

Nella pubblicità un carrello della spesa libera le galline da un pollaio infernale, disseta i braccianti africani e blocca un trattore che irrora

«Questo spot è falso e offensivo» Confagricoltura furiosa con Coop

LA POLEMICA

Un carrello della spesa ripulisce le spiagge dalla plastica. Poi libera le galline da un pollaio infernale e disseta i braccianti africani in un campo. Infine blocca i trattori che stanno irrorando i campi con un fertilizzante.

La scena ricorda fedelmente la protesta del 1989 in piazza Tienanmen, con il carrello a impersonificare lo studente che blocca i carri armati cinesi. È questo il nuovo spot di Coop - rete italiana di cooperative che gestisce supermercati e ipermercati - intitolato "Una buona spesa può cambiare il mondo".

Forse la pubblicità non cambierà il mondo, ma di certo ha cambiato l'umore di **Confagricoltura**, indignata dalle scene di questo spot: «Per l'ennesima volta si umiliano gli agricoltori facendoli passare per criminali» è la denuncia di Michele Barbetta, presidente di **Confagricoltura** Padova «Ciò che emerge è l'immagine di un'agricoltura dedita al caporalato e al maltrattamento degli animali, a pratiche arcaiche e all'inquinamento diffuso, mentre c'è un carrello, quello di Coop, dalle doti magiche e salvifiche che distribuisce patenti etico-morali rigenerando il mondo».

Per **Confagricoltura**, quella è «pubblicità ingannevole, offensiva e che rappresenta una situazione irrealistica, perché la nostra agricoltura è da tempo attenta al rispetto della salute del consumatore e dell'ambiente. Ancora una volta si è persa l'occasione di presentare un'agricoltura vera, fatta di innovazione, ricerca, studio, sostenibilità ambientale, collaborazioni con la filiera e attenzione al territorio. Coop dovrebbe chiederci scusa». Chiudono da **Confagricoltura**: «Coop si chiede se una spesa possa cambiare il mondo. Forse è possibile, ma una cosa è certa: noi possiamo decidere di cambiare supermercato».

Non si scompone la rete di cooperative: «Il nostro spot è un racconto iperbolico, una narrazione immaginaria e, come dice anche il claim che cita come riferimento il mondo, volutamente non ha localizzazioni ambientali che possano rimandare al contesto italiano. La rappresentazione di situazioni negative non ha niente a che fare con qualsiasi nostro giudizio sulla realtà dell'agricoltura italiana su cui lo spot non si esprime affatto e con la quale viceversa collaboriamo da sempre proprio in tanti progetti virtuosi e quantitativamente significativi».

Nicola Cesaro



Fermo immagine dello spot della Coop contestato da **Confagricoltura**