Un concept de magazin și un brand care te binedispune: o oiță șturlubatică, pe care **Ileana și Bogdana** au numit-o Pukka

De 2 x Eco

La numărul 7, în centrul Bucureștiului, dacă ajungi pe strada George Vraca, fă-ți timp trei minute și vizitează magazinul Pukka Food. Pe lângă decorațiunile geniale, care împodobesc magazinul în preajma Sărbătorilor, vei rămâne uimit de cât de ușor ai putea mânca sănătos, având în fața ochilor peste 600 de produse naturale, la alegere. Proprietarele magazinului, Ileana Muntean și Bogdana Ghinescu se mândresc cu business-ul lor și spun că „Pukka are influență indiană și înseamnă autentic, original. Am ales ca mascotă o oaie, pentru că e «mioritică», foarte românească, un animal simplu și onest, dar cu atitudine: îndrăzneață și perseverantă".

Povestea unei oi

„Pukka Food a apărut din dorința noastră de a face împreună un lucru bun, folositor, în care să credem și din care să câștigăm bani. Ne cunoaștem de 24 de ani. Am făcut împreună liceul de matematică-fizică Vasile Alecsandri din Galați și ASE-ul, secția de turism. Am trecut împreună prin valurile spumoase ale tinereții, după care drumurile noastre s-au despărțit o vreme fără să pierdem însă legătura. Bogdana a urmat un MBA și a plecat din țară câțiva ani unde a făcut marketing internațional, eu am făcut Academia de Teatru și Film și am lucrat în televiziune, advertising, cinematografie. Ne-am reîntâlnit fizic în urmă cu doi ani, încă tinere mame de copii și am început sa punem pe hârtie un concept și un business plan. Pe lista noastră de posibile afaceri mai figurau: o fermă ecologică, un supermagazin de jucării, o pensiune. Ideea de a deschide un magazin alimentar ecologic s-a lovit însă cel mai bine cu cererea noastră personală de mâncare sănătoasă și cu trend-ul extern.

Opt luni de comerț live

Fetele s-au orientat bine, având în vedere că „Eco", este un trend care într-un timp foarte scurt a cucerit podiumurile de modă, a stârnit controverse, este nu în ultimul rând cea mai nouă și promovată atitudine, devine un must have în produsele de îngrijire ale pielii și câștigă tot mai mulți fani în sectorul „produse alimentare". „La începutul anului 2008 am intrat pe făgașul mai anevoios al concretului: am înființat firma, am găsit spațiul comercial, am fost la cel mai mare târg de produse ecologice din Europa și am intrat nefezandate în râșnița mecanismului birocratic și hirtografic pe care o presupune orice întreprindere privată în România. După opt luni de comerț alimentar live, lucrurile sunt departe de a fi line și armonioase: volumul de muncă este imens iar micile probleme și frecușuri, par câteodată nesfârșite. Totuși, pe ansamblu, lucrurile merg binișor, avem o mână de fani declarați ceea ce ne motivează să ne perfectăm și să creștem", povestește mândră, Bogdana. În afară de prosperitatea și extinderea „oii" pe mapamond, Ileana își propune să scrie în fiecare an măcar un scenariu de lung metraj care să devină film iar Bogdana să facă consultanță adevărată de marketing și pentru alții nu numai pentru brandul Pukka Food.

Pentru copilul tău

La «Pukka Food» găsești produse care vor ajuta la creșterea sănătoasă a micuțului

Cum amîndouă avem copii, produsele pentru ei ne preocupă destul de mult. Le testăm și aprobăm în colaborare cu copiii noștri. Avem produse pentru bebeluși, începând de la 4 luni – o gamă largă de piureuri cu fructe, cereale, bombonele, iaurturi, sucuri. Sucurile la cutie sunt nemțești, le importăm direct și conțin fructe si legume ecologice.

«Avem o mână de fani declarați, ceea ce ne motivează să creștem»