

## PIZZERIE



NELL'ARCO DI UN DECENNIO, LA CATENA HA RAGGIUNTO QUOTA 57 APERTURE IN FRANCHISING: UNA DIMOSTRAZIONE DI SUCCESSO PER UNA FORMULA ORMAI COLLAUDATA, CHE PUNTA SU CARATTERIZZAZIONE E RICONOSCIBILITÀ DELL'OFFERTA E CHE HA IL SUO PUNTO FORTE NELLA VERA PIZZA DI NAPOLI, MA NON SOLO



# Rossopomodoro format napoletano

Barbara Amati

## L

L'ultima apertura di **Rossopomodoro** è quella di Milano, in viale Sabotino. All'inaugurazione sono stati anche festeggiati i dieci anni di crescita del format napoletano che ha raggiunto un giro d'affari di 61 milioni di euro

A PASTA A LIEVITAZIONE NATURALE DEL PASTIFICIO ADELTRA, il pomodoro di Sarno dell'azienda Strianese, l'olio extravergine di Sorrento dell'Oleificio Gargiulo, la farina Caputo: sono alcuni dei prodotti tipici vanto di **Rossopomodoro**, insegna napoletana che ha "esportato" in Italia e nel mondo i sapori dei prodotti tipici campani e la pizza di Napoli, quella verace con il cornicione alto, la mozzarella di bufala e l'olio extravergine. L'orgoglio di Franco Manna, napoletano doc dagli intensi occhi azzurri, presidente del gruppo Sebeto e amministratore delegato di **Rossopomodoro**, è palpabile all'inaugurazione dell'ultimo locale, quello milanese di viale Sabotino, zona porta Romana, il secondo nel capoluogo lombardo dopo quello in largo La Foppa. È il 57° in Italia, a conferma del gradimento di un *brand* (da parte dei consumatori, ma anche degli imprenditori che aspirano ad aprire un **Rossopomodoro**), come di un tipo di ristorazione che ha mosso i primi passi ovviamente a Napoli nel 1997. L'avventura inizia insieme a due amici, Roberto Imperatrice e Pippo Montella, e nasce da un'idea di ristorazione fatta di tradizione e rispetto della cultura gastronomica partenopea e di scelte legate alla qualità dei prodotti e alla selezione delle materie prime anche con l'intento

di tutelare prodotti rari e a rischio di estinzione che provengono da una filiera artigianale da produttori impegnati -con il cuore- a mantenere inalterati gli antichi sapori napoletani: "Volevamo una riconoscibilità e una caratterizzazione forte sul prodotto più importante che era la pizza -spiega Franco Manna- C'era il desiderio, più che un progetto, di costruire





**Rossopomodoro** è nato dal progetto di tre soci: da sinistra, Roberto Imperatrice, Franco Manna e Pippo Montella

qualcosa di importante e di più strutturato, riconvertendo il classico modello di pizzeria napoletana".

Così, l'anno dopo ecco il primo locale fuori Napoli, a Parma, e via via tutti gli altri. Dieci anni di successi per il marchio *leader* del gruppo Sebeto: i numeri confermano che la formula, innovativa, funziona, e racconta di una continua crescita. A fine 2008 **Rossopomodoro** ha registrato un giro di affari di 61 milioni di euro, segnando un più 30% rispetto al 2007, e con una ventina di nuovi locali aperti in Italia, Inghilterra, Argentina, Islanda e Danimarca. Tokyo: 57 sono nel nostro Paese, 7 nel resto del mondo, in *franchising* (il 48%), affitto d'azienda (29%) o gestione diretta (23%). Le ultime aperture si sono concentrate nei centri commerciali alle porte della città dove le persone amano fare *shopping* e trascorrere giornate "ludiche" con la famiglia. Oggi i dipendenti sono 1.600 (e nel corso del 2009 se ne assumeranno altri 350) e si servono quasi 6 milioni di clienti all'anno: il 10% degli italiani adulti entra almeno una volta all'anno in un ristorante del gruppo, spendendo, in media, 15,70 euro a testa.

"Milano è la città dove siamo diventati veri imprenditori e la consideriamo la nostra seconda patria", sottolinea Roberto Imperatrice. Così, nel locale di viale Sabotino l'insegna debutta con un *look* completamente rinnovato firmato dall'architetto Giuseppe Fico, caratterizzato da colori e scelte di arredo che riportano alla terra, alle origini mediterranee, alla natura da dove provengono le materie prime utilizzate in cucina: un ulivo campeggia proprio all'ingresso e il marrone e il rosso sono i colori dominanti. Trecento



## INIZIATIVE

## Un aiuto per l'Africa

Ogni anno **Rossopomodoro** diventa editore producendo un volume di ricette firmate da personaggi famosi con l'obiettivo di raccogliere fondi per progetti umanitari in Africa. Quest'anno, *Le nostre ricette vol V*, realizzato in 50 mila copie, punta a finanziare l'Istituto nazionale di formazione sanitario di Maridi, in Sudan, dove mancano i medici. Tra i protagonisti, Versace, Vivienne Westwood, Maurizio Marinella, Elio Fiorucci, Lavinia Biagiotti, Ermanno Scervino, Gai Mattiolo, Anna Fendi. Il libro è distribuito fino a maggio nei locali in cambio di offerte libere consegnate interamente ad Amref: in questi tre anni di impegno da parte di **Rossopomodoro** e dei suoi clienti sono stati raccolti quasi 158 mila euro. Oggi una mostra fotografica itinerante, partita a fine febbraio a Santa Vittoria d'Alba (Cn), racconta come sono stati impiegati questi soldi in sud Sudan per aiutare mamme, bambini e intere famiglie martoriate da un conflitto durato oltre 20 anni. Le tappe della mostra sono, in maggio, Torino, Aosta, Genova, Alessandria, Brescia, Parma, Ancona, Roma. Le foto vengono dal Kenya, dove è stato costruito un acquedotto, dall'Uganda del Nord, dove ci si è impegnati in un programma sanitario, e dal Sud Sudan, per la ricostruzione di scuole e ospedali.



metri quadrati, 130 posti e una zona con comodi divani; il forno a legna, disegnato da Riccardo Dalisi e brevettato nel 2007, è il quello tradizionale più grande del mondo: Formodoro, a due bocche, ricoperto da piastrelline d'oro.

Il menu va dalla pizza napoletana, all'insalata di polipo e a quella di seppie alla brace, alla tiella, antipasto tipico di fritti, alla mozzarella di bufala con il culatello, ai cicoli con la ricotta. I clienti possono apprezzare la storia dei piatti e rubare qualche ricetta sul menu che è un vero e proprio libro ricco di informazioni e d'immagini. Un ambiente accogliente, allegro e curato nei particolari, un servizio sempre cortese e attento al rapporto con il cliente: la strategia del *brand* è quella dell'attenzione, attraverso una scuola interna di formazione, selezione e poi assunzione a tempo indeterminato. Una scuola che, è bene sottolinearlo, non ha alcuna forma di contributo pubblico. **LEA**