



MANGIARE E' UN ATTO AGRICOLO
Wendell Berry

Il primo gesto agricolo lo compie il consumatore: scegliendo ciò che mangia
La filosofia di Eataly

Eataly apre il primo punto vendita a Torino il 26 gennaio 2007, con l'intento di percorrere una nuova via nel mondo della distribuzione dei prodotti agroalimentari di alta qualità, ispirandosi a parole chiave quali sostenibilità, responsabilità e condivisione. Il nostro obiettivo è dimostrare che è possibile offrire a un pubblico ampio cibi di qualità a prezzi ragionevoli comunicando, al tempo stesso, i metodi produttivi, il volto e la storia di tanti produttori che costituiscono il meglio dell'enogastronomia italiana. Il progetto, che oggi conta altri punti vendita (Milano, Bologna, Pinerolo, Asti, Tokyo e presto New York), desidera smentire l'assunto secondo il quale i prodotti di qualità sono 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 ligure di Ponente alla carne bovina di razza Piemontese, e ancora salumi e formaggi della tradizione piemontese e italiana. Eataly propone dunque il meglio delle produzioni artigianali a prezzi sostenibili, 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. Adottando questa filosofia si tende ad 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. I canali di diffusione di tali idee comprendono da un lato l'offerta dei prodotti, sia sotto forma di distribuzione che sotto forma di opportunità di ristorazione, e dall'altro l'offerta relativa alla didattica, articolata in corsi di cucina, degustazioni, incontri con grandi chef, con le grandi cantine o con gli artigiani, didattica gratuita per i bambini e gli anziani. Quest'ultimo aspetto riassume la vera originalità di Eataly e costituisce 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". Ed è proprio nel segno di questa tendenza al "nuovo vivere" che si registrano gli attuali cambiamenti socio-culturali che testimoniano i valori in cui crediamo: cosa mangiamo, come ci vestiamo, quale musica ascoltiamo, di quali cose, colori e forme ci circondiamo. E' così che il Museo del Design Galliano Habitat esce da schemi cristallizzati e diventa un modo di concepire identità storico-culturale del design e della società. E' così che Eataly riconosce le proprie motivazioni nell'adesione al progetto del Museo del Design GH e della filosofia del pensiero green di cui diventa naturale referente. Da oggi insieme per un percorso territoriale di sviluppo armonico e crescita del buon vivere, di un approccio olistico alla sostenibilità e allo Slow... Living! Come Eataly con Made in Carcere il Museo del Design GH sostiene la creatività dei soggetti disagiati. Attraverso il progetto espositivo *Secluded Talents* attualmente in essere presso la sede museale di via Pietro Micca 12 a Torino, sono presenti in mostra alcuni dei grembiuli utilizzati per la cartella stampa di quest'oggi. I grembiuli sono prodotti artigianalmente da: Officina Creativa, Carcere femminile di Lecce, progetto "Made in carcere". Referente: Luciana Delle Donne: info@lucianadelledonne.it

Eataly – alti cibi

PRESS: press@eataly.it; +39 011 19506806; INFO BOX: infobox@eatalytorino.it; +39 011 19506801
www.eataly.it