

Uma receita autêntica de sucesso baseada na tradição da gastronomia italiana com uma pitada de inovação

# Made in Eataly

**U**ma boa ideia, um longo período de análise, uma tenacidade incurável, perspectiva para o futuro e capacidade de transformar o vinho, não em água, mas em moeda corrente. Foi assim que Oscar Farinetti levou a comida italiana para o mundo com o Eataly, supermercado dedicado inteiramente a alimentos de qualidade.

A empreitada do empresário italiano foi capaz de mudar, em pouco tempo, a forma de vender, comer e consumir alimentos no mundo. “O grande objetivo do Eataly, desde o começo, foi democratizar a comida italiana de qualidade e deixá-la mais acessível para todos”, explica o gerente-geral do Eataly Brasil, Luigi Testa. “Ao mesmo tempo, somos um *experience business* que olha para a comida a 360 graus em três pilares: comprar, comer e aprender.”

Por comprar, entende-se ter à disposição mais de 7 mil produtos na loja. Por comer, escolher um dos restaurantes temáticos para uma refeição e, por fim, aprender em um dos cursos de cozinha da Scuola di Eataly e em seus eventos. **A rede nasceu em Turim, na Itália, e hoje, com tamanho sucesso,** traz ensinamento de perseverança para pequenas empresas e também demonstra que a tradição pode – e deve – caminhar de mãos dadas com a inovação.

“Nunca desistir.” Foi com essa frase que Farinetti deu início ao período de análise realizado de 2004 a 2007 antes de abrir sua primeira loja. Nessa etapa, ele e sua equipe se concentraram em preencher a lacuna da boa alimentação,

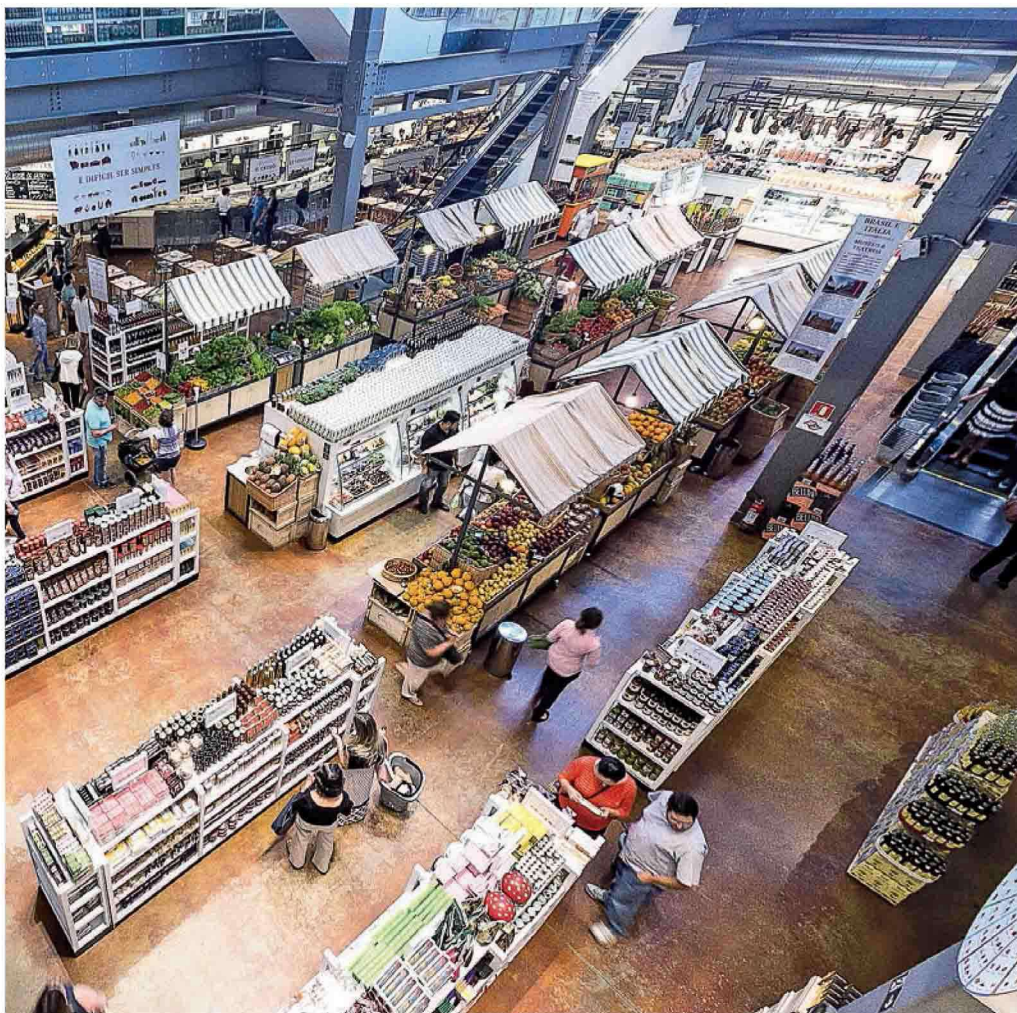


**UNIDADE EM SÃO PAULO** é a única da América Latina. Loja conta com 4.500 metros quadrados, três andares e sete restaurantes

*A rede conta com unidades espalhadas pelo Japão, pelos EUA, pelos Emirados Árabes e pela Turquia, além da Itália e de São Paulo*

aproveitando a gastronomia variada que sua terra natal oferece e a grande demanda por ela no mundo todo. Dessa premissa surgiu a necessidade de descobrir possíveis produtores, compreender a imensa biodiversidade local e, acima de tudo, trabalhar duro para transformar a complexidade em simplicidade. “A coisa mais difícil é ser simples”, contou Farinetti, em entrevista para o site *Business Insider*.

Mas onde está a simplicidade em um empreendimento que nasceu com 11 mil metros quadrados em três andares, oito restaurantes temáticos (incluindo



## Eataly São Paulo

Se na Itália a marca reúne um grupo de pequenos produtores que atuam em diferentes setores de alimentos e vinho, como a Pasta di Gragnano; a água dos Alpes Marítimos do Piemonte; o vinho das regiões do Piemonte e Vêneto; o azeite da Ligúria; e na carne, frios e queijos tradicionais de várias partes da Itália, no Brasil a mesma filosofia foi adotada.

O açougue oferece carne de duas raças bovinas, a hereford, de um criador do Rio Grande do Sul, e a razza piemontese, criada por encomenda numa fazenda familiar, em Avaré. Já os queijos da Tuttolatte são feitos diariamente e *in loco*, à vista do freguês. As verduras orgânicas são produzidas pela Santa Adelaide, que colhe cerca de 80 tipos diferentes de verduras e legumes na região de Bragança, interior de São Paulo. “Temos um relacionamento muito forte com os nossos produtores e sempre os convidamos para trazerem novidades e degustações na loja”, informa Testa.

Dessa forma, é possível eliminar intermediários e priorizar produtos locais, fazendeiros, peixeiros, açougueiros, padeiros e queijeiros. Além do esquema de distribuição, jantar em um dos restaurantes do Eataly também faz parte da experiência.

“Nós seguimos o padrão internacional, que é um dos conceitos do Eataly: tudo o que você pode comprar na loja, você pode comer nos restaurantes, e tudo o que você come nos restaurantes, também encontra na loja”, confirma Testa. “Os restaurantes exploram os ingredientes que vendemos no mercado nas nossas melhores receitas.”

o Guido per Eataly que, em poucos meses de vida foi premiado com uma estrela *Michelin*), dois bares e uma sorveteria?

Em declaração para a imprensa italiana, Farinetti revelou que a simplicidade do Eataly está na aposta em reduzir a cadeia de distribuição. “É isso. O Eataly preza a simplicidade. O ‘comer bem para viver melhor’. A simplicidade vem do trabalho dos pequenos produtores com quem trabalhamos no dia a dia e da qualidade dos produtos que escolhemos, junto com a simplicidade das receitas elaboradas e o uso de ingredientes saborosos”, contou Testa.

Antes de inaugurar sua matriz, o Eataly descomplicou a distribuição com a criação e compra de ações de empresas de alimentos e bebidas. E, atualmente, detém ou é parceiro de mais de **19 empresas que produzem ou distribuem alimentos italianos** de alta qualidade.

*Essas empresas fornecem 25% dos produtos da mercearia, enquanto os outros 75% são fornecidos por mais de 2 mil produtores*



FOTOS: DIVULGAÇÃO

FUNDADOR DA REDE, Farinetti deu nova roupagem à gastronomia italiana



O fato de poder replicar em casa a alta gastronomia italiana a partir de aulas de culinária, degustações, encontros com chefs renomados, grandes adegas e artesãos, além de eventos gratuitos em geral, também faz sucesso entre clientes.

### Um lar longe de casa

Com a logística como pré-requisito, todas as lojas da rede primam pela escolha acertada de sua estrutura e atmosfera aconchegante. Na filial brasileira, inaugurada em 2015, a primeira loja da rede na América Latina, não é diferente.

Em seus 4.500 metros quadrados, três andares e sete restaurantes temáticos, os funcionários dão informações precisas sobre produtos, além de pronunciarem palavras em italiano com perfeição – feito que se deve à vinda de uma equipe da matriz para treinar os colaboradores. “A nossa comunicação *in store* é clara, verdadeira e até um pouco irônica”, contou o gerente-geral.

E, mesmo para quem não leva nenhum dos 7 mil produtos à venda para casa, o Eataly oferece um “show” promovido pelos pizzaiolos napolitanos que preparam, à vista dos clientes e com movimentos coreografados, pizzas de fermentação natural. A produção da muçarela fresca artesanal da Tuttolatte também atrai olhares e desperta a curiosidade de quem passa por lá.

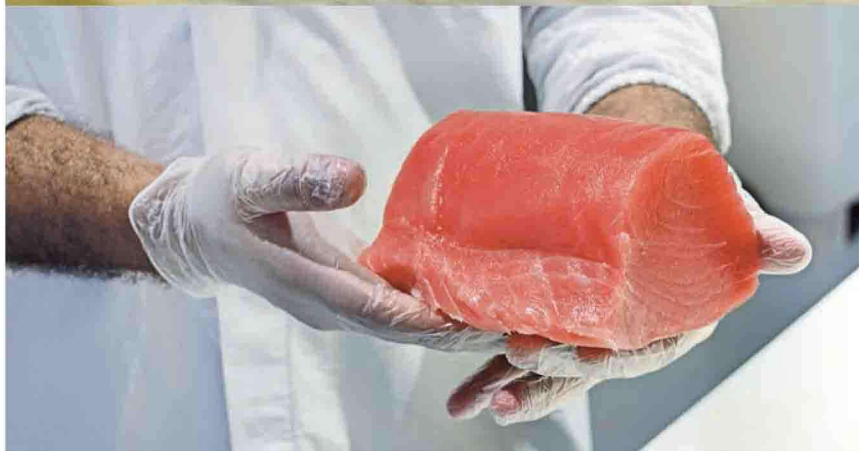
Assim como as outras 34 lojas, o empreendimento paulistano é organizado de forma a permitir a transição fluida do supermercado para os restaurantes, da queijaria para os bares de vinho e assim por diante. Das verduras

e frutas aos laticínios, passando por embutidos, carnes em geral, peixes, massas frescas, pães até a curadoria de clássicos italianos como os chocolates Caffarel, a prateleira de torrões, a seção de azeites, de cervejas e as peças de design da renomada Alessi, tudo ali foi escolhido a dedo para proporcionar uma experiência global para os clientes. “Com certeza, os clientes se sentem em casa quando visitam as nossas lojas”, falou Testa. “E o nosso segredo está em acolher as pessoas de um jeito informal.”

A experiência, nesse caso, faz a diferença. Por trás do empreendimento brasileiro estão três grupos de sócios – os brasileiros donos do St Marche, Victor Leal e Bernardo Ouro Preto; os sócios do Eataly americano, entre eles os chefs-celebridades Mario Batali, Joe e Lidia Bastianich; além do grupo de Farinetti. Todos com know-how de sobra na área de alimentos.

### A origem

Nascido em Alba, região do Piemonte, ao norte da Itália, em 24 de setembro de 1954, Farinetti é filho de um empresário e ex-vice-prefeito socialista da sua cidade. Depois de terminar o colegial, matriculou-se na Universidade de Turim para cursar economia e negócios. Nessa mesma época, tornou-se amigo de Carlo Petrini, precursor do movimento Slow Food que, segundo Farinetti, foi a primeira pessoa que o fez entender que a alimentação é o único bem de consumo que entra, literalmente, em nosso corpo, e, por isso, é o mais importante de todos. A amizade entre Farinetti e Petrini foi determinante para a história do Eataly.



**VARIEDADE DE ITENS**  
diferenciados é  
destaque na rede



FOTOS DIVULGAÇÃO

## Curiosidades do Universo Eataly

- O Eataly Milão, na Itália, fica em um prédio que antes funcionava o teatro Smeraldo. A estrutura mantém o palco do teatro que recebe apresentações com artistas locais;
- O Tour di Eataly, passeio guiado realizado dentro da loja, só existe em dois lugares: São Paulo e Milão;
- Não é qualquer fornecedor que pode expor seus produtos por lá. O propósito do Eataly é reunir em um só local marcas fortes e premium;
- O Eataly São Paulo é o único com um “bar de frutas”. Isso por conta da diversidade brasileira nesse quesito;
- O Eataly São Paulo é o lugar que comercializa o maior número de variedade de tomates;
- A peixaria do Eataly São Paulo não tem cheiro de peixe! Isso porque são vendidos apenas peixes do dia. O que não é vendido é usado nos restaurantes locais;
- O restaurante Brace, no terceiro andar do Eataly São Paulo, tem uma adega de cervejas artesanais, feitas apenas para o consumo local;
- A Nutella vendida na loja paulistana foi feita especialmente para o Eataly e leva o nome da cidade no rótulo.

No entanto, depois de dois anos de faculdade, Farinetti abandonou os estudos para dedicar-se ao negócio do pai, o supermercado UniEuro, fundado na segunda metade dos anos 1960. O empenho do jovem encarregado de cuidar da seção de eletrodomésticos do supermercado o ajudou a transformar o estabelecimento em uma rede de distribuição de importância nacional, cujo slogan era O Otimismo É o Perfume da Vida.

A confiança na vida o fez dar um salto para, em 2002, fazer o primeiro rascunho do que viria a ser a primeira loja em Turim. Nesse mesmo ano, a indústria alimentícia começou a dar mais atenção para as empresas e as marcas que se preocupavam com a qualidade de produtos e a sustentabilidade ambiental.

Farinetti, inspirado pelos ideais do amigo Petrini, que pregava a oposição ao modo de vida contemporâneo,

*O parque vai ocupar uma área de 80 mil metros quadrados e terá 25 restaurantes, 40 lojas e diversas oficinas, além de 11 mil metros quadrados dedicados à agricultura e pecuária*

pegou carona no sucesso da Slow Food e deu ainda mais força ao movimento de resgate de alimentos feitos como antigamente e até no tempo em que gastamos para realizar as refeições. “As massas do Eataly são boas, porque levam tempo para secar. Um presunto bom precisa ser feito devagar, assim como um pão ou qualquer outro alimento”, contou Farinetti, em uma entrevista para o site italiano *Newsfood.com*. “A única agilidade que eu considero válida é para tomar decisões”, enfatiza.

### *Piano, piano, se va lontano*

“O Eataly em São Paulo está tendo muito sucesso, porém, por enquanto, não temos planos de crescimentos confirmados”, afirmou Testa, quando perguntado sobre uma nova loja na capital na região da Paulista.

Enquanto São Paulo não recebe um novo Eataly para chamar de seu, a nova aposta do grupo para 2017 é o **parque temático FICO Eataly World, na Bolonha, Itália**.

No local também haverá espaços educacionais, com tours interativos que usam realidade virtual para falar, por exemplo, sobre a produção de alimentos no mundo, a relação do homem com o fogo e o futuro da alimentação humana – este, desenvolvido em parceria com o Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT). 