

| testata | data | titolo |
|---------------------|------------|--|
| PANARELLO | | |
| La Repubblica | 05/05/2009 | <u>Panarello , così lievita il business spazio ai manager e nuovi...</u> |
| Il Secolo XIX | 01/05/2009 | <u>Panarello alla sfida del mercato</u> |
| Il Secolo XIX | 01/05/2009 | <u>Profumo, l'ottimista: «Anche nella crisi occasioni da cogliere»</u> |
| Il Giornale | 01/05/2009 | <u>Il manager accanto al maestro pasticciere per rinnovare l'antica...</u> |
| Corriere Mercantile | 01/05/2009 | <u>LA TORTA " PANARELLINA " I BISCOTTI DEL LAGACCIO</u> |
| Corriere Mercantile | 01/05/2009 | <u>" Panarello " investe un milione di euro</u> |

PANARELLO

La Repubblica 05/05/2009 mas.m. ed. Genova p. 12



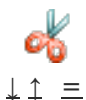
Panarello, così lievita il business spazio ai manager e nuovi negozi
Investimento complessivo, un milione di euro Interventi anche sul marchio

IL PRODOTTO, quello, non cambia, perché di fatto è entrato nell'immaginario collettivo della Lanterna. Il resto, all'interno della **Panarello**, è un susseguirsi di novità: l'assetto l'organizzativo, i centri di produzione, la guida dell'azienda. La storica realtà genovese, attiva nel settore dolciario dal 1885; sceglie la strada del rinnovamento per affrontare le nuove sfide del mercato. Alla guida dell'azienda da tre generazioni, oggi la famiglia **Panarello** ha deciso di scommettere su una nuova organizzazione produttiva e della logistica e con investimenti produttivi e di marketing. Nuovo amministratore delegato sarà Guido Profumo, al timone dell'azienda con la proprietà, mentre direttore generale sarà Mauro Zappacosta. Il gruppo **Panarello** è oggi composto da cinque società: F. **Panarello** SpA, Ligurdolci Srl, Rivieradolci Srl, Cidag Scarl e Ambrodolci Srl. Nella nuova struttura questo assetto verrà semplificato in una sola realtà costituita da due poli: uno produttivo e uno distributivo.

Confluiscono in questo progetto le realtà più sinergiche tra loro: Ligurdolci, Cidag e Rivieradolci. Anche il settore produzione viene razionalizzato: lo stabilimento di produzione di via Carso. Dai laboratori di produzione, più volte al giorno, continueranno a partire le consegne ai diversi punti vendita. Investimento complessivo, un milione di euro. Ma le novità non si fermano qui. Il gruppo ha deciso di investire anche in ricerca e sviluppo e nel marketing. Il marchio verrà rivisitato e così anche il sito web.

Il processo di sviluppo impostato si completerà con l'ampliamento della rete commerciale e attraverso l'apertura di nuovi punti vendita in Liguria e in altre regioni, a partire da quelle confinanti. Con 9 negozi, 3 laboratori ed uno stabilimento, il Gruppo **Panarello** oggi conta oltre 100 dipendenti e lo scorso anno ha realizzato un fatturato di circa 12 milioni di euro. (mas.m.) PER SAPERNE DI PIÙ www.confindustria.ge.it
www.contshipitalia.it

Il Secolo XIX 01/05/2009 ed. Nazionale p. 14



Panarello alla sfida del mercato

rivoluzione ai vertici del gruppo genovese Per la prima volta la guida passa a un manager esterno alla famiglia. Per crescere ancora

Genova. Chi non conosce, a Genova, il marchio **Panarello**? È storia, cultura del gusto, tradizione. Un nome storico. Ma anche la storia cammina, anzi corre e così accade che la famiglia **Panarello** faccio un

passo indietro nella conduzione attiva dell'azienda. E se non si ritira, si defila tra le quinte pur restando attenta e partecipe dei destini della ditta. Per la prima volta dalla fondazione della Casa - anno 1885, il primo forno era in via Porta d'Archi, a un tiro di fucile dal luogo in cui fischiò il sasso di Balilla - sul ponte di comando aziendale siede quello che i Costa, altra patriarcale famiglia della Superba impegnata negli affari, definiva un "laico". Un dirigente insomma che non ha legami di sangue con la dinastia fondatrice. Il dado è quindi stato tratto, Alberto Panarello ha lasciato la poltrona di amministratore delegato a Guido Profumo, 47 anni, genovese, che sarà affiancato dal direttore generale Mauro Zappacosta. Nuove figure professionali, nuova organizzazione produttiva e logistica, investimenti produttivi e di marketing, gli obiettivi strategici dichiarati. Di fronte alle nuove sfide della globalizzazione restare fermi equivale ad arretrare. E dunque, coraggio, si cambi ciò che va cambiato. È comunque un bel segnale, un segnale inedito, quello che dà l'azienda genovese: restando radicata alle proprie tradizioni, la Panarello si getta a viso aperto nella tenzone del mercato. I nuovi vertici, come potete leggere nell'intervista di Profumo pubblicata accanto, vedono il bicchiere decisamente mezzo pieno, a dispetto della congiuntura mondiale che dovrebbe consigliare prudenza.

Da cinque, le società del gruppo scenderanno a due, aggregandosi in due poli strategici, uno produttivo e uno distributivo. Ligurdolci Cidag e Rivieradolci confluiscono in una unica realtà sinergica. Viene razionalizzato il settore produzione con l'accorpamento delle lavorazioni nello stabilimento di via Carso, al Righi, che assorbirà anche lo storico laboratorio di via Santa Maria della Sanità. Il miglioramento del layout e degli impianti produttivi comporterà un investimento superiore al milione di euro e - informa l'azienda - sarà qualificato dalle più significative certificazioni ambientali. Il nuovo sito industriale - già in possesso della certificazione ecoambientale ISO 1400 - agirà nel rispetto delle indicazioni di compatibilità ambientale, coprirà un'area di 3 mila metri quadrati e occuperà 50 addetti.

Marketing e ricerca saranno i due pilastri che dovranno reggere lo sforzo strategico operato dall'azienda, nel tentativo di proiettarsi verso nuovi mercati. Un intervento stilistico è già stato realizzato sul marchio e il sito web ha subito una sorta di rifacimento che dovrebbe renderlo più agile e fresco. Lo sviluppo della rete commerciale prevede l'apertura di nuovi punti vendita in Liguria ma non soltanto in Liguria. Si andrà all'attacco di altre regioni italiane, cominciando dalle più vicine geograficamente.

La ricetta del successo? Più o meno sempre la stessa, con i necessari correttivi dettati dai tempi, dal cambiamento delle abitudini alimentari e dalla necessità di mantenere equilibrio sul versante nutritivo. Dai tempi del fondatore, Francesco Panarello, resistono e resisteranno i prodotti tipici ai quali il marchio ha legato le proprie fortune e non esclusivamente a Genova. La Panarello è una società per azioni, impiega oltre dipendenti e nel 2008 ha fatturato 12 milioni di euro. L'azienda si articola ad oggi in uno stabilimento, tre laboratori e nove negozi, ma la realtà attuale è già in movimento.

Renzo Parodi

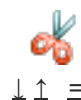
parodi@ilsecoloxix.it

01/05/2009

AZIONARIO

01/05/2009

Il Secolo XIX 01/05/2009 ed. Nazionale p. 14



Profumo, l'ottimista: «Anche nella crisi occasioni da cogliere»
l'amministratore delegato

n **genova**. «La mia azienda ideale è quella dove è possibile interloquire con i proprietari che rendono comprensibili quali sono i loro obiettivi industriali e in che cosa vogliono migliorare l'azienda. Non mi piace l'azienda spersonalizzata. I grandissimi gruppi non mi attraggono, **Panarello** invece ha la dimensione giusta, ha tradizione e per me è anche un ritorno alla Liguria». Guido Profumo, 47 anni, genovese, rientra in città dal portone d'onore, come ad di **Panarello**, dopo un lungo girovagare nella Penisola, con puntate all'estero. L'accento non è andato perduto. «E' un ritorno alle origini, posso riassaporare di nuovo i sapori e i profumi della nostra terra, dalla quale mancavo da parecchio. Nonostante la grande tradizione, l'azienda è moderna. Ha superato due guerre e momenti difficili, mantenendo standard di alto livello, ma ha saputo anche accettare i cambiamenti. Il fatto di delegare un esterno alla famiglia è una scelta estremamente innovativa»

Un'azienda ligure non conservatrice. E' una notizia, no?

«Mi permetto di dire che **Panarello** è conservatrice soltanto rispetto alla qualità dei prodotti e nel rispetto dei principi che presiedono alle lavorazioni».

Alla lista delle virtù aggiunge la tipicità dei prodotti? O c'è in vista qualche novità di peso?

«Senza dubbio occorre rinnovarsi, ampliare la gamma, stimolare i nostri canali e punti di vendita. Alla base di tutto però restano la Torta **Panarello** a Genova, il Kranz a Milano, i Canestrelli al Sassello e il numero uno - ne produciamo circa 800 mila chili l'anno - i biscotti del Lagaccio».

Non è strano pianificare lo sviluppo mentre le aziende tagliano investimenti e posti di lavoro?

«Non vedo mai le cose in negativo. Anche un momento di difficoltà può avere effetti benefici. Il momento difficile a livello mondiale offre anche opportunità che un'azienda che vuole crescere non può lasciar cadere».

Quando i primi riscontri?

«Saremo veloci, il nostro obiettivo è di adeguare entro il 30 giugno il sito industriale di via Carso ad accogliere le produzioni artigianali ora in salita Santa Maria della Salute».

Se cambiamo i numeri cambierà la collocazione del marchio sul mercato?

«Migliorare l'efficienza dei programmi di produzione non significa alterare la qualità del prodotto. Siamo dei Mohicani, per il Lagaccio impieghiamo 37 ore. Attenti ai tempi delle consegne, rapidi per garantire la freschezza».

R.Par.

01/05/2009

Il Giornale 01/05/2009 ed. Genova p. 44



Il manager accanto al maestro pasticcere per rinnovare l'antica tradizione dolciaria **STRATEGIE DI PANARELLO**

Nuove strategie e, quindi, nuova organizzazione della struttura aziendale, per **Panarello**, l'azienda genovese leader nella produzione di pasticceria tipica che ha deciso di darsi un nuovo look manageriale per affrontare le sfide di mercato. Resta, invece, la stessa di prima e di sempre, dalla fondazione nel lontano 1885 - ribadiscono solennemente i vertici della società - l'obiettivo di garantire la qualità del prodotto che si basa sulla scelta di materie prime selezionate e sul costante adeguamento alle esigenze dei consumatori. Alla guida dell'azienda da tre generazioni, la famiglia **Panarello** ha deciso di consolidare le basi e di affrontare il mercato con una strategia fortemente orientata allo sviluppo, inserendo nel management nuove figure professionali e sviluppando una nuova organizzazione produttiva e logistica. A

gestire questo processo di sviluppo sarà Guido Profumo, come amministratore delegato del gruppo che comprende cinque società: F. **Panarello** Spa, Ligurdolci Srl, Rivieradolci Srl, Cidag Scarl, Ambrodolci Srl. Nella nuova struttura, il gruppo viene semplificato in una realtà che comprende il polo produttivo e quello distributivo. Confluiscono nel progetto le realtà più sinergiche tra loro, e cioè Ligurdolci, Cidag e Rivieradolci. In questo ambito, Mauro Zappacosta rivestirà il ruolo di direttore generale e sarà affiancato da una squadra di collaboratori integrati nella struttura operativa. Anche il settore della produzione viene razionalizzato: lo stabilimento di via Carso assorbirà il laboratorio di via Santa Maria della Sanità, con significativi interventi di razionalizzazione e informatizzazione della gestione interna del prodotto. Il miglioramento comporterà un investimento di oltre un milione di euro.

Corriere Mercantile 01/05/2009 p. 5



LA TORTA "PANARELLINA" I BISCOTTI DEL LAGACCIO

Nacquero nel 1593 nel quartiere del Lagaccio nei pressi del bacino artificiale voluto da Andrea Doria, colmato negli anni sessanta, dove all'epoca un forno incominciò a produrre i biscotti. All'origine erano semplici fette di pane biscottate che servivano per la conservazione in barca. Molte le ricette che si possono trovare sui siti internet dedicati ai dolci, ma nessuna è quella originale che resta un segreto gelosamente custodito dell'azienda **Panarello**. Tra gli ingredienti necessari a confezionare il dolce ci sono zucchero, mandorle, uova e burro

Corriere Mercantile 01/05/2009 p. 5



"Panarello" investe un milione di euro

[m. d. c.] anarello: un milione di euro di investimento per potenziare lo stabilimento di produzione, riorganizzare e regalare un'immagine nuova, anche se legata alla tradizione di un'azienda nata nel 1885. L'amministratore delegato Guido Profumo, 47 anni, manager di origini genovesi, ma a lungo alla guida di diverse società in Italia e all'estero, ha ricevuto incarico dalla famiglia **Panarello**, insieme al direttore generale Mauro Zappacosta, di «affrontare le importanti sfide che il mercato pone con una strategia fortemente orientata allo sviluppo, inserendo nel management nuove figure professionali, sviluppando una nuova organizzazione produttiva e della logistica e con investimenti produttivi e di marketing». Lo stabilimento di produzione di via Carso, assorbirà il laboratorio di Via Santa Maria della Sanità e mirati interventi di processo consentiranno la completa informatizzazione della gestione interna del prodotto. Lo stabilimento di Chiavari e quello di Milano (che producono la pasticceria fresca per i punti vendita di quelle città) continueranno a funzionare. Saranno mantenuti gli attuali livelli occupazionali (con una particolare attenzione alla formazione) e, anzi, saranno inserite nuove figure professionali nei ruoli strategici dell'azienda. Il Gruppo **Panarello** oggi composto da 5 società: F. **Panarello** SpA, Ligurdolci Srl, Rivieradolci Srl, Cidag Scarl e Ambrodolci Srl, nella nuova struttura viene semplificato in una realtà costituita da due poli: uno produttivo e uno distributivo. Confluiscono in questo progetto le realtà più sinergiche tra loro: Ligurdolci, Cidag e Rivieradolci. Con 9 negozi, 3 laboratori ed uno stabilimento, il Gruppo **Panarello** oggi conta oltre 100 dipendenti e lo scorso anno ha realizzato un fatturato di circa 12 milioni di euro. L'obiettivo, spiega Profumo, è quello di aprire nuovi punti vendita diretta prima in Liguria e poi nelle regioni vicine. L'intervento sullo stabilimento (dal quale partiranno diverse consegne ogni giorno) consentirà sia per quanto i prodotti "freschi" sia per i prodotti "secchi" (in vendita anche nella

grande distribuzione) un adeguamento «alle esigenze e alle aspettative dei consumatori». «Tutte le operazioni - dicono all'azienda - verranno naturalmente gestite nel pieno rispetto delle indicazioni di compatibilità ambientale e il nuovo sito industriale, che già oggi è in possesso della certificazione ecoambientale ISO 14000, coprirà a regime un'area di 3000 metri quadrati e occuperà da solo 50 persone». L'"immagine" del prodotto sarà "rinforzata" grazie a un intervento grafico sul marchio e a una rivisitazione del sito web. «L'azienda ha 130 anni di storia - spiega Profumo -. Ha superato due guerre e tanti momenti difficili grazie alla qualità del prodotto. Il prodotto "fresco" di Panarello non solo ha "retto" alla crisi ma, anzi, è cresciuto in termini di quote di mercato. Per la produzione industriale, invece, registriamo una leggera flessione che contiamo di contenere entro livelli accettabili. Io sono un ottimista per natura. Credo che la ripresa sia già cominciata».