



**COMUNICAZIONE  
MEDIA  
MARKETING  
ADVERTISING  
ON FOOD  
BUSINESS**

HOME PAGE

NEWSLETTER

CHI SIAMO

CONTATTI

PRIVACY



HOME / 2019 / FEBBRAIO / 7

/ PANINO GIUSTO COMPIE 40 ANNI. IL CEO ANNUNCIA L'INGRESSO NEL MONDO B-CORP IN PARTNERSHIP CON YAMAMAY. DALL'8 FEBBRAIO C'È ANCHE IL NUOVO 'PANINO SBAGLIATO'

# PANINO GIUSTO COMPIE 40 ANNI. IL CEO ANNUNCIA L'INGRESSO NEL MONDO B-CORP IN PARTNERSHIP CON YAMAMAY. DALL'8 FEBBRAIO C'È ANCHE IL NUOVO 'PANINO SBAGLIATO'

PUBLISHED ON 7 FEBBRAIO 2019 BY FOODAFFAIRS.IT



PANINO GIUSTO

In occasione della celebrazione del 40° anniversario di Panino Giusto il CEO Antonio Civita annuncia la nuova Vision e

Mission: "La nostra crescita ci ha imposto una riflessione sull'impatto che produciamo; abbiamo ragionato sull'effetto positivo che le nostre scelte possono avere non solo sul benessere della nostra Impresa. Da oggi il nostro obiettivo sarà quello di integrare la nostra sostenibilità con quella del sistema nel quale operiamo, orientando le scelte al miglior grado di bene comune raggiungibile. Un orientamento che esprimiamo nella nostra nuova Vision: "Aggiungere valore al mondo attraverso un panino" e che esplicitiamo attraverso la nuova Mission: "Proporre il panino italiano come un modo bello, buono e giusto di nutrirsi rispettando ambiente, persone e animali". I nostri 3 valori principali sono quindi: Il Panino Italiano, che anche tramite la Fondazione Accademia del Panino Italiano valorizziamo non solo per noi ma a vantaggio dell'intero sistema alimentare italiano interessato, dalle aziende della ristorazione, a produttori e Chef; quindi Le Persone, a partire da formazione e crescita, professionale e culturale, dei nostri collaboratori, con particolare cura al tema della Diversity, fino ai nostri clienti, la cui esperienza in Panino Giusto è sempre al centro della nostra attenzione ed infine ma non meno importante: l'Ambiente e gli Animali che, se non iniziamo sistematicamente a rispettare,

lascерemo sulle spalle dei nostri figli e nipoti conseguenze terribili. Per concretizzare questa nostra volontà abbiamo abbracciato il sistema B-CORP, un progetto internazionale che certifica il grado di sostenibilità complessivo e in dettaglio delle imprese, ridefinendo un nuovo paradigma di business, anche "restitutivo" e che avremo cura di comunicare step by step al nostro pubblico, sempre più attento e desideroso di fare la sua parte nell'equilibrio di sistema. Quest'anno sarà un anno di consolidamento del vantaggio competitivo raggiunto e del lancio di un nuovo format più snello, pensato per grandi aree di passaggio, come aeroporti e stazioni" – conclude Civita.

In questa direzione va anche la partnership appena stabilita con il Gruppo Yamamay che vede i due brand per la prima volta associati nello stesso building di Piazza Cordusio, dal prossimo mese di marzo. Oltre a fare sistema per conquistare una vetrina strategica e mediaticamente importante sulla piazza italiana oggi più rappresentativa per il retail, i due brand si sono associati sul piano dei valori, come spiega la Presidente di Panino Giusto Elena Riva, spoke persons della JV assieme a Barbara Cimmino di Yamamay: "Entrambe siamo personalmente impegnate in Azienda nell'area Corporate Social Responsibility, con particolare attenzione al tema dell' empowerment

femminile, già rappresentato dalle nostre aziende che vedono impegnate l'80% di Store manager donna nel nostro caso e il 70% di dipendenti donna nel caso di Yamamay. A partire da questo dato la nostra joint venture vuole avere non solo un valore auto referenziale, ma diventare un luogo che si fa portavoce di progetti sulle pari opportunità, raccontando esempi virtuosi di donne, giovani, che si impegnano per realizzare i propri sogni. Creeremo un calendario di iniziative pubbliche incentrate sul racconto di esperienze, per voce diretta di queste eccezionali testimonial".

LA STORIA. Panino Giusto nasce a Milano nel 1979, con un locale situato in Corso Garibaldi, e si pone immediatamente all'attenzione del mercato tra i pionieri di quella che sarà una rivoluzione del costume a tavola e non solo: IL PANINO; proponendo cioè un'alternativa nuova, informale, più veloce e di altissima qualità, alla pausa pranzo tradizionale, destinandola a professionisti, creativi, giornalisti e a seguire tutti i milanesi che finiscono col trovarne uno vicino al proprio ufficio o casa, i locali infatti raggiungono ogni quartiere residenziale della città di Milano, nel corso degli anni. Il valore del brand cresce esponenzialmente nei primi



decenni e consente l'apertura di diversi locali in Italia, gestiti in franchising, oltre all'apertura del primo locale a Tokyo. Nel 2010 la svolta: ne diventa CEO Antonio Civita che, con la socia e moglie Elena Riva, dopo aver gestito in affiliazione 15 locali nell'arco di 6 anni, acquisisce la titolarità dell'impresa, rilanciandola. Motivo dell'interesse di Civita e Riva verso Panino Giusto è stato l'aver visto nel panino italiano un progetto da valorizzare come eccellenza del made in Italy a livello globale.

Fatturato 2018: 33 mln. Dipendenti 450. Locali: 32 (2018)

#### PANINO GIUSTO MILES STONES

1979/2009

#### PRODOTTO

Panino Giusto trasforma il panino in prodotto di valore e nuovo rito del consumo fuori casa. Si afferma per l'alta qualità e la ricercatezza dei suoi ingredienti.

2010/2018

#### ESPERIENZA

Panino Giusto trasforma la sua proposta da prodotto a esperienza, marcandone gli aspetti di italianità. Esporta la Italian art of the panino in 4 Paesi.

2019 >

#### RESPONSABILITÀ

Panino Giusto integra la sua sostenibilità a quella del sistema nel quale opera. Sposa il progetto BCorp per diventare una Società Benefit e indirizzare ogni sua scelta e azione al miglior grado di bene comune.

#### I VALORI DI PANINO GIUSTO OGGI

**IL PANINO ITALIANO** Panino Giusto, brand che ha trasformato il panino da pasto "di ripiego" in scelta di qualità, ha creato la Accademia del Panino Italiano, Fondazione culturale che ha elaborato un patrimonio identitario di valore per il concetto gastronomico del Panino Italiano. Accademia lavora in modo super partes e istituzionale, affinché il Panino Italiano si affermi nel mondo offrendo reali opportunità a tutto il sistema. Manifesto dei valori, disciplinare di produzione, prassi di certificazione, eventi culturali e b2b creati dalla Fondazione, sono condivisi da un Advisory Board di 12 professionisti noti nel mondo del food, della cultura, della comunicazione, del design.

**LE PERSONE** La persone al centro, sia all'interno dell'azienda, con la ricerca e la valorizzazione del talento individuale nei dipendenti, attraverso programmi formativi come la Fabbrica dei sogni e i progetti dedicati al tema Diversity & Inclusion, quali: Cucinare per Ricominciare, rivolto all'integrazione di Rifugiati e il progetto interno sulla emersione e incoraggiamento del talento femminile. La stessa centralità delle persone espressa altrettanto alla clientela, come approccio di ascolto, accoglienza, interpretazione dei desideri.

L'AMBIENTE E GLI ANIMALI. Sulla tematica ambientale la comunicazione sui passi fatti e sugli obiettivi posti in termini di impatto ambientale, quali: riciclabilità, energie rinnovabili, strategia antispreco, scelte indirizzate alle colture biologiche e non intensive. Sul tema animali: coinvolgimento diretto dei fornitori nelle scelte che garantiscano agli animali uno stile di vita naturale e una morte non cruenta.

#### IL PANINO SBAGLIATO DI PANINO GIUSTO, OMAGGIO AI 40 ANNI.

Per questo importante anniversario l'area Food di Panino Giusto, diretta da Cristina Giordano lancia, con la consulenza di Claudio Sadler, un panino davvero speciale: il PANINO SBAGLIATO. "Dopo 40 anni di panini "giusti" abbiamo voluto rendere onore simbolicamente al tema dell'errore, perché anche e forse soprattutto negli errori c'è il migliore spazio per la riflessione, per le nuove idee, per la crescita" conclude Antonio Civita. La celebrazione del 40°, inaugurata da un grande evento privato sul tema del sogno, si terrà a Milano l'8 febbraio e proseguirà con iniziative mirate e diffuse nel corso dell'anno.

LA RICETTA DEL "PANINO SBAGLIATO", FIRMATA DA CLAUDIO SADLER

Parafrasando il cocktail "Negroni sbagliato" nato dall'intuizione di un grande barman milanese nel 1968, il PANINO SBAGLIATO creato per il 40° richiama il celebre cocktail per un particolare impiego del Campari. Spiega Claudio Sadler, autore del panino del 40° e celebrato lui stesso dalla città di Milano, che lo ha appena insignito dell'Ambrogino d'oro: "Ho scelto di puntare sulla bresaola, una carne ideale per panini di alta qualità, perché si presta a diverse marinature e speziature. Per questa occasione, ispirandomi al Negroni Sbagliato, ho marinato la bresaola (di filiera italiana) nel Campari, aromatizzato da peperoncino e alloro. La marinatura dà alla carne un colore rosso intenso e sprigiona note aromatiche interessanti. Ho quindi scelto un pane di "nuova generazione", molto idratato e profumato grazie alla miscela tra una farina biologica italiana e farina di riso venere, dal chicco ricco di caratteristiche nutritive; il pane sta diventando sempre più un ingrediente dei nostri panini. Terzo elemento è il Salva Cremasco, tipico formaggio della tradizione Lombarda, a pasta cruda di latte vaccino, certificato dal suo Consorzio. Dalla consistenza compatta, svela una parte più friabile sotto la crosta che gli conferisce una nota aromatica intensa e dolce, che ben si sposa con la bresaola aromatizzata. L'armonia degli ingredienti è data infine dagli elementi gregari: un formaggio fresco spalmato sulle due parti di pane, una tapenade battuta a mano di olive verdi e cetriolini e zest d'arancia, che rendono al tutto il giusto equilibrio tra sapido e dolce, burroso e croccante."

FOOD AFFAIRS