



Lo Specchio

***CLUB DI CONVERSAZIONE
ITALIANA DI TOURNAI***



Eataly, catena alimentare di punti vendita di medie e grandi dimensioni specializzati nella vendita e nella somministrazione di generi alimentari tipici e di qualità.

Dicembre 2013 - N° 193

EATALY alti cibi

Fondata da **Oscar Farinetti**, già proprietario di UniEuro (catena poi ceduta a una società britannica), l'azienda **Eataly** rientra nel filone culturale di riscoperta delle radici enogastronomiche, rappresentato anche da *Slow Food* di **Carlo Petrini**.

La società è controllata per il 60% da Oscar Farinetti e per il restante 40% da alcune cooperative del sistema Coop (Coop Liguria, Novacoop e Coop Adriatica).



Oscar Farinetti

Il nome

Il nome **eataly** (creasi di *eat* e *Italy*) è stato inventato da **Celestino Ciocca** che, in un primo momento (23 febbraio 2000), lo ha registrato come dominio internet e, successivamente (a partire dal 22 giugno 2000 e mediante l'azienda di famiglia), come marchio per varie classi merceologiche e vari territori.

Celestino Ciocca ha quindi ceduto tutti i diritti relativi al nome Eataly a Natale Farinetti (detto Oscar) il 3 febbraio 2004.

<http://it.wikipedia.org/wiki/Eataly>

Chi Siamo ?

Eataly nasce con l'intento di smentire l'assunto secondo il quale i prodotti di qualità possono essere a disposizione solo di una ristretta cerchia di privilegiati, poiché spesso cari o difficilmente reperibili.

Il marchio riunisce un gruppo di piccole aziende che operano nei diversi comparti del settore enogastronomico: dalla celebre pasta di grano

duro di Gragnano alla pasta all'uovo langarola, dall'acqua delle Alpi Marittime piemontesi al vino piemontese e veneto, dall'olio della riviera di Ponente ligure alla carne bovina piemontese, e ancora salumi e formaggi della tradizione piemontese italiana. Eataly propone dunque il meglio delle produzioni artigianali a prezzi assolutamente avvicinabili, riducendo all'osso la catena distributiva dei prodotti e creando un rapporto di contatto diretto tra il produttore e il distributore finale, saltando i vari anelli intermedi della catena.

L'obiettivo di Eataly è quello di 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; ad oggi infatti la percentuale di popolazione che assume un atteggiamento di questo tipo nei confronti di ciò che mangia è ancora molto bassa ed è spartita tra coloro che detengono un alto potere d'acquisto e tra pochi intenditori, che hanno già ben presente il valore dei prodotti sani e tradizionali.



La filosofia che **Eataly** adotta in questo senso è duplice: da un lato si trova l'offerta dei prodotti, sia sotto forma di distribuzione che sotto forma di opportunità di ristorazione, mentre dall'altro esiste un discorso impostato sulla didattica e articolato in corsi di cucina, degustazioni, corsi sulla conservazione corretta dei cibi, didattica per i bambini. Quest'ultimo aspetto riassume e la vera originalità di Eataly e costituisce il punto di partenza per instillare 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".

Dall'individuazione dei produttori di eccellenza, al reperimento delle migliori materie prime disponibili sul territorio Eataly segue un percorso fatto di rispetto della tradizione ed educazione su un modo di

alimentarsi "sano, pulito e giusto", come appreso da **Slow Food** (bollettino n. 89 del club di conversazione italiana di Tournai - aprile 2002).

Slow Food svolge nei confronti di **Eataly** il ruolo di consulente strategico, con il compito di controllare e verificare che la qualità dei prodotti proposti sia sempre all'altezza delle promesse e che i produttori, entrati a far parte del novero di Eataly, non compromettano la qualità della loro produzione per soddisfare una domanda crescente dei loro prodotti.

La concezione di qualità per **Slow Food** possiede tre precetti sostanziali, dai quali è impossibile prescindere: un alimento deve infatti essere organoletticamente buono, sostenibile dal punto di vista ecologico e giusto dal punto di vista sociale, all'insegna della ricerca di un piacere alimentare responsabile. La massima aspirazione nella promozione di un simile concetto di qualità è che, tanto al consumo quanto alla produzione, queste caratteristiche vengano rispettate e condivise.

Si tratta di una visione quasi utopistica (ma del resto "chi semina utopia raccoglie realtà") e non aliena da ostacoli che costringono a prendere atto del fatto che molte produzioni alimentari "buone, pulite e giuste" hanno in realtà dei limiti strutturali molto forti. Questo accade principalmente per la conaturata limitatezza delle materie prime a disposizione, perché esse non possono essere trasportate troppo lontano, ma soprattutto perché incrementare in maniera significativa l'attività dei piccoli produttori significherebbe al contempo comprometterne la perfetta integrazione con ambiente e umanità locali.

Si tratta di un'annosa questione davanti alla quale si trova chi, come Eataly, intende promuovere la "democratizzazione" della qualità alimentare e che rende tanto ambizioso quanto difficile un progetto di



Eataly - Torino Lingotto

questo tipo. Per affrontare con successo queste problematiche Eataly tiene costantemente presenti questi rischi, ponendosi in un atteggiamento esattamente opposto a quello adottato dalle economie di scala e dal business in generale: in sostanza la ricerca verte sempre sullo sviluppo e non sulla crescita, facendo della qualità il concetto alla base di ogni attività gas-tronomica dalla produzione, alla distribuzione, al consumo.



Ed è proprio in questo senso che il ruolo di **Slow Food**, quale garante della coerenza di strategia, si palesa in tutta la sua importanza. E' necessario saper gestire e governare i limiti della qualità - figli di una complessità che rispecchia tanto il mondo globalizzato in cui viviamo, quanto la profonda multidisciplinarietà della gastronomia stessa - e non cercare a tutti i costi di superarli o aggirarli, facendo attenzione a non crearne di nuovi: per citare **Ungaretti** "L'uomo, monotono universo / crede allargarsi i beni / e dalle sue mani febbrili / non escono senza fine che limiti" (bollettino n. 107 del club di conversazione italiana di Tournai - aprile 2004).

La filosofia

Eataly è il più grande centro enogastronomico del mondo: un modello originale di mercato in cui i prodotti di alta qualità della tradizione agroalimentare italiana non si comprano solo, ma si consumano e si studiano. E' un luogo che unendo vendita, ristorazione e cultura seleziona e offre le eccellenze enogastronomiche del nostro Paese.



Il Manifesto di Eataly

L'obiettivo che **Eataly** si pone è provare a percorrere una nuova via nel sistema della distribuzione alimentare e della commercializzazione dei migliori prodotti artigianali, ispirandosi a parole chiave quali sostenibilità, responsabilità e condivisione. Eataly vuole dimostrare che esiste la possibilità di offrire a un pubblico ampio cibi di alta qualità a prezzi sostenibili comunicando, al tempo stesso, i criteri produttivi, il volto e la storia di tanti produttori che costituiscono il meglio dell'enogastronomia italiana.

Eataly, inoltre, ha in progetto diverse aperture, in Italia e all'estero, di grandi mercati "multifunzionali" dedicati all'enogastronomia: luoghi in cui la vendita di "alti cibi a prezzi sostenibili" sarà strettamente intrecciata alla ristorazione e alla didattica.

Il 26 gennaio 2007 è stata inaugurata la **sede torinese di Eataly**, il primo centro in cui percorrere itinerari del gusto frequentando corsi di educazione alimentare o corsi di cucina con i grandi chef del territorio o soffermarsi nelle aree didattiche a disposizione di tutti. Da quel giorno in poi sono stati aperti altri 10 punti vendita Eataly tra **Italia, Giappone e Stati Uniti**.

Lo spazio per la ristorazione, articolato in otto aree tematiche più il ristorante **GuidoperEataly - Casa Vicina**, offre la possibilità di degustare ogni giorno cibi di alta qualità direttamente sul posto oppure di portare a casa numerose specialità preparate direttamente dalla gastronomia.

I nostri perché

Perché comprare a **Eataly**? Ecco la risposta!

Comprare a Eataly è **FACILE, SICURO e GUSTOSO** :

- è **FACILE** perchè puoi scegliere tra centinaia di prodotti di alta qualità, selezionati per te ad un prezzo sostenibile
- è **SICURO** perchè i prodotti sono stati selezionati con un consulente d'eccezione: **Slow Food**

- è **GUSTOSO** perchè la vita non è fatta solo di doveri ma anche di piaceri. Se la soddisfazione che provi nel gustare i prodotti di Eataly è tanta... allora non smettere di concederti questa meravigliosa possibilità!

<http://www.eataly.it/index.php/mondo-eataly/>

Distribuzione

Il primo punto vendita aperto è stato a **Torino**, a nord del complesso del **Lingotto**, nel quartiere Nizza Millefonti. Lo spazio è nato dalla ristrutturazione di una vecchia fabbrica della Carpano.

Ed è in fase di apertura anche un punto vendita a **Milano** e a **Firenze** in via de' Martelli, nel centro storico, a pochi passi dal Duomo, e altri a Chicago, Los Angeles, Toronto, Londra, Istanbul oltre che a San Paolo, per l'apertura dei quali, nel 2012, sono state intavolate trattative.

Sono presenti altri punti vendita in Italia e anche all'estero, di dimensioni più piccole. Il punto vendita di maggiori dimensioni è quello di **Roma** aperto il 21 giugno 2012.



Eataly viene distribuito, inoltre, ai passeggeri di NTV e Alitalia.

In Italia

- Ristorante di Tuit - Via Carlo Leone Grandi, 3 - 14100 **Asti**
- Eataly Bari - c/o Fiera del Levante - Lungomare Starita, 4 - 70132 **Bari**
- Eataly Bologna - Via degli Orefici, 19 - 40126 **Bologna**
- Eataly Genova - Edificio Millo, Porto Antico - Calata Cattaneo, 15 - 16126 **Genova**



Eataly New-York

- Eataly Incontra - Via Giuseppe Luigi Lagrange, 3 - 10123 **Torino**
- Eataly Milano - Piazza Cinque Giornate, 1/A - 20129 **Milano** (lavori in corso per trasformare l'ex Teatro Smeraldo)
- Eataly Monticello - SS 231 - Zona Industriale, 2 - 12066 **Monticello d'Alba (CN)**
- Eataly Pinerolo - Via Poirino, 104 - 10064 **Pinerolo (TO)**
- Eataly Roma - Air Terminal Ostiense, Piazzale XII Ottobre 1492 - 00154 **Roma**
- Eataly Torino - Via Nizza, 230/14 - 10126 **Torino**
- Eataly in campagna - Fraz. Lavezzole 5 - **San Damiano d'Asti (Asti)**

In Giappone

- 9 negozi a **Tokyo**
- Eataly Hankyu Umeda - 8-7 Kakuda-Cho - Kita-ku - **Osaka**

In Stati Uniti

- Eataly New York City - 200 5th Avenue - Manhattan - 10010 **New York**

MSC Crociere

- 2 ristoranti a bordo di MSC Preziosa
- 2 ristoranti a bordo di MSC Divina

<http://it.wikipedia.org/wiki/Eataly>

La riunione del **4 dicembre 2013** sarà dedicata alla **cena di fine anno**.

Il modus operandi sarà lo stesso dell'anno scorso, cioè prepareremo insieme il pasto, guidati dal nostro capocuoco Gianpietro. Apertura della sede del club alle **ore 16** ai 10 volontari che si sono manifestati! Saremo più di 60 commensali.

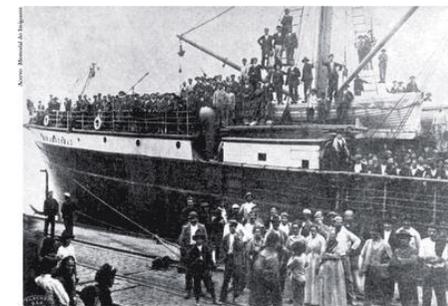
Chi viene a preparare è pregato di prendere un grembiule, un coltello, una tavola a taglio. Il club si occupa delle bevande.

Ognuno è invitato a portare un dolce per 3 o 4 persone

In gennaio, eccezionalmente, si terrà la riunione il **secondo mercoledì del mese, cioè il 8 gennaio 2013**. Condivideremo il dolce della Befana.

La volta scorsa

Abbiamo potuto ascoltare, con molto interesse, il risultato della ricerca documentatissima del nostro amico **Serafim Morazzo Lima** sull'**emigrazione italiana nel mondo**. Con grande precisione, ha ripercorso l'incredibile storia della presenza italiana sui cinque continenti, ponendo l'accento sul grande esodo verso le Americhe.



Desembarque de imigrantes no Porto de Santos (SP), 1907.

Le cifre sono vertiginose quanto incredibili e molto commoventi le condizioni di viaggio di migliaia di connazionali, spinti verso l'Eldorado dalle scarsissime condizioni di vita in Italia. Un fenomeno di tale importanza che oggi sono, di gran lunga, più numerosi gli italiani che vivono all'estero che quelli abitanti nella penisola.

Trova origini sin dal medioevo, quando lo sviluppo delle città del nord dell'Italia, poi della Toscana, attrassero artisti, architetti, artigiani di tutte le regioni. Il fenomeno si sviluppò più largamente durante il rinascimento con i contributi decisivi degli artisti all'abbellimento delle principali città europee. Sin dall'ottocento l'emigrazione per motivi economici conobbe uno spettacolare incremento, specialmente verso i paesi industrializzati del nord Europa, ma anche attraversando gli oceani per fare fortuna nelle Americhe. A chi volesse immergersi nell'atmosfera tragica e commovente di questi traghetti, consigliamo la lettura del romanzo « *Novecento* » di Alessandro Baricco o di guardare



il film « *Nuovomondo* » di Emanuele Crialesi (2006).

Pubblicheremo in questo bollettino mensile alcuni brani dell'intervento di Serafim che ringraziamo per la qualità del suo intervento.

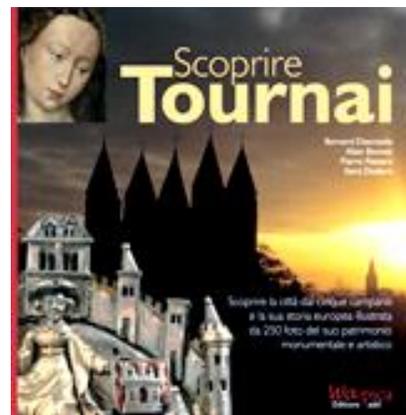
Nel corso dell'incontro, abbiamo avuto il piacere di ricevere nuovi soci, **Gaetano Soro**, postino a Rumes, **Pauline Bonnet** da Tournai e **Jean-Marie Salembier** da Laplaigne a cui diamo un caloroso benvenuto.

G. Corongiu



"Fu così che nonno Fabbri partì per l'Argentina e dopo qualche tempo chiamò il resto della famiglia a raggiungerlo"

Scoprire Tournai



Durante l'ultima riunione viene presentato da Liliana Valerio il libro dedicato alla storia della Città di Tournai, **Scoprire Tournai**, tradotto dalla lingua francese in italiano da Ilaria Doderò, professoressa di lingua italiana ai Corsi Serali di Promozione Sociale di Tournai.

Durante la serata, 20 libri, al prezzo di **12,00 Eur** ciascuno, sono stati ordinati anticipatamente.

Chi desidera ordinarlo è invitato a manifestarsi il mercoledì 4 dicembre prossimo. Il pagamento è anticipato.

Calendario (in linea di massima) di alcune attività già previste per il ciclo 2013-2014

- Mercoledì ~~1° gennaio~~ → **8 gennaio 2014** - Dolce della Befana
- Mercoledì **5 febbraio 2014** - Intervento di Carl Blaton sulla sua esperienza presso l'Interpol.
- Mercoledì **2 aprile 2014** - Serata del cinema italiano nel "Forum"
- Dalla domenica **6 al venerdì 11 aprile 2014** - Viaggio del Ventennale in Lombardia.
Proposta: partenza dall'aeroporto di Bruxelles per Milano Malpensa con Easyjet. Visita della **Certosa di Pavia** e dei centri storici di **Pavia, Cremona, Mantova, Sirmione** (Lago di Garda). 5 notti. Costo per i soci del club: +/- **520,00 €** a testa.
Più informazioni mercoledì prossimo 4 dicembre.

- **Mercoledì 7 maggio 2014** - Conferenza di **Maria Barbara Gatto** sul funzionamento del parlamento europeo: presentazione e bilancio.
- **Sabato 17 maggio 2014** - **Visita guidata** bilingue da **Alessandra Perretta** della **Lutosa** a **Leuze-en-Hainaut** (Fabbrica di prodotti a base di patate) e della **stazione depurazione** dell'impresa da **Julien Populin**.
- **Mercoledì 4 giugno 2014** - **Assemblea generale**
- **Domenica 8 e lunedì 9 giugno 2014** (Pentecoste) - **Viaggio da 2 giorni a Colonia (Germania)**, antica città romana.
- **Data da determinare** - **Visita a Bruxelles del parlamento europeo**
- **Data da determinare** - **Visita a Tournai dei soci della Dante Alghieri d'Anversa** (prevista la domenica 20 ottobre 2013 ma rimandata) - a cura d'**Arcangelo Petrantò** e del **comitato**.

Ricordiamo che a richiesta della Direzione del Collège Notre-Dame, per motivi di sicurezza, la porta d'ingresso della scuola verrà chiusa durante le nostre riunioni. La porta rimarrà aperta dalle 19:30 alle 20:30. Per chi dovesse arrivare più tardi occorrerà suonare il campanello o telefonare a Dominique Dogot (0496 62 72 94) o a Gianpietro Corongiu (0498 28 33 26).

Le riunioni del club si svolgono il primo mercoledì di ogni mese al **Collège Notre-Dame, Rue des Augustins, 30** a **Tournai** e cominciano **alle 19:30**.
 Dominique DOGOT ☎ 069/23.29.40 - Gianpietro CORONGIU ☎ 069/68.65.86
 Chi desidera partecipare alle riunioni e ricevere il bollettino del club è invitato ad iscriversi durante le stesse riunioni pagando la quota di **25,00 €**, valida per il ciclo 2013/2014. Si può anche versare la quota tramite banca al n° di conto seguente : **126-1002099-62**.
 Dall'estero, codice BIC : **CPHBBE75** - Codice IBAN : **BE51 1261 0020 9962**
 Indirizzo del sito del club : <http://www.conversazione-italiana.be>