

# Eataly Paris, le temple Slow Food qui veut s'imposer sur le terrain de Big Mamma

[telerama.fr/sortir/eataly-paris,-le-temple-slow-food-qui-veut-simposer-sur-le-terrain-de-big-mamma,n6218620.php](http://telerama.fr/sortir/eataly-paris,-le-temple-slow-food-qui-veut-simposer-sur-le-terrain-de-big-mamma,n6218620.php)



La chaîne italienne de grandes épiceries installe son premier établissement sur le sol français, à Paris, dans un contexte de frénésie collective rarement observée autour de la cuisine italienne.

En décembre 2013, une foule dense de Parisiens s'agglutinait devant la façade de Burger King à la gare Saint-Lazare pour célébrer le retour en France de l'enseigne américaine de fast food. Cinq ans et demi plus tard, changement de décor, la burgermania s'est essouffée, et c'est au tour d'Eataly, chaîne italienne d'épiceries-restaurants proche du mouvement Slow Food, de s'installer à Paris, dans le Marais, suscitant les mêmes scènes de liesse collective. Le 10 avril dernier, la soirée d'inauguration réunissait tout ce que la foodosphère compte de pique-assiettes et un paquet de célébrités, d'Anais Demoustier à Frédéric Beigbeder.

Cette semaine, il faut attendre trente minutes en moyenne aux heures de pointe — « *à 8h30 du matin, c'est plus dégagé cher monsieur* » nous a-t-on averti dans la file... merci ! — pour espérer entrer dans ce mégastore alimentaire de 4000 mètres carrés, situé derrière le BHV. Tout ça pour avaler un plat de pâtes et boire un verre de Prosecco... Comment en est-on arrivé là ?

## Une publicité pour le patrimoine culinaire italien

Les Français — et les gros investisseurs — se passionnent pour la cuisine transalpine de

manière immodérée : du succès phénoménal des établissements Big Mamma à la prolifération des pizzas au feu de bois. Au même moment, « super » marchés (Printemps du Goût, Maison Plisson...) et grandes surfaces de restauration (La Félicità, Ground Control...) se multiplient. L'ouverture d'Eataly intervient donc dans un contexte idéal pour Oscar Farinetti, l'homme d'affaires qui s'est lancé dans le commerce de bouche en 2003 après avoir vendu l'entreprise d'électroménager familiale. Dans les colonnes du Monde, Farinetti a d'ailleurs reconnu les qualités de son principal concurrent sur le créneau de l'alimentation saine et accessible au grand public, tout en adressant un petit tacle à la firme tricolore. « *Big Mamma a le mérite d'avoir amélioré le niveau de la cuisine italienne en France. C'est une entreprise honnête et maligne, mais elle est gérée par des Français. Eataly est authentiquement italien.* »



Eataly est effectivement née dans le Piémont, berceau du mouvement Slow Food. Son crédo ? Créer des lieux où « *la nourriture s'achète, se mange et s'étudie* ». Aussi solide qu'une meule de parmesan, le *storytelling* coche toutes les cases du « bien manger » : valorisation des circuits courts, juste rémunération des producteurs, agriculture raisonnée, produits sourcés aux quatre coins de la Botte...

## Démocratiser la bonne bouffe

Mais ne nous y trompons pas, Eataly est un géant de la gastronomie, habitué de la rubrique éco des journaux spécialisés. L'entreprise embauche 8500 salariés au total, possède 37 magasins dans le monde dont 18 dans la péninsule italique et son chiffre d'affaires avoisine les 500 millions d'euros. Conscientes de l'engouement pour la nourriture, les Galeries

Lafayette ont signé une franchise exclusive avec la marque Eataly en France. Quelques jours après l'ouverture en fanfare de son nouvel établissement des Champs Elysées avec food court intégré, l'enseigne de grands magasins lançait donc le premier Eataly à Paris.



A l'intérieur de ce temple de la bonne bouffe réparti sur trois étages, le client croule sous les propositions, de l'épicerie de produits classiques majoritairement italiens (huile d'olive extra vierge Frantoio Franci, jambon San Daniele...) aux comptoirs de vente à emporter, en passant par le rayon boucherie d'Yves-Marie le Bourdonnec, la fromagerie, la boulangerie, le bar à vins, le stand de pâtes fraîches... Sur place, il est possible de manger une convaincante « margherita originale con bufala » facturée 12 euros (tomates Antonella, mozzarella Nanina fabricuée à Paris, pâte artisanale à base de farine bio, cuisson au four à bois) en sirotant un chinotto (4 euros). Le tiramisù (6 euros) consommé dans un bol en plastique pas très écoresponsable et le café légèrement brûlé de l'industriel Lavazza (2 euros) ont peu d'intérêt.

En salle, le service est performant, à l'écoute, ça parle surtout italien, comme à la Felicità, dans un registre moins festif. Alors, l'âme des marchés traditionnels transalpins peut-elle s'exporter partout ? Certes, on est pas à Bologne, Turin ou Rome, mais malgré le décor artificiel, si l'on s'en tient à l'assiette, reconnaissons que l'on s'y croirait... presque. Parfois, il n'y a pas de honte à apprécier un bon blockbuster.

---

**TT** Eataly Paris, 37 rue Sainte-Croix de la Bretonnerie 75004 Paris. Ouvert 7 jours sur 7. 8h30-23h30.

