

L'intervista a Roselli «Da Roma l'Immersive Show Dinner verso Dubai, Mosca e Miami. Poi l'assalto alla Cina»

«Così porterò nel mondo le nozze tra cibo e hi-tech»

■ Cibo, spettacolo e tecnologia italiana in giro per il mondo per rappresentare l'eccellenza del Paese. Pier Paolo Roselli, ideatore e fondatore dell'Immersive Show Dinner, un evento che unisce l'alta cucina di chef stellati con uno spettacolo multisensoriale, non ha dubbi sull'intenzione di far diventare la sua creazione un format da portare all'estero.

Un processo di internazionalizzazione per replicare lo show in ristoranti a tempo, aperti in spazi eventi, hotel di lusso, musei, teatri e luoghi che si prestano a ospitarlo.

«Il piano di sviluppo parte dall'Italia. Quest'anno la mia idea è stata testata a Roma. E il successo è stato conferma-

to dall'overbooking e dall'alto gradimento espresso dagli ospiti in ogni occasione» spiega a il Tempo Roselli che, forte dei riscontri positivi finora ottenuti, ha pronto il secondo step del suo programma di espansione: «Nel 2019 siamo pronti a sbarcare a Dubai, Miami e Mosca passando per un'apertura a Milano in tempi brevi, per replicare le soddisfazioni che ci ha regalato la Capitale». Lo spettacolo, costruito attorno a una cena gourmet e trovate scenografiche e musicali basate su tecnologie digitali che rendono gli ospiti parte integran-



Imprenditore
Pier Paolo Roselli

te di un viaggio multisensoriale legato al gusto, è stato allestito alla Casina Valadier nel Centro Storico di Roma. Il progetto finale, è stato realizzato in 8 mesi grazie alla collaborazione di un network di oltre 20 professionisti con esperienza specifica nella realizzazione di eventi aziendali. «Il primo investimento è stato di circa mezzo milione di euro» spiega Roselli che ha già attivato un processo di ricerca di sponsor internazionali per supportare l'attività di espansione all'estero. «Si tratta di brand nazionali che rappresentano il meglio della nostra eccellenza e tradizione del beverage e del cibo di qualità. I contatti sono in uno stadio avanzato forti anche del fatto che, nell'edizione italiana, ad affiancare l'iniziativa abbiamo avuto un partner del calibro di Campari». Quanto alle location «abbiamo avviato contatti commerciali e di marketing con le grandi catene di hotel internazionali e della ristorazione che servono target di clientela alta e amanti della cultura enogastronomica italiana». A loro è rivolta la prima edizione intitolato «Discoverit - La Prima di Viglietti» una sinfonia di aromi, sapori, musiche e immagini alla scoperta dei piaceri del gusto con lo chef designer, Massimo Viglietti di Enoteca Achilli al Parlamento di Roma, una stella Michelin. Con Discoverit i partecipanti vivono le emozioni di scenari unici, come in un viaggio tra le meraviglie dell'Italia che svela le eccellenze più autentiche del nostro Paese legate alla pittura, al cinema, alla città d'arte e alla moda. Gli accompagnatori dell'Immersive Dinner sono i vini del gruppo Allegrini Estates e Frescobaldi, le acque minerali Ferrarelle, il tutto preceduto da



Show Cibo, colori e tecnologia

un aperitivo targato Campari, uno dei brand italiani più apprezzati nel mondo per la sua eccellenza e il suo forte legame con l'arte. «L'obiettivo finale è l'esportazione della cultura enogastronomica italiana. Di un modello di vita che il mondo ci invidia affiancato da una rivisitazione artistica e tecnologica» conclude Roselli che, dopo aver lavorato nel marketing e nel posizionamento di grandi marchi internazionali, ha creato una start-up ad hoc per portare un format di food entertainment in tutto il mondo.

Il piano c'è, la volontà di crescere anche. Così dopo il prevedibile sbarco in Russia, nel Golfo Persico e negli Usa, il grande obiettivo di Roselli è il più grande mercato del mondo: la Cina. «Sarà difficile convincere una cultura gastronomica così antica e articolata. Ma la voglia di Italia in quel Paese è talmente grande che possiamo vincere la scommessa».

Leo. Ven.

©riproduzione riservata