

02 dicembre 2016

BAM per BCFN con The Economist: "When is food REALLY good?"

Categoria: Comunicazione, produzione e concorsi



Nel suo percorso di ricerca scientifica internazionale su una alimentazione corretta e sostenibile, dalla produzione del cibo al suo consumo, Barilla Center for Food and Nutrition presenta i dati del Food Sustainability Index attraverso uno short film di due minuti realizzato da BAM, l'agenzia di Bassanetti, Alesani e Mauri.

"There's more to good food than just taste": lo short film scuote lo spettatore e grazie ad immagini dal forte impatto emotivo e visivo induce a fermarsi a pensare.

L'idea creativa di BAM gioca sul sovvertimento del più quotidiano e banale dei gesti, come il nutrirsi, e ne suggerisce significati nuovi: "il cibo è buono quando fa bene alla nostra salute e al nostro pianeta".

Il film è stato presentato alla settima edizione dell'International Forum on Food and Nutrition, giovedì 1 dicembre all'Università Bicconi di Milano e sul web.

Per vedere il film clicca [qui](#)

« [Turismo in Lombardia? Sempre più...](#) [Acetaia Giuseppe Cremonini e...](#) »
 <- [Indietro a: News](#)

GLI OPERATORI DELLA COMUNICAZIONE

AGENZIE COMUNICAZIONE

AIPEM-VODU

AND COMMUNICATION

AQUATTRO

BLINK #MillennialCommunica

CATONI ASSOCIATI

EARLYMORNING

EXPANSION GROUP

FULLBRAND

HOMINA

INCENTIVE PROMOMEDIA

INSIDE

LEO BURNETT COMPANY

OTTOSUNOVE

PI&C

CLICCA QUI PER VEDERE TUTTI GLI OPERATORI

Cerca nel sito Cerca con Google Mappa del sito Privacy Note legali Aiuto Credits © Media Key srl - p.iva 06257230158

Questo sito utilizza cookie, anche di terze parti, per gestire e migliorare la tua esperienza di navigazione. -
Cliccando in un punto qualsiasi dello schermo, effettuando un'azione di scroll o chiudendo questo
banner, presti il consenso all'uso di tutti i cookie. Per maggiori informazioni su come utilizziamo i cookie e
su come rimuoverli, consulta la nostra [Informativa sui Cookie](#).

OK