno nella casa della Marchesa Sommi Picenardi, dove c'è un platano che è del 1770, e un altro al parco a Milano, all'ingresso del parco. Il platano ha bisogno di oltre 15 metri di raggio. Allora a Parigi li piantano a 18-20 metri, non a 7 metri! L'altro giorno a colazione, a Pasqua, ne ho parlato con Peirano, grande architetto di giardini, e lui mi dice «Dottor Caprotti qua non posso fare niente. Io domani mi incontro con Fassino, a Torino, per vedere di mettere a posto la città, perché non si può andare avanti in questo modo. Però da soli non possiamo fare niente».

Allora questo mi ha fatto venire l'idea: non so se con un finanziamento, non so se con un appoggio, perché, ripeto, da soli non possiamo fare niente. Ma i Georgofili possono muovere tutta la Repubblica, i Georgofili sono una cosa che pesa, importantissima. Non so se l'ambiente possa interessare i Georgofili che sono degli agricoltori. Sono degli agricoltori assai civili magari si interessano. Ecco, non so. Per esempio ci sono poi le essenze fondamentali, il *populus nigra italica*, il nostro pioppo della Valle Padana. Sapete come si chiama in inglese? In Inghilterra è considerata una pianta ornamentale, non vive a lungo, vive 80-90 anni, però ha questa sua architettura, anche quando è nuda. In inglese si chiama "Lombardy poplar" e in Francia si chiama "peuplier d'Italie". Per vedere dei viali di pioppi bisogna andare nella valle del

Rodano. I Francesi lo usano come pianta ornamentale, noi non lo piantiamo più. Non lo si pianta più! E il pino silvestre? Che è il pino della brughiera del Ticino? A Vienna costituisce il “Wiener Wald”, a Berlino il “Berliner Wald” e sono tutti pini silvestri. In Inghilterra li piantano sulle scarpate delle autostrade. Io, in Monferrato, ne ho piantati forse un 300-400, proprio la prima foglia, in un sacchettino di plastica. Adesso sono alti 4-5 metri, sono passati 6-7 anni. Sono l'unica persona che ha piantato un pino silvestre in questo Paese, è una pianta dimenticata. Perché? Per quale ragione?

Il tasso: è proibito piantare il tasso perché è velenoso. In Inghilterra hanno tassi di mille anni, è la pianta più longeva del nostro emisfero.

Bene, poi ci sono altre cose, il massacro dei tagli...

Insomma io non so se questo faccia parte della missione dei Georgofili o no, non so se in questo terzo millennio, dopo quasi 250 anni, potrebbe interessare, visto che l'ambiente è ridotto così, visto che l'agricoltura funziona da sola e l'agricoltore non ha bisogno del nostro aiuto. Tanto oramai c'è la grande distribuzione che in 20 ore distribuisce la roba.

E allora mi sono domandato: ci può essere un interesse da parte dei Georgofili? Ecco, questa è una ragione secondaria per la quale sono qui, perché la ragione primaria è quella di essere tanto onorato di far parte del vostro consesso, del nostro consesso.

Vorrei ringraziare tanto il presidente che, nella sua presentazione, è stato con me un po' troppo lusinghiero.

RIASSUNTO

Caprotti ringrazia il presidente per il suo gentile invito.

La Grande Distribuzione si è adeguata, nel tempo, ai cambiamenti legislativi e ai cambiamenti del mercato.

A fine anni Sessanta furono liberalizzati i Mercati Generali: fu consentito ai dettaglianti di acquistare direttamente dai produttori i prodotti deperibili (ittici, carni, frutta e verdura ecc.). Ciò fu propedeutico alla creazione di relazioni commerciali più moderne.

La riforma del commercio del 1971 – la 426 del ministro Emilio Colombo – permise la vendita del prodotto “sciolto”, non più pre-imballato. Fu dunque possibile offrire frutta e verdura “sciolta”, servire un taglio di carne, affettare un prosciutto. Nacquero le gastronomie nei supermercati.

Il ministro Marcora nel 1982 liberalizzò gli orari di apertura. Fu possibile “aprire” dalle otto del mattino alle nove della sera.

In quei decenni il mondo della produzione e del trasporto evolvevano, rendendo disponibili molti più prodotti nel corso dell'anno.

La legge Bersani n. 114 del 1998 consentì la realizzazione di punti di vendita più grandi. In Frutta e Verdura passammo dai 50/60 articoli in vendita negli anni Sessanta ai

400/450 articoli attuali (il pomodoro, ad esempio, è presente tutto l'anno).

Nel 2006, ancora il ministro Bersani, liberalizzò la produzione del pane (prima regolata da licenze rare e molto restrittive). Ora si può offrire pane fresco, da panificazione "in store".

Infine il ministro Mario Monti ha liberalizzato le aperture domenicali.

ABSTRACT

Mr. Caprotti expresses his thankfulness for the kind invitation.

The development of the Retail Trade over the years has been affected by the enactment of laws and by the changes of the market.

In the late 1960s, the liberalization of the General Markets allowed retailers to buy perishable products (such as fish, meat, fruits and vegetables) directly from the producers. As a result more modern trading relations could be established.

The 1971 Trade Reform – n. 426 by minister Emilio Colombo – ratified the selling of products in bulk, making possible the selling of unpackaged fruits and vegetables, the cutting of a piece of meat and the slicing of a *prosciutto*. The opening of the first Deli counters in the supermarkets took place.

Opening hours were liberalized by minister Marcora in 1982. Since then we could stay open from 8 a.m. to 9 p.m.

In those decades, the development of new methods of production and more modern means of transport made the offering of products much wider throughout the year.

Thanks to minister Bersani's law n. 114/1998 larger facilities could be built. While in the Sixties we had 50/60 products up for sale in the Fruits and Vegetables department, today we display 400/450 items (tomatoes, for instance, are available all year long).

In 2006, Mr. Bersani again, liberalized the production of bread (before then based on very restrictive and difficult to obtain government authorizations). Nowadays supermarkets can offer "made in store" fresh bread.

Eventually minister Mario Monti liberalized Sundays openings.

Discussione

PRESIDENTE FRANCO SCARAMUZZI

L'applauso mi esime dall'esprimere l'apprezzamento per quello che lei ci ha detto, per come ce lo ha detto, esperienze vissute. Al termine delle nostre letture, di solito, i relatori rimangono a disposizione dell'uditorio per fornire eventuali ragguagli o approfondimenti. Prima però di dare la parola, se mi permette, devo correggere una questione troppo importante. Agricoltori e ambiente non sono due cose diverse, perché laddove gli agricoltori si sono decisi ad abbandonare i campi per andare nelle città, nelle industrie per fare qualunque altra cosa fuorché il contadino, in quelle zone l'ambiente è deteriorato. Abbiamo dunque dei disastri idrogeologici perché manca l'agricoltura, perché l'agricoltura ha bisogno di salvaguardare l'ambiente, perché utilizza le risorse naturali che sono le piante e quindi cura l'ambiente in cui le piante devono vegetare e produrre. Qualche, diciamo, discordanza tra agricoltura e ambiente è venuta fuori negli ultimi anni, solo per delle interpretazioni non corrette che sono state date da nuovi movimenti ambientalistici, che non hanno niente a che fare con l'agricoltura ma che esigono il rispetto reciproco. Agricoltura e ambiente sono sempre stati attività di competenza degli stessi Enti, degli stessi Ministeri. La divisione ha portato aspetti positivi ma anche negativi. Allora l'Accademia, le Accademie in tutta Europa, ovunque esse siano, quelle che si occupano di agricoltura, aggiungono, di solito, per farsi meglio comprendere le tre A: Agricoltura, Ambiente, Alimenti. Così non ci sono equivoci.

ONOREVOLE MONICA BALDI

Buonasera. Grazie veramente al presidente Caprotti perché ci ha permesso,

con estrema chiarezza, di individuare alcuni elementi importanti. E grazie anche al nostro presidente che tutte le volte ci permette di avere un confronto chiaro e pulito su alcuni temi che interessano molti.

Presidente Caprotti, lei ha parlato della grande distribuzione, principalmente di Esselunga, però ritengo che noi siamo anche interessati a capire quali siano i rapporti con le altre catene di distribuzione e quali sono anche state le scorrettezze che ritiene di comunicarci, non tanto per avere l'attenzione sulle scorrettezze, ma per capire quanto invece sia importante lavorare in maniera positiva. Vede, lei ci ha trasmesso molta positività, molto entusiasmo. Fra l'altro, ovviamente, quando si parla di territorio, noi siamo qui presenti. Io sono architetto quindi l'attenzione su quello che è lo sviluppo di certe questioni legate anche al territorio, per noi è importante e la ringrazio. E un'ultima questione: data la sua sensibilità, caso mai, se l'Accademia dei Georgofili ha intenzione di accogliere quello che il presidente Caprotti ha indicato, potrebbe con Esselunga, grande distribuzione, creare un qualcosa di più, creare quella sensibilità nei confronti dell'ambiente dato che la clientela è molteplice ed è molto attenta anche alle indicazioni che voi fornite. Grazie.

BERNARDO CAPROTTI

La concorrenza

La ringrazio, per mettere le cose un po' in fila dunque: i rapporti o come ci si rapporta con la concorrenza. Per la verità noi abbiamo sempre avuto un rapporto di colleganza. All'inizio, tanti anni fa, la nostra Associazione si chiamava AIGID, era l'Associazione delle Imprese della Grande Distribuzione, dove c'erano due grandi aziende, la Standa e la Rinascente. E noi in mezzo. Non ci chiamavamo neanche Esselunga, ci chiamavamo Supermarkets Italiani, negli anni '60-'70, ed eravamo in tre, tre giocatori. Poi sono entrati gli altri. I rapporti che abbiamo avuto sono sempre stati molto corretti, devo dire che non abbiamo mai avuto... forse sì, forse c'è stato qualche tentativo di soffiarti la persona, tentativo peraltro non riuscito. Diciamo che le persone valide sono sempre rimaste in Esselunga; l'azienda è molto consolidata nel suo spirito di corpo, nel valore della sua gente. Noi abbiamo della gente formidabile e abbiamo dei giovani, giovani formidabili. Dovremmo forse averne un po' di più e magari poi li inseriremo, vediamo, con molta prudenza, preferiamo sempre far crescere la gente che è con noi.

Questo per quanto riguarda la nostra Associazione. Poi se si vuole parlare di

qualcuno che non è socio della nostra Associazione, perché è un'altra cosa, parliamo delle Coop. Ma con loro abbiamo avuto dei rapporti anche buoni. Con Coop Lombardia ci siamo anche scambiati dei negozi: noi abbiamo dato Niguarda, loro ci hanno dato Varese, via Borri, il terreno da costruire. Sì, sono successi degli episodi, e quelli li ho denunciati, sono episodi veri. Io, in seguito a quel libro, ho avuto otto cause. La Coop mi ha fatto otto cause: cinque le abbiamo vinte, una è in appello e poi ce ne sono ancora due che non mi ricordo, perché è stato uno tsunami.

Non in Toscana. Turiddo Campaini è una persona prudente, è una persona anche molto, molto furba e lui ci ha lasciato stare. Anzi lui ha scritto il suo libro e me l'ha inviato con la dedica «Al mio miglior nemico». Allora io ho mandato dei fiori alla signora per Natale con questo biglietto: «Scusi, lei dica a suo marito, che mi ha scritto "il mio miglior nemico", che io non sono nemico». Nemico vuol dire una *rivalry*. Io per niente al mondo ucciderei Turiddo Campaini. È un concorrente, è un concorrente un po' furbacchione anche lui, però, voglio dire, Turiddo Campaini è una cosa diversa. Là dove ho avuto degli episodi che sono veramente devastanti sono stati Liguria e Emilia, cioè Bologna, Modena e Vignola. Ma adesso abbiamo avuto dalla Giustizia delle belle soddisfazioni che ci siamo tenuti per noi perché non ci piace fare rumore su queste cose. Siamo stati contenti. Certo la giustizia italiana vuole i suoi tempi, perché dal 2007, questi mi attaccano subito a Natale o a gennaio 2008, le sentenze arrivano nel 2011 e 2012, poi per l'appello ci vogliono altri due-tre anni. Ancora adesso però a Livorno ci sono delle cose che non sono proprio chiare. Però siamo sempre sul fatto, diciamo che ci sono i terreni, il blocco del mercato... sono cose che hanno a che fare con l'Autorità della Concorrenza. Ma sono pochi episodi.

E questa storia della sinistra e della destra a me, scusate, mi fa girare non dico che cosa (perché forse questo non si può dire all'Accademia). Lo dicevo al sindaco Renzi a mezzogiorno: «Scusi, ma è mai possibile che sia tutto di destra o di sinistra?». Le piste ciclabili sono di sinistra, l'alta velocità è di destra, ma scusate, ma siamo matti? Io ho avuto dei rapporti eccellenti coi cosiddetti comunisti che sono comunisti come me: Chiamparino, Fassino, il sindaco di Castellanza, il sindaco di Castelletto Ticino, il nostro sindaco, il nostro sindaco di Pioltello che è un comunista e mi dice: «Abbia pazienza sa, io sono comunista perché sono figlio di un minatore sardo del Sulcis». E io: «Senta una cosa, lei sa che è comunista come me e che anch'io sono comunista come lei?». Quindi no, non abbiamo avuto ostacoli di nessun tipo nei Comuni amministrati da amministrazioni di sinistra. Anzi, devo dire che magari troviamo della gente un pochino più efficiente, più politica, che sa il mestiere. Anche a destra abbiamo avuto delle persone valide, ad esempio il sindaco di Castellanza attuale che è del Pdl, è un professionista, una persona

molto per bene. Insomma di persone buone o cattive ce ne sono di qua e di là.

Per quanto concerne la concorrenza, credo di averle risposto. Tutto si traduce in questi piccoli, grandi fatti con la Coop. Per il resto abbiamo dei rapporti che sono assolutamente corretti.

La clientela

Dopo tanti anni, prima di morire, voglio assolutamente tornare a Londra a vedere il Chelsea Flower Show. Il Chelsea Flower Show è una cosa pazzesca. Ci sono persone che per vederlo vengono dall'Australia, dagli Stati Uniti, perché è una cosa straordinaria. Noi abbiamo un signore in azienda, il dottor Arcari, che si occupa soltanto del verde. L'anno scorso, ancora in settembre perché per avere il posto bisogna prenotare un anno prima (anche se io sono socio della Royal Horticultural Society quindi ho avuto quattro biglietti), gli ho proposto di andare insieme a Londra al Chelsea Flower Show. Poi, l'altro giorno parlando con lui gli ho domandato «Senta, ma lei quante rose ha?». «Dottore, guardi, sono 70.000». Dunque noi abbiamo il signor Arcari che si occupa dei cipressi, certamente non si occupa di robinie, se vede una robinia lui la taglia. Però coltiva e abbiamo 70.000 rose. Dove c'è lo spazio lo facciamo. Ho ricevuto una telefonata e due lettere da due clienti della Brianza che mi facevano i complimenti perché pare che a Macherio sia un tripudio di rose bianche mai visto. Macherio è una delle cose più belle fatte in Brianza, l'architetto è Caccia Dominioni, negozio bellissimo, bellissima architettura. Sorge dove c'era lo stabilimento, la filatura della Caprotti, chiusa venticinque anni fa. A fare questo negozio, a sviluppare il terreno, non avendo licenziato nessuno dei 500 operai che lavoravano in quello stabilimento, ci ho messo qualcosa come quindici anni. Adesso è aperto da due anni e lì ci saranno non so quante centinaia di rose. Quindi la clientela è molto sensibile, la gente è sensibile al problema del verde solo che bisogna specificare bene. Se io dovessi fare un libro scriverei un titolo imprudente: "Quale verde?". La gente vede verde? Quale verde? Quale vino? Quale cane? Quale erba? Non si può usare la gramigna, no? Ecco. E quindi io credo che si potrebbe fare qualcosa. Naturalmente è vero anche quello che dice Peirano, e cioè che da soli non facciamo niente e allora qua c'è un'istituzione autorevole ecco, questa è un'idea.

AMBROGIO FOLONARI

Grazie, buonasera. Io sono veramente ammirato dalla relazione di Bernardo

Caprotti che ci ha illustrato con chiarezza, con giovanilità, con freschezza e con entusiasmo quello che è il suo lavoro. Abbiamo capito benissimo come lui viva nel profondo questo lavoro che lui svolge con passione e con grande intelligenza. Quando ci dice che addirittura è andato a contare i pomodori! Insomma il fatto che una persona che ha un'età abbastanza avanzata, che è a capo di un colosso come questo, vada lui stesso a contare i pomodori è un esempio per tutti. Così come dalla sua esposizione traspare anche la cura per la qualità dei prodotti che vengono serviti in Esselunga. È chiaro che dalla sua esposizione si capisce anche qual è il vissuto del suo grande gruppo, che è un gruppo che è accreditato da parte dei consumatori di grande qualità, ricercatezza, garanzia e sicurezza. Tale padrone, tale è il suo prodotto. Naturalmente si vede anche qual è la passione per il servizio che la Esselunga svolge verso il consumatore, il polo del consumo. Attualmente ho capito anche che c'è l'attenzione della Esselunga verso un altro polo, che è il polo della produzione. L'Italia è una nazione dove fortunatamente l'agricoltura è grande produttrice di derrate alimentari, che sono poi quelle che vengono soprattutto consumate in Italia, ed evidentemente l'agricoltura ha grande bisogno di una distribuzione, di un servizio distributivo e qui lo troviamo. Quindi i due poli, il polo della produzione e il polo del consumo, sono i due elementi basilari. Ma c'è anche il terzo polo, quello della proprietà, la quale proprietà svolge il ruolo di equilibrio e bilanciamento dell'interesse degli altri due poli, la produzione che vende e il consumatore che consuma. Naturalmente è molto importante che il terzo polo, quello di vertice, faccia il suo mestiere, faccia il suo interesse, guadagni, ma viva con grande equità la distribuzione degli equilibri fra i due poli. Quando il terzo polo, come succede in Italia, è un po' inquinato dalla politica, le cose diventano un po' meno trasparenti ma forse lo sappiamo tutti, leggiamo i giornali e credo che l'accento dell'onorevole sia stato abbastanza allusivo. Quindi complimenti a Bernardo Caprotti e auguri di grande fortuna per la sua grande impresa. Grazie mille.

BERNARDO CAPROTTI

Grazie.

AURELIANO BENEDETTI

Dottor Caprotti, sono Aureliano Benedetti. Io già conosco il suo pragmatismo

e la sua relazione così ficcante, così analitica la considero addirittura entusiasmante. Lei ci ha dato uno spaccato di quello che significa la grande distribuzione, e cioè che non si può improvvisare, ma ci vogliono degli avviamenti pluridecennali per poter capire esattamente quelle che sono le linee guida del tipo di azienda che lei conduce. E amabilmente ci ha fatto anche capire il peso della burocrazia in Italia che è addirittura disastroso e quindi speriamo in provvedimenti molto energici e molto rapidi per non prendere parte in questa nostra morta gora. Però io, che sono un frequentatore dei supermarkets, e che quando vado al supermarket inforno gli occhiali, leggo le etichette e guardo le scadenze, devo dire che mi capita, talvolta anche in giro per l'Europa, oltre che in Italia, di constatare, che, mentre al Supermarkets non c'è mai un prodotto che non abbia una scadenza abbastanza lontana, negli scaffali di altri supermercati leggo scadenze già avvenute. Questo è un fatto di clamoroso onore per la Supermarkets. Però la mia domanda, la domanda da fiorentino, un po' ficcante è la seguente: infornando gli occhiali mi accorgo che, nel tempo, molti prodotti di eccellenza, che prima avevano determinati marchi evidentemente fornitori della Supermarkets e di altri, oggi sono diventati Esselunga, e sono prodotti di eccellenza, perché io li ho provati. E c'è una gradualità nel marchio, cioè mi pare ci sia una denominazione di qualità anche per questi prodotti. Ma come mai si preferisce, diciamo così "massificare" nel marchio, che certamente assume ulteriore valore, ma che toglie un po' alla clientela il gusto di andare a cercare quel marchio piuttosto che un altro? Grazie.

BERNARDO CAPROTTI

Questa è una domanda difficile perché io mi occupo molto di sviluppo, di *real estate* e sono un pochino lontano, lo devo confessare, da quello che è il commercio. Il dottor Salza, l'amministratore delegato qui presente, è molto più vicino di me alle promozioni, ai buoni spesa, a tutte quelle cose che state facendo per cercare di "tirare su", ed è quindi, a sua volta, molto vicino al nostro direttore commerciale, che non ho pensato di portare qui con me oggi perché non volevo "ingombrare" più di tanto, il quale saprebbe rispondere puntualmente.

Marchio privato

Devo dire, che noi, come tutti, cerchiamo di sviluppare il nostro marchio pri-

vato. Il nostro marchio privato ha lo scopo di rimpiazzare dei prodotti dell'industria che sono completamente "svaccati". Mi ricordo, a suo tempo, di avere avuto una discussione atroce con Romano Romano, l'amministratore delegato di Saiwa, perché l'Oro Saiwa costava 100 e noi dovevamo venderlo a 98. Anche con Alberto Bertolli, del quale poi divenni amico (il signor Alberto Bertolli era un signore incredibile che faceva sempre la sua festa in giugno giù a Lucca, invitando mille persone nella vecchia casa di famiglia). Cosa succedeva: che l'olio Bertolli doveva essere venduto non mi ricordo se sulle 700 lire, 780 lire alla bottiglia. I droghieri, che allora erano i nostri concorrenti perché non c'erano gli altri, lo vendevano a 20/30 lire in meno. Se noi abbassavamo il prezzo, lui ci sospendeva le consegne. A un certo punto ho deciso: ho preso un magazzino e l'ho riempito di scorte di olio Bertolli per sei mesi. A quel punto noi siamo andati giù col prezzo, e non c'era più niente da fare, Bertolli ha sospeso le consegne, ma noi abbiamo potuto continuare a venderlo. Da allora siamo diventati grandi amici. Lui ha organizzato il primo viaggio mio e di altri, eravamo in sei, negli Stati Uniti, coi suoi clienti Petrini, Petrini Plaza a San Francisco. Era il 1967 e siamo andati in California, a San Francisco e Los Angeles.

Lavazza e Barilla

Bene. Allora c'è il fatto che le marche molto spesso sono "svaccate", però non puoi farne a meno, cerchi magari di ridurne il peso. Poi c'è quello che non io vorrei mai che accadesse e che lei all'inizio della sua domanda ha detto, e cioè che poi mancano i prodotti di marca. Questo è gravissimo, perché invece non devono mancare. In realtà noi cerchiamo di contrastarli nei limiti dello spazio, nei limiti del numero, dell'assortimento. E questa è una cosa. Un'altra cosa invece è se mi viene a mancare, ad esempio, Lavazza, come è accaduto quattro anni fa che abbiamo tolto Lavazza dall'assortimento. È successo il finimondo coi clienti.

Il caso emblematico, che potrei dire quasi storico, è quello della Barilla: noi siamo stati senza pasta Barilla per 7 anni! In Barilla c'era un direttore, un direttore commerciale, un cretino, che decretò che gli ipermercati, avendo costi più bassi, potevano praticare prezzi al pubblico più bassi. Abbiamo proprio i telex, anzi c'è un telex datato 6 gennaio (allora non c'era la festa dell'Epifania), lo ricordo bene perché questo autunno c'è stata la pubblicazione che citava il caso e ho dovuto ricostruire la storia, con uno scambio tra il nostro compratore Leogrande e quelli della Barilla. Bene, a un certo punto noi abbiamo preso la Barilla e l'abbiamo messa fuori, perché ci costringevano a vendere la pasta Barilla a prezzi più alti. Io

e Pietro Barilla ci davamo del tu, era amico di mio papà (Pietro Barilla era della generazione di mezzo, aveva dodici/quindici anni più di me, è mancato ormai da un po' di anni, però era quindici anni più giovane di mio padre per cui si davano del tu e io lo conoscevo da quand'ero ragazzino). Abbiamo tenuto dei buoni rapporti anche se lui era fuori dell'azienda. Quando andavamo a colazione con Indro Montanelli mi diceva: «Dai, Bernardo, ma rimetti in assortimento!». Poi, quando lui veniva a Milano, andava sempre in via Regina Giovanna a vedere il nostro negozio. Pietro era un uomo eccezionale. Vi voglio raccontare un episodio, perché è bello, è un episodio così bello che quando me lo ricordo mi commuovo. Mentre Pietro e io siamo in ottimi rapporti, ma la pasta Barilla è fuori dai nostri negozi, un certo giorno al Cibus (il Cibus è quella fiera alimentare che si tiene a Parma, dove io peraltro non sono mai neanche andato), lui fa una dichiarazione – c'era stato il vino al metanolo, coi morti – e dice «Perché poi qui la qualità ... perché poi la grande distribuzione, a un certo punto, il vino ... la qualità va giù...». Insomma, forse non volendolo, fa un discorso che è stato veramente devastante. A quel punto siamo andati in rotta sul piano personale. Basta, non ci siamo più sentiti. Poi, un giorno, mi telefona un grande emiliano, Achille Maramotti e mi dice: «Sai, mi è successa una cosa, ti devo chiedere un grande favore. Ieri sera c'è stato il pranzo dei Cavalieri del Lavoro a Bologna e dopo il pranzo, sai com'è fatto Pietro, abbiamo cominciato a passeggiare su e giù sotto i portici e lui mi ha detto che deve fare l'aorta addominale». Oggi l'aorta addominale si fa con lo *stent*. Allora, invece, per fare l'aorta addominale ti aprivano la pancia, ti mettevano tutto fuori, ti mettevano a posto l'aorta e poi rimettevano tutto dentro, era un'operazione gravissima. «Sai, deve fare l'aorta addominale e lui è in pace col mondo, è in rotta soltanto con te e con suo fratello. E non vuole andare in sala operatoria se non ha fatto la pace. E allora ieri sera mi ha chiesto se può venire a trovarti». Ho detto «No, mi dispiace, questo piacere non te lo posso fare, lui non viene a trovarmi. Guarda, proprio no. Non è pensabile. Sono io che vado a trovare lui». È lui che deve essere operato, lui è più vecchio di me, io prendo e vado! Così sono andato a trovarlo a casa sua a Parma, in via Mulattiera, nella sua bella casa in campagna, appena fuori dalla via Emilia, e abbiamo fatto la pace. Lui era anche mezzo cieco, io guidavo, non avevo l'autista, una Mercedes 2.6 e lui mi dice: «Ma che macchina hai qui?», tentando di leggere il numero. Dopo di che si è fatto operare ed è vissuto ancora qualche anno. Ma questo era l'uomo, era un uomo che se non era in pace col mondo non poteva andare in sala operatoria.

Mi è capitato di essere a Parma, forse tre anni fa nel nostro negozio, un po' invecchiato purtroppo, sulla Via Emilia Est, insomma ero lì e c'era della gente che, non so come, ha cominciato a parlare. Erano ex dipendenti della Barilla, ex operai che mi hanno parlato del Pietro.

I nostri marchi

Ecco, quello che ho raccontato non c'entra niente con le marche o i marchi. Comunque con la Barilla abbiamo ottimi rapporti, particolarmente con Paolo Barilla, che trovo essere un ragazzo delizioso, e io faccio loro tutti gli auguri possibili con la pasta, perché dalla pasta stanno facendo cose importanti negli Stati Uniti, in Cina, nel mondo.

Noi abbiamo due o tre linee di prodotti a marchio. Abbiamo un primo prezzo che è FIDÈL (ad esempio ci sono le patate surgelate FIDÈL che sono buonissime, io le mangio in mensa, sono tal quali a quelle delle solite multinazionali che però costano il doppio). Poi abbiamo la linea Esselunga, che è una linea di qualità media buona. E infine abbiamo la linea Top, dove mettiamo dei prodotti che sono veramente *top, top, top*. Se lei vuole mangiare una tagliatella come si deve, che a Bologna non trova più, lei mi compra la nostra tagliatella Esselunga Top, fatta da noi, 6 uova o 6 uova e mezzo per chilo, niente acqua, e il nostro ragù. Ci ho messo vent'anni a fare quel ragù di carne. La tagliatella fatta così è una tagliatella fresca, ha una durata di non so se di tre, quattro o cinque giorni, non è la tagliatella secca. Quando l'ho fatta ho cercato di farla molto sottile. Mi ricordo che il nostro direttore del personale, che era un ex carabiniere, il dottor Delzotto, l'assaggiava e diceva: «dottore, però non è abbastanza spessa!». Perché la gente si è abituata a mangiare queste paste grosse. Capisce? Trovava che non era troppo spessa. La pasta non è mai abbastanza sottile. Per le cuoche emiliane che ho avuto io, l'ambizione era di stendere la pasta e poi tirarla su come se fosse alabastro trasparente.

AURELIANO BENEDETTI

Ha parlato del pane. Voi fate del pane a lievitazione naturale che è buono anche 3-4-5 giorni dopo, come quello che si faceva una volta alla settimana in campagna.

BERNARDO CAPROTTI

Il pane

Nel pane ci abbiamo messo l'anima. Abbiamo delle persone che hanno fatto davvero un gran lavoro. Io ho dato soltanto delle direttive, però, devo dire, hanno fatto un pane, anzi dei pani, molto, molto a posto.

Adesso ci siamo cimentati in una cosa difficilissima che a Roma si chiama rosetta e a Milano si chiamava la michetta, che non c'è più, o meglio c'è quella industriale che è una cosa terribile. Noi abbiamo fatto una michetta che è vuota, completamente vuota. L'abbiamo in Brianza, l'abbiamo preparata anche per Roma perché mi sono sentito dire che "a Roma ci vuole la rosetta". Effettivamente in qualche posto a Roma l'ho trovata, ma è sparita anche là. La rosetta è difficilissima da fare e ha un difetto: dopo due ore diventa gomma. E se devi farla rinvenire devi metterla nel forno dieci minuti, così diventa come fresca, se no diventa gomma.

La verità è che adesso la gente non sa più nemmeno fare un uovo alla coque, vuole tutto preparato!

SANDRO BENNUCCI - «LA NAZIONE»

Buonasera dottore, io sono un giornalista, mi chiamo Sandro Bennucci e lavoro per «La Nazione». Lei prima ha parlato di liberalizzazioni. Il nostro giornale si è occupato e si è preoccupato nei giorni scorsi di andare a vedere che cosa succederà in Toscana con il decreto di Monti. Abbiamo intervistato l'assessore al Commercio, si chiama Cristina Scaletti, e ha posto dei paletti. La Regione Toscana si sta preparando a varare una legge che basandosi su tre concetti – urbanistica, salute e ambiente – riduce gli spazi commerciali. Praticamente hanno deciso di bloccare la media distribuzione a 1.500 metri quadrati. Per il resto, per la grande distribuzione, si vedrà, probabilmente ci sarà da fare dei salti a ostacoli per arrivarci. Volevo sapere che cosa pensa di questo provvedimento.

BERNARDO CAPROTTI

Ma, onestamente, non sono al corrente di questa cosa e quindi così a bruciapelo non saprei cosa risponderle. Certamente non è molto liberista, questo è lapalissiano. Poi dopo, sa, noi abbiamo un negozio di 1.500 metri a Piacenza che è uno spettacolo. L'abbiamo disegnato tra Natale e Capodanno io e il geometra Ruffo, e abbiamo fatto un negozio che è una cosa spettacolosa. Certamente è cittadino, certamente richiede delle caratteristiche particolari perché ci vuole un terreno fatto in un certo modo, con il fronte casse, con il fronte freschi, insomma, dei particolari tecnici in cui non sto a entrare, perché sono problemi architettonici che sono già molto complicati per noi

architetti, perché io sono architetto, *honoris causa*, ma lo sono. La mia passione è di disegnare le cose. Adesso abbiamo disegnato un negozio in una città, una cosa nuova, che sarà uno spettacolo! Non tanto grande, è un 2.500 metri di vendita. Ecco, sui 1.500 mq come ho detto prima parlando della frutta e verdura, ecco con un 1.500 si può fare bene. Per l'amor del cielo potessimo noi in città a Firenze fare uno o due negozi da 1.500 al posto di quelli di 45, 50 anni fa che sono veramente obsoleti!

Non ho niente da obiettare. Certamente non è che sia liberale, questo no, è pianificatorio.

Libertà selvaggia

Questo è un fatto, ognuno poi la pensa come vuole: la Regione Toscana non vuole liberalizzare gli orari, un po' come il papa. L'altro giorno, domenica, siccome, e lo si sente anche, ho avuto un'infreddatura spaventosa da venerdì, ero a letto. Essendo a letto mi sono guardato la diretta del papa a Bresso: e l'ho trovata una cosa bellissima. Sono arrivato al punto di commuovermi. Io sono un cattolico, magari non proprio buono, sono abbastanza un buon cristiano ma come cattolico sono un po' deficiente, non vado proprio tutte le domeniche a Messa. Mi sono visto la Messa e sono arrivato alla commozione. E poi, accidenti, mi fa il discorso contro le aperture dei negozi alla domenica: o lui o Tarcisio. Tarcisio è un caro amico però voglio dire, proprio lì, alla Messa...!? Scusi, per favore! Curiamoci delle anime! Perché allora la domenica non dovrebbero lavorare nemmeno i pronto soccorso, i giornalisti, i tramvieri, le ferrovie. Se no facciamo come in Israele che al sabato, mi dicono, non sono mai stato neanche in Israele, chiudono tutto. Per l'amor del cielo, si può fare così. Però non vedo perché la domenica tutti gli altri devono lavorare e non le nostre cassiere che lavorano quelle tre/quattro ore e poi vanno a casa e si godono la loro domenica. E poi qualcuno, la domenica, la spesa la fa volentieri. E questo perché? Come le chiamano? Liberalizzazioni selvagge! Ma scusi eh? Certamente, se succedesse quello che è successo negli Stati Uniti, dove il dettagliante deve stare aperto 364 giorni all'anno 24 ore, perché lì sono sempre aperti, e se tutti stanno aperti devi stare aperto anche tu, beh allora no! Mi ricordo che una volta sono arrivato a Los Angeles alle undici di sera e mi ero dimenticato la schiuma da barba e le lamette. E così, a mezzanotte, sono andato a fare la spesa. Dentro al negozio c'era una cassiera e due persone. È un costo spaventoso, ed è una cosa che io mi auguro non succeda mai.

Sarà anche selvaggio però... io sono per la libertà selvaggia.

NICOLETTA BACCARI - TOSCANA UNO

Buonasera dottor Caprotti. Sono Nicoletta Baccari di Toscana Uno, da trent'anni fornitore di Esselunga per quanto riguarda la frutta e la verdura. Volevo fare una domanda inerente alla qualità dei prodotti, anche in relazione all'Accademia dei Georgofili, e riportare l'attenzione sul fatto che, e io lo vedo toccandolo con mano nel mio lavoro di tutti i giorni, i vostri disciplinari sono molto stringenti per quanto riguarda la qualità dei prodotti. Ho visto, nel corso di questi anni, un'evoluzione anche da parte del produttore che di sicuro, vent'anni fa, non era così attento al rispetto delle norme di legge. Molto spesso mi sento dire «Ah, beh, tu vai a comprare la frutta e la verdura all'Esselunga, ma sapessi com'è buona la frutta del mio ortolano!». E io rispondo sempre: «Sì, ma la frutta dell'ortolano pensi che sia così controllata? Siamo d'accordo che tu credi che il tuo ortolano investa nell'analisi del prodotto». Noi ci occupiamo di frutta e di verdura ma credo valga anche gli altri prodotti, la carne, il pesce. Quindi la mia domanda è questa: secondo lei la grande distribuzione, e in particolare Esselunga, ha avuto un impatto nell'agricoltura italiana per sensibilizzare l'agricoltore delle grandi aziende agricole ad avere un maggior rispetto della normativa italiana ed europea in termini di qualità e di assicurazione del prodotto? Grazie.

BERNARDO CAPROTTI

L'ortaglia

Guardi, io credo che bisogna parlare a colori. Perché le norme, le leggi, le regole sono una cosa bellissima. Ma poi c'è il mercato e c'è l'evoluzione tecnologica. Cioè, per uno vecchio come me, mi scusi, ma questi discorsi fanno un pochino ridere. Io mi ricordo quando in Brianza avevamo quella che si chiamava l'ortaglia. Non so se da questa parte dell'Appennino si dice ortaglia, l'orto insomma. Allora c'erano i meloni, si apriva il melone e si dovevano tenere da parte i semi perché, se per caso un melone era buono, il giardiniere doveva poi seminarlo per l'anno dopo. Trovare un melone buono, uno o due su dieci, era già qualcosa. Adesso siamo arrivati ai cloni, raccogliamo dei meloni che sono una cosa incredibile. E tutto questo grazie a quello che è la genetica, non so se siano *ogm* o se sia attraverso gli incroci. Come ci ha illustrato il professor Maggiore nelle sue conferenze all'Esselunga, incrociando, studiando siamo arrivati al carnaroli. E veniamo dal vialone, e veniamo dall'arborio.

Un altro esempio è il prosciutto crudo, il prosciutto di Parma, che è uno dei nostri prodotti più classici. Ma sapete che trovare un prosciutto crudo “a posto”, quando io ero ragazzo o ancora nel 1947, 1950, era difficilissimo? Erano tutti bagnati, erano viola. Adesso, vero è che le due gambe del prosciutto fanno quasi tutto il maiale e il resto viene venduto per niente, ma è anche vero che abbiamo una costanza di prodotto di prosciutti che cinquant’anni fa ce la sognavamo.

E anche il vino: noi veniamo da un paese dove, quando si andava al ristorante, il cameriere chiedeva: bianco o rosso? Caspita, adesso il consumo del vino è sceso di molto, purtroppo. Proprio ieri, in mensa ho visto bere la Coca-Cola. Io bevo sempre un bicchiere di vino in mensa e quello che avanza lo dò al cuoco. E ieri c’era il direttore della mensa che stava mangiando il pollo arrosto con la Coca-Cola! Ma come si fa!? Gli ho detto «Adesso capisco perché la mensa funziona così male». Il vino per me è obbligatorio, due volte al giorno, poco, però è obbligatorio. Allora anche se i consumi litro pro-capite sono scesi moltissimo, la qualità è salita in un modo impensabile. Quindi ci saranno le leggi, per l’amor del cielo nessuno può rifiutarle, ci saranno le regole, ma soprattutto c’è il mercato. Il mercato si è evoluto, la tecnologia si è evoluta e anche il modo di fare il vino si è evoluto. Frescobaldi ce lo può confermare. Anche io facevo il vino, facevo 100.000 bottiglie di un vino un po’ strano, bianco, svizzero, un vino proprio da trotella. Ma adesso è cambiato tutto, voglio dire, con la tecnologia, con il mercato e le qualità sono migliorate in un modo drammatico. Forse non ci sarà più quel vino, quella bottiglia che il mio bisnonno custodiva in cantina, forse non ci sarà più quel salamino... ma nello standard la qualità si è elevata in un modo esponenziale. Drammatico.

Il cambiamento

Io credo che anche la grande distribuzione abbia contribuito a questa evoluzione. L’Esselunga certamente. Perché siamo molto esigenti, cerchiamo coi produttori di fare al meglio, senza vessazioni, senza costrizioni, sempre nello spirito molto collaborativo, perché non ci piace la violenza. Qualche volta qualche giovane compratore scambia il rigore con la villania, e questa è una cosa molto grave. Una cosa è essere rigorosi, essere fermi, ma essere cortesi. Si può essere entrambe. Però, per mia esperienza, quella di un signore che, se ci arriva, a ottobre compie 87 anni e vi assicuro che è una cosa terribile, ho visto un tale cambiamento, una cosa incredibile. Ma veramente incredibile, voi non

ve ne rendete conto, non vi rendete conto di cosa avete a disposizione, di cosa vi offre questo mercato.

Il salmone e la trota

Mi ricordo che avevamo cominciato a vendere il salmone affumicato in buste. Non c'erano le gastronomie e, a quell'epoca, non si poteva tagliarlo come lo tagliamo adesso. Noi adesso, nelle gastronomie, vendiamo un salmone norvegese che è di primissima qualità. Non è naturalmente il salmone selvaggio scozzese, perché ce n'è poco e costerebbe una cosa impressionante, ma è un ottimo salmone, di alto standard. E mi ricordo che, una mattina alle 7, eravamo in viale Giannotti, in un negozio e il direttore dice «Sì, sì il salmone come lo cuciniamo? Ah noi si fa panato!». Il salmone affumicato lo facevano impanato! Si fa panato! Capito? Scusatemi: ma non sapevano neanche cosa fosse il salmone! Il salmone oggi è diventato una specie di pollo, è un pollo di mare perché è la cosa che costa meno. Solo la trota costa meno del salmone, infatti a casa mia non me la comprano mai perché costa troppo poco. Me la devo comprare io, e trovo che una trota bollita col burro fuso, all'austriaca, sia una vera squisitezza. La trota non vuole l'olio, la trota, non so perché, vuole il burro, burro fuso e il limone. E costa niente, niente. All'Esselunga ci sono delle trote fantastiche e costano niente.

Cioè, siamo saliti, siamo abituati, sapete cosa siamo? Viziati, siamo viziati in un modo pazzesco. Questo è il mio parere, il parere di un signore che era già un ragazzino negli anni '30.

CONCLUSIONI DI FRANCO SCARAMUZZI

Credo di poter concludere come ragazzino anch'io negli anni '30. Dovrei dare una risposta alla sua domanda: i Georgofili possono fare qualcosa per risolvere i problemi di cui ci ha parlato e che le stanno a cuore? Ma ci ha elencato una serie di problemi, che andrebbero esaminati, a cominciare dalla bellissima affermazione: "verde sì, ma quale verde?" Verdi sì ma per che cosa? Viviamo in un mondo in cui l'Unione Europea fa un programma per i prossimi anni, in cui parla di verde (greening), obbligando le aziende agrarie europee ad accantonare, non seminare e non coltivare il 7% delle superfici, per destinarle a verde. Sì, ma a quale verde? Probabilmente l'ailanto farà da padrone anche lì. Noi potremmo anche eliminare l'ailanto. Non è certamente un problema tecnico, o se preferisce tecnologico o scien-

tifico, il mezzo c'è. Ma chi ferma poi i comitati verdi dal protestare e dal tirare sassi a chi si permette di farlo?

I Georgofili partono dalla convinzione profonda che il nostro ruolo sia quello di raccogliere le nuove conoscenze e tutte le nuove idee, confrontarle, riportarle in sintesi e affidarle alla valutazione di chi può servirsene. Funziona in una maniera molto semplice: l'Accademia è una società privata, e ha attraversato secoli con dei cambiamenti notevoli, ma questo ruolo è immutato. È lo spirito di quella libertà selvaggia (parola non adeguata, ma rende un concetto) dei Georgofili. È una Società che non ha fini di lucro, che si avvale della collaborazione di chiunque possa essere utile, ovunque esso sia, a qualsiasi Ente o Istituzione sia aggregato, italiano o meno, che gratuitamente collabora ai nostri progetti. Questa è la nostra forza, perché questo ci dà il diritto di dire tutto ciò che emerge dal nostro lavoro, offerto da sempre per onorare il nostro motto "prosperitati publicae augendae".

La ringrazio molto di essersi unito a noi in una valutazione che, come ha potuto constatare, è stata molto apprezzata e gradita. A me non resta che augurarmi di rivederla in questa sede, riascoltarla ancora in una prossima puntata. Grazie ancora.