

PRESSO

Sede

Milano

Sito

<http://www.kooksharing.it/>



Fondatori

Claudio Garosci

Ivan Annoni

Valeria Baggia

Profilo

Breve:

Presso è un'innovativa formula commerciale, a cavallo tra i mercati della ristorazione e dell'arredo, che punta a offrire nuove esperienze e opportunità di consumo. Fuori casa come se si fosse a casa.

Lungo:

Presso è un nuovo format di retail, basato su un'idea di intrattenimento innovativa, che permette agli utenti di affittare una cucina e un salotto, totalmente attrezzati come una casa, per passare del tempo in compagnia, e alle aziende fornitrici di esporre i propri prodotti in una location esperienziale.

La crisi ha ridotto i consumi fuori casa, i ristoranti applicano prezzi meno accessibili e le case, nelle grandi città, sono più piccole, tuttavia i consumatori non rinunciano alla buona cucina e alla convivialità: crescono i corsi specializzati e i consumi di prodotti sofisticati a casa. Allo stesso tempo le aziende fornitrici ricercano nuovi modi per far conoscere i loro prodotti: il consumatore è più attento e selettivo. Da qui l'idea di un format, a metà tra ristorazione e distribuzione, che risponda a questi problemi. *Presso* ribalta il concetto di locale, non c'è più personale, ma i clienti fanno tutto da soli in una sorta di ristorante senza cuochi. Il sistema permette di affittare una cucina e un salotto utilizzabili in qualsiasi momento, anche solo per mezz'ora, e di pagare l'uso effettivo degli spazi senza i costi fissi del servizio. Nel noleggio sono inclusi una cucina e un salotto di design. I servizi base variano in funzione dell'ora e del giorno, sono poi messi a disposizione servizi aggiuntivi a pagamento come spesa e consegna sul posto, lezioni di cucina, cuoco, pulizia, ecc. Il format permette di non rinunciare alla convivialità e di avere un'elevata flessibilità di spesa.

Presso è un nuovo modello distributivo che punta a diventare una nuova insegna in franchising e ad aprire punti vendita nei grandi centri abitati e portare all'estero il made in Italy.

Per utilizzare i servizi il cliente interagisce con il sito internet la vera vetrina interattiva, come per il bike sharing o il car sharing. Tramite il sito ci si registra, si prenotano i servizi e lo spazio fisico, ma è anche possibile scambiarsi opinioni e pareri sugli oggetti che si sperimentano in anteprima nel locale e eventualmente comprarli.

Le principali fonti di ricavo sono: l'affitto degli spazi, l'acquisto di prodotti/servizi supplementari e gli accordi commerciali con i fornitori. Dal punto di vista dei costi, invece, il modello è molto flessibile: il personale e le materie prime sono ridotte al minimo rispetto a un locale tradizionale e il prezzo varia in funzione della domanda e del periodo, proprio come fanno le compagnie aeree.

Il primo punto vendita aprirà a Gennaio nel centro di Milano in uno spazio di circa 350 metri quadrati, sarà il prototipo per studiare il nuovo modello di franchising. I soci fondatori sono un ingegnere, un antropologo e un architetto con esperienze nel mondo del retail e dell'editoria.

Fondatori & Team



Claudio Garosci



Ivan Annoni



Valeria Baggia