

la Repubblica FIRENZE



A MARZO ALLA CAR IL PREZZO È PAZZO!



34



► Slideshow

1 di 16



JOHN LEMON
"John Lemon" è un limone con occhiali neri,
creato da Esselunga.
È un limone personalizzato con "John Lemon"
sulla sua "faccia".

Sessant'anni di consumi, sessant'anni di abitudini ed evoluzioni. Non solo negli acquisti degli italiani, ma anche nel modo di fare la spesa. Un racconto che si intreccia con la storia dell'Italia. Dopo Milano, fa tappa a Firenze la mostra per i 60 anni di Esselunga fra documenti e foto d'epoca, memorabilia e storiche campagne pubblicitarie: 'Supermostra' sarà ospitata dal 28 marzo al 21 aprile alla stazione Leopolda, con novità legata alla Toscana. Fra queste, il racconto della produzione del pecorino di Manciano Dop, delle verdure della Maremma e della pesca nel mar Tirreno, riprodotte in una stanza caleidoscopica immersiva. L'ingresso alla mostra è gratuito. Altra novità è l'esposizione di un vero camion Esselunga: già visti a Milano in dicembre, invece, lo zootropio che permetterà di vedere come si preparano le lasagne Esselunga, un'installazione di carrelli, e il trono a forma di fragola per celebrare la Carta Fidaty. Molti gli oggetti e i documenti inediti, a partire dagli appunti autografi di Bernardo Caprotti, fondatore di Esselunga. Il concept della mostra è stato sviluppato da Andrea Bacchini, Mauro Belloni e Studio Giò Forma. L'evento è stato prodotto da FeelRouge Worldwide Shows in base al progetto di Studio Giò Forma e ai contenuti di Mauro Belloni. La Toscana rappresenta da sempre per Esselunga la seconda regione in ordine di importanza per l'azienda dopo la Lombardia, con una quota di mercato del 17,24%. A Firenze il primo supermercato Esselunga fu inaugurato nel 1961: saliti a 15 alla fine degli anni '70, oggi sono 30, dislocati in otto province.

26 marzo 2018