

Fico è realtà. Obiettivo: sei milioni di ingressi l'anno

22 Nov 2017 [Food](#), [hospitality](#)



L'ingresso di Fico Eataly World a Bologna

Fabbrica Italiana Contadina. In sintesi: **Fico, Eataly World**, il primo parco agroalimentare del mondo che pone il made in Italy del food al centro del mondo. L'inaugurazione avverrà mercoledì 15 novembre, alla presenza del premier Paolo Gentiloni, ma l'opera da 100 mila metri quadrati creata alle porte di Bologna da **Eataly** e **Coop** (Alleanza 3.0 e Coop Reno) su iniziativa di Comune di Bologna e Caab (Centro agroalimentare di Bologna) e con il sostegno di **Prelios sgr** è stata presentata in anteprima alla stampa.

'Puntiamo a raggiungere entro i primi tre anni i sei milioni di ingressi l'anno', ha spiegato a *Pambianco Wine&Food* l'amministratore delegato di Fico Eataly World, **Tiziana Primori**. Ma sognare non è vietato e **Oscar Farinetti** in cuor suo si augura di andare anche oltre. 'Fico – ha detto il fondatore di Eataly – nasce perché bisogna tornare a parlare di cibo cominciando dall'inizio, ovvero dall'agricoltura e dalla trasformazione, e non lasciando agli chef il monopolio della comunicazione. Bologna era il luogo ideale per realizzare questo progetto e la città ha risposto in tempi record. Ora abbiamo un luogo unico al mondo e lo abbiamo qui in Italia. Per realizzarlo, senza puzza sotto il naso, abbiamo visitato posti come Disneyland e Disneyworld, luoghi che dagli americani non sono considerati solo fonte di business ma un patrimonio del Paese. Orlando prima che fosse realizzata Disneyworld non si sapeva nemmeno dove fosse, e oggi fa 56 milioni di visitatori'. Fico, nelle intenzioni dei suoi promotori, sarà uno strumento per comunicare in modo nuovo la biodiversità e l'unicità dell'agroalimentare italiano. Il suo richiamo turistico contribuirà anche all'obiettivo di raddoppiare l'export di prodotti agroalimentari, ma anche il numero stesso dei turisti in Italia.

I numeri di Fico? Nei dieci ettari di proprietà di Caab, sotto la direzione dell'architetto Thomas Bartoli, sono state ricavate zone di coltivazioni e allevamenti, con duecento animali e duemila cultivar, quaranta fabbriche di prodotti alimentari, altrettanti luoghi di ristoro, sei aule didattiche, sei giostrine multimediali e un centro congressi modulabile con spazi per teatro e cinema, oltre allo

spazio dedicato alle botteghe per gli acquisti. In aggiunta, ci sono aree pensate per i bambini e per praticare sport. I ristoranti di Fico, tra cui quelli creati da Enrico Bartolini con l'associazione Le Soste e la Prosciutteria di Ruliano in collaborazione con Heinz Beck, resteranno aperti fino a tarda sera. Nel parco hanno trovato spazio i punti vendita di brand primari del food&beverage italiano come Lavazza, Venchi, Baladin, Carpigiani, Balocco, la ristorazione del gruppo Sebeto (con Rossopomodoro) e molti dei consorzi leader tra cui Grana Padano, Parmigiano Reggiano, Prosciutto di San Daniele.

Ora il parco tematico bolognese dovrà riuscire a intercettare non solo la curiosità dei visitatori italiani, ma anche e soprattutto quella degli stranieri che vogliono scoprire cosa c'è alla base del grande food made in Italy. Per centrare l'obiettivo, è stata raggiunta un'intesa con Enit, l'agenzia nazionale del turismo, per la promozione a livello worldwide del progetto Fico.