

Fico Eataly World

La vitrine géante de l'alimentation italienne



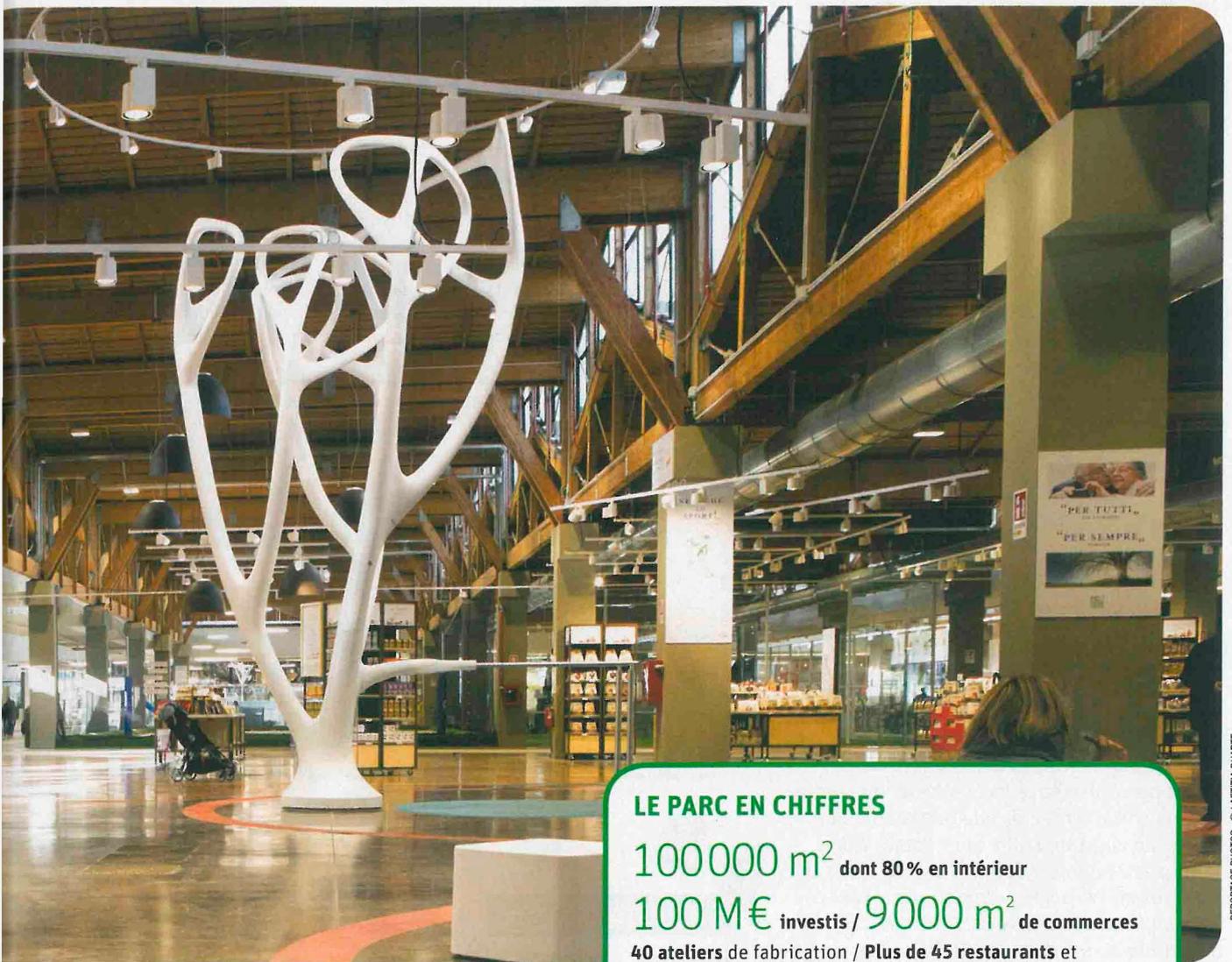
Ce « parc agroalimentaire » est un lieu et un concept unique à tous points de vue.

LSA vous emmène en visite guidée à Bologne, dans ce parc d'un nouveau genre dédié à l'alimentation italienne sous toutes ses formes, de la fabrication à la restauration.

Oscar Farinetti, fondateur de la chaîne à succès Eataly, est l'un des instigateurs d'un projet un peu fou qui a pris forme mi-novembre 2017 avec l'ouverture de Fico Eataly World, à Bologne. Sur 100 000 m², un véritable parc entièrement dédié à l'alimentation italienne a vu le jour. Ces anciennes halles occupées par des grossistes en fruits et légumes ont été transformées en un immense espace en forme de L, qui regorge de restaurants et d'ateliers, avec un point commun : la nourriture et le savoir-faire italiens.

Cet univers, qui n'est pas vraiment un parc d'attractions, ni un centre commercial *stricto sensu* est une sorte d'hybride de tout cela, avec une volonté d'insuffler un esprit ludique. D'ailleurs, pour parcourir les lieux, des triporteurs sont mis à disposition gratuitement. Ici, un bar à mortadelle, plus loin une démonstration de confection de pâtes fraîches... La quasi-totalité des cuisines du pays sont représentées : parmigiano reggiano, vinaigre balsamique de Modène, charcuteries, fromages, produits de la mer, etc. Il y en a pour tous les goûts, sauf peut-être pour les végétariens qui resteront un peu sur leur faim.





LE PARC EN CHIFFRES

100 000 m² dont 80 % en intérieur

100 M€ investis / 9 000 m² de commerces

40 ateliers de fabrication / Plus de 45 restaurants et kiosques pour manger et boire / 200 animaux et 2 000 plants variés exposés à l'air libre / 6 millions de visiteurs annuels attendus (objectif 2020) dont 2 millions d'étrangers

Le géant des produits laitiers Granarolo a installé une véritable usine miniature et vend yaourts, lait frais et fromages réalisés sur place. Le spécialiste de la pâtisserie Balocco façonne, lui, ses pandoro et mini-panettone derrière de grandes baies vitrées. Avec des animaux et des plants végétaux présentés à l'extérieur de l'immense halle, Fico Eataly World présente littéralement l'alimentation de la fourche à la fourchette. D'ailleurs, Fico est l'acronyme de Fabbrica Italiana Contadina, autrement dit «L'usine paysanne italienne». «*Nous voulons que les visiteurs comprennent l'origine des produits et comment ils sont fabriqués. Et ici, on peut tout goûter*», nous précise la direction. La première semaine, 120 000 visiteurs ont arpenté les lieux, ouverts tous les jours jusqu'à

Qui est Eataly ?

Contraction des mots Eat et Italy (manger et Italie), Eataly est avant tout une chaîne plutôt haut de gamme. Elle regroupe tout ce que le pays fait de bon à boire et à manger. L'offre fait la part belle aux petites exploitations, aux PME et aux produits haut de gamme. Ce concept est né dans l'esprit d'Oscar Farinetti en 2004, et il aura fallu trois ans pour aboutir au premier magasin, ouvert à Turin en 2007. Le réseau compte aujourd'hui près de 40 points de vente dans le monde, dont la moitié en Italie, avec un chiffre d'affaires estimé à 500 millions d'euros en 2016. L'enseigne n'est pas encore présente en France, mais le quartier parisien du Marais doit accueillir Eataly cette année, via un partenariat avec les Galeries Lafayette.



■ ■ ■ ■ ■ minuit. En 2020, la direction table sur une fréquentation de 6 millions de personnes par an, dont 2 millions de touristes étrangers. Pour atteindre ce chiffre, Eataly mise aussi sur les ateliers où l'on peut confectionner des spécialités pour environ 20 € la session. Il est même possible de partir à la recherche de l'or noir à l'aide d'un chien truffier.

En phase de rodage

En parallèle, le parc a prévu un espace de congrès pour les professionnels, mais aussi des salles de classe pour accueillir les écoles et des espaces de divertissement afin de gommer l'impression de centre commercial. «*Il faut saluer l'ambition et l'originalité du projet dans son ensemble. Le patrimoine culinaire est bien mis en valeur*», souligne Frank Rosenthal, expert en marketing du commerce. Il a, lui aussi, arpenté les allées du parc, et noté quelques points à améliorer. «*D'habitude, la philosophie d'Eataly tient en trois mots: Eat, Shop, Learn. Le premier aspect est très bien travaillé. Le côté marchand est, lui, perfectible, et je suis réservé sur la facette apprentissage et découverte. La partie extérieure du parc est assez décevante.*» Les plâtres tout juste essuyés, Eataly World est encore en phase de rodage. La dimension didactique reste peu visible. «*Nous devons encore homogénéiser le tout, entre les cours et les circuits éducatifs*», concède Sebastiano Sardo, chargé du choix de l'offre pour Eataly World. Depuis les premières ébauches, les plans ont d'ailleurs été bousculés. «*Initialement, nous voulions implanter 16 restaurants thématiques, mais cela aurait donné de trop grandes unités, impersonnelles*», poursuit celui qui se voit comme un «*prêtre*», chargé d'évangéliser les partenaires dans le choix des produits et des mises en scène. Ainsi, on ne trouvera pas de Coca-Cola, mais du Mole Cola, une boisson élaborée à Turin. Le parc est constellé de petits stands en libre-service, à régler à la sortie. Si l'accès est gratuit, les fondateurs du parc (détenu à parts égales par Eataly et Coop, le premier distributeur du pays) n'ont pas négligé sa vocation commerciale, avec un parcours imposé de type Ikea: une seule entrée, et une seule sortie, avec une grande boutique, le Gran Bazar, qui clôt la visite. Le lieu présente aussi des grandes marques italiennes, notamment de design (Alessi) ou d'accessoires culinaires. Le circuit se termine, après les caisses, par un imposant bureau de poste. Une idée pas si incongrue, qui permet d'envoyer dans le monde entier ses achats, et de continuer à faire rayonner la cuisine italienne. ■

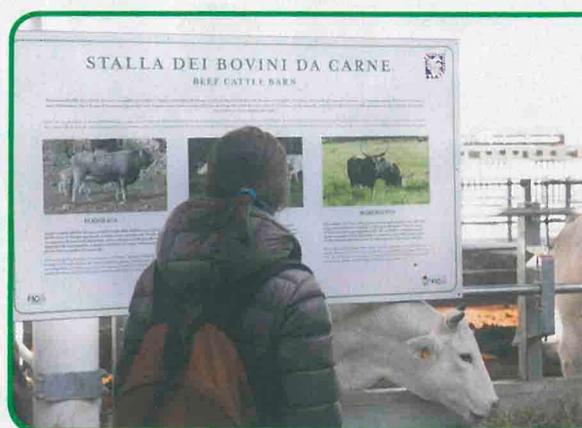
MORGAN LECLERC, ENVOYÉ SPÉCIAL À BOLOGNE

L'ÉDUCATION

La connaissance sous toutes ses formes

Par rapport à un parc d'attractions classique, Fico Eataly World a prévu une dimension didactique, pour mettre en scène l'origine des aliments. En extérieur, on trouve ainsi des animaux dans de petites zones de pâturage et des plants de fruits et légumes. À l'intérieur, six circuits éducatifs (payants, à 2 € l'unité) évoquent les interactions entre l'homme et le feu, la terre, la mer, les animaux, le vin et le futur. Et chaque jour, plus de 30 événements et 50 cours différents ont lieu dans des salles et ateliers dédiés. Sans oublier, sur l'ensemble du site, des panneaux d'information sur l'histoire des produits et des procédés de fabrication.

De nombreuses races d'animaux, notamment locales, sont exposées en extérieur (vaches, moutons, poules), dans un esprit très «*Salon de l'agriculture*», avec panneaux explicatifs.

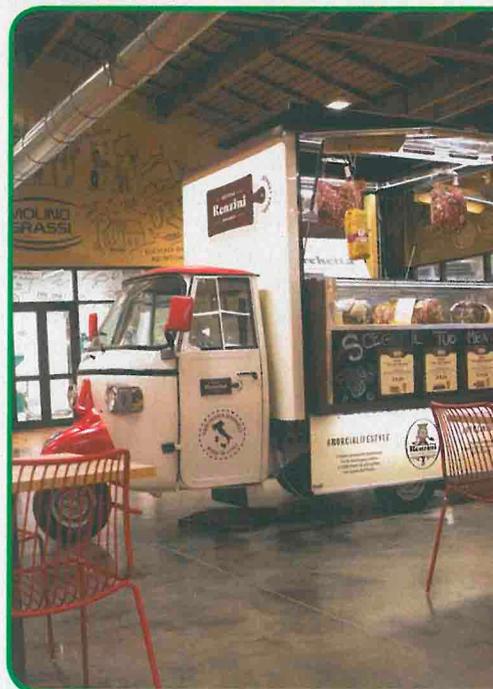


▼ Quoi de plus typique qu'un triporteur Vespa façon food truck ?

LA RESTAURATION

Difficile de ne pas se régaler

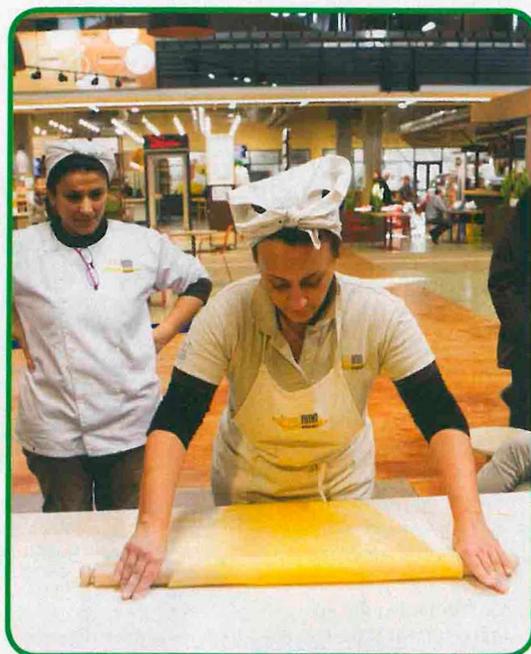
Évoquer l'excellence italienne en matière d'alimentation, c'est bien. Pouvoir le constater avec ses papilles, c'est mieux ! Pour cela, environ 45 points de restauration et de boisson sont à disposition, couvrant la quasi-totalité des spécialités de la péninsule : pâtes, charcuterie, produits de la mer, pizza, fromage, spécialités de fritures, etc. Chaque restaurant a sa propre identité, tout comme les stands de confiserie, glace ou chocolat. Ici, on peut tout voir et tout goûter, en petites ou grosses quantités, avec des produits frais travaillés sur place.



L'événement

▶ La fabrication de pâtes fraîches devant les visiteurs est plus parlante que n'importe quel discours.

◀ Des plants de vignes (la grande passion d'Oscar Farinetti, fondateur d'Eataly), de fruits et légumes et des serres sont accessibles au public.

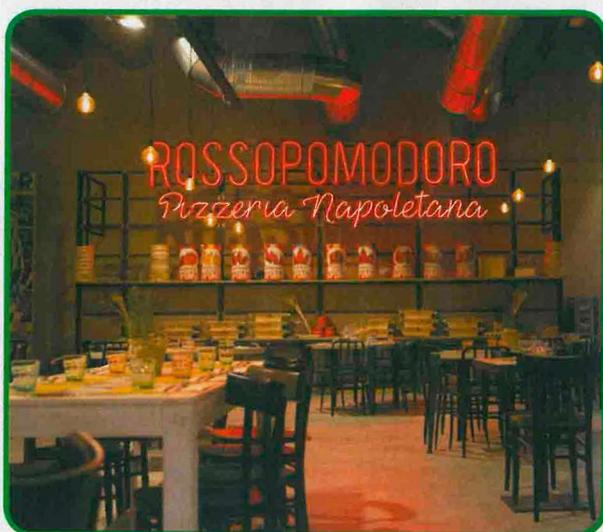
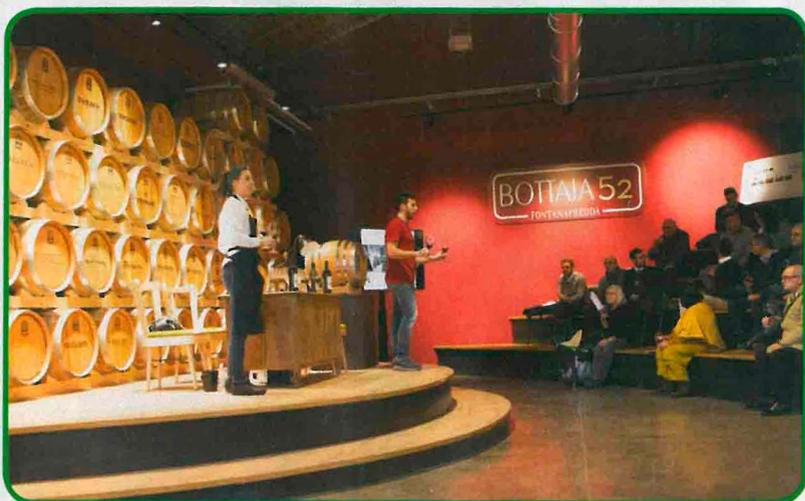


REPORTAGE PHOTOS © LAETITIA DUARTE

◀ Devant un auditoire attentif, des cours de découverte et de dégustation de vins et de cépages sont organisés dans un auditorium au décor adéquat, ouvert sur le parcours de circulation.



© BETTY IMAGES



▶ Chaîne de restaurants créée à Naples et faisant la promotion de la cuisine populaire napolitaine avec de bons ingrédients (dont la fameuse pizza), Rossopomodoro a obtenu le droit de s'installer dans le centre.

▶ Un bar à fromage propose des accords avec des vins, tout en jouxtant un atelier de fabrication.



▶ Restaurant de viandards, la Macelleria (la boucherie) offre un bel étal de boucher et un stand de grillades. D'une manière générale, les végans ne sont pas à la fête à Fico.





LA FABRICATION

L'ère de la transparence

Pour comprendre comment sont élaborés les produits, Fico n'a pas lésiné sur les laboratoires. À travers des baies vitrées, le visiteur peut observer le fonctionnement d'une quarantaine de petites unités de production qui sont autant d'usines miniatures, pour la réalisation de jus de fruits, de fromages, de pâtisseries. Il peut également participer, moyennant inscription et paiement, à certains ateliers (fabrication de glaces, de pâtes) et cours (prise de photos culinaires par exemple).



▲ Carpigiani, une célèbre marque de glaces, dispose d'un atelier pour produire sur place toute une gamme de crèmes et desserts glacés.



◀ La réalisation des sauces jouxte un restaurant, si l'envie de manger devient trop forte.



▶ Grande coopérative laitière dont le siège est à Bologne, Granarolo a installé une mini-usine où s'élabore une grande variété de produits vendus sur place.



REPORTAGE PHOTOS © LAETTIA DUARTE

▶ Cette entrée très luxueuse est celle de l'espace dédié au parmigiano reggiano, autrement dit le parmesan. Dans une décoration très épurée, on trouve un espace restauration, mais aussi des morceaux de fromage affinés jusqu'à dix ans.



▲ Une cave à maturation trône dans un restaurant, suivant le principe de montrer le produit sous toutes ses facettes.



▼ Les charcuteries sont particulièrement photogéniques et sont présentées en abondance.



▲ Du vin tout en rondeur, des empilements de caisses de grandes bouteilles ou encore 100 crus disponibles au verre dans un restaurant spécialisé. L'espace dédié à la vigne et au vin est particulièrement riche.



LA THÉÂTRALISATION

Du très beau pour le très bon

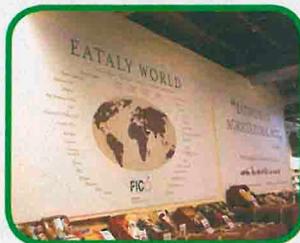
La diversité de l'offre alimentaire italienne se ressent dans la mise en scène des différents espaces du parc. Amoncellement de fruits et légumes ou cathédrale de jambons secs suspendus à des poutres de bois, chaque restaurant ou stand se différencie des autres. Quoi de plus normal, quand l'éventail des victuailles s'étend de la polenta du Nord jusqu'aux sfogliatelle de Campanie (des pâtisseries fourrées de crème). Pour relier tous ces stands, un fil rouge s'étend de part et d'autre de Fico avec une piste cyclable intérieure empruntée en permanence par les visiteurs, qui participe à la singularité des lieux.

L'événement

Une véritable librairie Coop est implantée dans Eataly World, sur le modèle de celles installées par l'enseigne dans les centres-villes et les centres commerciaux.



▲ Le Gran Bazar, en fin de parcours, offre des milliers de références alimentaires, des box cadeaux et des accessoires, dans un esprit très classique qui n'est pas vraiment à la hauteur du reste.



◀ Codétenteur du parc, Eataly ne rate pas l'occasion de rappeler l'existence de son réseau de magasins dans le monde entier. Il y en a même un petit dans le centre de Bologne qui partage ses locaux avec une librairie Coop.

◀ Tout au long de l'allée centrale, des kiosques permettent des achats d'impulsion : marques locales, rafraîchissements, ou comme ici, fruits et légumes frais.



LE COMMERCE

Un lieu de détente, de dégustation et de vente

Eataly World est certes un espace dédié à la biodiversité et à l'alimentation, mais il n'élude pas le commerce pour autant, avec plusieurs boutiques. Au fil du parcours, plusieurs marques faisant partie du patrimoine culinaire italien ont droit de cité, et proposent leurs spécialités à payer sur place. Mais le point d'orgue final se nomme le Gran Bazar, qui clôt la visite. Avant de sortir de ce parc alimentaire, passage obligatoire par cet espace qui a tout du supermarché moyen/haut de gamme. Il emprunte les codes des magasins Eataly mais sans la restauration, avec un condensé des spécialités du pays, et regroupe des marques pointues.

LA TRADITION

Toutes les facettes culinaires de l'Italie

Dès l'entrée du parc, un mur végétal de pommes rappelle opportunément au visiteur que sur les 1 200 variétés recensées en Europe, 1 000 sont d'origine italienne. Et dans le pays, les produits labellisés ne manquent pas. La mise en avant de ce patrimoine est l'une des raisons d'être de Fico. La mortadelle de Bologne (IGP) trône dès l'entrée, mais n'est qu'une des nombreuses spécialités. Le vinaigre balsamique de Modène, dont les prix peuvent être affolants, fait aussi partie des expériences gustatives. Mais le parc réserve une petite place à d'autres types de savoir-faire, avec une boutique de vélos Bianchi, une marque italienne renommée qui a mis au point le vélo officiel du parc.



▲ La richesse alimentaire italienne se découvre et se déguste, comme ici avec le vinaigre balsamique de Modène et ses grands crus, dont les prix peuvent atteindre des montants extravagants.



▲ Un stand est dédié au porc noir, décliné sous toutes les formes et préparations de charcuterie.

▶ La marque de sirops et préparations de fruits Fabbri, fondée en 1905, fait goûter ses produits célèbres dans le pays pour leur emballage en céramique blanche et colorée, dont une énorme reproduction a été réalisée.

