

IL CASO ESSELUNGA

A 150 mila ordini «Falce e carrello» al supermercato

MILANO - È di nuovo un caso, questa volta editoriale, Bernardo Caprotti, fondatore dell'Esselunga e icona dei supermercati di qualità. Il suo pamphlet al vetriolo contro le Coop rosse, quel *Falce e Carrello* presentato dieci giorni fa nella prima conferenza stampa della sua vita, sta prendendo il largo, con 150 mila ordini già pervenuti all'editore Marsilio.

Prefazione dell'economista Geminello Alvi, 192 pagine, 56 di tavole fuori testo, 12,5 euro, l'Instant book pare stia spopolando in casa del nemico, l'Emilia Romagna, regione in testa alle vendite. I clienti Esselunga, dove ne sarebbero state messe in circolo almeno

30 mila copie, sono invitati a ordinare il loro volume anche da casa, insieme al resto della spesa: sul sito è disponibile gratuitamente da qualche giorno la prefazione di Alvi. «Informazione è libertà» ricorda l'anziano re dei supermercati dalla sua

Falce e carrello

Le mani sulla spesa degli italiani



home page.

Ma Caprotti non gioca solo in casa e quando si mette in testa di vendere qualcosa ci riesce, anche piazzandosi nel campo avversario. Tant'è che le richieste sono arrivate anche da Libreria Coop, catena di ultima generazione, con il bar, i tavolini, le poltrone, lo spazio per l'incontro tra autori e lettori. *Falce e Carrello* è lì in bella mostra, tra le novità editoriali, in tutte e otto le nuove librerie «del sistema dei rossi» aperte negli ultimi mesi.

«Certo che vendiamo *Falce e Carrello*, noi non facciamo censure preventive», confermano le Coop da Bologna, dove pure non difettano di fiuto per gli affari. «Nelle nostre librerie organizziamo anche degli incontri per parlare di questo libro, il signor Caprotti è invitato».

Paola Pica

Atlanda-governo: intesa sugli investimenti
Sito web: www.atlanda.gov.it

Happy Party Suzuki!

Le auto Suzuki da 25 anni sulle strade d'Italia.
Una festa da non perdere in tutte le concessionarie.