Eataly atterra a Caselle: nuovo punto vendita all'area partenze

59044a19-5732-476f-99f9-ca75e556da8a

L'Aeroporto di Torino continua il proprio percorso di crescita e di valorizzazione dell'esperienza dei passeggeri puntando su un nome che rappresenta l'eccellenza gastronomica italiana nel mondo. Ha infatti aperto di recente un nuovo punto vendita **Eataly** all'interno dell'area partenze dello scalo torinese, frutto della partnership tra **Avolta**, leader mondiale nel travel retail e food & beverage, ed Eataly, il marchio nato proprio a Torino e oggi presente nei principali aeroporti e città internazionali.

L'investimento rappresenta molto più dell'apertura di un nuovo locale: è un tassello della strategia con cui Sagat sta ripensando l'offerta commerciale dell'aeroporto, accompagnando la forte crescita del traffico passeggeri e l'espansione delle rotte nazionali e internazionali.

Un format pensato per chi viaggia

Il nuovo spazio occupa 529 metri quadrati nella rinnovata area partenze, oltre i controlli di sicurezza, ed è progettato per offrire un'esperienza completa che integra ristorazione e retail.

L'offerta è articolata in tre aree principali: una **caffetteria**, dove il caffè italiano è protagonista insieme alla colazione e alle proposte di consumo veloce; un'area dedicata alla **ristorazione**, con i grandi classici firmati Eataly affiancati da una selezione di piatti ispirati alla tradizione gastronomica torinese, con carne Fassona de “la Granda” e alimenti tipici, e una selezione di vini, spumanti e cocktail per un buon aperitivo, o la birra di Piozzo “Baladin”; uno **spazio market**, dove acquistare una selezione di prodotti a marchio Eataly da portare in viaggio o come ricordo del territorio.

Completano l'offerta panini preparati con ingredienti selezionati, pizza alla pala dell’associazione “Panate”, spaccate e una proposta gastronomica studiata per coniugare qualità, rapidità del servizio e autenticità delle materie prime.

Il caffè come ambasciatore del territorio

Particolare attenzione è dedicata alla caffetteria, elemento che rappresenta uno dei primi e degli ultimi momenti dell'esperienza di viaggio nel territorio torinese. I viaggiatori possono infatti trovare le selezionate miscele esclusive **Eataly Classico** e **Eataly 100% Arabica**; per gli amanti del caffè più leggero un filter coffee di qualità; la crema fredda al caffè e ovviamente il classico caffè shakerato.

La scelta di inserire il concept Eataly nello scalo torinese rafforza la volontà di proporre un'offerta che privilegi filiere controllate, ingredienti di qualità e preparazioni eseguite secondo gli standard del marchio. In un aeroporto internazionale, dove spesso prevalgono format standardizzati, la presenza di una caffetteria capace di valorizzare la cultura italiana dell'espresso assume un significato particolare: offrire ai passeggeri un'autentica esperienza di qualità prima dell'imbarco.

Accanto al caffè, il menu comprende **prodotti da forno, lievitati, snack salati e una proposta food** costruita attorno ai principi che hanno reso Eataly un riferimento internazionale: selezione rigorosa delle materie prime, valorizzazione dei produttori e attenzione alla qualità in ogni fase del servizio.

La qualità passa anche dalla formazione

Dietro un'offerta premium non vi sono soltanto prodotti selezionati e ambienti curati. Sia Eataly sia Avolta hanno costruito negli anni una parte importante del proprio successo investendo nella formazione continua del personale, elemento considerato strategico tanto quanto la qualità delle materie prime.

Quote

Nei format travel, dove rapidità, accoglienza e standard qualitativi devono convivere con ritmi operativi molto elevati, la preparazione degli operatori rappresenta un fattore determinante. Dalla cultura del caffè alla conoscenza dei prodotti, dalle tecniche di servizio fino alla capacità di raccontare le eccellenze gastronomiche italiane, la formazione diventa parte integrante dell'esperienza offerta al viaggiatore.

Simone Tosato, Global Head of Franchising di Eataly

«È un approccio che punta a garantire uniformità del servizio senza rinunciare all'attenzione per il cliente, trasformando ogni pausa in aeroporto in un momento di autentica ospitalità italiana», commenta **Federico Bonaconza**, uno dei responsabili della formazione del gruppo Autogrill.