

16 giugno 2009 - n. 25

pizza &amp; food

formule

franchising

Dall'esperienza di **Rossopomodoro** nasce **Rossosapore**, un format di consumo per una clientela che ha poco tempo, ma ama trattarsi bene e non rinuncia al piacere di un pasto come si deve

## Cucina genuina per chi va di fretta

Supportati dallo straordinario successo di **Rossopomodoro** del quale sono stati celebrati di recente i primi 10 anni (vedi reportage nel numero di maggio), quelli del Gruppo Sebeto hanno messo a punto un nuovo format per vendere la pizza. "Nuovo proprio no, perché risalire al Settecento napoletano, quando la pizza veniva venduta a tranci sulle bancarelle, per strada, e si mangiava camminando", spiega Franco Manna, amministratore del Gruppo che gestisce il più colossale network della ristorazione commerciale made in Italy, con 63 locali nel mondo, 1.600 dipendenti, 72 milioni di euro di fatturato. Non paghi del successo, ma soprattutto fiutando le nuove tendenze, quelli di **Rossopomodoro** lancia-

no ora **Rossosapore**, nuova opportunità di consumo con la formula del franchising.

### Gestione semplicissima

Il marchio **Rossosapore** - insegna nata per soddisfare chi a pranzo o a cena non ha tempo per "mettere i piedi sotto il tavolo", ma non vuole rinunciare al piacere della buona cucina - simbolizza la

### Requisiti necessari

Chi è interessato a questa opportunità sappia che è necessario un locale commerciale di circa 40/50 mq, con almeno 2 vetrine, in centro città o in zone di forte passaggio di clienti.

O anche in un centro commerciale, con fronte vetrina unico. Il locale necessita inoltre di una canna fumaria coibentata di almeno 20 cm di circonferenza interna e 30 Kw di energia elettrica ([www.rossosapore.it](http://www.rossosapore.it)).

"Dedicato a chi vive di corsa e vuole gustare la vera pizza a metro di Sorrento, cotta nel forno tradizionale ma al trancio, scelta direttamente dalla vetrina"

qualità della "pizza a metro di Sorrento" realizzata in 18 varianti, arricchita da un'offerta gastronomica di specialità napoletane sia di rosticceria sia di pizzeria. I prodotti vengono esposti in modo da permettere al cliente di scegliere e mangiare subito, anche in piedi. Alla base di questa offerta c'è un sistema di gestione facile, dove manipolazione e trasformazione sono ridotte al minimo. Non c'è bisogno del pizzaiolo: basta una breve formazione per poter gestire il locale. E garantire una qualità costante. Oltre alla vetrina di esposizione i nuovi format **Rossosapore** mettono in vendita specialità campane come la mozzarella di bufala Dop, gli oli extravergine, la pasta trafilata al bronzo, il pomodoro di San Marzano. **Rossosapore** è pensato e realizzato come ambientazione "calda", dove tutto è a vista e le pizze vengono sfornate davanti al cliente il quale, sempre più frettoloso e con sempre meno soldi in tasca, non vuole rinunciare a una pizza di qualità.

**Beppe Bonazzoli**

### Il primo Rossosapore? Aperto a Catania

Il primo locale **Rossosapore**, aperto con licenza di franchising dall'imprenditore Antonio Viola, si trova a Catania nel centro commerciale Le Zagare - Ipercoop, 33.249 mq con 80 negozi. Il direttore è il napoletano Carlo Serra ed è coadiuvato da 6 collaboratori. Oltre alla vetrina di esposizione con le specialità "da mangiare con gli occhi", il primo locale della nuova catena dispone anche di un angolo di vendita al pubblico, dove si possono acquistare prodotti tipici campani. Il forno ha due bocche, una verso il laboratorio e l'altra rivolta alla zona di vendita, così che le pizze vengono sfornate davanti al cliente.