



OFFRE

Eataly Milan, show devant !

PÂTES FRAÎCHES EN DIRECT

La «pasta» est travaillée à la main directement sous l'œil des clients selon la plus pure tradition italienne, par la famille piémontaise Michelis, qui fabrique des pâtes fraîches dans les règles de l'art depuis 1919.



5 000 m²

de superficie
consacrée
à la vente



19 points
de restauration

2 cuisines
professionnelles
aménagées pour
les cours
didactiques

10 000 produits
en vente

352 employés

**Ouvert de
10 heures à minuit**
tous les jours

10 caisses
à la sortie

+ une vingtaine
dans les points
de restauration

5 lieux consacrés
à la production
artisanale en direct

40 M€
d'investissement
pour le rachat et
la reconstruction
de l'espace



VENTE ET DÉGUSTATION SUR PLACE
Chaque famille alimentaire dispose
d'un comptoir de vente au détail et
d'un point de restauration spécialisé.

À LA PIÉMONTAISE
Au rez-de-chaussée, on
peut notamment savourer
les glaces piémontaises
de la «Gelateria Alpina».

Conçu pour proposer au grand public des produits d'excellence à des prix démocratiques, Eataly s'est transformé en quelques années en un «Disneyworld» de la gastronomie, où le spectacle au sein du magasin est devenu tout aussi important, si ce n'est plus, que la qualité du produit. En témoigne le dernier point de vente, Eataly Smeraldo, qui a ouvert le 18 mars en plein centre de Milan, dans un ancien théâtre. De cette salle historique, il ne reste rien, hormis les quatre colonnes du hall d'entrée, et les photos géantes de quelques-unes des stars qui ont fait vibrer ces murs, de Ray Charles à Bob Dylan. Mais le patron d'Eataly, Oscar Farinetti, s'est inspiré des lieux pour rendre son enseigne plus attrayante. «*Au spectacle de la nourriture, nous ajoutons celui de l'esprit, avec de la musique jouée en direct tous les soirs. Nous voulons recréer la culture populaire du théâtre du XVIII^e siècle*», explique l'inventeur de l'enseigne. Une scène circulaire surplombant le magasin a été aménagée, où les artistes se produiront devant les clients en train de manger ou de faire leurs emplettes.

De la restauration rapide à l'étoilé

Depuis l'ouverture du premier magasin à Turin, en 2007, 25 Eataly ont vu le jour, de New York à Tokyo, Dubaï et Istanbul, avec toujours les mêmes principes de base : chaque typologie alimentaire dispose d'un comptoir de vente au détail, de linéaires classiques avec les produits confectionnés et d'un point de restauration thématique, ainsi que des panneaux didactiques. Les fournisseurs, triés sur le volet, offrent toutes les garanties sur la filière du produit. Près de 20% de l'offre proviennent d'une vingtaine de petites industries agroalimentaires au savoir-faire artisanal, rachetées par le groupe. Une grande attention est portée aux produits locaux et aux filières courtes. La formule a toutefois évolué au fil des ans. Pour rendre les magasins plus attractifs, les points de restauration ont doublé, allant de la restauration rapide (pizza, sandwicherie...) au restaurant 1 étoile, tel l'«Alice» de Viviana Varese, inséré pour la première fois dans un Eataly, à Milan. La préparation des aliments en direct est davantage mise en scène, parfois au détriment de la qualité. Les sponsors sont partout, telle la banque Unicredit, dont le nom apparaît en grosses lettres dès l'entrée. Enfin les grandes marques, autrefois bannies, ont fait leur apparition ici et là, tandis que le bar principal d'Eataly Smeraldo a été confié à Lavazza, premier producteur de café au monde et leader dans la grande distribution italienne... ■

AGATHE MÉLÈSE, CORRESPONDANTE EN ITALIE



Musica!

Pour préserver l'identité du Teatro Smeraldo, une scène circulaire surplombant le centre du magasin offrira tous les soirs un spectacle ou un concert à ses visiteurs.

« Eataly n'est pas une chaîne. Nous ne sommes ni Starbucks ni McDonald's ! Nos enseignes ont des valeurs en commun, mais chacune d'entre elles a son propre caractère et sa spécificité. »

Oscar Farinetti, fondateur et patron d'Eataly

