

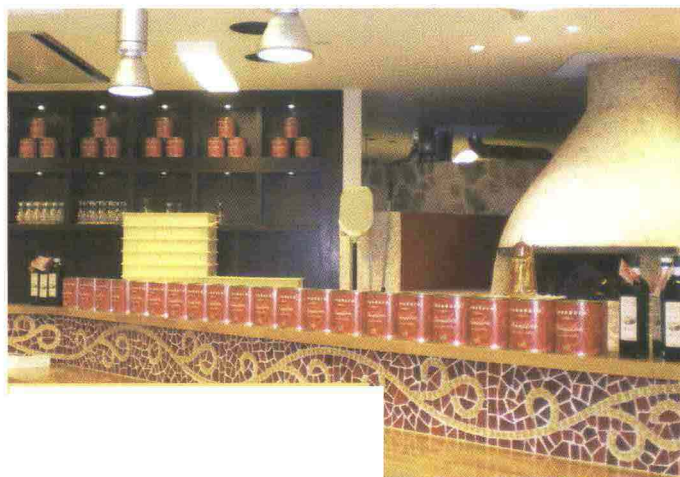
L'AZIENDA HA INAUGURATO UNA COLLABORAZIONE CON LO SPAZIO EATALY GIAPPONESE

Rossopomodoro a Tokyo convince

La pizzeria conta già 8mila piatti al mese, grazie soprattutto alla margherita all'italiana, realizzata con ingredienti campani, con tre invii settimanali

Prosegue l'espansione internazionale di **Rossopomodoro**, che lo scorso settembre ha aperto, all'interno dello spazio *Eataly* di Tokyo, una pizzeria di 250 mq per 100-120 coperti. Il locale si caratterizza per la presenza di due pizzaioli e camerieri italiani, 'importati' per l'occasione da **Rossopomodoro**.

“Il Giappone – dichiara a *Food* Franco Menna, amministratore delegato di **Rossopomodoro** – è un mercato già svezzato, che ben conosce il prodotto italiano, anche se le occasioni di consumo della pizza sono diverse dalla nostra: è più comune consumarla come spuntino, facendosi servire già tagliata per più persone. Abbiamo garantito l'importazione di ingredienti campani, privilegiando i presidi Slow Food, per la parte 'caratterizzante' della pizza: farina, olio, pomodoro e mozzarella, con spedizioni tre volte la settimana, mentre per



altre farciture ci avvaliamo di prodotti locali. La nostra margherita, proposta a circa 8 euro, è molto apprezzata: il *break even* era fissato a 4mila pizze mensili, ma siamo già a 8mila”. La pizzeria è affiancata da un ristorante stellato Michelin, *Da Guido*, presente anche nell'*Eataly* torinese. Perché, invece, la collaborazione tra **Rossopomodoro** e *Eataly* non prosegue in Italia? “Pur avendo due posizionamenti simili – spiega Menna – la nostra insegna aveva già una sua storia forte. La sovrapposizione dei marchi non avrebbe creato valore aggiunto”. **Rossopomodoro** non trascura il lato etico: lo scorso dicembre ha infatti presentato il quinto volume di una collana di libri di ricette per aiutare l'attività di Amref in Africa, “Le ricette del sorriso”.

Emanuela Taverna