

Il piano di espansione di Franco Manna si basa su rapporto qualità-prezzo e formazione

In 240 nelle cucine alla napoletana

Rossopomodoro dà il via a 11 aperture in Italia e una a NY

Pagina a cura
di **LAURA ROTA**

L meglio della tradizione gastronomica partenopea per il palato e la salute. Questa la filosofia di **Rossopomodoro**, marchio italiano della ristorazione commerciale con servizio al tavolo.

Con le insegne Fuoco Brace e Cuore Verace, Pizza Contorni & Maccheroni e Anema & Cozze, **Rossopomodoro** fa parte di Sebeto Italia, gruppo partecipato dalla holding Vesevo, nel cui azionariato è presente il fondo di private equity Quadrivio.

«Nel 2009», spiega il presidente, Franco Manna, «abbiamo in programma l'apertura di almeno 11 nuovi locali in Italia e uno a New York: considerando che ogni ristorante impiega una ventina di persone, saranno circa 240 le assunzioni».

«I profili ricercati», continua Manna, «sono direttori di ristorante, cuochi e pizzaioli, baristi e camerieri. Per i direttori, ai quali richiediamo un diploma e un'età compresa tra i 27 e i 35 anni, svolgiamo un processo di recruiting articolato su sei step successivi mensili, nell'ambito di uno stage che teniamo nelle nostre strutture di Roma, Rimini e Moncalieri. I cuochi e i pizzaioli, esperti, frequenteranno uno stage prima dell'assunzione. Per quanto riguarda il personale di sala, preferibilmente con un po' di pratica professionale, si effettua una selezione in loco. La maggior parte dei camerieri viene assunta a tempo indeterminato; offriamo anche opportunità

di lavoro nel fine settimana, nei periodi di maggiore affluenza, a studenti che cercano un'occupazione part-time».

Le prossime aperture saranno a Milano, Cinzano (Torino), Savignano sul Rubicone, Fano, Prato, Vicenza, Muggia (Trieste), Cosenza, Catania, Palermo, Napoli. Attualmente, Sebeto conta 80 locali in Italia, Inghilterra, Argentina, Islanda, Danimarca e Tokyo.

Napoletano di nascita (il primo locale è stato avviato nel 1997 nel capoluogo partenopeo), **Rossopomodoro** è ormai un brand internazionale, la cui mission è riconvertire il classico modello di pizzeria napoletana. L'insegna si sviluppa fra locali a gestione diretta, in franchising e affitto d'azienda. L'organico è composto da circa 1.600 addetti.

Nell'ottobre 2007, **Rossopomodoro** ha creato Fornodoro e ha brevettato il forno a legna a due bocche più grande del mondo. In un'ottica di responsabilità sociale, Sebeto Italia è impegnata nella raccolta di fondi per i progetti umanitari Amref, in Africa, attraverso la produzione di un ricettario distribuito nei ristoranti con offerta libera.

«Il nostro successo», conclude Manna, «è legato al rapporto qualità-prezzo: puntiamo sulla genuinità dei prodotti accompagnata alla qualità dei piatti e del servizio. Questo ci ha permesso di chiudere il 2008 con un fatturato di 61 milioni di euro e di continuare ad aprire nuovi locali, con una ricaduta positiva sul mercato occupazio-

naie».

Leva del successo di **Rossopomodoro** sono le materie prime, selezionate e in molti casi anche prodotte in esclusiva; frutta e verdura sono sempre di stagione e il forno è tradizionale, con 340 mattoni.

L'azienda offre solo piatti espressi, avendo rinunciato all'industrializzazione dei processi di produzione, nel pieno rispetto della produzione artigianale.

Altro valore aggiunto è la gestione dell'approvvigionamento degli ingredienti. Le materie prime provengono da una filiera artigianale: così, sono assicurati la mozzarella verace, la pasta a lievitazione naturale fatta a mano, il pomodoro di Sarno, l'olio extravergine di Sorrento, la farina, il caffè e perfino l'acqua di una fonte campana, trasportata a Londra in fusti appositamente per la pizza e il caffè, per mantenere inalterati i sapori nostrani.

Ricerca, sviluppo e ingegnerizzazione delle ricette garantiscono il massimo livello di preparazione, mentre un originale sistema informatico è a sostegno dei processi operativi, di controllo e di reporting per la qualità del servizio e il controllo gestionale e finanziario. La formazione dei manager dei punti vendita e degli addetti, avviata nel 2006, è garantita dalla Company University, che certifica l'omogeneità dei livelli di servizio attraverso lo sviluppo delle conoscenze e delle capacità.

Gli interessati alle opportunità professionali possono inviare la propria candidatura collegandosi al sito www.rossopomodoro.it, compilando il form disponibile alla pagina Contatti.



Franco Manna

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.