

**EATALY:
UN BUSINESS, UNO STRUMENTO EDUCATIVO, UN'ATTRAZIONE
TURISTICA**

E' questo il titolo che mi sembra si possa dare al contributo inviatoci dall'Ufficio stampa di Eataly per la Sessione delle Giornate del Turismo 2014 dedicata alla presentazione di Torino come città di eventi d'affari e turismo.

*Eataly è un centro enogastronomico polifunzionale dove si può **comprare, mangiare e imparare**. Alla base di questa idea c'è la possibilità di portare cibi e bevande di alta qualità alla portata di tutti e non più solo per una fortunata élite: per far ciò i rapporti con artigiani e produttori, dai quali vengono acquistati i prodotti, sono diretti, saltando gli anelli della catena distributiva. L'obiettivo è realizzare un sistema di produzione, commercializzazione e distribuzione responsabile, ecosostenibile, e condiviso fra tutti i soggetti della filiera enogastronomica italiana che partecipano al suo circuito. In questo modo si vuole inoltre incrementare la percentuale di coloro i quali si alimentano con consapevolezza, scegliendo prodotti di prima qualità e dedicando una particolare attenzione alla provenienza e alla lavorazione delle materie prime. L'idea è, insomma, quella di lavorare al fine della **DEMOCRATIZZAZIONE** del cibo, partendo dal presupposto che la qualità sia e debba essere davvero un diritto di tutti.*

Il nome Eataly è la crasi di due termini inglesi, eat, mangiare e Italy, Italia: mangiare italiano. L'idea è quella di valorizzare la cucina, la tradizione alimentare di qualità italiana ma non solo: si vuole esaltare e diffondere lo stile di vita salubre mediterraneo. Mangiare italiano e vivere italiano.

I grandi spazi, la possibilità di scegliere liberamente dagli scaffali i prodotti e di girare con il proprio carrello comprando ciò che si preferisce autonomamente, nonché la comodità di fare tutti gli acquisti e pagare una volta sola alla cassa prima di uscire sono caratteristiche tipiche dei supermercati e degli ipermercati; lo stile informale e sorridente è invece ripreso dai mercati rionali e cittadini; a questo si aggiunga un modo di rivolgersi al cliente immediato e ironico e si ottiene così l'essenza di Eataly. Si tratta di un luogo aperto, in cui chiunque può entrare e non solo comprare o consumare ma anche, o esclusivamente, seguire un percorso di avvicinamento e di comprensione dei cibi e delle bevande di alta qualità.

All'interno di ogni Eataly ci sono aree tematiche dedicate alla vendita, con particolare attenzione ad offrire il meglio del territorio e della tradizione, nonché della stagionalità, il tutto ad un prezzo ragionevole. L'approccio responsabile alla cultura del buon cibo è anche l'occasione per affermare pratiche e valori di storica importanza: il rispetto che i pescatori hanno del mare, la difesa della biodiversità di parchi, pascoli e vallate da parte degli allevatori, la cura e la conservazione di saperi antichi legati alla cucina del cibo. Si vuole così ancora una volta sfatare il pregiudizio secondo il quale le cose buone sono elitarie: mangiare bene non è un

lusso. La filosofia che Eataly adotta in tal senso è duplice: da un lato si trova l'offerta dei prodotti, non solo sotto forma di distribuzione ma anche tramite un servizio di ristorazione, informale e tematico; dall'altro c'è l'offerta relativa alla didattica, articolata in corsi di cucina, degustazioni, incontri con grandi chef, con le grandi cantine o con gli artigiani ed inoltre in laboratori e lezioni, queste ultime entrambe gratuite, per i bambini delle scuole elementari e per gli anziani. Quest'aspetto simboleggia la vera originalità di Eataly e rappresenta il punto di partenza per suscitare nel consumatore una corretta percezione della qualità, in grado di muovere le sane leve del gusto e del godimento che rendono l'essere umano più appagato e felice, nella convinzione che "mangiare bene aiuta a vivere meglio".

Consideriamo, insomma, l'educazione alimentare la nostra vocazione naturale più esplicita: per questo l'offerta didattica tenta di raggiungere in maniera capillare e puntuale sia le scuole di Torino e dintorni sia tutti i nostri clienti. Anche i turisti, italiani e stranieri, possono imparare molto riguardo ai prodotti e alle tradizioni della nostra terra, semplicemente girando per gli scaffali e per i banchi.

Rientra nella filosofia di Eataly anche la scelta di usare come luoghi di esposizione e vendita edifici dismessi o in disuso, riportati a nuova vita grazie all'intervento di architetti e interior designer. La sede di Torino, la prima storica, inaugurata il 26 gennaio 2007, sorge sulla struttura dell'ex opificio Carpano. Si tratta di un progetto sostenuto da Città di Torino, Provincia di Torino e Regione Piemonte che ha visto la ristrutturazione di un edificio di ben 11.000 mq che un tempo ospitava la famosa azienda torinese (attiva fino a metà degli anni Ottanta). Ad oggi si articola in aree di vendita specifiche (salumi e formaggi, carne, ortofrutta, pescheria, pasta e pizza, panetteria, enoteca, birreria e caffetteria), abbinate a ristoranti tematici e informali: il modello Eataly. I numerosi spazi didattici ed espositivi caratterizzano fortemente l'insieme del progetto: queste aree – i veri elementi distintivi del progetto Eataly – sono corredate di indicazioni e pannelli esplicativi che informano il pubblico riguardo la selezione delle referenze, i territori di origine, le tecniche di produzione. Oltre alle tradizionali sale di degustazione e alle aule didattiche, un efficace percorso visivo illustra l'importanza della stagionalità nel settore ortofrutticolo, le tecniche di produzione del vino e quelle della birra. Una biblioteca, pensata per la libera consultazione e la vendita, ospita circa 1.000 volumi ispirati al mondo del cibo e numerose riviste di settore. Completano la struttura le sale conferenza, concepite per ospitare convegni ed eventi.

Non abbiamo a disposizione dati certi relativi ai nostri visitatori occasionali; possiamo però facilmente dedurre che Eataly è ben conosciuto in Italia e all'estero, tra le altre cose, dalle richieste che ci arrivano da parte di gruppi di turisti e scuole che vogliono visitare la nostra "casa-madre" del Lingotto e questo fin dall'apertura del punto vendita nel 2007. In questi 8 anni, infatti, la famiglia di Eataly si è ingrandita, aggiungendo diversi punti vendita nazionali e internazionali ma siamo fieri che la sede sia rimasta a Torino, città per la quale siamo diventati una vera attrazione turistica. Nella sede del Lingotto abbiamo ospitato e tutt'ora ospitiamo, con la stessa frequenza dei primi mesi, molti gruppi di visitatori provenienti da tutto il mondo, illustrando loro il caso Eataly e il suo legame particolare con la

città: turisti di diverse nazionalità, in particolare francesi (ricordiamo specialmente gli studenti delle scuole alberghiere e i funzionari della Camera dell'Agricoltura della Provenza) e tedeschi, nonché giornalisti della stampa internazionale interessati ad approfondire la nostra storia. Per rendere l'idea, solo nell'ultimo anno abbiamo ospitato circa una cinquantina di gruppi di stranieri e italiani: moltissimi sono stati gli studenti in visita, di tutte le età e grado di scolarizzazione, a partire dai bambini delle scuole materne, passando per quelli delle classi elementari e medie, fino ad arrivare agli universitari e ai laureati iscritti a Master di specializzazione.

I punti vendita di Torino (Lingotto e Lagrange) e Pinerolo offrono lavoro a **circa 400 persone**, tanti ragazzi che provengono da varie parti del Piemonte e da Torino in particolare: nel nostro piccolo, abbiamo creato occupazione in un settore in piena espansione quale è quello enogastronomico.

Dopo Eataly Lingotto, sono seguite, come ben saprete, numerose altre aperture in tutto il mondo. Il 9 agosto 2011 è stato inaugurato nel pieno centro di Torino il punto vendita Eataly Incontra, in via Lagrange: circa 1.000 mq tra piano terra e piano interrato e un ampio dehor, senza dimenticare naturalmente un'area per i corsi di cucina e le attività di educazione alimentare.

Molti sono i progetti ad oggi in vita per ampliare e migliorare l'offerta enogastronomica e didattica degli store Eataly: insomma, è proprio vero che il meglio deve ancora venire!