L'Esselunga di Via Papiniano, a Milano **Foto di Tonino Sgro/'TamTam**

Esselunga prezzi corti e niente diritti

Non solo problemi di orari e flessibilità esasperata, ma anche difficoltà per andare in bagno per i dipendenti del colosso

■ **di Giampiero Rossi** / Milano

UOMINI Per il dipendente dell'Esseleunga c'è un momento della giornata in cui è possibile misurare se, agli occhi dell'azienda, si sta comportando bene. Non lo decide lui, lo decide la fisiologia umana: è il momento in cui gli scappa la pipì. Non è per niente scontato, infatti, che possa soddisfare quell'inevitabile bisogno. Prima, ovviamente, deve avvertire un superiore, perché non si può abbandonare - per esempio - una cassa di punto in bianco, con i clienti in coda. Certo che no. Ma il guaio, nei supermarket di proprietà di Bernardo Caprotti, è che per ottenere una sostituzione momentanea per andare in bagno occorre innanzitutto meritarsela. Perché le relazioni interne ai negozi Esselunga passano attraverso un rigoroso codice non scritto, secondo il quale chi non riga dritto deve essere colpito in tutti i modi. Anche quando la pipì diventa un'impellenza.

I racconti della pipì all'Esselunga, infatti, potrebbero riempire un originale volume monografico. Sono decine i casi in cui al delegato sindacale o al giovane che ha commesso "l'errore" di iscriversi al sindacato, o di partecipare a un'assemblea o anche di aver rifiutato uno straordinario o una chiamata domenicale arrivata al sabato sera, sia stato negato per ore il permesso di allontanarsi. Con tanto di telefonate ai sindacati, certificati medici per cistiti (è successo al punto vendita bolognese di Casalecchio) esplose dopo la "punizione".

Il paradigma della pipì è la stella polare che indica la direzione in cui, da sempre, veleggiano i rapporti di lavoro all'interno della catena di supermermercati di Caprotti. Il principio è uno e molto semplice: i dipendenti devono essere a disposizione dell'azienda. «Il ragionamento di Caprotti - spiega Renato Losio, segretario generale della Filcams Cgil della Lombardia - è che il lavoratore deve fare quello che gli viene chiesto senza obiettare mai, altrimenti lasci perder quel posto». Giusto, ci mancherebbe che ognuno facesse quel che gli pare, ma il punto è che all'Esselunga questo principio si traduce in situazioni al limite dei diritti umani. Un esempio? Losio racconta il caso di una vertenza sorta attorno agli orari di lavoro di un panificatore alla dipendenze della catena di supermarket. Fare il pane, si sa, comporta orari terribili: inizio alle 4 del mattino. Ma l'azienda voleva di più, voleva che il ragazzo si rendesse disponibile a sfornare baguette da vendere fresche sui banconi anche verso sera. Gli orari di lavoro? «Se non gli piace alzarsi presto - è stata la risposta del management Esselunga - non faccia il panificatore». ma il punto era che Esselunga lo voleva disponibile fino alle quattro del pomeriggio. Dodici ore e poche storie: il pane serve a tutte le ore e assumere un secondo panettiere costa.

Eccolo qui il cuore dei problemi per chi ha la fortuna di essere assunto da una catena di supermercati "gioiello" per i clienti e assai più ostile per i dipendenti. Anzi, dove l'ostilità è organizzata, dicono i sindacalisti che si scontrano da sempre contro il muro di gomma delle decisioni unilaterali. La "zona rossa" è l'incrocio tra orari di lavoro e flessibilità. Esselunga chiede, anzi pretende, ore e ore di straordinari, turni domenicali senza risparmio, disponibilità a una sorta di lavoro a chiamata istituito de facto molto prima che arrivasse la legge 30. In teoria si può sempre recuperare con qualche giornata di riposo: ma la regola interna è: «Se vuoi il recupero chiedilo e forse ti sarà dato». Ma è meglio esser cauti, perché troppa insistenza non è gradita e si paga. Con la tortura della pipì o con trasferimenti a turni o sedi sgraditi. E poco importa se, secondo i calcoli del sindacato, stabilizzare un po' di precari comporterebbe un risparmio sul mostruoso monte ore straordinarie accumulate ogni anno. È successo più volte che i delegati sindacali siano stati addirittura licenziati, con motivi pretestuosi, e reintegrati dal giudice. I manager che si presentano agli incontri senza dire niente rinviano sempre la questione a un livello decisionale superiore. Cioè al padrone, Bernardo Caprotti. Uno che ha rimosso persino suo figlio Giuseppe dalla guida dell'azienda di famiglia perché accusato di avere vedute troppo aperte delle relazioni con il resto del mondo, lavoratori compresi.

> I sindacati: secondo Caprotti i lavoratori devono solo obbedire in silenzio, altrimenti è meglio che cambino

Ma il bello è che ad ogni giro di vite imposto alla sua piramide di capi e sottocapi, incaricati di far rispettare il codice da caserma, il patron di Esselunga si trova di fronte al dato, per lui indigesto, di un aumento costante del tasso di sindacalizzazione dei suoi dipendenti. La reazione di Caprotti? Praticamente "militare". Come è accaduto a Pasqua, a Milano, quando di fronte alla "minaccia" di un presidio sindacale davanti al supermercato di viale Piave, ha fatto schierare all'ingresso una sorta di picchetto formato da dirigenti e "graduati" convocati a difesa (fisica) dell'azienda.

La Fiat vende la quota Mediobanca a Goldman Sachs

La Fiat ha annunciato ieri sera di aver ceduto a Goldman Sachs International la propria partecipazione in Mediobanca, pari all'1,83% del capitale, realizzando una plusvalenza di circa 118 milioni di euro.
Il regolamento dell'operazione è previsto il 26 settembre 2007. Le azioni sono state acquisite da Goldman Sachs International al fine del loro successivo collocamento presso investitori professionali. Il gruppo di Torino ha così formalizzato un'operazione già annuncita che segna, tuttavia, la fine della storica presenza della Fiat nel capitale della più importante banca d'affari italiana. Un lungo rapporto, a lungo condotto da Gianni Agnelli e da Enrico Cuccia, Ma oggi i tempi sono cambiati, Fiat e Mediobanca sono gestite da altri uomini.
Intanto «l'anno va bene» per la Fiat Lo ha detto l'amministratore delegato, Sergio Marchionne, a margine della presentazione a Torino delle nuove officine Abarth. «I conti - ha precisato - saranno in linea con le aspettative». Marchionne ha poi riconfermato «gli obiettivi 2007». «Già rivisti - ha precisato - portandoli nella parte alta del trading profit per tutto l'anno. Adesso vediamo cosa possiamo dire per l'indebitamento. Alla fine del trimestre voglio vedere i risultati, ma l'anno va bene». Marchionne ha aggiunto che «abbiamo avviato un cambiamento strutturale a livello di dirigenti. Si tratta di un cambiamento non da poco che abbiamo fatto ed è la prima mossa per creare la trasversalità della struttura. Stiamo ridisegnando la nuova struttura gestionale del gruppo».

L'opinione

La solitudine del Padrone

Rinaldo Gianola

L'ultima battaglia di Bernardo Caprotti, proprietario e presidente di Esselunga, contro il sistema Coop e le amministrazioni rosse è il segno di una coerenza imprenditoriale, ma ci dà anche l'impressione, se non la certezza, della solitudine in cui si trova uno dei protagonisti della grande distribuzione italiana. Passata la soglia degli ottant'anni, Caprotti si trova a compiere gesti inusuali per la sua storia personale e per la sua attitudine imprenditoriale. Caprotti è un formidabile imprenditore, un padrone duro e senza fronzoli, un lombardo intransigente prima con se stesso che con gli altri. Senza cedimenti o finte compassioni, sia quando deve silurare i figli dalla gestione dell'azienda, sia quando deve stabilire i tempi per andare al bagno dei suoi dipendenti.

Pochi mesi fa polemizzò, con una ciclopica campagna pubblicitaria (concessa pure a *l'Unità*), con le Coop e con qualche ministro che avevano osato dichiarare il loro interesse per Esselunga di cui si ventilava la cessione. Ieri ha scritto un articolo per *il Sole-24 Ore* e oggi presenterà il suo libro "Falce e carrello". Che cosa succede? E come se, all'improvviso, l'inventore di Esselunga dovesse giustificarsi, denunciando il nemico "rosso" personalizzato in qualche capo delle Coop, di un mancato successo (ma non è questo il caso visto che la sua azienda fattura circa 5 miliardi di euro, con 17mila dipendenti, ricchi profitti e un enorme patrimonio immobiliare) oppure di un gesto clamoroso, come la cessione di Esselunga a qualche multinazionale. Sarebbe un peccato per il Paese perdere Esselunga, ma dopo l'uscita dalla grande distribuzione della Fiat, di Berlusconi (che ci provò con la Standa, fallendo), dopo l'arrivo dei francesi Auchan con i loro fromage, restano solo le Coop che potrebbero fare un'operazione del genere. Un affare da quattro, cinque miliardi di euro. Ma Caprotti, ovviamente, non ci sente. A questo punto la venda a chi vuole, ma senza dare la responsabilità ad altri.

Non può accusare le Coop di chissà quali privilegi: questo è un argomento delicato. Saremmo disposti a credere alle sue accuse, se Caprotti ci spiegasse come mai per decenni è riuscito a ottenere le licenze migliori a Milano o in Lombardia. E ci piacerebbe sapere dei suoi rapporti d'affari con certi proprietari di terreni e d'immobili.

> Un imprenditore di mercato, ma che non si è fidato del mercato e nemmeno dei suoi figli

Ma c'è di più. Forse ci sbagliamo, ma questa sua offensiva, questa campagna danno sì il segno della tempra del combattente, ma rappresentano una sconfitta. Da mezzo secolo Caprotti guida Esselunga, e pur confrontandosi con milioni di consumatori non si è fidato del mercato, non ha cercato la Borsa né altri partners con cui, pensando al futuro, dividere la proprietà e la gestione. Non si è fidato nemmeno della sua famiglia. Qualche tempo fa mi telefonò Giuseppe Caprotti, figlio del fondatore, allora amministratore delegato di Esselunga, per chiedermi spiegazioni su un articolo di una vertenza sindacale. Mi disse che desiderava illustrarmi la sua filosofia, le innovazioni che aveva in mente. Andammo a pranzo al vecchio Hotel Diana, a pochi metri da un supermercato Esselunga. Mi spiegò la sua idea di rendere più trasparenti i rapporti con i dipendenti, i sindacati, l'informazione, ma che questo processo necessitava di molto tempo. Mi pregò di segnalargli i "casi" relativi all'Esselunga. Non mancò l'occasione. Dopo un paio di giorni gli comunicai che il direttore di un supermercato aveva chiamato i carabinieri per impedire un pacifico volantinaggio e che un altro, troppo solerte, aveva tolto *l'Unità* dalla vendita perché conteneva una notizia sull'azienda. Oggi l'erede Caprotti si occupa d'altro.

Sarebbe una sconfitta per tutti se Caprotti decidesse di lasciare la sua creatura in mani straniere. Noi milanesi ci siamo affezionati perché abbiamo iniziato a far la spesa a cavalcioni dei carrelli quand'eravamo bambini. E continuiamo a fare la spesa lì, ancora oggi. Anzi, vorremmo dire a Caprotti che ci è dispiaciuto quando ha rinunciato al suo primo supermercato, quello di viale Regina Giovanna, che oggi porta un altro marchio. Bisogna rispettare la storia e i sentimenti della gente, non si può pensare solo ai profitti. È un po' come il *Corriere della Sera*, guidato da una direzione laziale, che ha messo la cronaca di Milano in mezzo al giornale come fosse un inserto qualsiasi, invece di lasciarla in fondo come impone la Storia.

Oggi Caprotti terrà la sua prima conferenza stampa con due angeli custodi: Ferruccio De Bortoli e Geminello Alvi (ma quest'ultimo è peggio di un comunista: è anarchico!). Non esageri contro le coop: volevano comprare una banca ma le invitarono a occuparsi di supermercati. Ora che vorrebbero comprare i supermercati vengono di nuovo respinte. C'è qualcosa che non va.

La risposta di Legacoop: se Caprotti vuole vendere non dia la colpa ad altri

Il presidente Poletti replica alle accuse dell'imprenditore: non si preoccupi, la cooperazione dei consumatori esiste da 150 anni in Italia, e continueremo ancora

■ **di Luigina Venturelli**

REPLICA I toni della reazione, per quanto esempio di misura e fair play tra concorrenti rispetto alle furiose esternazioni a mezzo stampa del Caprotti, non ammettono replica: «Per quanto riguarda le preoccupazioni del proprietario di Esselunga sul "pachiderma" Coop, vogliamo rassicurarlo: la cooperazione dei consumatori è una realtà solida, nata 150 anni fa, un po' prima di lui e della sua azienda».

Così il presidente di Legacoop Giuliano Poletti risponde alla lettera pubblicata ieri sulla prima pagina del Sole 24 Ore da Bernardo Caprotti, presidente di Esselunga che oggi lancerà iol suo libro di accuse contro le cooperative: solo negli anni Sessanta erano già attive 3mila cooperative di consumatori con 7mila negozi.

Nel corso di alcuni decenni «Coop è diventata un soggetto di primo piano della distribuzione moderna, avendo sempre l'obiettivo di poter garantire ai milioni di soci e consumatori la qualità e la convenienza dei prodotti». E non certo, sottolinea Poletti, «per protezioni ed inauditi privilegi fiscali, come sostiene Caprotti».

Inoltre, osserva il presidente di Legacoop, «dispiace che un imprenditore che ha saputo creare e sviluppare un'impresa di successo, voglia adesso addossare ad altri la responsabilità di una decisione - quella, come pare molto probabile, di vendere la sua azienda - che è soltanto sua e che, evidentemente, come suggeriscono vicende del recente passato, è motivata dall'impossibilità di trovare, nella sua famiglia, una persona ritenuta adeguata per ricevere il testimone della guida dell'azienda».

> Nella sua famiglia evidentemente non è stata trovata la persona a cui passare il testimone

Di difficile comprensione risulta, infatti, la modalità scelta dal signor Esselunga per affogare i propri dispiaceri successori: «Sconcerta che lo faccia utilizzando raffronti in modo furbesco e riproponendo argomenti che sono stati più volte, e da più parti, smentiti». Ad esempio, Caprotti afferma che la sua azienda paga il doppio delle tasse delle Coop. «Peccato che non sia così» afferma Poletti. «Se, leggendo i dati nudi e crudi forniti dallo stesso Caprotti, si considera il risultato aziendale sul quale l'imposizione viene calcolata, si evince che il differenziale è di molto inferiore. Senza contare che si trascura di citare tutte le altre imposte che le cooperative pagano al pari di tutte le altre imprese. E i vincoli a cui le cooperative sono sottoposte per legge».

Giuliano Poletti **Foto Ansa**

> Sconcerta che Caprotti utilizzi ancora argomenti già usati e smentiti in passato

La missiva del presidente Esselunga, del resto, era ricca di paragoni impropri, come quello con la compagnia aerea di bandiera: «E se qualche puntello, con una vera liberalizzazione e normalizzazione dell'Italia venisse meno? Chi si farebbe carico del pachiderma? Il contribuente, come da decenni accade per l'Alitalia?» domandava retoricamente Caprotti. Secca la risposta di Poletti: «Dimentica, forse, che le cooperative sono di proprietà dei soci. Non si vede come potrebbero pesare sul bilancio statale, e quindi sui contribuenti, come è stato per alcuni carrozzoni statali». Non a caso le cooperative italiane negli ultimi dieci anni «hanno più che raddoppiato gli occupati, la maggior parte dei quali a tempo indeterminato, mentre qualcun altro licenziava migliaia di dipendenti».

Ma le cooperative, conclude Poletti, sono imprese un po' particolari. Basti una semplice riflessione: «Pare che la probabile vendita di Esselunga frutterà al signor Caprotti circa 5 miliardi di euro. Se Esselunga fosse stata una cooperativa, egli avrebbe potuto recedere dal suo status di socio riprendendosi la propria quota di capitale sociale, circa 25 euro». Questa la prima risposta, adesso si attendono le parole di Caprotti. Poi si vedrà.