

Mimmo Di Marzio

«L'italian food? È un mondo popolato da campioni e furbetti. Tra questi c'è sicuramente Natale (Oscar) Farinetti, il sedicente inventore di Eataly». Ci sono storie che prima o poi vanno raccontate, altrimenti c'è il rischio di scrivere la storia sbagliata. E Celestino Ciocca, manager esperto di brand strategy, ha deciso di scrivere addirittura un libro per svelare le origini del progetto alimentare più dirompente degli ultimi anni, «un brand che oggi vale 300 milioni di euro». Il libro, edito da Lupetti, ha un titolo sibillino: «Eataly mi piace, ma preferisco gli Eatalians». Si perché è importante, scrive Ciocca, partire dall'inizio, cioè da quell'inglesismo accattivante che ha contribuito non poco al successo della catena inaugurata al Lingotto di Torino per poi espandersi in tutto mondo, da New York a Tokyo, ultima tappa Expo 2015.

«Eataly è un marchio che ho inventato io e che ho registrato il 23 febbraio del 2000, tre lustri fa; era il nome di un grande progetto-Paese che avevo studiato e pianificato per sostenere l'intero comparto agroalimentare italiano nel mondo, con lo scopo di farne un volano per lo sviluppo del turismo e del prodotto Italia». Tutto quello che è accaduto dopo, il manager romano lo racconta passo dopo passo nel suo libro, una spy-story all'americana nella giungla delle strategie aziendali, tra copyright, alleanze, gentile agreement e pugnalate alla schiena. «La peggiore di tutte è stata la damnatio memoriae in cui mi ha relegato Farinetti il quale, dopo essersi fatto cedere con astuzia i diritti, mi ha voltato le spalle disconoscendomi perfino la paternità del nome». Malgrado il titolo sornione («Eataly mi piace...») il tono ironico solo a tratti amarognolo, l'intero pamphlet sprigiona il sapore di una grande beffa all'eat...aliana. Anche se, ci tiene continuamente a sottolineare l'autore, tutto si è svolto pienamente entro i confini del diritto.

«Eataly era un progetto ampio e ambizioso che per essere realizzato aveva bisogno di partner privati e pubblici», racconta Ciocca che dopo una carriera in Texas Instruments e importanti società di consulenza, ha sviluppato per vent'anni progetti di brand strategy nel

IL LIBRO In un volume la verità sulla nascita del fortunato brand

«Così l'Oscar dei furbetti si è impadronito di Eataly»

Il manager Ciocca racconta la sua «strana» società con Farinetti «Il marchio era mio, lui mi convinse a cederlo e poi mi emarginò»

settore agroalimentare. «Un bel giorno venni contattato da un'emissaria di Farinetti che mi chiese di vendere il marchio Eataly. Risposi che non era in vendita, ma lui volle ugualmente

STRATEGIA
«Tutto si è svolto nella legalità, ma mi dispiace la damnatio memoriae»

te incontrarmi». Il faccia a faccia avvenne in un circolo di tennis. «Farinetti mi parlò del suo progetto che aveva qualche affinità con il mio ma che, trattandosi sostanzialmente di una catena commerciale in grande stile, differiva profondamente per le motivazioni strategiche». Dal beibe inizio un corteggiamento che, sulle vivide pagine del libro, ricorda molto quello del gatto con il topo. «Farinetti dice - aveva le idee ben chiare e d'altra parte ben sapeva di avere dalla sua le ampie risorse economiche che a me manca-

vano. Mi offrì di collaborare insieme, ma a quel nome vincente, Eataly, non intendeva rinunciare. Era molto più bello di quello a cui aveva pensato lui, che era Eat-Italy». Quale sareb-

be stata la «collaborazione» emerge dai capitoli successivi del libro. «Il progetto-Paese, quello che io avevo studiato per rilanciare un comparto made in Italy assolutamente sottova-

lutato, Oscar lo scartò definendolo troppo complicato. Con la sua verve comunicativa mi convinse a cedergli il marchio, in cambio avrei partecipato all'avventura Eataly come consulen-



CATENA Oscar Farinetti durante la presentazione di «Eataly Smeraldo», a Milano

te; mi sarei occupato della brand strategy: «Semi dal marchio - disse - entri dalla porta principale». Accetta forse troppo generosamente dietro la promessa di ampliare assieme le finalità di quella che ai miei occhi era solo una catena di negozi».

Ben presto però, Ciocca inizia a sentirsi un personaggio scomodo e i rapporti si incrinano allorché, «durante una presentazione pubblica, Farinetti si attribuì la paternità del marchio senza neppure nominarmi. Quando glielo feci notare, mi aggredì dandomi del fallito».

Oggi Ciocca ci riprova e, dopo essersi tolto i sassolini dalla scarpa, mette nuovamente in pista il suo «Progetto-Paese» cambiando lui, sia pur di poco, il nome: da Eataly a Eatalians. Anche stavolta cerca partner pubblici e privati. «Perché? Con la sua catena di supermercati Farinetti ha fatto bingo, ma non ha certo risolto i problemi endemici dell'agroalimentare italiano: che sono soprattutto la scarsa imprenditorialità, la difficoltà dell'export e l'assenza di una politica di sistema. Un esempio: negli ultimi 10 anni l'export delle nostre aziende è cresciuto dell'80 per cento, ma l'«italian sounding», ovvero la domanda di prodotti italiani, è cresciuto del 180 per cento. Il risultato è che nel mondo circola il parmigiano olandese e il salame di Bangkok, mentre negli Stati Uniti il 90 per cento dei sughi di pomodoro in scatola sono italiani solo nel logo...». Il logo appunto.

il caso Gli 007 di mezzo mondo ora sono «disarmati»

Terroristi più liberi senza l'occhio di Hacking Team

Il capo della Polizia Pansa: «Dopo il furto del software-spia inchieste bloccate»

Un grave danno alle inchieste in corso, specie a quelle sul terrorismo, molte delle quali sono state fermate. Questi gli effetti dell'attacco informatico subito dalla società Hacking Team secondo quanto riferito ieri dal capo della Polizia, Alessandro Pansa, al Copasir. La Polizia postale - e non solo - utilizzava dal 2004 il software-spia creato dalla società «spionistica» milanese. «Molte inchieste, ha spiegato il prefetto al Copasir, sono state

bloccate in modo duraturo dopo la pubblicazione in rete del codice sorgente del software della Hacking Team, il cui uso è stato dismesso in seguito all'attacco subito dalla società». Tutto questo mentre ancora si cerca di individuare gli autori del furto informatico.

Tra i problemi sollevati nel corso dell'audizione c'è anche il fatto che al momento nessuna azienda italiana è in grado di fornire un servizio simile a quello

che la Ht metteva a disposizione della polizia e delle altre forze dell'ordine.

È emerso inoltre che società esterne al ministero della Giustizia utilizzavano il software dell'azienda milanese e dunque il Copasir la prossima settimana ascolterà in audizione il ministro Andrea Orlando, oltre ai comandanti generali di Carabinieri, Tullio Del Sette e della Guardia di finanza, Saverio Capolupo. Anche Arma e Gdf, infatti, si servivano

del software Ht per le loro indagini.

Sulla delicata questione, ieri, sono intervenuti duramente il presidente dei deputati di Forza Italia Renato Brunetta e il deputato di Fi e componente della Commissione Difesa della Camera, Elio Vito. «All'audizione del Copasir non partecipa alcun esponente di Forza Italia che, da oltre un anno, è completamente esclusa da questo importante e fondamentale organismo di controllo parlamentare. E questo - hanno detto - è un inaccettabile vulnus ai principi della rappresentanza e della democrazia parlamentare».

» Qui e Ora

di Karen Rubin

Se nessuno conta più i suicidi per la crisi

L'Osservatorio «Suicidi per crisi economica» della Link Campus University ha rivelato che i primi sei mesi del 2015 sono stati i più tragici degli ultimi tre anni.

Il nostro istituto di statistica, l'Istat, non conteggia più questi suicidi dal 2010 ritenendo impossibile stabilirne con certezza la causa. Gli psicologi ricordano che la crisi può esacerbare una situazione depressiva pregressa, ma non può essere l'unico motivo a condurre un individuo al gesto estremo, mentre parlarne, con i toni sensazionalisti dei mass media, può indurre emulazione per un processo d'identificazione con una vittima che aveva le stesse difficoltà. Il sociologo David Phillips lo definì «effetto Werther» rifacendosi al romanzo di Goethe «I dolori del giovane Werther» in cui il protagonista decide di togliersi la vita per-

ché non corrisposto in amore.

Dopo la pubblicazione del romanzo di Goethe, così come accadde per le «Ultime lettere di Jacopo Ortis» di Ugo Foscolo, ci furono molti suicidi tra i lettori.

I metodi di rilevazione usati dalla Link Campus University sono criticati dagli esperti perché a loro avviso il protocollo adottato per la ricerca non avrebbe validità, e cioè la capacità di misurare questa variabile specifica in modo esatto. Eppure tra i suicidi ci sono quelli palesemente riconducibili alla crisi economica. Come quelli di molti piccoli imprenditori che si sono tolti la vita per una cartella esattoriale che non avrebbero potuto pagare. Non è sicuramente una causa univoca e mette in luce una vulnerabilità personale che ha radici più antiche, ma è innegabile che costituisca un fat-

tore scatenante che agisce su uno stato d'animo che avrebbe potuto anche rimanere tale o migliorare con il tempo, e invece si aggrava provocando un evento drammatico.

Non raccontare di queste tragedie umane discrimina i meno resilienti come se il sistema economico non avesse responsabilità e tutto sia riconducibile soltanto a una fragilità individual-



le. Invece ognuno di questi morti richiede una riflessione che ricerchi le cause proprio a partire dalla crisi che ha portato al tragico epilogo. Quelli che decidono di farla finita non vedono la possibilità di ricostruirsi una vita e non hanno trovato nessuno pronto a dare un aiuto e a scongiurare la loro fine.

Il governo non ha potenziato né gli aiuti economici né i servizi di salute mentale per i cittadini in difficoltà lavorative che il silenzio e la censura di certo non salverà. P.A. è un imprenditore che ha chiuso la sua attività costruita da zero e con grande impegno. Racconta che i problemi contingenti incidono pesantemente sulla possibilità di reagire con ottimismo. Mettere in discussione le proprie capacità professionali è molto doloroso. Cambia l'immagine che si ha di stessi e il giudi-

zio degli altri è una condanna perché attribuisce ogni responsabilità a presunti errori di gestione. «I creditori possono minacciare te e i tuoi cari aspettando la paura di non riuscire a far fronte alle necessità della tua famiglia a cominciare dalla sicurezza». Avere una tempra forte conterà, analizza l'imprenditore, ma se il Paese con la chiusura di ogni credito impedisce la possibilità di ripartire, la percezione di essere marchiati come falliti diventa una realtà per il resto della vita. P.A. ricorda come in America a quelli come lui «onesti ma sfortunati» si accorda la possibilità di ricominciare creando le condizioni per riorganizzare la propria attività o un'attività economica alternativa azzardando buona parte dei debiti. «Quelli come me la mattina si alzano presto e vanno al lavoro, facciamo girare l'economia e creiamo occupazione, tagliando cioè le gambe a crisi non si supererà».

karenrubin67@hotmail.com