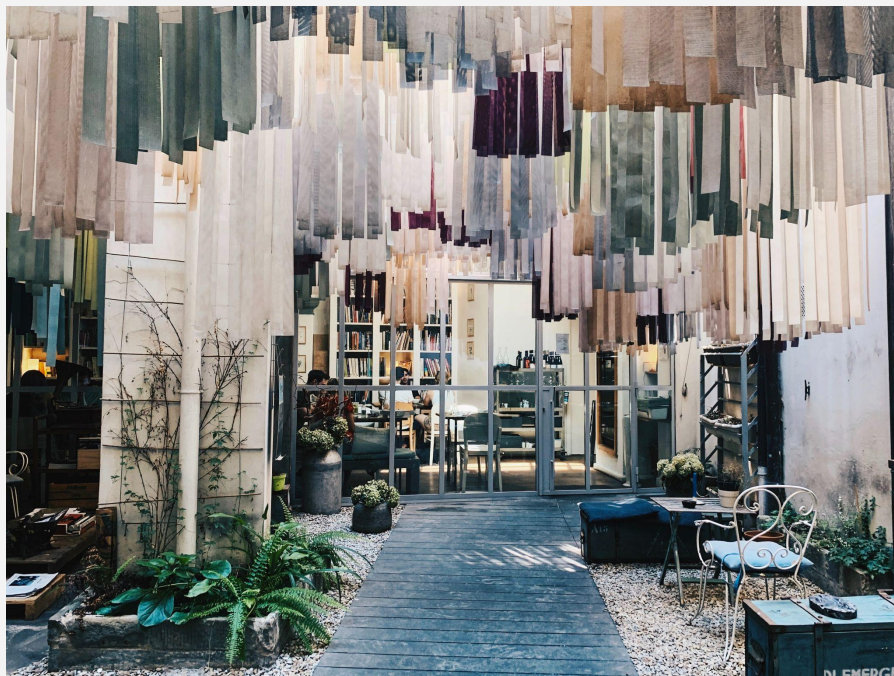


fiko

NOWY KONCEPT GASTRONOMICZNY WSTĘPNA KONCEPCJA



Przykład

Koncepcja w swym pierwotnym DNA ma być połączeniem paru konceptów realnie funkcjonujących w Nowym Jorku, Moskwie, Berlinie czy Londynie np. KTZ'S Delicatessen, Giovanni Rana, Roli Roti i Door 19.

Inspirujemy się, nie wzorujemy, analizujemy, nie powielamy
– wybierając co dla nas najlepsze – aby odpowiedzieć na panujące potrzeby, tu i teraz, jak i potem – czyli trendy.

MISJA

Przykład

**Jesteśmy animatorami kultury w gastronomii
i gastronomii w kulturze.**

**Jesteśmy ludźmi z pomysłem na siebie,
innych.**

**Jesteśmy ludźmi z pomysłem na miejsce, w
którym żyjemy.**

**Żyjemy dla emocji, dajemy emocje i emocje
chcemy brać.**

Przykład



WIZJA

Przykład



Chcemy zarażać pasją, energią i pomysłami dlatego też stawiamy na:

- rozwój (inne miasta, kraje),
- ludzi, pracowników i Gości – jesteśmy po pierwsze i po ostatnie dla nich,
- tworzymy inne oblicze gastronomii,
- uczymy się przez uczenie innych,
- gastronomia dla nas to emocje, jedzenie, ludzie.

WARTOŚCI

Przykład

Prostota i autentyczność w połączeniu z dbałością o szczegóły i niuanse z wyszczególnieniem wysokiej jakości – występującej pod każdą postacią (architektura, karta menu, wydarzenie itp.). Nic nie jest „przekombinowane”, trudne, nieprzystępne a proste i czytelne w przekazie i odbiorze.

Doskonałe jedzenie wewnątrz, obsługa to doświadczenie całości proponowanej marki.

Comfort food „komfortowe jedzenie”

Tradycyjne i nowoczesne dania stawia w świetle reflektorów-wyciągając to, co w nich najlepsze.

WARTOŚCI, KTÓRE BĘDĄ NAS OPISYWAĆ

DNA MARKI

Przykład

Kultura → Wrażliwość

Sztuka → Design

Demokracja → Ludzie

Człowiek → Szacunek

Pasja → Radość

Jedzenie → Celebracja

Marka → Tworzenie

Poziom → Staranność

Filozofia → Wartości

Ekologia → Naturalność

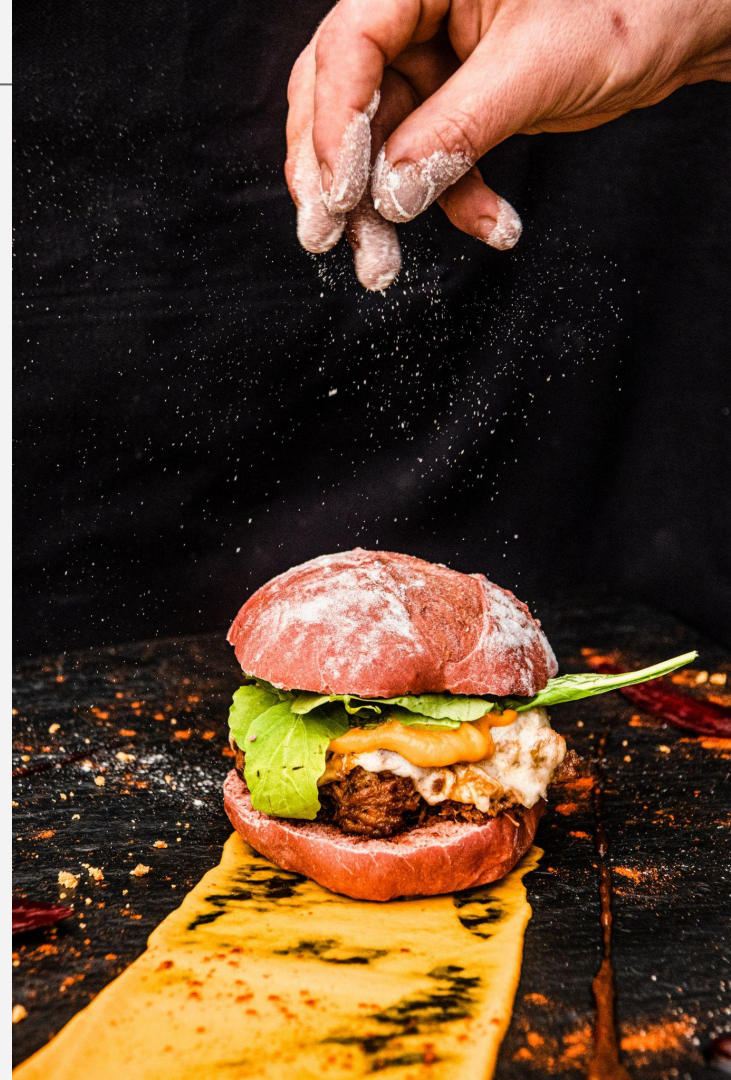
Zdrowie → Równowaga

Rodzina → Dziecko

Ty → My

Miejsce → Klimat

Przykład



Bez systemu wartości żadna społeczność nie będzie istnieć i nie przetrwa.

Budujemy markę, bazując na naszym doświadczeniu, odwołując się do tradycji, tworząc kompilację historii z nowoczesnością. Powrót do historii jest równoznaczny z powrotem do naturalności. To przestrzeń łącząca restaurację z wysublimowaną muzyką jazzową, odpowiadającą gustom najbardziej wymagających Gości.

Nowy koncept gastronomiczny = wyjątkowa marka gastronomiczno-kulturalna na rynku (warszawskim, polskim, europejskim).

Flagowy, kluczowy lokal – będący pierwowzorem do powielania w tworzeniu i rozbudowy sieci na większą skalę. Konceptyjnie określający szablon działania i funkcjonowania dla kolejnych „siostrzanych” miejsc.

Koncept przy swym założeniu będzie uwzględniał najnowsze trendy gastronomiczne, kulturalne, architektoniczne czy modowe (Europa, świat), ale też będzie silnie zakorzeniony w swojej lokalności. To coś więcej aniżeli restauracja: to jednocześnie kawiarnia, lunchownia, bar, miejsce spotkań towarzyskich i biznesowych.

mini
ma
list
graphics

Przykład

Kuchnia i karta menu

oparta na idei comfort food – prostych, znanych potrawach z całego świata jak pasta, burger czy pizza w nowym wydaniu. Jedzenie bazujące na najwyższej jakości składnikach sprowadzanych od zaufanych dostawców z kraju i zagranicy.

Karta: Prosta, czytelna, komfortowa.

To będzie nowoczesna miejska przestrzeń dedykowana świadomym kosmopolitycznym Gościom łącząca doświadczenie współczesnej, nowoczesnej restauracji gourmet z niezobowiązującym charakterem, w której każdy będzie czuł się komfortowo jak modny obywatel świata.

Pod względem architektonicznym to mieszanka funkcji restauracyjnej, barowej z autentycznymi postindustrialnymi i surowymi elementami, - to ciekawa marka gastronomiczno-kulturalna z doskonałą lokalizacją.

Trójfazowe miejsce spotkań

To przestrzeń restauracyjna funkcjonująca zgodnie z rytmem dnia nowoczesnego miasta od Nowego Jorku po Warszawę. Funkcjonująca w trzech fazach każdego dnia: śniadaniowo-rozrywkowej, lunchowo-spotkaniowej oraz wieczorno-jedzeniowej. Każdą z faz definiują: menu, światło, muzyka.

To miejsce cały dzień tętniące życiem od wczesnych godzin porannych do późnych godzin nocnych, żywe o każdej porze dnia i nocy, dostarczające wrażeń na poziomie estetycznym, smakowym, zapachowym, towarzyskim, eventowym.

