

GRANDE DISTRIBUZIONE ■ Sono almeno quattro i candidati in gara per rilevare la catena di supermercati

Esselunga, spunta Caprotti jr

Il figlio di Bernardo tesse le fila di una cordata tutta italiana - Altre offerte da Wal-Mart, Tesco e Delhaize

Un fatturato di 4,3 miliardi e oltre 14mila dipendenti

I numeri del gruppo Esselunga



MILANO ■ Negli ambienti dell'industria di marca e della grande distribuzione non si parla d'altro in questi giorni: secondo voci insistenti sarebbe ormai partito il rush finale per la vendita di Esselunga, l'azienda che nel 1957, con l'apertura del primo supermarket in Italia con il punto vendita di viale Regina Giovanna a Milano (deciso il ruolo di Nelson Rockefeller), diede inizio allo sviluppo della distribuzione moderna nel nostro Paese.

Si dice che Bernardo Caprotti, storico patron di Esselunga, voglia celebrare l'80° compleanno (è nato nel mese di ottobre del 1925) con un accordo di massima che assicuri il passaggio del gruppo a un partner di rilievo. È stato peraltro lo stesso Caprotti ad annunciare pubblicamente qualche mese fa (si veda «Il Sole-24 Ore» del 4 marzo) l'intenzione di cedere l'attività o di quotare la società, dopo aver effettuato lo scorporo degli immobili (il patrimonio sarebbe valutato all'incirca un miliardo di euro). L'operazione immobiliare è stata avviata, con la costituzione di una società di real estate (la Villalta). Ora — si dice — tocca alla vendita delle attività distributive, che a fine anno dovrebbero registrare un giro d'affari di 4,3 miliardi di euro.

Sul tavolo di Caprotti, che ha ripreso nel 2003 il controllo della gestione del gruppo dopo aver tolto le deleghe al figlio Giuseppe ed esaurato buona

parte dei manager, ci sarebbero almeno quattro offerte che — secondo rumors insistenti — oscillerebbero intorno ai due miliardi di euro, scontando peraltro lo spin off immobiliare.

A farsi avanti sarebbero stati alcuni specialisti del settore come il gigante americano Wal-Mart, attraverso la controllata britannica Asda (specializzata nei superstore come Esselunga) leader mondiale della Gdo, gli inglesi di Tesco (interessati a cercare nuove posizioni in Europa), i belgi della Delhaize (da anni in ottimi rapporti con Caprotti). In questi giorni, però l'attenzione è rivolta alle iniziative di Giuseppe Caprotti, classe 1960, figlio di Bernardo e titolare di una quota stimata intorno al 30% del gruppo o poco più. Bernardo ha poi due figlie, Violetta Maria Luisa e Marina Sylvia.

Ebbene, una quarta offerta per Esselunga sarebbe stata presentata proprio da Giuseppe, interessato probabilmente a ritornare al timone del gruppo che ha guidato all'inizio degli anni 2000.

L'interessamento di Giuseppe, che una volta abbandonata la gestione di Esselunga si è avvicinato al mondo della consulenza aziendale (con il network Bain), segnerebbe — ove maturasse e venisse ufficializzato — una svolta per la società distributiva che ha una quota dell'8,5% nell'ambito della distribuzione moderna dei prodotti di largo consumo e che conta peraltro oltre 2.500 fornitori, per buona parte aziende italiane.

Non ci sono conferme ufficiali (impossibile raggiungere Giuseppe per un commento) ma la mossa di Caprotti jr, che sembra stia da tempo tessendo le fila di una offerta tutta italiana, potrebbe avvantaggiarsi del fatto che il con-

trollo della società resterebbe in famiglia, senza consentire l'ingresso in Italia di un nuovo colosso estero.

D'altro canto nel capitale di Esselunga i tre figli di Bernardo, che ha in questo momento il timone, sono presenti direttamente con quote significative, anche senza deleghe alla gestione operativa. Ma le offerte di colossi esteri del calibro di Wal-Mart, Tesco o Delhaize sarebbero orientate alla totalità del capitale, escludendo — dicono quelli che si autodefiniscono bene informati — la presenza di partner di minoranza. Insomma ai big della grande distribuzione internazionale il mercato italiano — sia pure contraddistinto dalla stagnazione dei consumi che pare si sia fatta sentire in maniera consistente anche sul recente andamento di Esselunga — fa gola, ma non intenderebbero ritrovarsi a fare i conti con soci scomodi.

È lecito presumere che l'obiettivo di Giuseppe Caprotti possa essere quello di conservare la struttura attuale del gruppo e il suo posizionamento nell'ambito della distribuzione italiana e, al tempo stesso, far



proseguire il ruolo della famiglia.
Oggi il gruppo distributivo conta 127 punti vendita (posizionati per lo più nel Nord Italia, imminente lo sbarco a Roma) e circa 15mila dipendenti. Dopo una battaglia molto aggressiva sui prezzi il gruppo si prepara a lanciare, dal 31 ottobre all'11 dicembre, una maxipromozione con concorsi e lotterie (sostenuta da investimenti pubblicitari per oltre 2 milioni) con un monte-premi da 5,5 milioni di euro. La promozione è destinata ai 2,5 milioni di clienti con carte fedeltà.

VINCENZO CHIERCHIA

Si aggira attorno
ai due miliardi
di euro il prezzo
che i gruppi
sarebbero
disposti
a pagare

L'ingresso
del 45enne
Giuseppe
consentirebbe
alla famiglia
di conservare
il controllo