Rossopomodoro arriva ora a Monaco di Baviera

logo-rossopomodoro2-0880b98b

Rossopomodoro arriva ora a Monaco di Baviera, non si ferma infatti la sua ascesa. Rossopomodoro noto marchio di pizzeria e cucina napoletana, continua ad espandersi, dopo avere aperto un centinaio di ristoranti in Italia ed essere sbarcato a Londra, negli Stati Uniti e in Brasile. Infatti verrà inaugurato nella città tedesca un nuovo locale all'interno del grande punto vendita di Eataly, principale riferimento di ogni buongustaio che voglia trovare ingredienti genuini, prodotti originali e ristoranti di qualità rigorosamente all'insegna del miglior made in Italy.

Si tratta di Eataly Munich Schrannenhalle, in Viktualienmarkt 15: un vero tempio della buona gastronomia italiana che stasera si presenterà con una grande cerimonia e una cena esclusiva a cui parteciperanno Franco Manna, presidente di Rossopomodoro, Pippo Montella e Roberto Imperatrice, amministratori delegati e insieme ideatori dei brand, nonchè i soci inglesi dell'azienda. Domani mattina alle 10 Eataly Munich aprirà a tutta la cittadinanza.

Il menù di Rossopomodoro a Monaco è lo stesso di ogni ristorante del brand, in Italia e nel mondo: molti piatti della tradizione gastronomica napoletana e una vasta scelta di pizze, da quelle tradizionali a quelle più originali e innovative studiate dagli executive chef Enzo De Angelis e Antonio Sorrentino. Tutte sono lievitate almeno 24 ore e cotte non più di 90 secondi nel Fornodoro a legna con piano di biscotto di Sorrento realizzato su disegno dell'artista Riccardo Dalisi.

La filosofia di Rossopomodoro è infatti quella di puntare sull'artigianalità della produzione, affidata a pizzaioli e cuochi di esclusiva scuola partenopea: a Monaco di Baviera la squadra è composta da Vincenzo Capuano, vincitore della Rossopomodoro Cup, Ciro Pollio, Gaetano Mignano e Giovanni di Gregorio, guidati dal manager Gianni Viola, pronto ad affrontare la nuova sfida. Un team di ottimi professionisti reduci con successo dalla grande maratona di Expo, dove in sei mesi hanno sfornato 180.000 pizze.

Altra leve di successo di Rossopomodoro sono l'originalità dei piatti, che cambiano in base alle stagioni pur restando nel solco della tradizione gastronomica napoletana, e le materie prime, selezionate, genuine e in molti casi prodotte in esclusiva per l'insegna, affiancate anche da prodotti Slowfood con l’intento di tutelare prodotti rari e a rischio di estinzione. Frutta e verdura sono di stagione ed è per questo motivo che il menu cambia 4 volte all’anno.

“Siamo molto contenti di avere aggiunto un ulteriore tassello alla nostra crescita, e proprio in Germania”, commenta Franco Manna, presidente di Gruppo Sebeto in cui Rossopomodoro rientra.

Napoletano di nascita (il primo locale è stato aperto nel 1997 nel capoluogo partenopeo, in corso Vittorio Emanuele), oggi Rossopomodoro è un brand internazionale e sulla strategia di sviluppo all'estero sta puntando molto. Due casi di successo riguardano certamente l'Inghilterra, dove Rossopomodoro ha già 10 locali a gestione diretta, e l'America: due notissimi marchi britannici come John Lewis e Selfridges l'hanno voluto nei loro punti vendita di Londra e di Birmingham come insegna di eccellenza della ristorazione italiana. In America invece lo sviluppo procede in partnership con Oscar Farinetti: infatti, Rossopomodoro è già presente negli Eataly di New York, Chicago, San Paolo in Brasile e ora Monaco di Baviera.

-