

«Racconteremo le vostre eccellenze»

Incontro con Oscar Farinetti di Eataly, che aprirà a Piacenza il 30



Festival della mente di Sarzana

di DONATA MENEHELLI

Oscar Farinetti a Piacenza è ormai di casa. E ormai è stato ribattezzato Mister Eataly, come la rete multinazionale di punti vendita e ristorazione agroalimentare da lui inventata, che presto (il 30 settembre) aprirà anche a Piacenza, alla Cavallerizza. Il sorriso di questo piemontese doc amante dell'Italia intera, tornerà tra i piacentini per il taglio del nastro e poi ancora il 10 ottobre per la Coppa d'Oro. Intanto noi lo abbiamo incontrato sabato scorso al *Festival della mente* di Sarzana, dove è intervenuto per la prima volta, invitato dalla moglie dell'amico sarzanese, il velista Giovanni Soldini. Abbiamo giocato con Farinetti chiedendogli di autodefinirsi e poi di definire

presente e futuro dell'impresa italiana, riprendendo il tema del suo intervento pubblico: "Il più rimane da fare, per questo il futuro è meraviglioso".

Mercante o imprenditore?

«Mercante tutta la vita. Io compro cose e le vendo, raccontandole. Perché se un prodotto non è narrato, non vale niente».

Locale o globale?

«Tutte e due. Bisogna fare l'esatto contrario di quello che ti insegnano nelle scuole di marketing. Si tratta di conoscere a livello locale per agire a livello globale. L'Italia è campione di biodiversità. Siamo un microclima unico al mondo, grazie ai venti che si incrociano sulla nostra penisola. Come diceva la canzone di Bob Dylan: *The answer is blowing in the wind*».

Sognatore o utopista?

«Utopista, ma per me la parola non deriva da utopia (nessun luogo) bensì da eutopia: buon luogo, luogo meraviglioso. Non sono un ingenuo. So che l'uomo è egoista di natura, ma penso che possa gestire l'egoismo e dividerlo. Perché ci fa stare bene farlo».

Ottimista, sempre? (Farinetti è stato colui che scelse il poeta

Tonino Guerra e lo slogan "L'ottimismo, il profumo della vita", per la sua rete di vendita

Unieuro).

«Sì, anche se essere ottimista per me non è pensare che i problemi non esistano, ma sapere che si possono trovare le soluzioni».

Semplice o complesso?

«Io amo dire: *it's difficult to be simple*. Penso che per l'Italia ci siano poche semplici mosse da fare: sacrifici per tutti, investimento sulla nostra biodiversità.

Il problema è che qualcuno deve iniziare, anche se siamo tutti responsabili e nessuno è innocente. Bisogna dare il buon esempio, sul fronte dei sacrifici. E penso che tocchi ai politici cominciare. Le rivoluzioni possono anche iniziare dall'alto».

Come un bravo "prof", di fronte alla piazza d'armi della Fortezza di Sarzana zeppa di persone, Farinetti si arma di lavagna e pennarello per riassumere «una cosa molto semplice: il modello virtuoso della società dei consumi lavoro-salario-consumo, si è inceppato. Ed ora siamo dentro un cambiamento epocale: dall'*on land* (sulla terra) all'*on line*. Dobbiamo capire il cambiamento e governarlo».

E così se l'informazione viaggia *on line*, non cade (anzi cresce) il desiderio di contatto fisico, di sapori, odori, colori. Eataly

tiene assieme questa scommessa: è *glocal*; è universale come l'amore per il cibo ma valorizza le eccellenze del territorio, è una formula internazionale ma è calata su ogni realtà in cui nasce.

«Un prodotto non narrato - ribadisce Farinetti - è come un prodotto che non esiste». E così l'Italia: se «non ce la raccontiamo» ci dimentichiamo che tesoro sia. Lui, nella sua brillante *lectio* al *Festival della mente*, ci offre un ripassino: «Non ci rendiamo conto della potenza del Made in Italy nel mondo. Sembra che gli unici a non saperlo siamo noi italiani. Eataly esiste da dieci anni e fa 400 milioni di euro di fatturato, con l'estero che fa la parte del leone».

Oltre ai numeri («che hanno una loro poesia») e alle mosse segnate in lavagna, Farinetti indica anche storie concrete di "successo", nel suo ultimo libro, scritto a quattro mani con Shieru Hayashi: *Storie di coraggio. 12 incontri con i grandi italiani del vino*, Mondadori Electa. Non solo quindi parole scritte col pennarello, ma volti, storie, imprese. E l'incontro (concreto) con i piacentini? «Il popolo piacentino è fantastico. Il territorio è fatto di eccellenze, come la coppa. Siete molto bravi a produrre, per la parte del narrare, beh quella la faremo insieme».



Sopra Oscar Farinetti, patron di Eataly. A sinistra l'incontro al *Festival della mente* a Sarzana