

LO SPOT ESSELUNGA POLARIZZA I SOCIAL: OLTRE 2,5 MILIONI LE INTERAZIONI

Meme e politica oscurano il messaggio dello spot.
Oltre 850 interazioni al minuto nelle ultime 24 ore,
sui social network


SocialData

LA PESCA

UNA STORIA **ESSELUNGA**



LE FONTI DELLA RICERCA



PAGINE

Circa **150.000** pagine
Facebook pubbliche



PROFILI & RICERCHE

Più di **18.000** profili
Più di **21.500** keyword
e hashtag



CANALI

Più di **8.500** canali
Youtube



PROFILI BUSINESS/CREATOR

Più di **21.000**
profili Instagram



BLOG, SITI DI NOTIZIE, FORUM

Più di **151.500** fonti:
Contenuti testuali
attribuibili a blog
e testate giornalistiche
con feed RSS attivi.



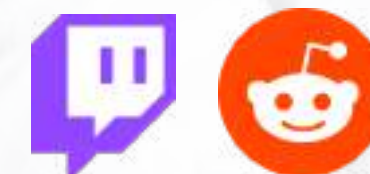
COMMUNITY

Più di **50.000** gruppi
Facebook pubblici
mappati secondo
area tematica dal team
d'analisi Socialcom.



ALTRI SOCIAL

Pinterest (ricerche
di keyword, singoli
Pinner): **411** Pinner, **700**
keyword ricercate.



ALTRI SOCIAL

Twitch (tutti i canali
e ricerche per keyword)
e Reddit (più di 200
subreddit monitorati).

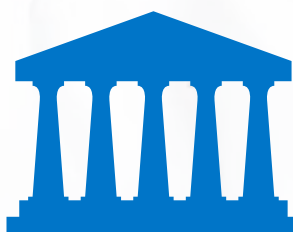
PERCHÉ LA CAMPAGNA STA FACENDO DISCUTERE?



1) Cambiamenti sociali: la campagna non è la solita pubblicità composta sulla famiglia tradizionale, al contrario fa leva su una condizione di vita vissuta dalla maggior parte della popolazione infatti secondo l'Istat le famiglie italiane non tradizionali sono di più di quelle tradizionali (il 67% della popolazione) e i divorzi nel 2021 sono stati 83.192 con un aumento +24,8% rispetto all'anno precedente, le coppie separate ammontano a 97.913.



2) Spot emozionale: è una pubblicità che fa leva sulle emozioni negative (tristezza, malinconia, frustrazione, rabbia) e questo crea delle reazioni negative (40%) e positive (55%). Chi ha reagito positivamente ha provato commozione e immedesimazione, mentre chi ha reagito negativamente ha provato principalmente rabbia, indignazione e tristezza.



3) Caso politico: Il gran numero di discussioni intorno allo spot hanno fatto in modo che diventasse un caso politico che ha coinvolto Giorgia Meloni, Matteo Salvini e altri esponenti politici. La Schlein ha dichiarato di non aver visto lo spot e per questo di non voler prendere posizione.



4) Hype Social: la campagna ha avuto fin da subito un forte hype sui social network, generato dalle tante discussioni e dai numerosi meme che sono circolati sullo spot. Gli utenti hanno utilizzato un tono scherzoso e divertente per alimentare le discussioni. L'ironia come strumento di riflessione e dibattito.

IL CASO ESSELUNGA SUI SOCIAL NETWORK



MENTIONS
136Mila

ENGAGEMENT
2,5Milioni



IL CASO ESSELUNGA SUI SOCIAL NETWORK

Considerando solo le ultime 48 ore, si è registrato un importante volume di conversazioni e interazioni. Nel dettaglio, la notizia ha generato complessivamente su web e social:



**+2,5K CITAZIONI
OGNI ORA**



**+850 INTERAZIONI
OGNI MINUTO**

IL CASO ESSELUNGA A CONFRONTO



ESSELUNGA



MIGRANTI



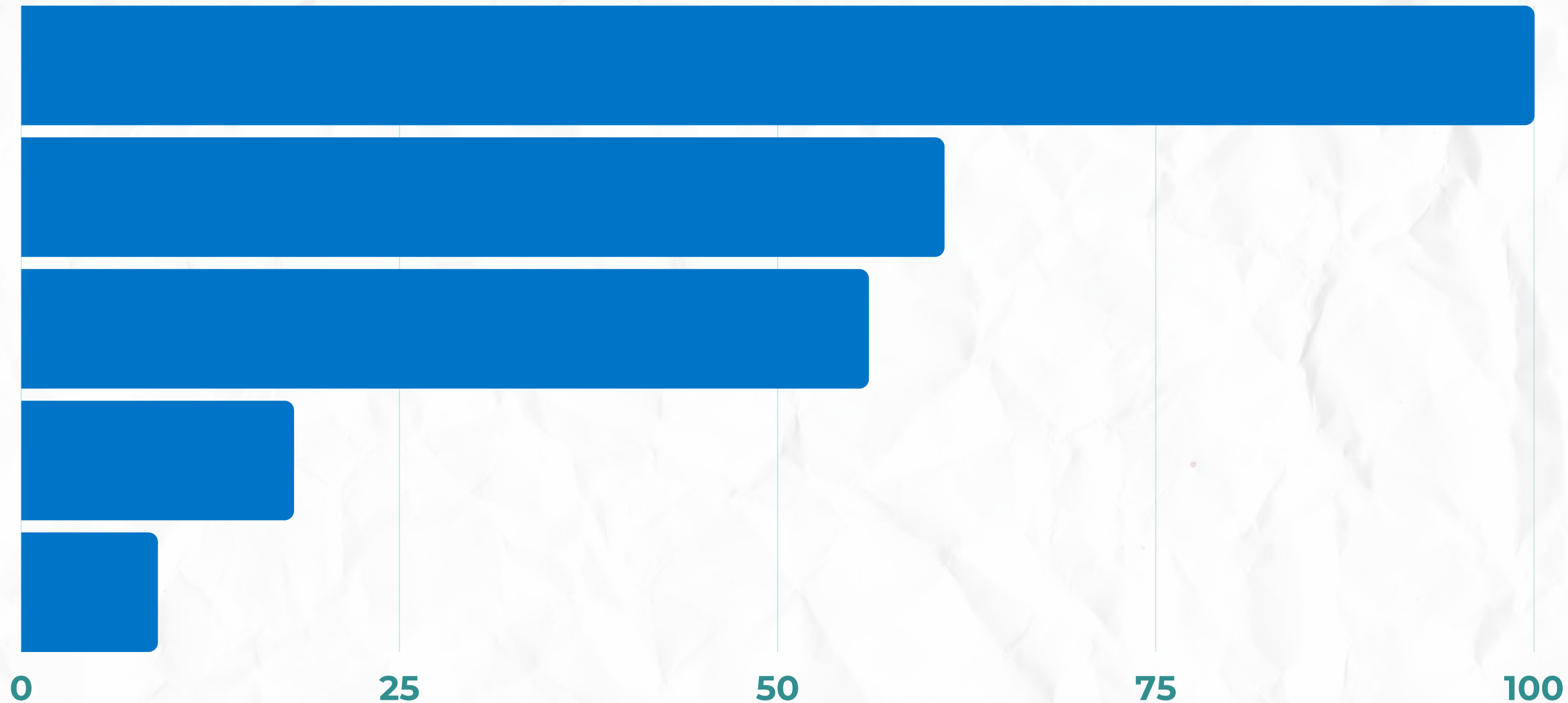
OSHIMEN



TERREMOTO

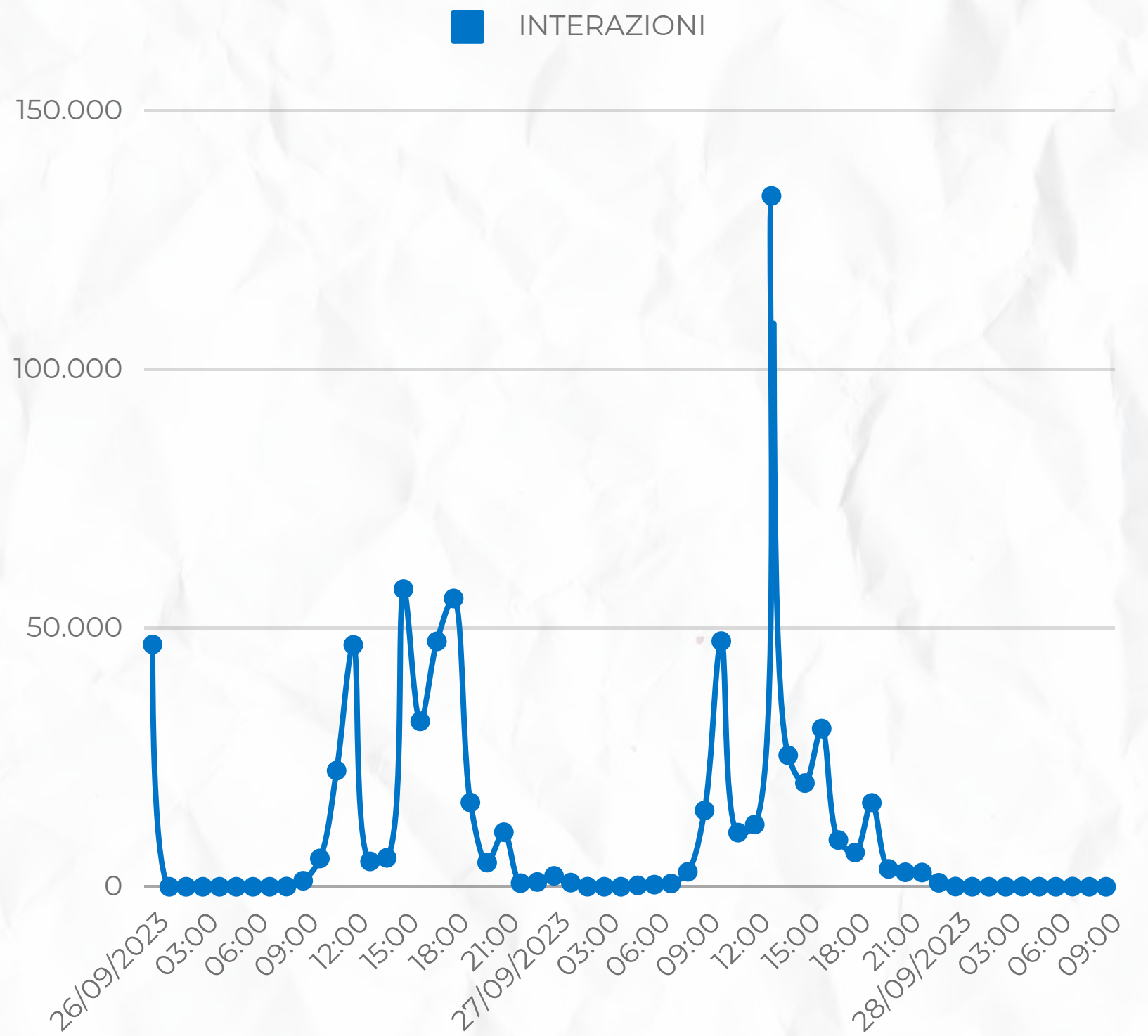
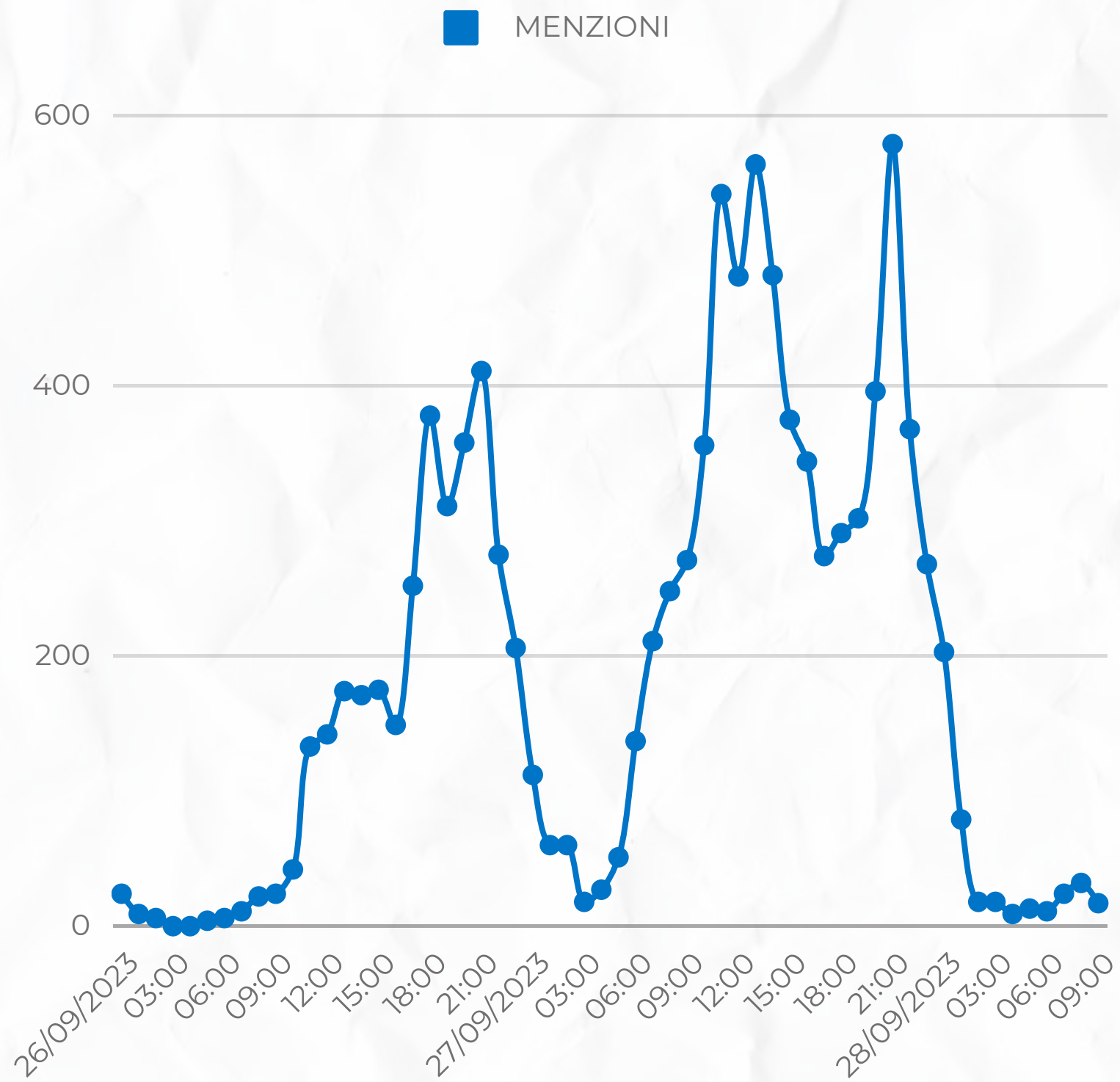


NADEF



Differenza % sulle menzioni web e social con altri temi dell'attualità

IL CASO ESSELUNGA SUI SOCIAL NETWORK



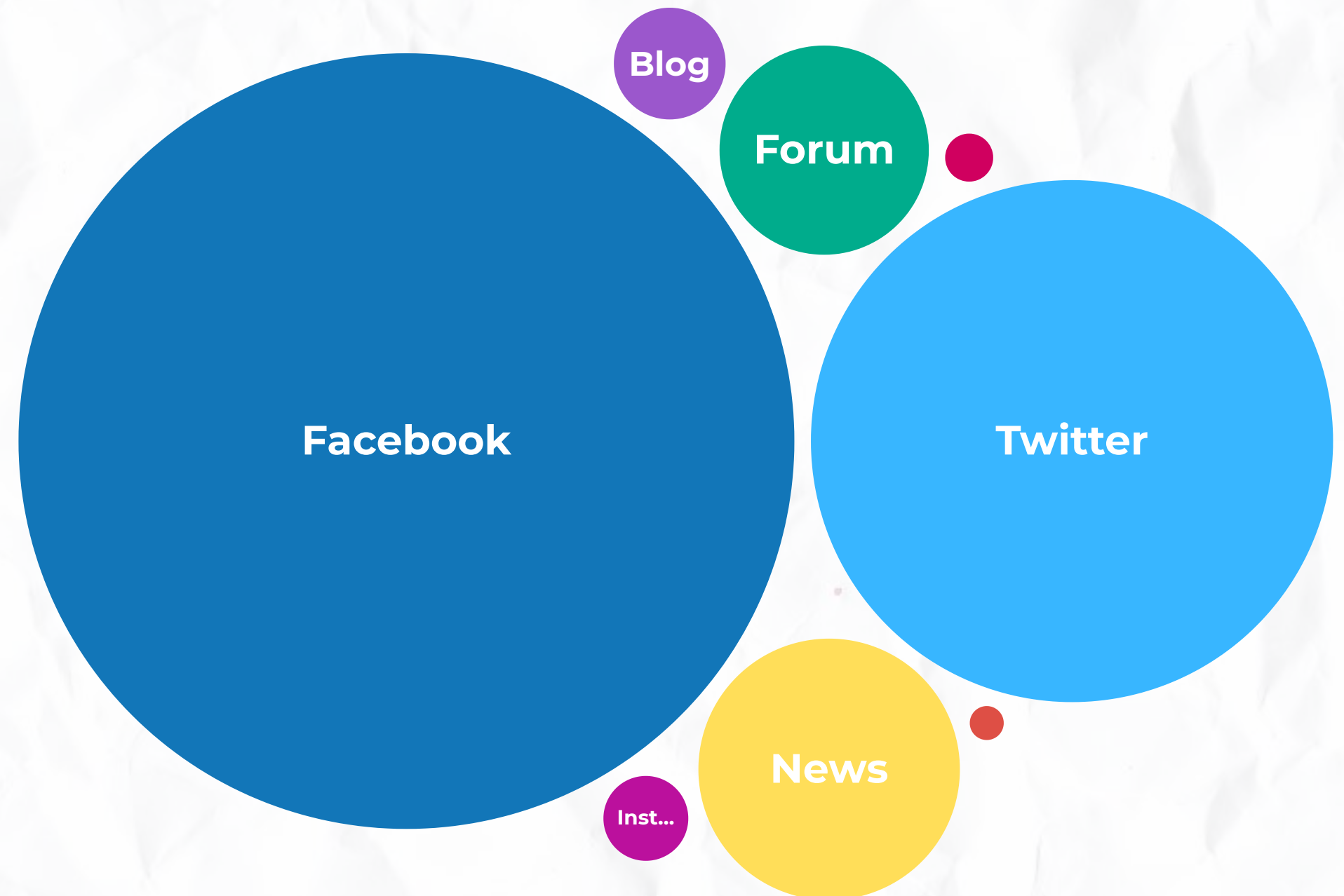
DOVE SE NE PARLA?

25-28 SETTEMBRE 2023

In particolare su Facebook, Twitter e siti di news.

Le conversazioni sul tema si sviluppano soprattutto tra i commenti ai post dei principali quotidiani che hanno raccontato dello spot.

- Facebook: 64,9%
- Twitter: 20,6%
- News: 6,6%
- Forum: 3,6%
- Blog: 2,5%
- TikTok: 0,9%



Periodo di monitoraggio: 25-28 Settembre 2023

QUALI POST HANNO AVUTO PIÙ INTERAZIONI?



CANALE	INTERAZIONI
Massimo Gramellini	11K
Pubble l'imbannabile	11K
Simone Pillon	5K
Baldini infermiere	5K
Susanna Ceccardi	4,9K
Roberto di Stefano	4,2K
Casa Surace	4K
Angelica Massera	3,5K
Dio	3K
Inchiostro di Puglia	2,8K



CANALE	VEWS
Cinguetterai	370K
Liaceli	335K
Esercito di Cruciani	253K
Le frasi di Osho	146K
Fabio Dragoni	103K
Giorgio La Porta	74,5K
Roy De Vita	30,4K
AlRobecchi	27,3K
Bonifacio Castellane	25K
Sabrina F.	18K



CANALE	INTERAZIONI
thatsfabofficial	52K
_the_jackal	49K
Giorgia Meloni	48K
aesteticasovietica	46,8K
factanza	30K
filosofiacoatta	28K
Carlottavagnoli	25K
Angelicamassera	20K
Selvaggia lucarelli	17K
Stefano guerrera	17K



CANALE	VEWS
Carlotta Roncarà	453K
Francy1416	327K
gianluca foresil	171K
braciamiancora	148K
videomixita	104K
aurora.celli	83,7K
camonkei	41,4K
fabio8betax2	91,7K
adrianathrr	23,9K
Gemmalenoci	10,7K

Periodo di monitoraggio: 25-28 Settembre 2023.

I dati sulle interazioni dei post potrebbero variare nelle ore successive alla rilevazione

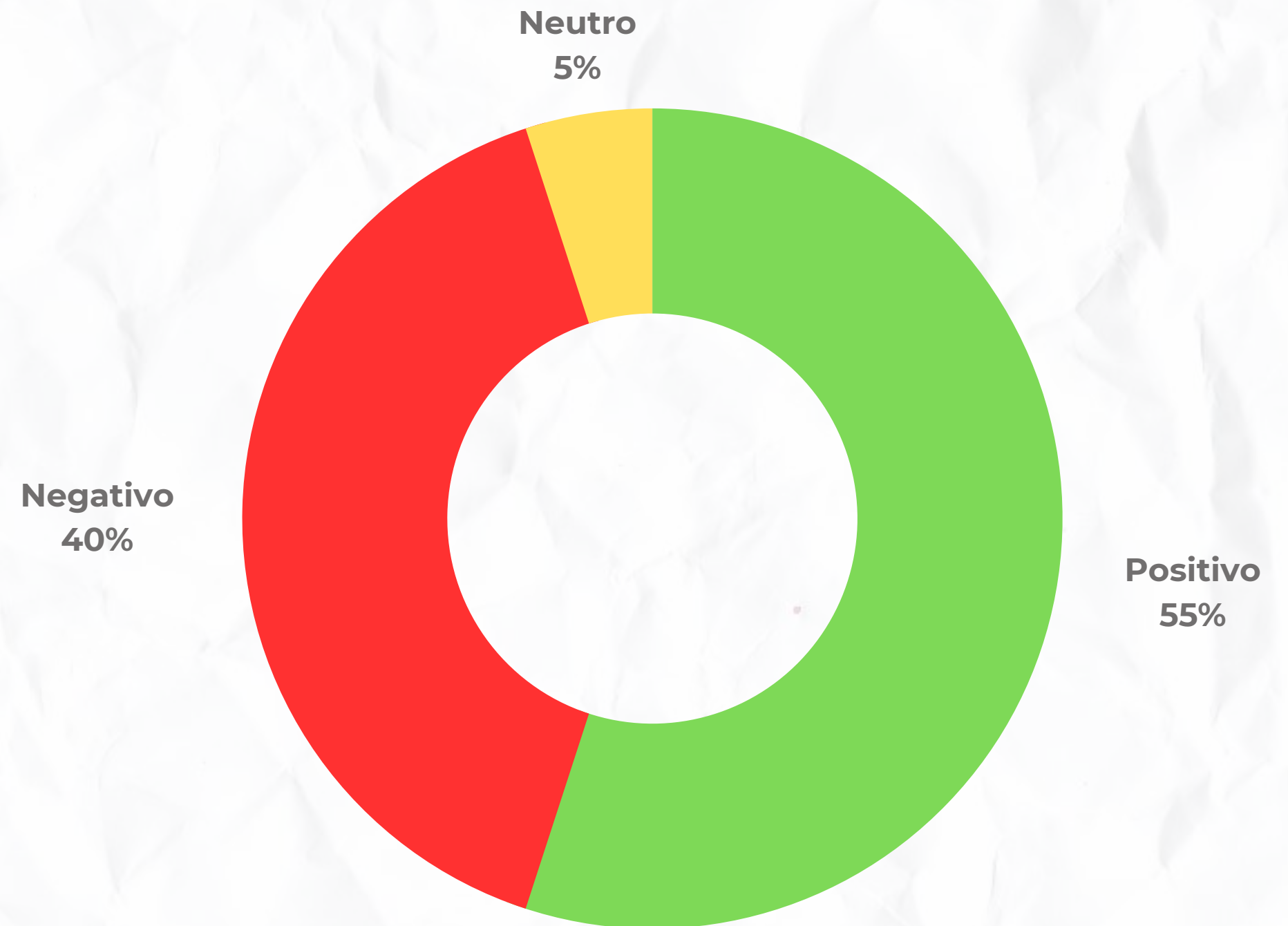
LA REAZIONE DEGLI UTENTI

ANALISI DELLE CONVERSAZIONI SUI SOCIAL NETWORK

COME SE NE PARLA?

Le conversazioni sui social media riguardanti lo spot dell'Esselunga, riflettono un **sentiment prevalentemente positivo**.

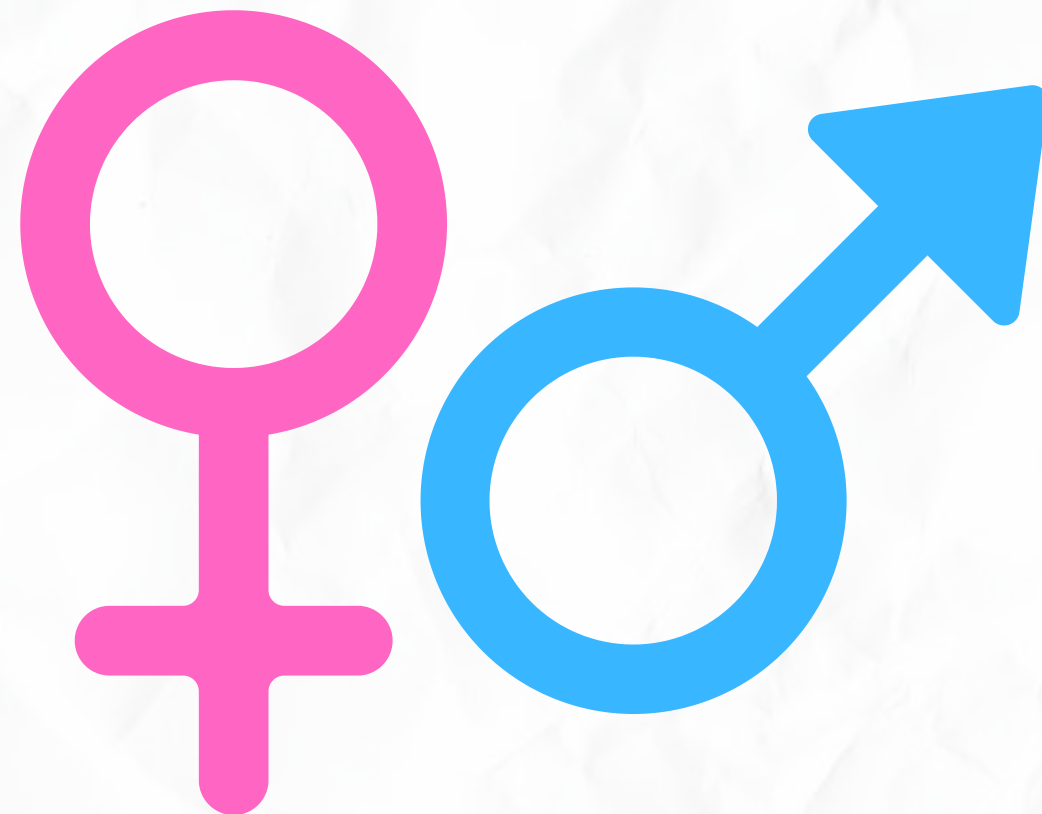
Le conversazioni sembrano avere una **forte polarizzazione** tra chi apprezza il tentativo di fotografare alcuni aspetti della famiglia moderna e chi invece lamenta la banalizzazione dell'esperienza della separazione, soprattutto dal punto di vista dei figli.



Periodo di monitoraggio: 25-28 Settembre 2023

CHI NE PARLA?

GENDER

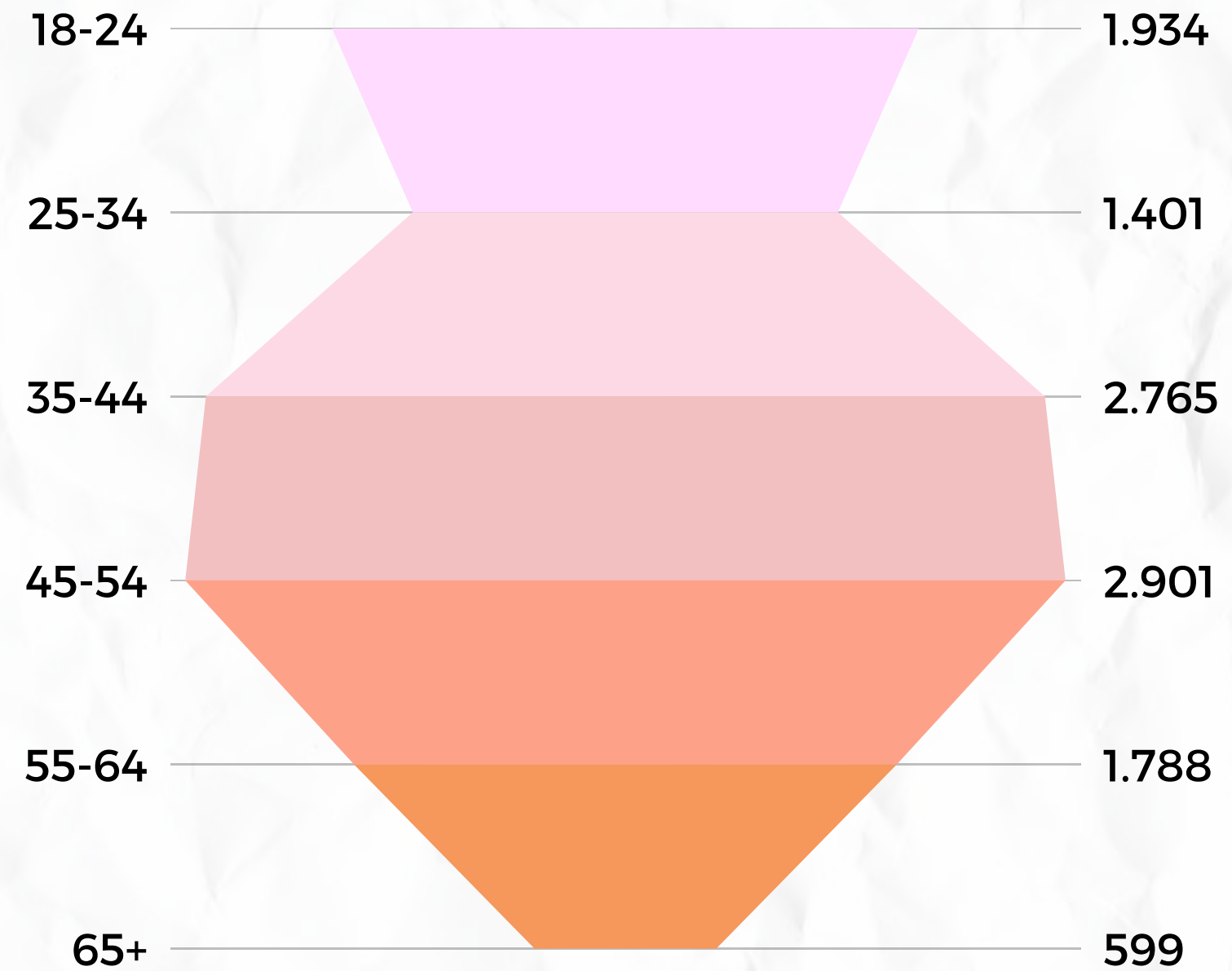


Donne

Uomini

31% 69%

FASCE D'ETÀ



LE REAZIONI DEGLI UTENTI



76,6%
LIKE



13,8%
HAHA



7%
LOVE



1,3%
ANGRY



0,8%
WOW



0,5%
SAD

I TEMI PIÙ CALDI



55%

**SENTIMENT GENERALE
SULLO SPOT**



**IMMEDESIMAZIONE
E COMMOZIONE**

73%



MESSAGGIO AMBIGUO

42%



CAMBIAMENTI SOCIALI

64%



CASO POLITICO

49%



FAMIGLIA TRADIZIONALE

36%

Il valore % è relativo al sentiment complessivo rispetto al totale delle conversazioni sullo spot

POLARIZZAZIONE DELLA RETE

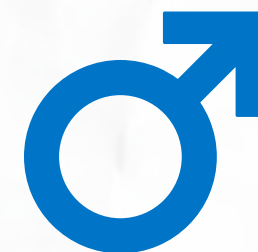
LO SPOT HA DIVISO LA RETE IN DUE FAZIONI

FAVOREVOLI

TEMI FONDAMENTALI



LETTORI GIORNALI CONSERVATORI



PREVALENZA GENERE MASCHILE



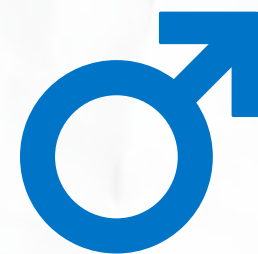
PREVALENZA 18-45 ANNI

CONTRARI

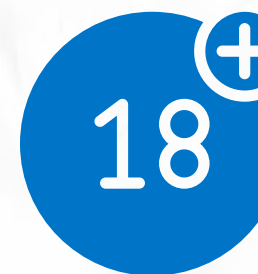
TEMI FONDAMENTALI



LETTORI GIORNALI PROGRESSISTI



PREVALENZA GENERE MASCHILE



PREVALENZA 35-65 ANNI

IL CASO POLITICO

GLI INTERVENTI DEI LEADER POLITICI

IL CASO POLITICO



 **giorgiameloni**  • [Segui](#) 

 **giorgiameloni**  Leggo che questo spot avrebbe generato diverse polemiche e contestazioni. Io lo trovo molto bello e toccante.
1 g

 **piermalese** Una storia bellissima : " la FAMIGLIA"   Se non piace alla sinistra vuol dire che ESSELUNGA ha fatto centro   

1 g [Piace a 987 persone](#) [Rispondi](#)
[Visualizza le risposte \(82\)](#)

 **emmaverdiglione** È il desiderio legittimo di una bimba che vorrebbe che i genitori stessero insieme!! Ma come al solito si vede il male dappertutto. Questo spot lo trovo molto toccante 

1 g [Piace a 353 persone](#) [Rispondi](#)
[Visualizza le risposte \(8\)](#)

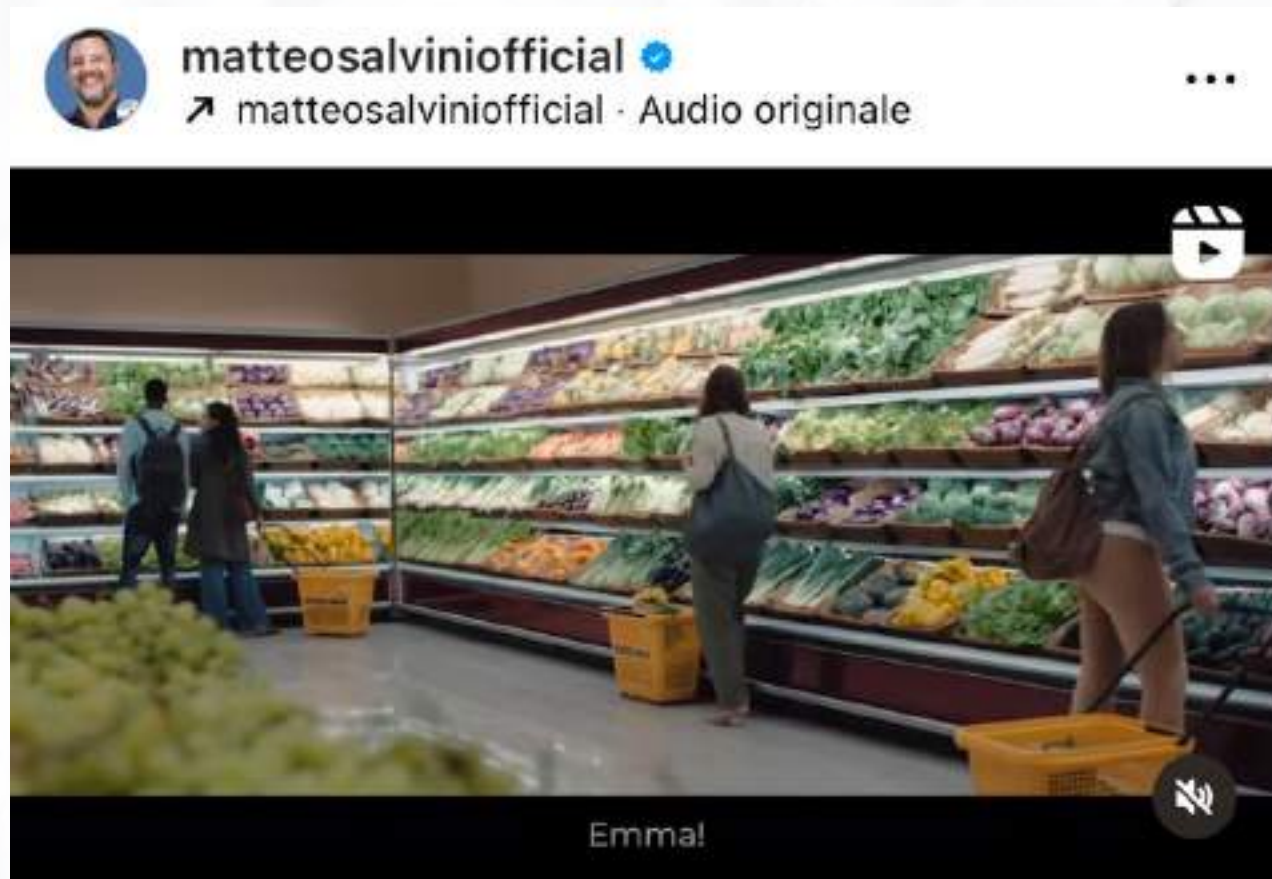
 **nadia21f78** Pubblicità che in maniera delicata racconta un tema altrettanto delicato...per persone intelligenti ovviamente...che sapranno capirla. 

1 g [Piace a 293 persone](#) [Rispondi](#)
[Visualizza le risposte \(7\)](#)

 **eleonoragiorgiofficial** Bellissimo e vero! Da figlia di separati, difficile spiegare il dispiacere... poi, da madre, mi sono separata due volte, ma ho cercato di alleviare in ogni modo il loro dolore e arginato sempre ogni eventuale asperità coi padri! 

IL CASO POLITICO



Piace a giosa26 e altri

matteosalviniofficial Dare voce ai tanti genitori separati, a quelle mamme e a quei papà quasi mai citati e spesso troppo dimenticati, al legame indissolubile con i figli.

Trasformare uno spot in uno splendido messaggio di Amore e Famiglia merita solo sorrisi.

Come fa certa gente a insultarlo e deriderlo solo perché non narra il "modello" che vorrebbero loro?



Simone Pillon · Segui

11 h ·

Continua la polemica sullo spot di [#esselunga](#), quello in cui una bambina prende una pesca dalla spesa e la porta a [#papà](#) facendola passare per un regalo di [#mamma](#)

Si scomodano psicologi e soloni di varia natura per spiegarci che si tratterebbe di un messaggio sbagliato perché "non spetta ai bambini aggiustare le cose" etc. etc.

Che discorsi... certo che non spetta ai bambini, ma non possiamo dimenticarci che il loro desiderio più profondo e incancellabile è che mamma e papà continuino a volersi bene.

Sono ormai 25 anni che mi occupo di separazioni e divorzi.

Qualche volta ho assistito al miracolo della riconciliazione, con i due che hanno stracciato le carte bollate e son tornati insieme, e vi assicuro che è stato davvero toccante.

Molte altre volte ho cercato di aiutarli a superare il conflitto di coppia e a separarsi senza prendersi a bambinate.

Nella grande maggioranza dei casi si riesce a far ragionare i due genitori ma non sempre è possibile, e in alcuni rari casi il conflitto diventa aspro e insanabile, e vi assicuro che a farne le spese sono sempre i bambini.

Quello che spiego a tutti i miei clienti che vivono la [#separazione](#) e il [#divorzio](#) è che si rimane genitori per sempre, volenti o nolenti, e che tanto vale cercare di andare d'accordo e volersi bene.

IL CASO POLITICO

 **Simone Di Stefano** · Segui
1 g · 🌐

Sono divorziato e figlio di divorziati. Ma le storie d'amore soprattutto quelle che generano figli, nascono con l'obiettivo naturale di essere eterne. Ed il cuore semplice e puro dei bambini non può che tendere e desiderare la normalità: mamma e papà che si amano per sempre.

Ed è questo che ha dato veramente fastidio dello spot [#Esselunga](#): far vedere che nasciamo tutti con una innata e pura propensione alla normalità.

Un ideale a cui tendere, anche se purtroppo è sempre più difficile da realizzare.

Dicono quindi che lo spot Esselunga sia melenso e reazionario, contro il divorzio, contro le donne, contro gli omosessuali. In realtà è il cuore puro di quella bambina che aspira alla NORMALITÀ a farli contorcere dal dolore.

👍 246

Commenti: 15 Condivisioni: 46

 **Vittorio Sgarbi** · Segui
19 h · 🌐

Sì, vabbè, la famiglia, il divorzio, la bambina, pro e contro, le solite polemiche, ma tutti eludono la vera questione dello spot: Esselunga non ci dice quanto care siano le pesche!



YOUTUBE.COM

LA PESCA. Una storia Esselunga.

Non c'è una spesa che non sia importante. Dietro ogni prodotto che compriamo, infatti, c'è un...

👍👍 1191

Commenti: 190 Condivisioni: 51

IL CASO POLITICO

 **Roberto Di Stefano** · Segui
23 h · 🌐

La sinistra ha scatenato mille polemiche sullo spot dell'Esselunga, che mette al centro la famiglia. Io lo trovo estremamente commovente, ma come al solito i soliti noti vogliono distruggere anche il concetto di famiglia, attaccando la nostra tradizione e la nostra cultura.
SINISTRA, GIÙ LE MANI DALLA FAMIGLIA!

**LO SPOT ESSELUNGA
È COMMOVENTE**



**VIA LE MANI
DALLA FAMIGLIA!**

  2760

| Commenti: 905 · Condivisioni: 367

 **Silvia Scurati** · Segui
21 h · 🌐

🍎 La pesca di Esselunga: storytelling delicato e azzeccato. Ai sapientoni che pretendono di interpretare scientificamente e in maniera negativa questo spot suggerisco di calmarsi. Provate infatti a guardare la realtà con gli occhi innocenti di una bambina che, con lo stratagemma della pesca, altro non vuole che mamma e papà si vogliano bene perché, anche se separati, resteranno per sempre in egual amore la sua famiglia e il suo punto di riferimento per tutta la vita.
Bravil... Altro...



  107

Commenti: 31 · Condivisioni: 7

IL CASO POLITICO



Nicola Fratoianni · Segui

5 h ·

Presidente [Giorgia Meloni](#), vedo che commenta lo spot di una nota catena di supermercati ma che non dice nemmeno una parola sul carrello della spesa di milioni italiani, separati e non. Per loro anche una pesca rischia di diventare un lusso. L'Italia attende risposte.

[#AlleanzaVerdiSinistra](#) [#Sinistraltaliana](#) [#Esselunga](#)



Giorgia Meloni

3 h ·

Leggo che questo spot avrebbe generato diverse polemiche e contestazioni. Io lo trovo molto bello e toccante.



Più Europa · Segui

3 h ·

Si è commossa la nostra premier Giorgia Meloni nel vedere lo spot [#esselunga](#) di cui si sta discutendo molto in queste ore.... Altro...



IL CASO POLITICO



Pier Luigi Bersani · [Segui](#)

6 h ·



Mi sembra davvero sbagliato, in questo e in altri casi, mettere in mezzo la sofferenza dei bambini su temi delicati per scopi commerciali. [#pesca](#)
[#Esselunga](#)

1,9 mila

Commenti: 338 Condivisioni: 115



Stefania Brai

1 g ·



ESSELUNGA SI ADEGUA AL GOVERNO DI DESTRA DELLA MELONI. UNO SPOT CONTRO LE DONNE

È la prima volta che un'azienda e una cosiddetta "agenzia creativa" fanno proprie le scelte politiche e "valoriali" del governo in carica. Oggi per di più di un governo dichiaratamente di estrema destra. La pubblicità televisiva mandata in onda ieri da Esselunga è assolutamente indecente e di una gravità inaudita. Non uno spot ma un piccolo film che racconta di una bambina – tristissima - al supe... [Altro...](#)



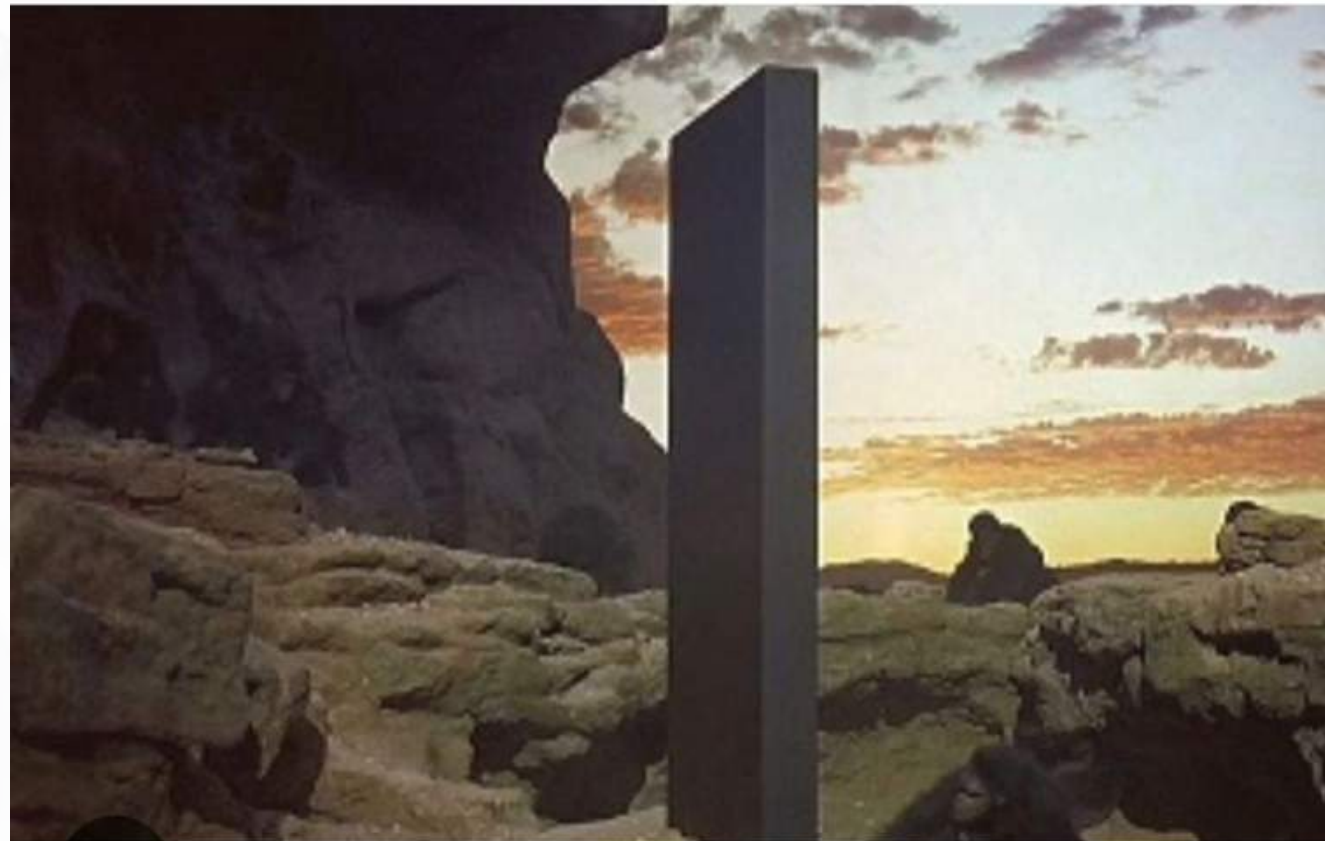
27

Commenti: 8 Condivisioni: 12

IL CASO POLITICO



carlocalenda



Piace a paolo_balza27 e altri

carlocalenda L'arrivo della pesca di #Esselunga in Italia ha avuto lo stesso impatto dell'arrivo del monolite tra le scimmie in "2001 Odissea nello Spazio".



Italia Viva

3 h

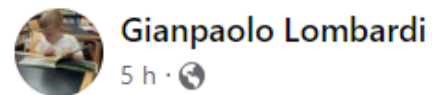
Destra e sinistra si danno reciprocamente la mano sulla pesca. Sono l'una per l'altra le migliori nemiche. Serve ad entrambe tenere aperto un canale di scontro sui temi etici, sui diritti, sulle partite ideologiche. Poi però c'è la vita. E se è vero che questo Governo non ne azzecca una, dall'immigrazione ai salari, dalle tasse all'attuazione della riforma della giustizia, è anche vero che appena i membri della maggioranza fanno errori, sono quelli dell'opposizione a riabilit...



79

Commenti: 11 Condivisioni: 12

IL CASO POLITICO



Gianpaolo Lombardi

5 h · 🌐



LA SCHLEIN E' TORNATA DA MARTE

Certo ci sono aziende che continuano a chiudere, scuole disastrose, violenza diffusa e mille altri problemi, ma piaccia o non piaccia è lo spot Esselunga ad attirare l'attenzione non solo di giornalini, giornaloni e talk show ma anche di tanta, tanta gente 'normale'.
D'altra parte lo spot, in modo certo patinato (ma anche gli spot sono spettacolo) e un po' semplicistico in qualche modo affronta, o comunque sfiora, temi che riguardano milioni di persone: le coppie 'scoppiate' e la conseguente solitudine e sofferenza dei bambini figli di queste coppie.

Naturalmente tutti i media si sono precipitati a chiedere il parere di vip più o meno credibili, dei passanti per le vie del centro e di tutti i maggiori leader politici. E questi ultimi non hanno perso l'occasione per ribadire le proprie idee sulla famiglia, la crisi demografica, il ruolo della scuola ecc. Nel coro delle opinioni dei politici ha brillato per l'assenza l'ineffabile Elly Schlein che, di ritorno da una missione su Marte, a precisa domanda ha così risposto: "mi spiace, non ho visto lo spot".

Commenti: 2



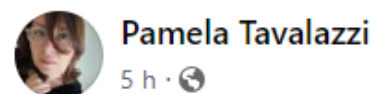
Mi piace



Commenta



Condividi



Pamela Tavalazzi

5 h · 🌐



Da qualsiasi parte la guardi.

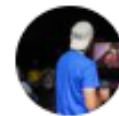
Sbagliare sempre, sbagliare comunque.

Spot Esselunga, #Meloni: "Bello e toccante...". Spot Esselunga, #Schlein: "Non so di cosa parlate...". E la chiudiamo qua.



4

Commenti: 8



Luca Caputa · Segui

1 h · 🌐



Giuro di aver letto critiche nei confronti di Elly Schlein perché non ha visto e commentato lo spot di Esselunga.

Invece io credo che è proprio la risposta che ogni rappresentante politico oggi debba dare.

Che paese curioso che siamo.



27

Commenti: 6



la manina @La_manina__ · 15h

Schlein sullo spot di **Esselunga**: non l'ho visto; non so di cosa parlate. In un Paese normale basterebbe questo per portare il PD al 40%. In un Paese normale.



315



188



2,213



70.6K



Yoda @PoliticaPerJedi · 6h

Schlein: "Lo spot della **pesca**? Non so di cosa parlate, non l'ho visto."

E sto.



143



37



679



54.4K

I MEME

HYPE SOCIAL

I MEME - HYPE SOCIAL



federicopalmaroli



cosebrutteimpaginatebelle
Italia

Segui



**Comunque la pesca
non è stata pesata
e l'hanno presa
senza il guantino.**

PERÒ IN HELVETICA.

Cose Brutte
Impaginate Belle

www.cbib.it
@cosebrutteimpaginatebelle



I MEME - HYPE SOCIAL

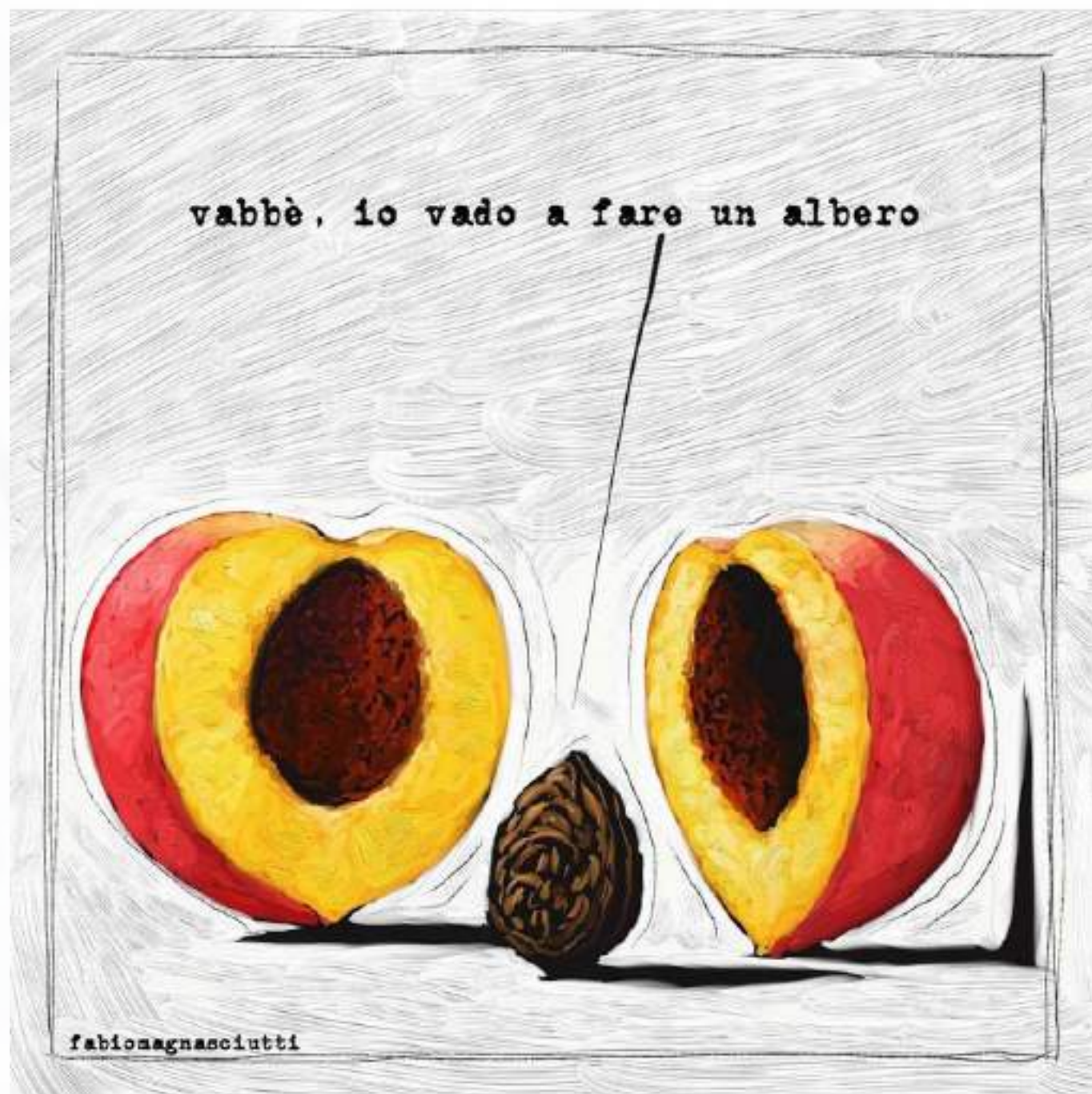


I MEME - HYPE SOCIAL



fabio_magnasciutti

Segui



LE REAZIONI DELLA SOCIETÀ

IL PUNTO DI VISTA DELLE COMUNITÀ PIÙ COLPITE

LE COMUNITÀ



Nessuno Tocchi Papà · Segui

4 h · 🌐

Ho visto lo Spot di Esselunga perché non avevo di meglio da fare trovandomi in Ospedale
Che ne penso?
Un cumulo di luoghi comuni, che poi culmina con la figura della Madre che avrebbe regalato questa pesca all'ex Marito, che poi probabilmente quella pesca la Signora l'ha pagata con i soldi del marito che le arrivano a fine mese a titolo di mantenimento
In pratica il Papà Separato la Pesca se la è AUTOREGALATA
No io invece alla EsseLunga proporrei uno spot in cui un Padre Separato al Supermercato Esselunga nemmeno ci può entrare, perché pagato il mantenimento alla Ex Moglie ai Figli e la rata di mutuo di CASA SUA dove però ci vive aggratiss la Ex Moglie, la spesa non riesce nemmeno a farla se non in un Discount
Cara Esselunga avresti dovuto evitare di farti pubblicità sul Dramma delle Separazioni che rende infelici milioni di bambini privati dei propri Padri
Ah e in questo spot alternativo il Padre regala non una Pesca alla Ex Moglie, ma una Banana, frutto dal grande contenuto Simbolico ed Esoterico



👍😂 304

Commenti: 145 Condivisioni: 41



NoiNonni · Segui

5 h · 🌐

In questi giorni, si parla molto della nuova #pubblicità dell'Esselunga : non la #famiglia felice "classica", ma una #bimba che cerca, con grande tenerezza, di riportare insieme #genitori separati. #Nonni, che cosa ne pensate? #genitoriseparati #separazione



Questa te la manda la mamma.

👍😂❤️ 163

Commenti: 138 Condivisioni: 9

LE COMUNITÀ



Memorie Di Una Vagina · Segui

1 g ·

Forse sarebbe stato più realistico rappresentare una famiglia unita, in cui si va a fare la spesa tutti insieme, magari dopo una bella lite furibonda, consumata sotto gli occhi di una figlia, il tutto mentre la madre pesa 4 pomodori insalatari e scopre che costano circa 70 centesimi l'uno, e dice "Minchia!", e l'altro annuisce pensando che anche quel giorno toccherà a lui pagare...

Del resto lei è precaria e sta aspettando il pagamento a 60 giorni, che poi diventano 90, se non 120, e ha un reale problema di liquidità, magari proprio nella settimana in cui la banca preleverà dal conto corrente co-intestato la rata del mutuo, e siamo solo all'inizio del mese, e poi c'è l'asilo, ovviamente privato, e pure a volersi separare perché non ci si sopporta più, dove cazzo si trovano i soldi per farlo? E sapete quanto sta bene una famiglia che fatica a sbarcare il lunario? Sapete quanto bene faccia a una relazione di coppia discutere di soldi?

Ecco, se devo trovare una cosa che mi triggera - come dicono i contemporanei - in questo spot, è il suo classismo. Ciò che trovo irrealistico, o fortemente elitario, è questo immaginario in cui una mamma separata vive in un appartamento ampio, in un palazzo d'epoca, con un soggiorno con doppio o triplo punto luce (non l'ho capito), in un quartiere borghese, di quelli alberati in cui le case costano almeno 8.000 euro al metro quadrato; e un padre separato arriva in camicia, guidando un'automobile che forse può ancora circolare liberamente a Milano, dunque è abbastanza nuova, senza avere l'aria di uno che è finito a vivere in un sottoscala, come si narra accada ai padri separati (non ne so abbastanza per confermare o smentire la tesi).

Ciò che mi triggera è che divorziare sia un privilegio, se mai. Detto questo, però, è uno spot. Avete presente, gli spot? Stiamo parlando di una pubblicità retorica, uno strumento del mercato, e sì certo che la pubblicità concorre a definire l'immaginario collettivo (viceversa le donne non dilapiderebbero le proprie finanze in trattamenti estetici o dimagranti da tempo immemore), tuttavia è uno spot.

Uno spot che si rivolge a un paese in evidente recessione civile, il cui organo preposto all'elaborazione della complessità è l'intestino, governato dalla classe politica più a destra degli ultimi cent'anni.

L'articolo completo è qui ↓

<https://www.fanpage.it/.../perche-il-problema-dello-spot.../>

806

Commenti: 67 Condivisioni: 82



Donne di Successo · Segui

19 h ·

Ho appena visto la pubblicità di @esselunga , e mi ha suscitato alcune riflessioni. Oltre a far notare che la famiglia del Mulino Bianco non è reale, lo spot ha toccato profondamente la sincerità e l'innocenza dei bambini, nonché la loro sofferenza in caso di separazione dei genitori. Spero che questo annuncio possa portare alla riflessione coloro che stanno attraversando momenti difficili nella loro famiglia o relazione. Troppo spesso, i bambini si trovano a pagare per er... Altro...



DONNE DI SUCCESSO

LA TUA RISOLUZIONE DEI MOMENTI DI STASI

128

Commenti: 96 Condivisioni: 21

LE COMUNITÀ



Ipazia liberedonne · Segui

1 g · 🌐



NON E' SOLO UNO SPOT

Non si fa che parlare dello spot di @esselunga, che ha come protagonisti una bambina, due genitori separati e una pesca.

La piccola compra una pesca e la regala al papà dicendo che è da parte della mamma. Potrebbe sembrare un semplice spot su una famiglia separata, volto a spingere alla commozione, ma in realtà è pieno di stereotipi...

Primo che solo una famiglia unita è felice. Come se le famiglie separate non lo siano. Ricordiamo invece come invece spe... Altro...

LA PESCA

UNA STORIA ESSELUNGA



Single di Napoli

Domenico Napoletano · 1 g · 🌐



INCONGRUENZE EMOTIVE SULLA PESCA DELLA PUBBLICITA' ESSELUNGA

1 La pesca non è stata pesata con il codice della bilancia sempre fuori servizio

2 La bambina non ha usato il guanto mentre stropicciava il suo nasino moccioso nuotando nel banco frutta

3 Nella pubblicità non fa vedere il generatore della somma polemica: il sacchetto che costa 1 centesimo di euro

4 La frutta al supermercato i bambini la rubano, non la comprano

5 Nello spot non si vedono le tracce di rossetto e dei perizomi lasciati, nella macchina del padre, dall'amante per cui la madre ha chiesto il divorzio

6 Le ex mogli agli ex mariti non mandano le pesche ma le bestemmie

7 La bambina ha messo il gualax nella pesca perchè il nuovo papà è più simpatico, perchè le compra le barbie mentre il padre naturale a Natale le dona solo maglioni

P.S. Nessuna pesca è stata maltrattata per la realizzazione di questo post

D.N.

LA PESCA





✉ info@socialdataitalia.com

🌐 socialdataitalia.com

📘 [@socialdataitalia](https://www.facebook.com/socialdataitalia)

📷 [@socialdataitalia](https://www.instagram.com/socialdataitalia)