



PUPEAT

## INCAMMINAMENTO



## PREMESSA

sono stato il coordinatore delle manifestazioni culturali del padiglione della Serbia all'EXPO 2015, all'interno del Cluster Bio-Mediterraneo. Un'esperienza unica, uno straordinario evento universale, irripetibile e memorabile.

Il Cluster, presieduto dal "continente" Sicilia, ha ospitato dieci nazioni che si affacciano al "Mare Nostrum", ovvero i maggiori paesi combinati dalla Dieta Mediterranea.

Unitamente a selezionati partner e con la compartecipazione d'istituzioni, ho realizzato eventi ciclici coinvolgendo tipicità mediterranee e implementando contaminazioni enogastronomiche con tutti i paesi presenti nel Cluster.

Assorbito e invasato dall'enorme giacimento enogastronomico, non potevo e non volevo stroncare l'esperienza e ho dato seguito ad un percorso che mi ha portato alla concretizzazione e realizzazione del brand, termine siciliano di "assaporare", che rappresenta il concetto divulgatore della mission per dare seguito all'esperienza dell'EXPO e realizzare una STAZIONE ENOGASTRONOMICA sulla Dieta Mediterranea a Milano.

## PERCHÉ MILANO?

- Ci sono tutti i nativi di tutte le regioni d'Italia e di ogni parte del mondo;
- È una città posta nel cuore storico dell'Europa;
- Ha dei primati che la rendono unica al mondo;
- È la capitale mondiale della moda, della lirica e del design;
- È la seconda città al mondo, dopo New York, per numero di consolati;
- Si organizzano eventi internazionali e celebrati con cibo cosmopolita;
- La sua forza nasce da una creatività straordinaria che non ha rivali in città della stessa dimensione.

*arch. Emilio Bosco  
CEO ASSAPURARI*

## GENESI

L'idea si è concretizza con un'attenta analisi sugli effetti dell'industrializzazione del cibo, e quindi dell'alimentazione che tende a omologare tutto; al contrario, il cibo di qualità nella gastronomia fa parte del campo del piacere, dell'arte e della ricerca dei prodotti d'eccellenza. L'obiettivo ingaggiato ad ASSAPURARI è dare battaglia al cibo spazzatura coordinando un esercito di partner d'eccellenza.

Pertanto mi sono candidato presentando il progetto:

PUPEAT

## IDEAZIONE

Uno degli aspetti più riconoscibili di PUPEAT come brand è un logo minimal che rappresenta una marionetta di un cavaliere dei romanzi cavallereschi stilizzato che anziché impugnare una spada, brandisce una forchetta, i fili si proiettano verso l'alto sottolineando anche il carattere dello script PUPEAT a suggerire l'aspirazione ascendente verso la qualità del buon cibo e l'elevazione delle coscienze.

L'attuazione del programma è ospitare i territori del "Mare Nostrum" con i loro prodotti, produttori, cuccinieri e artisti per raccontare il cibo, le tradizioni, le tipicità, la cultura del territorio. Le tendenze attuali dei consumi alimentari sono gli elementi necessari al ritorno alla Dieta Mediterranea.

Elemento prioritario è il "raccontare" che nel modo appropriato fa accresce la percezione del valore di ogni prodotto determinando una volontà di ricerca, acquisto, godimento e la diffusione virale della conoscenza, attraverso la condivisione del racconto stesso.

## PIANIFICAZIONE

L'architettura del progetto è mirata per istituire una piattaforma del bello, del gusto e dell'eccellenza della Dieta Mediterranea collocandosi e proponendosi come luogo di competenze, di esperienze, di emozioni e di consapevolezza. L'iniziativa si fonda sull'individuazione, da parte di ASSAPURARI, di una rete di PMI di nicchia del bacino del mediterraneo che in unicità progettuale e di brand, conferiranno prodotti e servizi.

Gli svariati prodotti, costantemente aggiornati e rinnovati, si qualificheranno nel rispetto assoluto di una rigorosa selezione delle imprese produttrici attraverso parametri qualitativi predefiniti e pubblici che permetteranno di offrire prodotti esclusivi ed eccellenti.

## CONNUBIO

La nostra caratterizzazione si esprimerà anche nell'organizzare corsi di formazione sull'alimentazione, conferenze, lezioni di educazione alimentare ed eventi culturali con uso creativo e innovativo, tracciando un connubio strettissimo con il cibo, l'arte e design, convogliando disparati interessi e associando la cultura al business.

I servizi e gli attrattori implementati saranno gli estensori della vendita poiché l'informazione e la narrazione accurata degli ingredienti dei cibi degustati e del modo in cui sono cucinati genereranno l'interesse all'acquisto.

Le differenti attività, in unica filosofia, sono il primario e fondamentale telaio enogastronomico della piattaforma in quanto, nelle diverse raffigurazioni, stimoleremo, guideremo, appassioneremo e fidelizzeremo i frequentatori.

## CONTENITORE

L'architettura e l'arredamento che il collega Dario GIANUARIO ha ipotizzato è minimalista per dare priorità ed esaltare il cibo. L'essenzialità è qualità non è solo questione di estetica ma di percezione e valorizzazione dello spazio.

Miriamo a comunicare il cibo in un contenitore armonioso. Il Concept-store è basato su una divisione di spazi che poi vede spazi secondari di servizio annessi ad essi. Il percorso è studiato affinché sia calcolato sulla base di un'esperienza emozionale e conoscitiva dei prodotti eno-gastronomici. All'ingresso ci si registra e fornire tutti i dati necessari a ricevere notizie sui prodotti, gli eventi e la logistica.

L'utente potrà accedere avendo le "mani libere" da shoppers, in quanto attraverso un tornello di accesso, al passaggio del proprio cell o ticket rilasciato all'ingresso si potrà direttamente legare i propri acquisti al proprio profilo, precedentemente registrato (mod. Amazon GO).

Pertanto si potrà liberamente recarsi all'area RISTORAZIONE per degustare i prodotti dei Partners, in aree attrezzate per sedersi o appoggiarsi a piani snack per una degustazione veloce; Info-grafiche mostreranno tutte le caratteristiche del cibo da scegliere con la possibilità, sempre via QR CODE, di registrare la richiesta del menù che ci si sta accingendo a mangiare.

Proseguendo il percorso, raccomandato, si accede all'area SHOP dove, incuriositi del piatto appena consumato, volendo riprodurlo a casa, con la lista della spesa appena scannerizzata in QR CODE nel menù, si può direttamente ordinare quanto si vuole o acquistare altri prodotti in shop scannerizzando i QR CODE dagli scaffali come se si facesse un acquisto online. Infine l'area degli EVENTI permette di accogliere produttori, chef, artisti e studiosi legati al mondo del cibo dove poter degustare assaggi di nuovi prodotti, all'interno di un contesto più coinvolgente, caratterizzato da isole e stand attrezzati per il servizio.

Vi sarà anche un palco o un'area preposta per richiamare l'attenzione dei "commensali".

Pienamente sazi di quanto vissuto come esperienza a 360° l'utente potrà recarsi verso l'uscita.

## ATTUAZIONE

La composizione del Cluster con i suoi partner produttori si caratterizzerà nel format del social e no-profit, definendo, di comune accordo, la tipologia del contenitore associativo.

Le aziende che parteciperanno all'iniziativa determineranno, in autonomia, le offerte dei loro prodotti e servizi.

I costi del contenitore: strutturali/architettonici, strumentali, funzionali, gestionali, royalty, comunicazione/promozione e amministrazione saranno spalmati tra i partecipanti, proporzionalmente, nelle modalità di un budget preventivo e periodicamente a consuntivo. Le attività specifiche di ogni comparto avranno uno spazio dedicato determinando un parametro che sarà associato, adeguatamente, a quello degli spazi comuni.

Sono previsti SETTE comparti:

- RISTORAZIONE
- STREET FOOD
- PASTICCERIA
- PANIFICAZIONE E PRODOTTI DA FORNO
- PRODOTTI GASTRONOMICI FRESCHI
- CONFETTURE DI PRODOTTI GASTRONOMICI
- ENOTECA

## LOCATION

Il luogo dove nascerà Pupeat si trova in una delle vie principali di Milano frequentata dalla movida milanese, da tutti i turisti, escursionisti e viaggiatori commerciali che transitano a Milano.

Ha una superficie di circa 400 mq., corredato da uno spazio verde, cantina di circa 50 mq. e da una unità abitativa di circa 60 mq. al primo piano, inoltre con un ingresso secondario per il carico e scarico merci.

È una opportunità irripetibile in quanto non c'è da pagare una quota d'ingresso di cessione del locale, ma necessita di una sostanziale ristrutturazione.

L'attuale locazione è di € 70.000,00 annui più € 3.000,00 di servizi condominiali.

Raggruppati i partner interessati a partecipare all'iniziativa, nei caratteristici comparti, otterremo mirate valutazioni che nel processo del pensiero collettivo ci consentirà di ottimizzare la progettualità con cui ci confronteremo in un meeting visitando la location.

L'aspetto finanziario dell'intervento sarà affrontato collettivamente considerando comunque un ricorso iniziale alle banche e in parallelo si richiederà il finanziamento a INVITALIA, un'Agenzia per l'avvio di nuove imprese, dedite particolarmente alle start-up di iniziative innovative e alle idee brillanti che hanno potenzialità di business. Inoltre saranno intercettate finanziamenti agevolati della CE mirate alle attività innovative e culturali. Appunto la Dieta Mediterranea.

Ringraziamo per avere avuto la pazienza di leggere tutta la relazione, certi del successo, auspichiamo che l'iniziativa possa evolversi dandoci l'opportunità di interagire con partner lungimiranti.

*arch. Emilio BOSCO  
arch. Dario GIANUARIO*

***"I consumatori non sono macchine pensanti che si emozionano ma macchine emotive che pensano".***

Antonio DAMASIO, uno dei più grandi neuroscienziati al mondo, nel libro "L'errore di Cartesio".

Una frase che riassume perfettamente il cambiamento che investirà il mondo dei consumi nei prossimi tempi. La dimensione emotiva non sarà più un elemento di disturbo ma un elemento cardine delle decisioni di acquisto e il digitale è diventato il principale interlocutore nelle nostre vite.



FACCIAMO DIVENTARE PUPEAT REALTA'

IANU  
2019