



**Coop al “Festival della Tv e dei nuovi media” a Dogliani. Una partecipazione in parallelo all’apertura a Expo del Future Food District: “Il cibo di domani dovrà essere etico, trasparente, democratico”**

Dogliani dista da Milano poco più di 200 chilometri. Poco o niente se si considera l’intero Pianeta ed è su questa tratta che si sigla la collaborazione rinnovata per il terzo anno fra Coop (la prima catena della grande distribuzione in Italia ma anche un’organizzazione di consumatori forte di quasi 8 milioni di soci) e un festival che fa della riflessione sui nuovi strumenti di comunicazione la sua ragion d’essere. Tanto più quest’anno con l’integrazione specifica sui temi del food e la partecipazione di Coop in qualità di partner tematico a Expo 2015. Il cibo è evidentemente il filo che unisce. E in particolare il cibo del futuro, oggetto di un incontro previsto nel programma per sabato 9 maggio e che vede la partecipazione tra gli altri di Marco Pedroni, presidente Coop Italia. “Cibo: bene comune” è il claim che sigla la partecipazione di Coop a Expo e dunque se di cibo del domani dobbiamo parlare non potrà che essere “etico, trasparente, democratico” secondo la triade cara a Coop. Assi su cui è impostato anche il supermercato del futuro di Coop a Expo. Uno spazio nato dalla collaborazione fra Coop, il MIT Senseable City Lab e lo studio Carlo Ratti Associati dove innovazione e cooperazione viaggiano insieme e dove tutti gli alimenti - un mare di oltre 1500 prodotti realizzati da fornitori in stabilimenti italiani - comunicheranno tutte le informazioni di cui sono depositari e sarà il visitatore a formulare le domande con un semplice gesto della mano. Informazioni aumentate con l’idea del consumatore che diventa il protagonista.

E sempre sullo stesso asse proprio lo spazio Coop a Expo ospiterà una sorta di anteprima del Festival di Dogliani martedì 5 maggio (alle ore 17.00 presso l’Aula del Futuro). Si parlerà di cibo e pubblicità (l’appuntamento che a Dogliani è in programma venerdì 8 maggio è “Lo spot è servito: i persuasori occulti del cibo, da Carosello alle campagne pubblicitarie mondiali”) con un occhio di riguardo per quei “pezzi” di pubblicità d’autore che Coop ha realizzato. Dal mitico tenente Colombo (alias Peter Falk) all’istrionico Woody Allen per concludere ai giorni nostri con i divertenti spot minimalisti di Luciana Littizzetto (fino a due anni fa testimonial Coop).

**Roma, 9 aprile 2015**

**Per informazioni:**

**Silvia Mastagni – responsabile ufficio stampa Coop**

**Tel. 06 441811 – [silvia.mastagni@ancc.coop.it](mailto:silvia.mastagni@ancc.coop.it)**