A Cascina Triulza la mostra sul marchio dei succhi di frutta Yoga

yoga-mixerplanet-img-1153db30

Inaugurata il 13 ottobre alle ore 13 all’Expo Milano, alla presenza del presidente di Conserve Italia Maurizio Gardini, la mostra dedicata al marchio di succhi di frutta Yoga, di proprietà del consorzio cooperativo bolognese. La mostra, che resterà allestita presso gli spazi della Cascina Triulza fino alla fine dell’esposizione universale, ripercorrerà i momenti più salienti della storia del marchio e della sua comunicazione, alla vigilia dei suoi primi 70 anni di vita.



La storia di Yoga, il cui marchio fu registrato ufficialmente a Roma nel 1946, comincia già alla fine degli anni venti a Massa Lombarda, in provincia di Ravenna, sede della omonima industria Massalombarda, prima azienda italiana dedicata alla produzione di succhi di frutta. Il prodotto conobbe subito una larghissima diffusione su larga scala, a tal punto che Yoga divenne quasi una parola di uso comune per indicare i succhi di frutta. Conserve Italia, che rilevò il marchio nel 1995, ha saputo valorizzare con immutata intensità il valore dell’italianità del succo, preservando sempre quella “fedeltà alla frutta” che è garanzia di bontà e di naturalità.

Le campagne di comunicazione esposte nel percorso della mostra muoveranno dal claim storico “Solo io mi chiamo Yoga” , ovvero il messaggio che nel corso degli anni è riuscito ad esprimere in maniera efficace e quasi lapidaria il concetto di unicità della marca. Yoga è unico, ma al tempo stesso anche vario e diverso, come i gusti dei succhi e della frutta proposti ai consumatori. Ed è stata proprio la frutta il soggetto e il mezzo con cui Yoga si è sempre proposta agli italiani: dentro alla famosa bottiglia di vetro si trova frutta vera, selezionata con cura e attenzione.

L’apice della relazione di fiducia e familiarità tra il marchio e i suoi consumatori fu raggiunto negli anni Cinquanta, quando Walter Chiari, personaggio già amatissimo dal pubblico italiano, si fece portavoce e testimonial del brand con il carosello pubblicitario del 1964 “Solo io mi chiamo Walter Chiari. E solo io mi chiamo Yoga”.

All’interno della mostra sarà possibile rivedere anche altri Caroselli televisivi di Yoga, con l’indimenticabile Orsaghiotto, fino ai concorsi a premi (“5 milioni per 5 parole”) e alle recenti campagne di comunicazione di Conserve Italia che continuano a fare leva sull’unicità della marca e sulla bontà della frutta lavorata, necessaria per produrre succhi di altissima qualità.