

Modulo Green Pea un cantiere, una visione

21-04-2021



«Nulla è più potente di un'idea di cui sia giunto il tempo»
Victor Hugo



The first **Green Retail Park** in the world
dedicated to the theme of **Respect**.





«BUONO, PULITO E GIUSTO»
Carlo Petrini, 2005

Quello che mettiamo nel nostro corpo

Cibi e bevande

MADE IN ITALY

ESPERIENZA -
EDUTAINMENT

«CLEAN, FINE AND DURABLE»
Oscar Farinetti, 2019

Quello che usiamo fuori dal nostro corpo

Servizi e beni durevoli

«L'Italia è il paese con la maggiore biodiversità,
con la più grande tradizione alimentare al mondo
e non è mai andato all'estero con una grande
catena
di distribuzione alimentare»

«Offrire al più grande numero possibile di persone
nel mondo, cibo italiano di qualità,
non solo agli appassionati e ai ricchi»

«Celebrare la bellezza del cibo italiano nel mondo
e raccontare le storie dei prodotti
e dei produttori virtuosi»

«Nuovo Formato Esperienziale:
MERCATO, RISTORAZIONE, DIDATTICA»

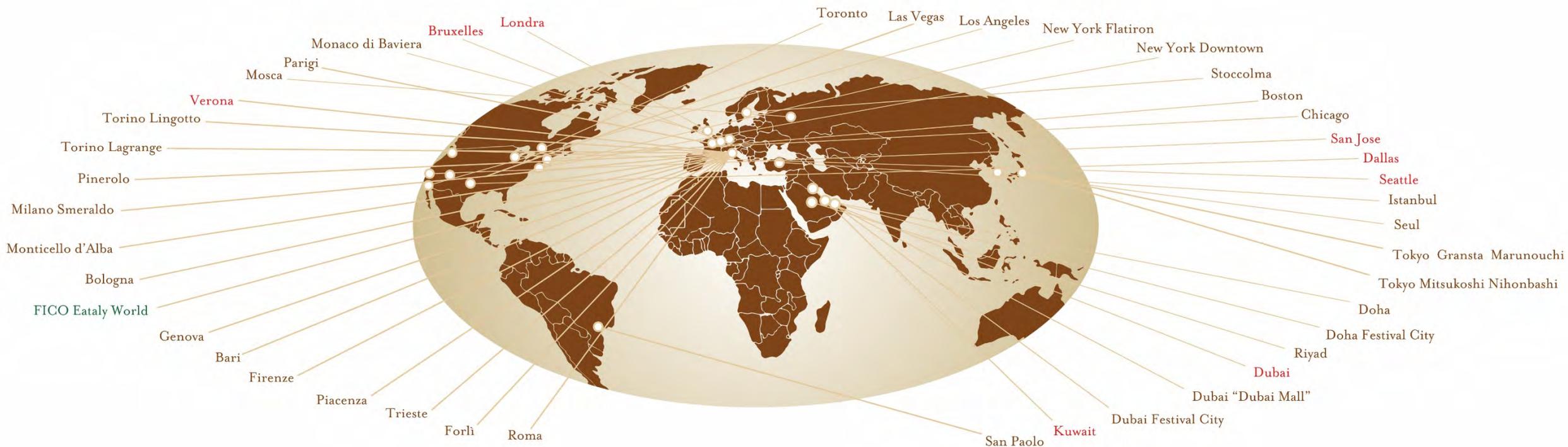
2007



2020



EATALY is ITALY



Lo Scenario



2 numeri

Eventi climatici
catastrofici:
1999: 19
2019: 1516

9 milioni/anno
di morti a causa
dell'inquinamento

5 mm l'anno il tasso di
crescita del livello medio
globale dei mari negli
ultimi **5 anni**

100 milioni di barili
di petrolio consumati
ogni giorno

+100% l'aumento
di anidride carbonica
nell'ultimo secolo
vs ultimi 800.000 anni

165 milioni di
tonnellate di plastica in
mare. Nel 2050 per ogni
tonnellata di pesce, 3 di
plastica

500 milioni di animali
morti negli incendi
in Australia

+1,1°C l'incremento
della media globale delle
temperature rispetto al
periodo pre-industriale.
+0,2°C negli ultimi
5 anni.

Il **90%** degli scienziati non ha dubbi sul riscaldamento globale.
È un'emergenza, non un dibattito

Lo Scenario



2 numeri

100 miliardi

di investimenti Green
Unione Europea, zero
emissioni entro il 2050

7% U.S. GDP Green
economy **+20%** in 3 anni
+49% Green job in 15
anni del vs **6%** economia
tradizionale

Un trilione di dollari in
investimenti sostenibili
BlackRock: in 10 anni
aumentare il volume di 10
volte da 90 miliardi attuali

374 miliardi di euro
Risorse naturali e
ambiente **Next
Generation Eu** su 1.800
miliardi

+40% Sostenibilità trend
topic comunicazione di
marca nel 2019

Il **65%** dei consumatori
mondiali dichiara di volere
compare prodotti
sostenibili vs **26%** che
acquista.

Il **70%** è disponibile a
spendere di più per
acquistare un prodotto
eco-sostenibile.
18-24 anni dimostrano
una propensione del **96%**
maggiore degli over 55

Il **64%** degli italiani non si
sente sostenuto dalle
imprese quanto ad
impegno vs media degli
europei è del **54%**

Green è un'opportunità di Business

Green Heroes



Al Gore

Vice Presidente Usa, Nobel
Pace e Premio Oscar 2007

«Ormai non ci sono dubbi
che la crisi climatica
rappresenti una minaccia
senza precedenti non solo
per la sopravvivenza del
pianeta, ma anche per le
nostre idee sulla capacità
della democrazia e del
capitalismo»



Papa Francesco

Laudato Sì
2015

«I cambiamenti climatici
sono un problema globale
con gravi implicazioni
ambientali, sociali,
economiche, distributive e
politiche, e costituiscono una
delle principali sfide attuali
per l'umanità»



Greta Thunberg

FridaysForFuture
2018

«Le persone stanno
soffrendo, stanno morendo.
Interi ecosistemi stanno
collassando. Siamo all'inizio
di un'estinzione di massa. E
tutto ciò di cui parlate sono
soldi e favole di eterna
crescita economica?»



Lerry Flink

BlackRock Letter
2019

«Il rischio climatico è il
rischio di investimento»

«Le 3 F del Made in Italy nel Mondo:
FOOD, FASHION, FURNITURE»

«Greta Effect»

«La crisi di identità dei
Department Store **VS** Online»

«Nuovo Formato Esperienziale:
IL PRIMO GREEN RETAIL PARK DEDICATO AL RISPETTO»

2020

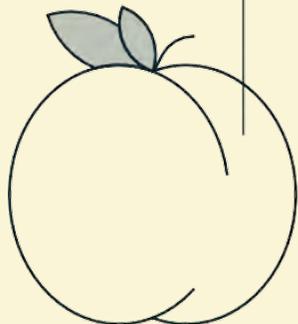


FUTURE



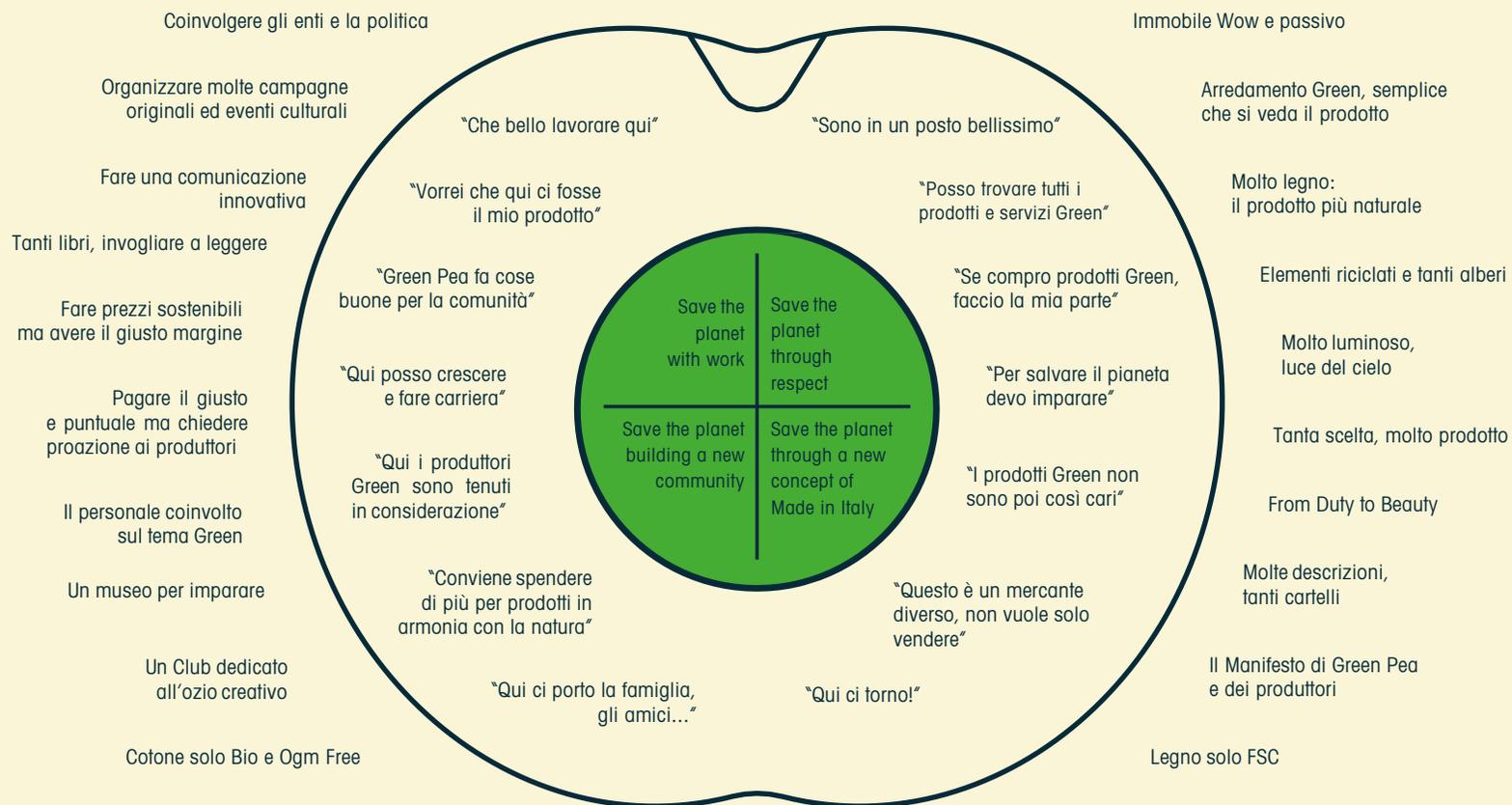
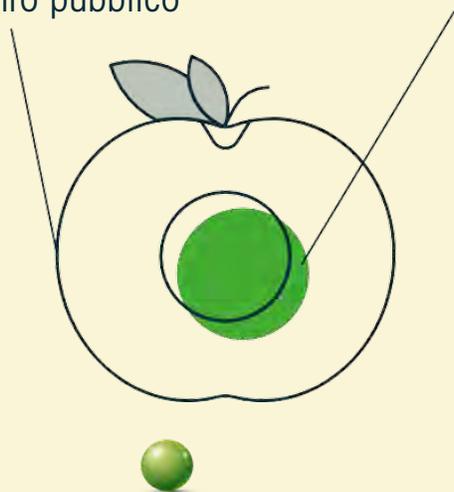
Ecco la Pesca di Green Pea

BUCCIA:
IL NEGOZIO E LA
COMUNICAZIONE



POLPA:
LE ESPERIENZE
che vogliamo
viva
il nostro pubblico

NOCCIOLO:
I VALORI
obiettivi
poetici



Ma, perché un pisello?

Un piccolo legume, con molto da raccontare.
Sugli umani e sul pianeta.

Un pisello verde come simbolo del Rispetto

perché nasce dalla Terra

è un prodotto che ha bisogno di acqua, come la vita sulla Terra

è sferico, come la Terra

è inclinato di 23°27', come l'asse terrestre

è verde, come dovrebbe essere la Terra.

Il pisello – *Pisum Sativum* – è uno dei legumi più antichi del mondo: a partire dal Neolitico, sembra che la sua coltivazione non sia mai cessata. Ancora oggi è coltivato nei cinque continenti ed è un alimento essenziale della dieta di animali e persone. Le varietà di piselli diffuse nel mondo sono molto numerose: il "Catalogo comune delle varietà delle specie di ortaggi" dell'Unione europea ne conta più di 1.390.

Tutte le varietà sono ricche di nutrienti e proteine, e possono essere consumate in versione fresca oppure secca. Si tratta quindi di un alimento versatile, capace di venire incontro alle diverse esigenze umane nel corso dei secoli. E di incrociare anche alcuni snodi fondamentali del pensiero.

Nell'antica Cina rurale i piselli erano considerati simbolo di felicità e fortuna: in alcuni periodi dell'anno, venivano seminati durante la notte del settimo giorno della settimana. Si trattava di un rito di buon auspicio per celebrare, piantandolo, il "principio della vita".

Nel 1866 l'abate Gregor Mendel utilizzò proprio i piselli del suo orto per elaborare le leggi dell'ereditarietà. E fu il principio degli studi sulla genetica.

In 7 anni Mendel coltivò e analizzò circa 28.000 piante di piselli per arrivare alla formulazione delle sue "Leggi dell'ereditarietà". I suoi piselli verdi e gialli hanno dato un grande contributo al progresso della metodologia scientifica, e sono uno dei ricordi più concreti dei programmi di

scienze e biologia della maggior parte degli studenti.

Mendel scelse i piselli perché si tratta di una pianta molto semplice da coltivare e perché ne esistono molte varietà diverse, perfette per gli studi e gli esperimenti scientifici.

Proprio queste caratteristiche – semplicità di coltivazione e grande variabilità e tenacia – sono probabilmente alla base dei molti ruoli assunti dalle piante di pisello nelle favole.

Li troviamo infatti in due fiabe di Hans Christian Andersen: nella celebre "La principessa sul pisello" e nella meno nota "In cinque in un baccello".

La seconda fiaba inizia così: "C'erano cinque piselli in un baccello, erano verdi e anche il baccello era verde, e così credevano che tutto il mondo fosse verde, ed era proprio vero!" I cinque piselli prendono vita con l'obiettivo di farsi strada nel mondo, fino ad arrivare su un davanzale e cambiare la vita di una ragazza ammalata: "– Che cos'è quel verde che spunta dietro il vetro? Si muove col vento! – La madre andò alla finestra, e la aprì. – Oh! – esclamò – è un piccolo pisello che ha messo fuori delle foglioline verdi. Come avrà fatto ad arrivare fin qui? Adesso hai un giardinetto da guardare!"

E poi, in inglese si dice fin dal '500 "**like two peas in a pod**" per definire una perfetta concordia, per indicare due elementi identici e in equilibrio. Per dire, in breve, "due gocce d'acqua".

Ecco, un rapporto di perfetta armonia, proprio come quello che sogniamo tra un piccolo legume verde e il pianeta Terra.

Una fonte di ispirazione delicata e tenace, da non dare mai per scontata: proprio come la vita sulla Terra.

In sintesi: ogni prodotto acquistato in Green Pea è **reso unico dalla presenza di un piccolo pisello verde**:

la garanzia della sua attenzione verso la Natura e l'invito a raccontare questa storia di Rispetto. Un grazie e un promemoria, per te e per il pianeta.



Pea



Un pisello verde, simbolo del rispetto

A green pea. A symbol of respect.

Il Rispetto



Ecco il valore sul quale un'umanità più numerosa si giocherà il futuro. Rispetto verso la terra e la natura, rispetto verso la gente tutta. In una parola rispetto verso il creato.
Ma senza fermare la crescita, lo sviluppo. È possibile?
Secondo noi sì, si può! Ecco una proposta che può servire d'esempio.

As we grow more numerous by the day, this is the value on which the future of humankind depends.
Respect for the earth and for nature, respect for all people. In short, respect for all of creation.
Yet it is important to not hinder growth and development. Is it possible?
In our view, yes. We can do it! Here is a proposal that can serve as an example.

From duty to beauty



«Occorre trasferire il valore del rispetto dal senso del dovere
al senso del piacere»

Cercheremo di far diventare *cool* comportarsi bene.

TRANSFERRING THE VALUE OF RESPECT FROM THE SENSE OF DUTY TO A SENSE OF PLEASURE.
We will try to make good behaviour cool again



ENERGIA
ENERGY



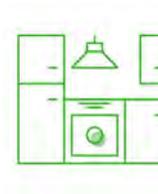
CONNETTERSI
TO LINK



MUOVERSI
TO MOVE



VESTIRSI
TO GET
DRESSED



ABITARE
TO LIVE



e.. RILASSARSI..
CON RISPETTO
AND RELAX WITH PLEASURE

In un modello sociale che si chiama **Società dei consumi**, il comportamento primordiale è il consumo. I primi 3 mercati dei beni durevoli sono: veicoli, abiti e mobili. Proviamo a proporli in modo che siano belli e funzionali ma anche **giusti**. Cioè creati nel rispetto della natura, della gente che li costruisce e della gente che li usa.

E descriviamoli in modo che il rispetto diventi **cool**.

In a social model called **Consumer Society**, the primordial behaviour is that of consuming. The 3 most important markets for durable goods are: vehicles, clothes and furniture. Let's try to make these goods in a way that they look good, are functional, and, at the same time, are also **fair**. Fair meaning they should be created with a healthy respect for nature, for the people who produce them and for the people who use them.

- 0** **ABBIAMO L'INGUARIBILE SPERANZA** che sia possibile salvare, allungare, migliorare la vita umana sul nostro pianeta. Dipende da noi, ogni singolo umano. Occorre modificare il nostro rapporto con la terra, l'aria e l'acqua, e migliorare le relazioni con tutti gli esseri viventi: umani, animali e vegetali... in una parola un nuovo rapporto con la Natura. Occorre incamminarsi verso il senso del rispetto e dell'armonia.
- 1** **CON SPERIMENTATA CONVINZIONE RITENIAMO** che, per raggiungere rapidamente questo obiettivo, bisogna trasferire il valore del rispetto dal senso del dovere a quello del piacere. Occorre che le persone si adoperino per ridurre e differenziare i rifiuti di ogni genere, e che utilizzino fonti energetiche rinnovabili. Non solo per sentirsi migliori ma anche per apparire migliori, piacevoli, più stimate. In 4 parole: "from duty to beauty".
- 2** **IN UN MODELLO SOCIALE** che si chiama "Società dei Consumi", basato sul lavoro destinato a produrre beni (prodotti e servizi) da consumare, pensiamo che sia necessario costruire un nuovo modello di consumo: fondato su prodotti costruiti nel rispetto della Natura, consumati in un tempo lungo e che, alla fine del proprio ciclo di funzionalità, possano essere facilmente riciclati.
- 3** **DOPO L'OTTIMA ESPERIENZA** nel mondo del cibo, con il modello EATALY, Green Pea intende occuparsi degli altri mercati: i beni che costituiscono la parte più corposa delle nostre attività di consumo: l'energia, il movimento, vestirsi, la casa e il tempo libero. Intendiamo dimostrare che è possibile, da subito, acquistare prodotti e servizi di grande qualità e bellezza, costruiti in armonia con la Natura e funzionali ad una forma di utilizzo responsabile.
- 4** **VENDEREMO ENERGIA**, e apparati per crearla, che non concorrano al riscaldamento e all'inquinamento del pianeta. L'Italia possiede in abbondanza acqua che scorre, vento che soffia e sole che riscalda. Saranno queste le fonti su cui ci concentreremo. Il nostro inguaribile obiettivo sarà: energia rinnovabile in ogni casa, in ogni fabbrica, in ogni ufficio... in ogni luogo di esistenza umana.
- 5** **VENDEREMO MACCHINE PER MUOVERSI**: a una, due, tre, quattro o più ruote. Saranno belle, sicure e piacevoli da utilizzare. Saranno italiane, ma soprattutto saranno equipaggiate da propulsori alimentati da fonti energetiche pulite, che non creino danni all'ambiente.
- 6** **VENDEREMO ABITI**, calzature, borse e accessori di grande qualità e bellezza, costruiti con materiali (nuovi o riciclati) nati in armonia con la Natura. Se cotone: organico e Ogm free. Se materiali di origine animale: da allevamenti di rispetto tracciati e certificati. Se materiali di sintesi: creati con prodotti buttati (da altri) e riciclati (da noi). Colorati con tecniche che non procurino danno, o il minor danno possibile, alla Natura. Componente fondamentale della nostra idea di sostenibilità è la lunga durata e la possibilità di riuso o di riciclo a fine vita. Avremo produttori che già rispondono per il 100% a questo profilo e altri che hanno incominciato il percorso con ottimi risultati, essendosi dati l'obiettivo, almeno per i prodotti in vendita presso Green Pea, del massimo livello di sostenibilità possibile. Ogni produttore esporrà la descrizione del proprio disciplinare di fabbrica.

7

VENDEREMO MOBILI, accessori, corpi illuminanti e altri oggetti per la casa di grande qualità e alto design. Emissioni di formaldeide ridotta ai minimi termini secondo le più severe normative. Legni da foreste gestite in equilibrio tra taglio e ripiantumazione e garantite dal disciplinare FSC. Metalli e vetro creati con il maggior scrupolo possibile, plastiche biodegradabili o riciclabili a fine vita. Per ogni mobile venduto planteremo un nuovo albero. Componente fondamentale della nostra idea di sostenibilità è la lunga durata e la possibilità di riuso o di riciclo a fine vita. Avremo produttori che già rispondono per il 100% a questo profilo e altri che hanno incominciato il percorso con ottimi risultati, essendosi dati l'obiettivo, almeno per i prodotti in vendita presso Green Pea del massimo livello di sostenibilità possibile. Ogni produttore esporrà la descrizione del proprio disciplinare di fabbrica.

8

OFFRIREMO UN LUOGO PER IL TEMPO LIBERO, l'"Otium Pea Club". Costituirà un elemento identitario per Green Pea: consiste in vari e ampi spazi dove fermarsi a pensare, parlare, degustare, avere cura del proprio corpo, divertirsi, leggere, imparare, progettare ... oppure far niente. Con libertà assoluta da parte dei singoli di decidere come spendere il proprio tempo all'interno del Club. L'ozio può essere creativo, Green Pea intende dimostrarlo, ma senza nessun obbligo. Leggerezza!

9

INTENDIAMO COSTRUIRE UN GRUPPO interattivo di produttori che hanno in comune il valore del rispetto per la Natura, ma nello stesso tempo tesi a costruire prodotti belli e bellissimi, duraturi e imperituri, nonché molto personali e in linea con i principi di bellezza e originalità del Made in Italy di primo livello. Orgogliosi della propria distinta identità e del successo ottenuto ma, non di meno, ansiosi di crescere e migliorare, anche scambiandosi idee con gli altri produttori di Green Pea. Questo gruppo costituirà una forza straordinaria che ci verrà richiesta dal mondo e che, dopo una felice esperienza a Torino, sarà offerta al mondo: il "Producers PeaClub".

10

QUESTE AZIENDE SARANNO PER LA QUASI Totalità ITALIANE, ma ci rendiamo disponibili a coinvolgere anche compagnie straniere, solo se talmente originali e in linea con i nostri principi ... da meritarselo. Per lo stesso motivo intendiamo accettare società che a volte non producono il 100% in Italia, ma lo fanno con dimostrata diligenza sotto tutti i profili. L'Italia è un Paese piccolo ma con potenzialità di offerta al mondo infinite. Utilizzare altri suoli e persone di altre nazionalità per produrre le nostre specialità può rappresentare un'opportunità se ogni azione viene svolta con profondo senso del rispetto. Tutto questo sarà dichiarato in verità e onestà. Il concetto di filiera raccontata costituisce il nucleo del nostro formato.

INFINE LA NARRAZIONE

11

...E TUTTO QUESTO LO DOBBIAMO RACCONTARE. Nel percorso all'interno dei vari piani di Green Pea apparirà una potente narrazione che si declinerà come un racconto a puntate, dedicato al tema del rispetto. Dobbiamo coinvolgere la testa, il cuore e la pancia dei nostri clienti, nell'intento di descrivere il rispetto non solo come doveroso ma soprattutto come piacevole, far loro venir voglia di raccontarlo in giro e, perché no?, di vantarsene. Seconda connotazione del nostro racconto sarà l'ottimismo: ce la faremo a salvare la vita umana sul nostro pianeta. Terzo, e fondamentale aspetto: la fiducia, la quale sopravanza il radicalismo. Con la fiducia (offerta e richiesta) si va lontano, mentre con la presunzione di rappresentare l'assoluta perfezione si sta fermi ... ad imprecare. ...E poi un piccolo pisello verde su ogni prodotto, anche per ricordare ai nostri clienti di raccontarci.

FERMATA METRO/BUS LINGOTTO
1 MINUTO A PIEDI

STAZIONE TORINO LINGOTTO
10 MINUTI A PIEDI

CENTRO CITTÀ
10 MINUTI IN AUTO

AEROPORTO TORINO CASELLE
40 MINUTI IN AUTO

STORIA,
DINAMISMO,
OPPORTUNITÀ



PIÙ DI
2.000.000
DI PERSONE

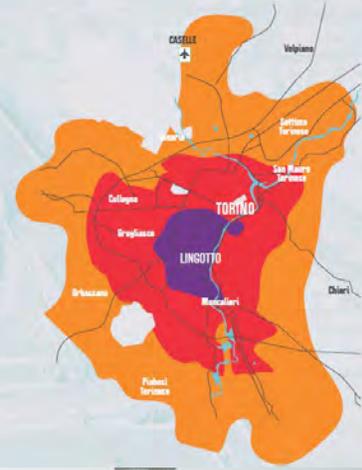
PASSANO DALLA FERMATA METRO LINGOTTO
E SI SPOSTANO CON I MEZZI PUBBLICI CHE
CIRCOLANO IN ZONA.



1,6 MLN 30'
DI PERSONE VIVONO A 30 MINUTI
DI DISTANZA IN AUTO

600.000 20'
DI PERSONE VIVONO A 20 MINUTI
DI DISTANZA IN AUTO

135.000 10'
DI PERSONE VIVONO A 10 MINUTI
DI DISTANZA IN AUTO



STORIA,
DINAMISMO,
OPPORTUNITÀ



LA STRUTTURA ABRACCIA:

- il primo punto vendita torinese e italiano di Eataly;
- il Museo dell'Automobile;
- l'Università degli Studi di Torino Dental School;
- l'Hotel Nh (240 camere) e l'Hotel Hilton (142 camere);
- il Camplus Lingotto, residenza universitaria che ospita fino a 100 studenti;
- la palestra Sport Town;
- la Pinacoteca Giovanni e Marella Agnelli;
- Lingotto fiere, che ogni anno accoglie fino a 40 eventi;
- 45.000 m² di UFFICI con 4.000 dipendenti attivi.

STORIA,
DINAMISMO,
OPPORTUNITÀ

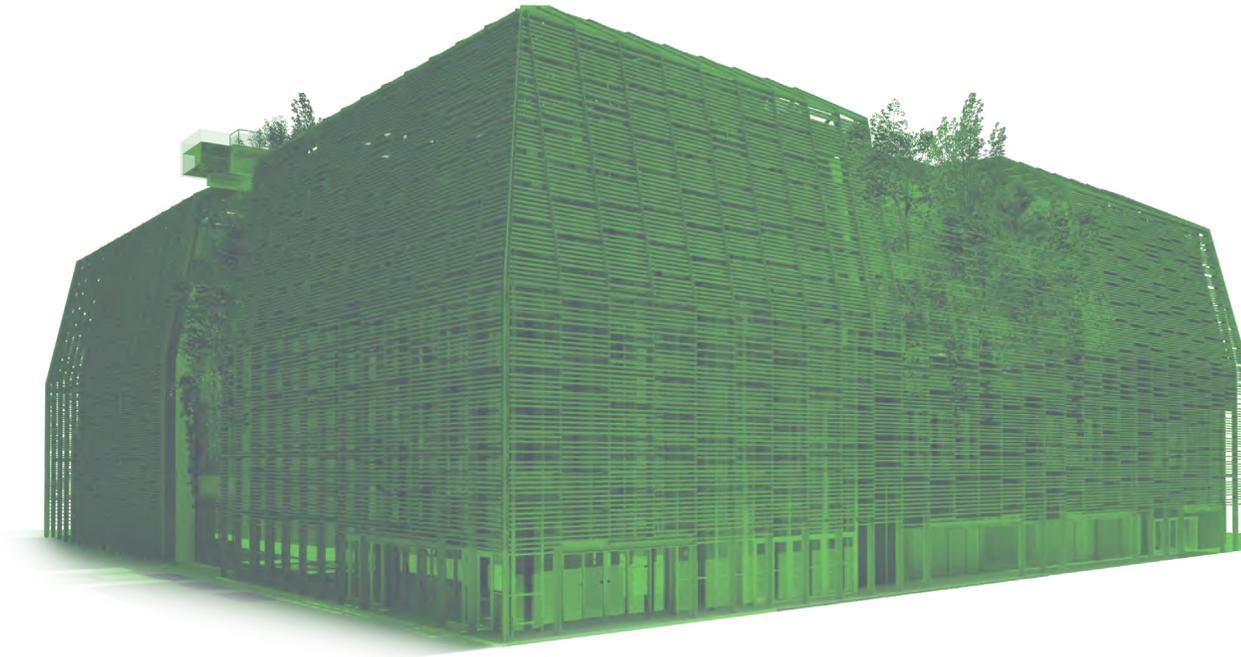


IL BUILDING GREEN

LE PIÙ AVANZATE SOLUZIONI ENERGETICHE:

GEOTERMICO
TELERISCALDAMENTO
FOTOVOLTAICO ULTIMA GENERAZIONE
LED ULTIMA GENERAZIONE
COLONNINE ELETTRICHE ULTRA FAST
PAVIMENTI PIEZOELETTRICI A TUTTI GLI
INGRESSI
MINI PALE EOLICHE
SMART FLOWERS
SFERE SOLARI
RECUPERO ACQUA PIOVANA

LEGNO DI RECUPERO DI DUE FORESTE ARMONICHE DELLA VAL DI
FIEMME E DEL BELLUNESE DISTRUTTE DALLA TEMPESTA VAIA
DELL'OTTOBRE DEL 2018, GRAZIE A **LEGNO&SOLE**



VERNICE AIRLITE CHE RIDUCE DELL'88% L'INQUINAMENTO
e del 99,9% VIRUS E BATTERI

PAVIMENTO IN **LEGNO DI RECUPERO** DELLA VAL DI SUSÀ

PROGETTATO SECONDO LA FILOSOFIA DEL **SECOND LIFE**:
TUTTO SMONTABILE, MATERIALI RICICLABILI: ACCIAIO, FERRO E VETRO
ARCH. CRISTIANA CATINO E CARLO GROMETTO

2.000 TRA ALBERI E PIANTE CHE NASCONO E CRESCONO IN
COLLABORAZIONE CON **VANNINO VANNUCCI**, IL PIÙ GRANDE VIVAISTA
D'EUROPA

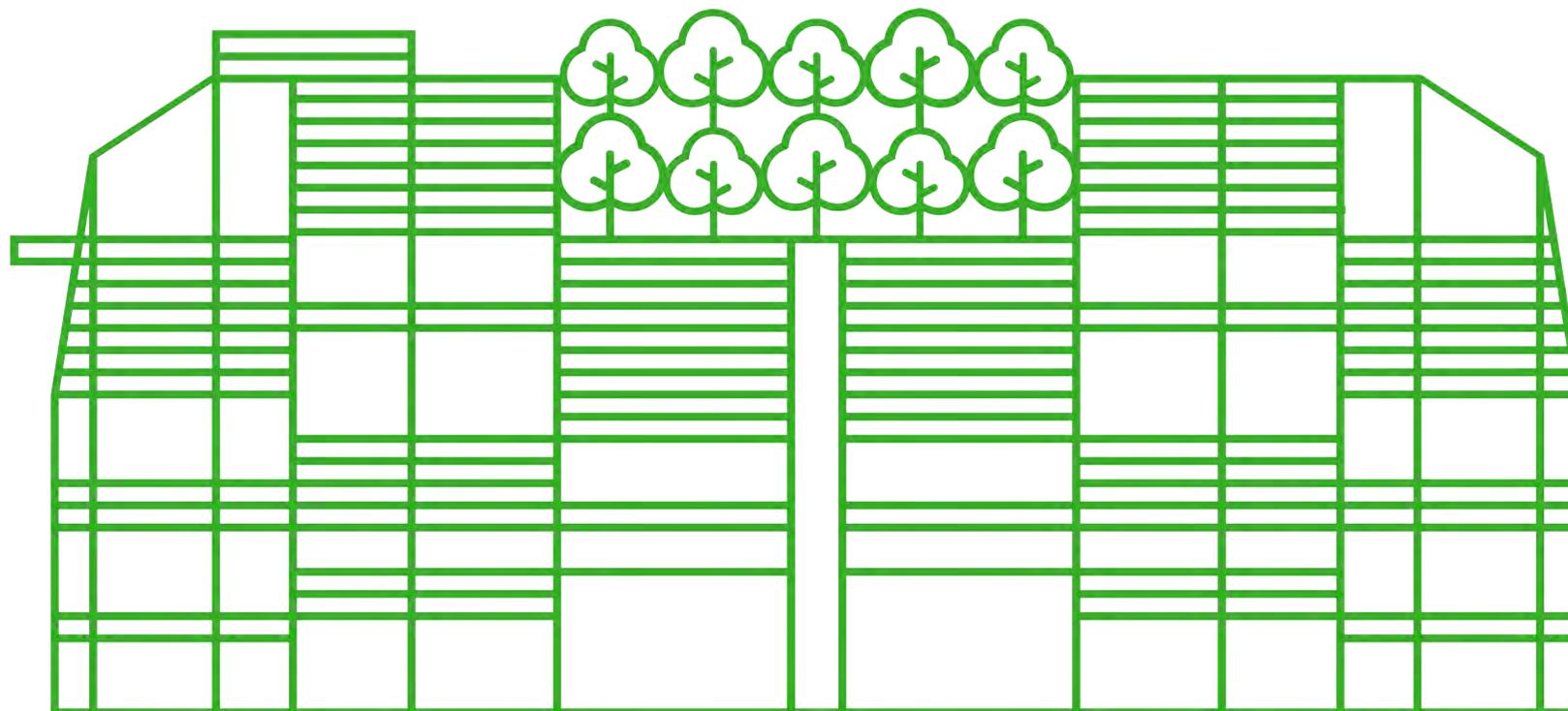
L'OFFERTA GREEN

15.000 MQ SU 5 LIVELLI

4 PIANI DI NEG-OZIO

1 PIANO DI OZIO... CREATIVO

- 4** OTIUM PEA CLUB
- 3** BEAUTY
- 2** FASHION
- 1** HOME & INTERIOR DESIGN
- 0** LIFE:
ENERGY
MOOVING
CONNECTING
BANKING
TURIN TOURIST OFFICE
GREEN LAUNDRY
GP MUSEUM



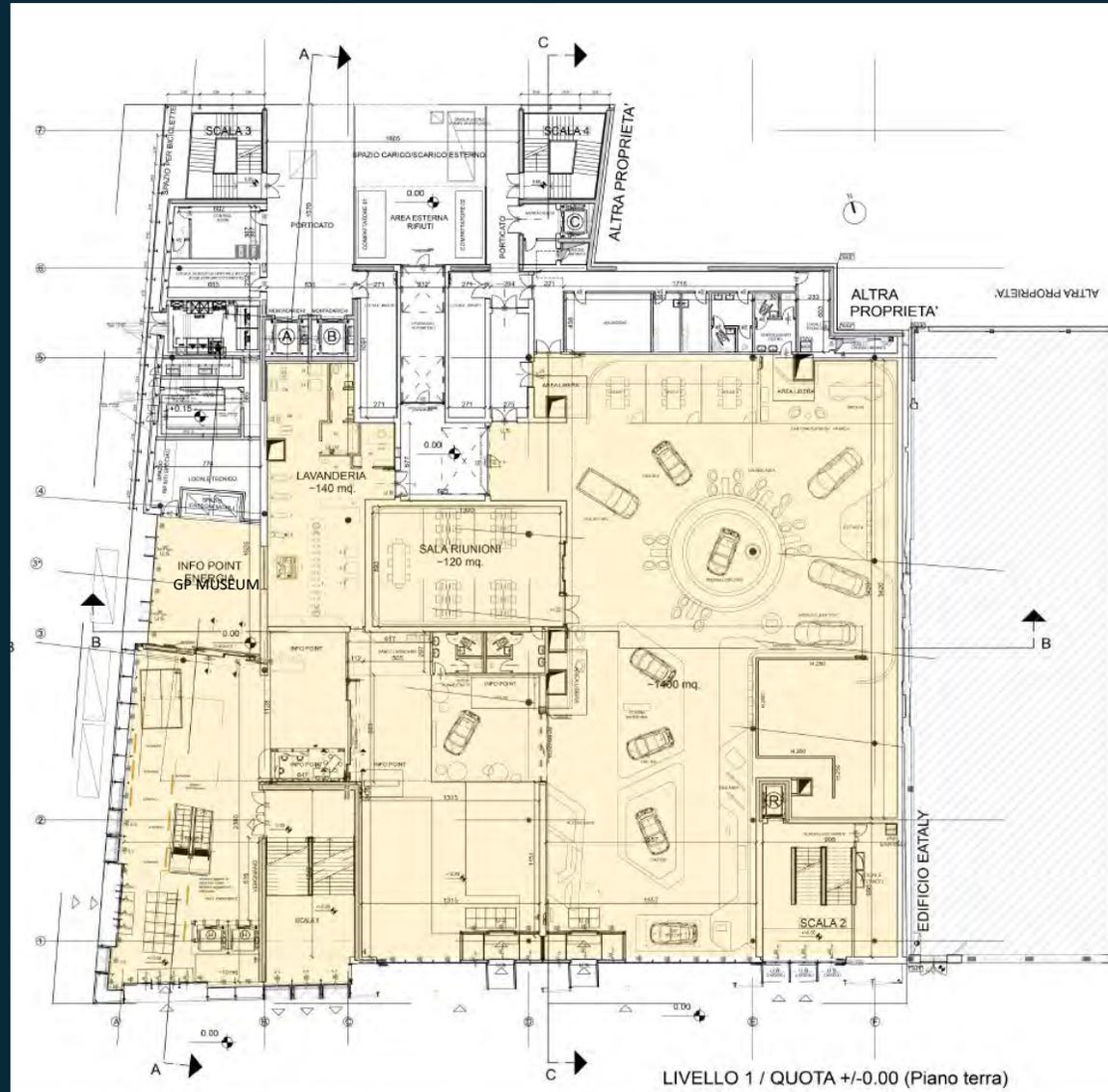
● GreenPea

GP0

life

move, energy & connect

- LIFE
- ENERGY
- MOVING
- CONNECTING
- BANKING
- TURIN TOURIST OFFICE
- GREEN LAUNDRY
- GP DISCOVERY MUSEUM





Main Partners

GPO



Partners

GPO

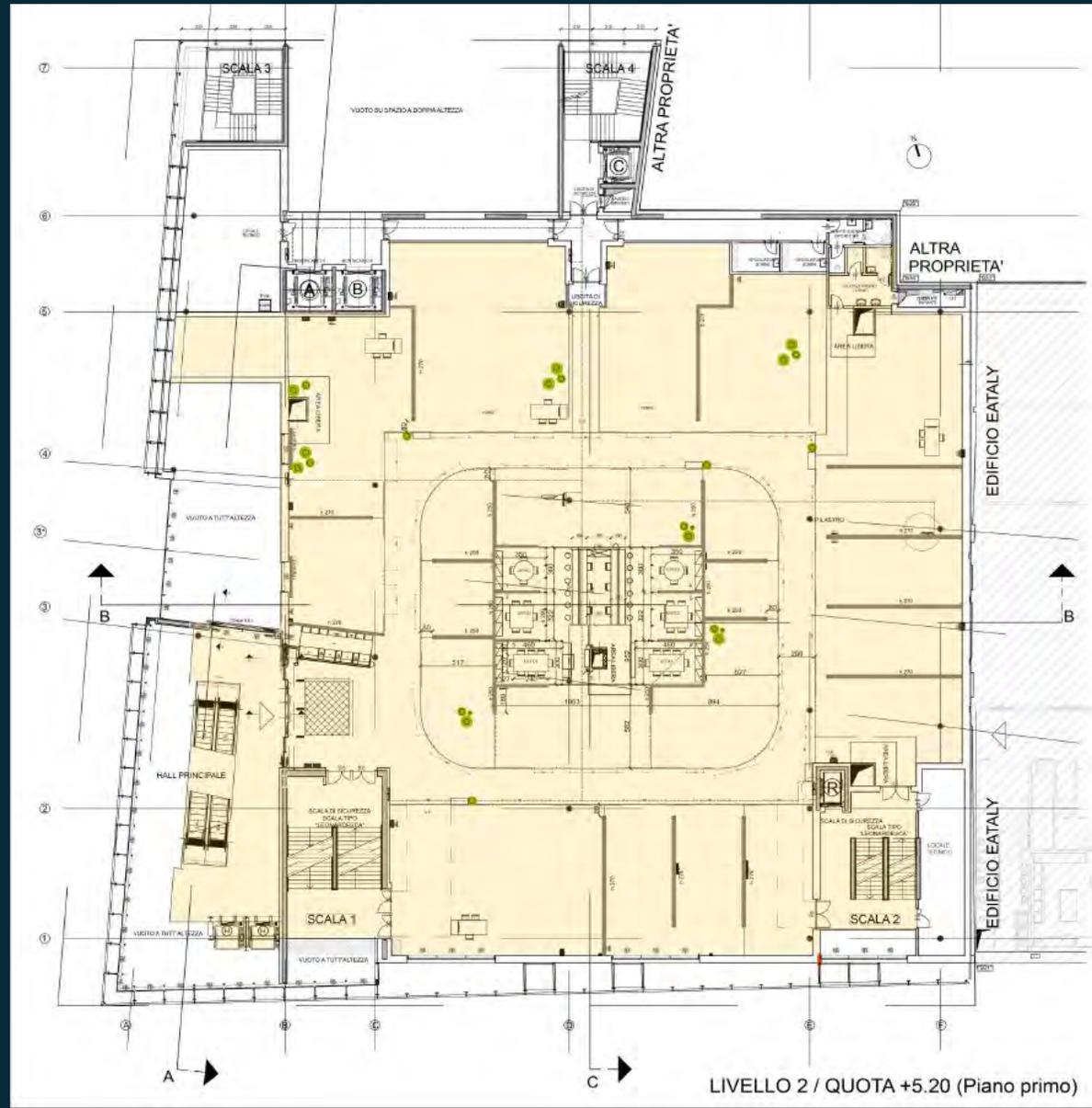


● GreenPea

GP1

home
living & design

HOME
& INTERIOR DESIGN





Partners

GP1

Whirlpool
CORPORATION

agostinigroup
serramenti made in italy da oltre 50 anni

airlite

ARCA

Artemide

BERARDO

brondelloerminio
cuneolegno parquet

Campra

cielo
handmade in Italy

ca
creative
cables

DECUX
gli elettrodomestici

driade

falmec

FIAM

FIA
surface care solutions

FLORIM

FontanaArte
Milano, 1932

FOPPAPEDRETTI

**4b
OX**

FRANKE

GAROFOLI

GERVASONI

GESSI

GreenPea
CASA

GreenPea
from duty to beauty

Partners

GP1



guzzini®



iGuzzini



KitchenAid®

lapalma



oikos
margaria

PIANCA

pratic



R O D A



SIDEL

SILVELOX
DESIGN DOORS

Partners

GP1

staygreen
VENEZIA

STONE
ITALIANA

TONON

TUBES

UNICO
serramenti

Valcucine

Vibieffe

VITRUM

ZIGFLEX[®]
well sleeping well being

● GreenPea

GP2

fashion
dress & style



Partners

GP2

Anna Mello Rella

ANTIDOTO45
MADE IN ITALY

AVTOCHTONAE

BARRIOLE

BERWICH

BORBONESE

BOTANICA Bee
HAY. BLOSSOM. HONEY.

cinGomma

CORA
HAPPYWEAR

DEDICATED.

Drumchr.
ESTABLISHED 1770

ECOALF

ESEMPLARE

Fumagalli
1891
MILANO

Giampaolo

icebreaker
Move to natural

IGOODI

K-WAY



NAPAJURI

NATYORAL



ORCIANI
ECO-LOGIC

Partners

GP2

ORTIGNI
Calzature dal 1930

Oscalito
1936

patagonia®

PRODUZIONE
LENTA////////

PT
TORINO

Re-Hash
Rethink Recycle Reduce


ROBE DI KAPPA®

SEBAGO®

SOZZI  MILANO
BIO LUXURY


SUPERGA®
PEOPLE'S SHOES OF ITALY


Timberland®

VISTA
eyewear

X A C U S

YSM YOUR
SUSTAINABLE
MOOD

GP3

beauty

taste, read & beauty





Partners

GP3

Fashion



SEASE

Zegna

Restaurants & Drink

100VINI
& AFFINI



LURISIA



Antica Adenga



Partners

GP3

Cosmetics



alkemy[®]
spa

allegro
natura

almacabio[®]
Earth living

Dott.[®]
Nicola
FARMACISTA

SERRA&FONSECA

Bookshop

laFeltrinelli

 Slow Food Editore


LO SCARABEO

CARIOCA[®]



Quercetti[®]

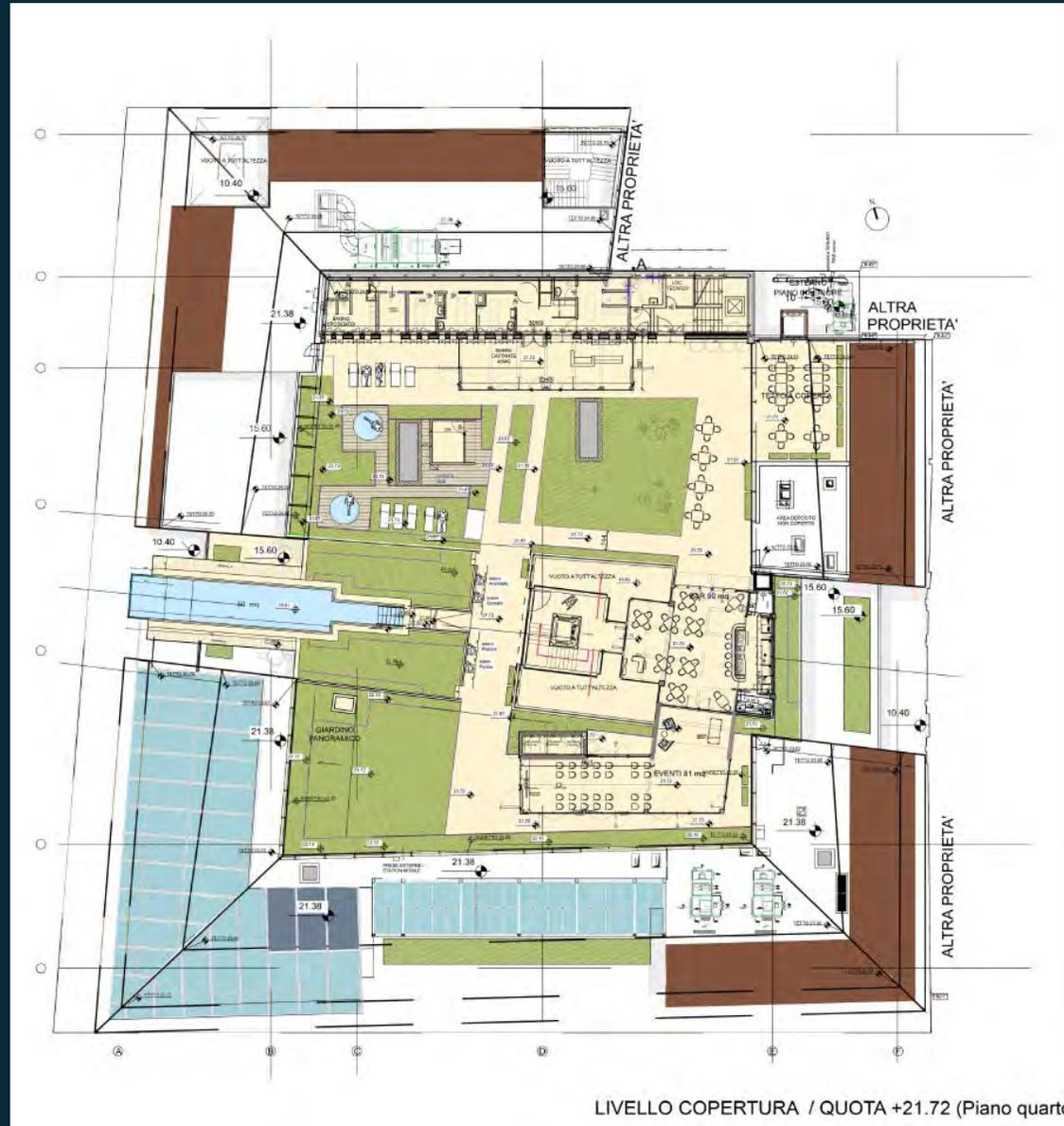
Tecnodidattica

GP4

otium

rooftop, lounge bar, pool & spa

OTIUM







The Otium Pea Club, Green Pea's rooftop,

is dedicated to those 173 years that changed the human history. 173 years ranging from the birth of Pericle to the death of Aristotele. The magical period of Athens, in which Pericles, Socrates, Plato and Aristotle changed the human history defining values that today, more than 2500 years later, are still valid: the concept of democracy, the currency of philosophy and many others. In short, our way of imagining the metaphysician depends on them.

If you look closely to Green Pea, you can immediately see how much we were inspired, with the designers, by the Acropolis of Athens! The 4 great thinkers with their disciples on the Parthenon they implemented what Domenico De Masi calls: **"Creative Idleness", considered the greatest by the ancients of professions.**

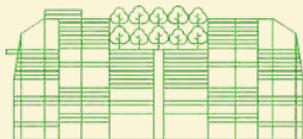
Otium Pea Club is the Green Pea's rooftop, dedicated to Creative Idleness.

A place that within contains many other places: lounge bar,

Wellness area, SPA and the first cantilever pool in Turin.

Large and beautiful areas where you can stop, think, taste, take care of your body, have fun, read, learn, design.... Or do nothing. With absolute freedom by the Members to decide how to spend their own time within the Club.

Idleness can be creative in a wellness place. The club is designed for about 2,000 members, but most of its services will be open to all.



Partners



Sustainability and communication Partners



hellobarrio



LIFEGATE

32 clothing stores	1 tourist information office
24 interior design stores	3 eateries
1 car dealership	1 pool
2 stores of energy and services	1 spa
1 connectivity store	1 club dedicated to the Creative Idleness
1 bank	+100 Green Pea Partners
1 laundry	22.512 green products
1 library	200 new work positions
1 museum	15.000 square meters
1 personal care store	2.000 trees

TOTAL

33.884

This number doesn't mean anything, but we love doing totals.

GREEN PEA INTERNATIONAL DEVELOPMENT:
CELEBRATE THE BEAUTY OF ITALIAN GREEN FASHION AND DESIGN IN
THE WORLD

**WHERE WE WILL GO,
together**



Copertura stampa

Panorama

PANORAMA Settimanale Data: 26-10-2020
Pagina: 14/16 Foglio: 1/3

COPERTINA

ACCANTO A UN'ITALIA SMARRITA CE N'È UN'ALTRA CHE VA AVANTI NONOSTANTE TUTTO. E CON UN'INTELLIGENTE RESISTE, RILANCA, PROGETTA, INVESTE, APRE. CERCANDO DI GUARDARE OLTRE LA CRISI.

QUELLI CHE NON SI ARRENDONO

Il design italiano si rilancia con il Green Pea. Un progetto di Oscar Farinetti, il patron di **Farinetti**, che ha investito 100 milioni in un centro commerciale a Torino dedicato al rispetto per l'ambiente e le persone. Stimati investimenti per 100 milioni. Tra i marchi protagonisti Sease, Herno, Xacus e Cucinelli. **Matteo Minà**

La Repubblica - Affari&Finanza

A&F la Repubblica Settimanale Data: 14-12-2020
Pagina: 61 Foglio: 1

Rapporti Immobili sostenibili

Nuove frontiere del retail

Da Melbourne a Milano e ora a Torino il centro commerciale si fa green e tecno

Corriere della Sera - Design

Design Settimanale Data: 20-11-2020
Pagina: 5 Foglio: 1/3

Il santuario del vivere green È la nuova idea di **Farinetti**

L'antropocene. Dall'eco al design, dai mobili di design al Green Pea, il progetto del patron di **Farinetti**. «Un modello di vendita basato sull'etica»



Il Sole 24 ore

IL SOLE 24 ORE Quotidiano Data: 27-11-2020
Pagina: 15 Foglio: 1/2

Il made in Italy no food avrà casa al Green Pea

MF fashion

MF fashion Quotidiano Data: 05-12-2020
Pagina: 2 Foglio: 1

Strategie **Oscar Farinetti** svela il format **Green pea**

Aprirà mercoledì a Torino il primo retail park dedicato al rispetto di ambiente e persone. Stimati investimenti per 100 milioni. Tra i marchi protagonisti Sease, Herno, Xacus e Cucinelli. **Matteo Minà**

Sportswear International

SPORTSWEAR INTERNATIONAL NEWS GALLERIES VIDEOS EVENTS

Discover Green Pea, an eco-friendly shopping hub

By Maria Cristina Pardini | 14 dicembre 2020



La Repubblica

la Repubblica Quotidiano Data: 04-12-2020
Pagina: 29 Foglio: 1/2

Il guscio Green Pea dove il made in Italy si scopre ecologico

Aprirà il 9 dicembre a Torino il nuovo megastore di **Farinetti**. Arredi, auto, moda, cento marchi selezionati per la vita sostenibile

TU STYLE

TU STYLE Settimanale Data: 28-12-2020
Pagina: 88 Foglio: 1

ESPERIENZE shopping

ACQUISTI BUIO A TORINO UNO STORE TUTTO GREEN (PEA)

La pandemia, tra le tante cose, ha anche fatto sorgere sulle nostre città la voglia di shopping. Tra negozi semi-chiusi e scarsi di prodotti, si sta riscoprendo la voglia di vivere in armonia con l'ambiente. Per questo motivo l'inaugurazione di **Green Pea**, megastore dove tutto è dedicato ai prodotti sostenibili, a Torino in zona Lingotto, ci sembra un'ottima notizia per il futuro del pianeta e delle shopping addicted.

FASHION GOES GREEN

L'idea è venuta a **Farinetti**, il patron di **Farinetti**. Qui parte il filo più verde del retail italiano.



Avvenire

Avvenire Quotidiano Data: 26-11-2020
Pagina: 119 Foglio: 1/2

FARINETTI E «GREEN PEA» «Galline e ottimismo per frenare l'inflazione»

Il nuovo edificio che ospita Green Pea a Torino. L'azienda



La sfida di Green Pea, i grandi magazzini eco

Tuttosport

TUTTOSPORT Quotidiano Data: 10-12-2020
Pagina: 30/31 Foglio: 1/2

«INNAMORIAMOCI DELLA TERRA!»

FARINETTI APRE GREEN PEA LA SOSTENIBILITÀ VA IN GOL



WWD

WWD Fashion - Lifestyle - Travel - News - Events - Advertising - Jobs

The Eataly of Fashion and Lifestyle: Green Pea Democratizes Sustainability

Eataly's founders are opening on Dec. 8 in Turin a 101,459-square-foot retail space dedicated to everything sustainable.

By [Lorenza Di Biase](#) | December 20, 2020



Rassegna stampa completa in aggiornamento live, a questo [link](#)

dobbiamo smettere di consumare?
oppure
incominciare a consumare con rispetto?

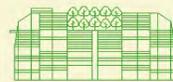


un **pisello verde**
simbolo del **rispetto.**

from duty to beauty

apri a farina, accanto a esaly di ingotto,
a settembre - forse anche prima.

greenpea.com



 GreenPea

GRAZIE!