Mario Albini

Da: Franco D'Alfonso
Inviato: mercoledì 12 ottobre 2016 22:06
A: undisclosed-recipients:
Oggetto: Dopo l'omaggio civico a Caprotti, la PA sorvegli che Esselunga resti in mani italiane.

Dopo l'omaggio civico a Caprotti, la PA sorvegli che Esselunga resti in mani italiane.

MOVIMENTI METROPOLITANI,
09/10/2016 BY FRANCO D'ALFONSO

Dopo l'omaggio civico a Caprotti, la PA sorvegli che Esselunga resti in mani italiane.
MOVIMENTI METROPOLITANI, 09/10/2016 BY FRANCO D'ALFONSO
Con qualche fatica il Consiglio Comunale di Milano ha reso omaggio civico a Bernardo Caprotti, leghista confesso, imprenditore brianzolo duro e spigoloso, protagonista di confronti durissimi con i sindacati e di lunghe guerre con le Coop rosse come con il priore della Biblioteca Ambrosiana che proseguono post mortem attraverso le disposizioni testamentarie. Ma anche di molto altro ancora, come le numerose opere di bene ed interventi in aiuto della città che pretendeva non fossero rese noti al pubblico, da uomo schivo rispetto agli onori quale era.
Si tratta di un omaggio dovuto a chi ha creato uno degli "asset" strategici più importanti del nostro paese, una catena di distribuzione alimentare moderna che presidia, assieme al "nemico" Coop , il mercato e garantisce lo sbocco finale alla filiera agro-alimentare italiana.
I "Supermarkets italiani" – Esselunga hanno importato il modello della grande distribuzione dagli Usa, dove è nato e si è sviluppato, adattandolo al mondo italiano e caratterizzandolo con un inconfondibile stile mediterraneo: il confronto con Coop ha garantito lo sviluppo di aziende molto professionali ed efficienti , in grado di controllare il mercato della distribuzione e di essere da esempio e modello per altre iniziative imprenditoriali nostrane, arginando l'invasione dei grandi marchi esteri .
Il fatto che i canali di distribuzione siano controllati da mani italiane o meglio, da chi privilegia per gli approvvigionamenti (per qualsiasi ragione: logistica, culturale, collegamento societario) l'agroalimentare nazionale è assolutamente vitale per centinaia di aziende della filiera e per i produttori italiani. Il comparto alimentare è ancora importatore netto nonostante il grande successo dell'"italianità" alimentare nel mondo e l'incremento delle esportazioni conseguente, ma la percentuale è in via di riduzione anche per effetto di un incremento del consumo interno di produzione nazionale.
E' per questo che credo sia assolutamente necessario che il controllo di Esselunga non passi a concorrenti esteri, in via diretta od indiretta: se è impossibile delocalizzare un punto di vendita, non altrettanto difficile è delocalizzare produzione, logistica, approvvigionamenti. L'impatto del passaggio del controllo a Carrefour, per esempio, sarebbe devastante sulla filiera, in particolare per quella lattiero-casearia: gli effetti del controllo dei bretoni di Lactalis su Parmalat si sono già fatti sentire sul settore .
So bene che i seguaci della "mano invisibile del mercato" mi criticheranno, ma credo che le istituzioni pubbliche italiane, a tutti i livelli, non possano disinteressarsi del destino di una azienda cruciale come Esselunga. La competizione mondiale non è più da tempo fra aziende, ma fra sistemi che hanno il tessuto comune del territorio. Il "sistema" un tempo era realizzato dalle grandi aziende multinazionali integrate ed in gran parte lo è ancora oggi, attraverso colossi come Wall Mart (non a caso in passato ad un passo dall'acquisizione proprio di Esselunga), ma nel mercato regolamentato per quote come in Europa sono i sistemi nazionali, con una forte integrazione pubblico-privato, quelli che finiscono per dettare le regole, come insegnano l'esempio francese o quello olandese, con un collegamento che va dal Commissario europeo di turno fino alla singola unità di filiera.
Perdendosi inutilmente in disquisizioni sul rispetto di regole formali e la ricerca di scorciatoie individuali, il nostro sistema industriale continua a perdere competitività sul campo. Sarebbe gravissimo se, con la scomparsa di un imprenditore della levatura di Caprotti non ci si rendesse conto della necessità di dover coprire il "buco" di intelligenza collettiva che inevitabilmente si produrrà.
E perché no, con l'occasione gli amministratori pubblici, a tutti i livelli, potrebbero promuovere e favorire una iniziativa di sistema che difenda il presidio del mercato interno, ma permetta anche un nuovo slancio sul mercato internazionale, aiutando gli imprenditori del settore a superare il limite storico, proprio anche di Esselunga e Coop, di non andare oltre i confini nazionali. L'avventura di Eataly , frutto della visione di un altro grande imprenditore italiano, magari discusso e discutibile come e più di Caprotti , dimostra che le potenzialità di sviluppo di un settore tenuto insieme principalmente dallo spirito italiano, non imitabile e non "hackerabile" da nessuno, sono praticamente infinite.
Una strategia di sistema, una regia pubblica sulle iniziative private, necessaria per muoversi sui mercati esteri, può fare la differenza.

COIMBA® International Marketing & Sales **COIMBA® International Freight Forwarders**
Sede: Via Giovanni Prati 17/B4 I-37124 Verona VR (Regione Veneto) Italia
Uffici: Via Silvestrini 24/C ZAI I-37135 Verona VR
Tel. +39 045 58 56 23 | Fax +39 045 485 11 88 |
albini@sis.it ; www.coimba.eu
Mario Luigi Albini - Mobile +39 335 60 66 555