

Compie 50 anni la gastronomia dell'insegna, che si appresta ad aprire un pop up a Cortina

La ricetta giusta di Esselunga

Nuovi super a Siena, Treviglio, Bolzano. Più la Esse a Milano

DI ELENA GALLI

Nuove aperture di supermercati (entro fine anno Siena, poi Treviglio e Bolzano) e di punti vendita laEsse (nel 2025 in arrivo «una o due nuove location a Milano», che si aggiungeranno alle attuali sette, oltre alle due di Roma). Nel frattempo, Esselunga si appresta a sbarcare a Cortina, teatro dei Giochi Olimpici invernali 2026, con un pop up store che sarà inaugurato il prossimo dicembre: «un marchio delle eccellenze sul modello del negozio di via Spadari a Milano», con «tanta gastronomia, un piccolo bar, la pasticceria Elisenda, un'enoteca e una piccola drogheria», ha spiegato ieri nell'headquarter del gruppo a Limoto di Pioltello (Mi) **Roberto Selva**, direttore marketing e comunicazione di Esselunga. Quella di Cortina, ha aggiunto Selva, «è una bellissima sfida» e anche «un progetto di comunicazione: abbiamo preso in affitto una parte della Galleria Fassettiarte, che si trasformerà in un super-spazio Esselunga dove organizzeremo eventi con vista sulle Tofane».

A Cortina l'eccellenza si incontra con lo sport: un mondo, quest'ultimo, che evoca «uno stile di vita sano ed equilibrato e l'attenzione per una corretta alimentazione che Esselunga promuove e divulga da sempre». Un mondo i cui «valori identificativi, passione, dedizione e impegno, sono anche i nostri», ha sottolineato il direttore marketing e comunicazione.

Se dunque il 14 giugno, con il calcio di inizio degli Europei, Esselunga, partner ufficiale delle Nazionali italiane, ha lanciato il suo nuovo spot

(on air fino al 26 giugno), il prossimo 25 luglio, in concomitanza con l'inizio delle Olimpiadi di Parigi, partirà una campagna di affissioni che vedrà il gruppo impegnato fino alla fine di agosto. E poi? Selva ha raccontato che in azienda è in corso un dibattito interno per decidere se proseguire sul filone della pesca, della noce e della carota, protagoniste delle ultime campagne dell'insegna. «Non sappiamo ancora. Sicuramente le persone continueranno a essere protagoniste, con le loro storie. Meno marchio, meno autocelebrazione e più valori», ha continuato Selva, ricordando che, in ogni caso, «il primo touch point di comunicazione resta il negozio».

Ieri tuttavia a Pioltello la protagonista è stata la gastronomia di Esselunga, che nel 2024 compie 50 anni. Era infatti il 1974 quando nel negozio Esselunga di via Morgantini a Milano nasceva il primo reparto di gastronomia, un banco che offriva salumi e formaggi e alcuni piatti pronti.

Da allora di strada ne è stata fatta e i piatti pronti sono milioni ogni anno. Tanto per avere un'idea: oltre 4 milioni di polli allo spiedo, 5 milioni di porzioni di lasagne, 2 milioni di cous cous, 1,5 milioni di risotti, preparati in negozio e mantecati al mestolo, 2,5 milioni di tartine gelatinate, la maggior parte delle quali vendute in 15 giorni, dal 17 al 31 dicembre di ogni anno. E ancora: 75 milioni di fette di prosciutto crudo, oltre 60 milioni di fette di prosciutto cotto alta qualità e 41 milioni di pezzi di formaggio. Sono solo alcuni dei numeri di un reparto voluto dal fondatore di Esselunga, **Bernardo**

Caprotti, che desiderava che i piatti delle grandi gastronomie alla Peck non fossero riservati solo a pochi fortunati, ma fossero disponibili per tutti a un prezzo accessibile e sempre all'insegna della qualità. «Da droghieri ci siamo evoluti», ha detto **Ercole Cigognini**, responsabile acquisti gastronomia.

Oggi le ricette sono 250. Il 50% dei volumi viene prodotto nella grande cucina di Pioltello, uno stabilimento di 30 mila mq su tre piani riservati esclusivamente a gastronomia e pasticceria. «Un modello unico: tra fabbrica, laboratorio e negozio non c'è magazzino né giacenza. Nelle linee di produzione, dove si preparano anche i semilavorati, si lavora sei giorni su sette, anche di notte», ha raccontato **Giulio Ferrari**, direttore produzioni Esselunga, ricordando che una delle linee, quella dedicata al panettone gastronomico, è in funzione solo sei giorni all'anno e che è previsto un ulteriore ampliamento di questa enorme cucina dove lavorano 260 persone e che sta per lanciare una linea di zuppe fresche.

Le ricette, elaborate da cuochi professionisti nel reparto ricerca e sviluppo, richiedono mesi e anche anni di lavoro (per il ragù ci sono voluti quattro anni di studio) e vengono «validate» dall'assaggio da parte della direzione Esselunga.

La cucina è lo specchio del cambiamento della società. Ma bisogna sempre «saper immaginare, bisogna saper evolvere, saper guardare più in là», come si legge nella frase di **Bernardo Caprotti** che campeggia nell'atrio di ingresso dell'headquarter di Esselunga.

© Riproduzione riservata





La linea dedicata alle lasagne (ne vengono prodotti ogni anno 5 milioni di porzioni) nello stabilimento Esselunga di Pioltello