

PUBBLICITÀ. Critici i presidenti provinciali dei giovani di Confagricoltura e **Coldiretti**

Agricoltori contro lo spot Coop: «Disprezza il nostro lavoro»

Ferrarese: «Quel carrello magico dà un'immagine ingannevole»

«Il nuovo spot della Coop ci consegna l'immagine di un'agricoltura tutta dedita al caporalato, al maltrattamento degli animali, a pratiche arcaiche e all'inquinamento diffuso mentre un carrello, quello della catena di supermercati, è caratterizzato da doti magiche ed è in grado di rigenerare il mondo». Piergiovanni Ferrarese, presidente dei Giovani di Confagricoltura Verona, non ci sta al messaggio che trapela dallo spot, in onda da inizio mese sui principali canali televisivi nazionali e locali: con il messaggio «Una buona spesa può cambiare il mondo», la nuova pubblicità della Coop mostra un carrello che grazie a una folata di vento si libera dalle catene e corre a cambiare il mondo, dando inizio così ad una serie di avventure ecologiste: si tuffa in mare per raccogliere rifiuti di plastica, libera le galline di un allevamento, ferma con coraggio i grandi macchinari che spargono pesticidi, va in soccorso di uomini di colore affaticati nei campi.

«La pubblicità è ingannevole, offensiva e rappresenta una situazione irrealistica, perché la nostra agricoltura è da

tempo attenta al rispetto della salute del consumatore e dell'ambiente: questa è una offesa nei confronti degli produttori che lavorano bene», sottolinea Ferrarese, «e che ogni giorno rispettano rigide norme e controlli severi, assumono e retribuiscono regolarmente i loro collaboratori, investono nei loro allevamenti per rispettare il benessere degli animali e usano con scienza e coscienza i presidi sanitari nel rispetto dei tempi di carenza e delle dosi massime d'impiego».

Come lui la pensa il collega della **Coldiretti**, presidente provinciale dei giovani della confederazione, Alex Vantini: «È irresponsabile rappresentare l'agricoltura italiana in questo modo dispregiativo. Anche stavolta è stata persa l'occasione per raccontare progetti di filiera che si stanno costruendo con il mondo distributivo con certificazioni di legalità, sostenibilità, sicurezza alimentare e trasparenza origine. In fin dei conti uno spot populista che fa leva su negatività senza assunzione di responsabilità».

Sottolinea ancora Ferrarese: «Altre aziende del calibro di Ram Trucks, Barilla, Pero-



Piergiovanni Ferrarese



Alex Vantini



Il carrello «magico» della Coop in un frame dello spot contestato

ni, McDonald's, Latteria Sorresina hanno creato progetti e campagne pubblicitarie orientate verso un racconto costruttivo e rispettoso del prezioso legame che corre tra agricoltura, distribuzione e società, nell'ottica di creazione di una sincera connessione tra imprese, che noi chia-

miamo "Filieri Intelligenti". Le porte delle nostre aziende sono aperte ai dirigenti della Coop che forse non hanno mai avuto modo di visitare un'azienda agricola», annuncia il rappresentante dei Giovani di Confagricoltura Verona. • F.L.

© RIPRODUZIONE RISERVATA