



Il Panino Giusto è nato a Milano nel 1979, Elena Riva e il marito Antonio Civita lo hanno rilevato nel 2010



L'ANNIVERSARIO DI UN'IMPRESA DIVENTATA UN MODELLO E HA ADERITO AL SISTEMA B-CORP

Da 40 anni un Panino Giusto

Straniero il 38% dei dipendenti. In media 25 anni, donne come capo

GIOVANNA SCIACCHITANO
Milano

Il panino può diventare uno dei simboli della cucina italiana e contribuire a migliorare l'alimentazione. Quella che sembrerebbe un'utopia è la visione e la missione del "Panino Giusto" che oggi compie 40 anni.

Sotto la guida di Antonio Civita, Ad e della socia Elena Riva, marito e moglie, affiatati e impegnati nella realizzazione di un ideale comune, è stata messa al centro la sostenibilità della persona, dell'ambiente e il rispetto degli animali. In un mondo in cui i piccoli bar fanno fatica a tenere il passo con le grandi catene e in cui manca il tempo e il denaro per i cosiddetti fine dinner, questa formula, promossa e tutelata da una Fondazione attraverso l'Accademia del Panino Italiano, è destinata a prendere piede sempre di più. Con 33 milioni di fatturato lo scorso anno, 450 addetti, di cui il 38% stranieri, un'età media sotto i 25 anni e con il 90% di donne a capo dei locali, il Panino Giusto rappresenta una realtà interessante che ambisce a diventare un modello per la ristorazione in Italia e non solo. «Ci sentia-

mo custodi di valori che intendiamo trasmettere, con una grande attenzione all'ambiente, che dobbiamo preservare per le nuove generazioni e per quello in cui viviamo tutti i giorni, garantendo il benessere di chi lavora», spiega Civita.

Il Panino Giusto è nato a Milano nel 1979 in un locale in corso Garibaldi e si è imposto nel tempo come fenomeno di costume. Scoperto da Elena e Antonio che lo frequentavano, è stato da loro rilevato nel 2010 dopo un periodo di rodaggio di sei anni in cui hanno gestito 15 locali in franchising. Facendo anche i turni alla cassa. E l'intuizione di puntare su un prodotto che rappresenta l'eccellenza del made in Italy si è rivelata vincente. Da allora il Panino Giusto si è trasformato per diventare sinonimo di alta qualità, selezione delle materie prime e di esperienza. «Sulla scia del progetto "Cucinare per ricominciare", che ha coinvolto i rifugiati, ci siamo sentiti responsabili nei confronti della società su cui incidere con un impatto positivo - sottolinea Elena Riva -. Per questo abbiamo aderito al sistema B-Corp in modo da diventare una società benefit che indirizzi ogni sua scelta e azione al bene comune». Il panino quindi da pasto da consumare velo-

cemente diventa il volano per rilanciare il cibo italiano e rendere il mondo un posto più felice. Con la valorizzazione delle capacità individuali dei dipendenti attraverso programmi formativi come la «Fabbrica dei sogni» e i progetti dedicati al tema «Diversity & Inclusion», fra cui quello interno sulla emersione e l'incoraggiamento del talento femminile. Dimostrando grande sensibilità verso i neo-genitori con l'attuazione di un piano per trasferire nel lavoro le competenze che si acquisiscono in famiglia. Ma anche un interesse per la persona che viene percepito dal cliente, grazie all'approccio di ascolto e all'accoglienza. Il marchio è presente in cinque Paesi con 32 ristoranti: Italia, Francia, Inghilterra, Giappone e Hong Kong. In omaggio ai 40 anni, dopo tanti panini "giusti", per riconoscere anche l'importanza dell'errore, verrà lanciato il "panino sbagliato" firmato dallo chef Claudio Sadler e ispirato al celebre cocktail alcolico. «Sono orgoglioso dei tanti ragazzi che lavorano con noi, un impegno duro, ma in cui si realizzano - conclude Civita -. Il nostro sogno è quello di contribuire a valorizzare tutto il sistema Italia, che questo seme continui a germogliare».

© RIPRODUZIONE RISERVATA