Panini Durini archivia il 2017 a +30% e prepara l’espansione nel Nord Italia

caption-f85f0b9c

Sulla scia di un 2017 chiuso a 9,5 milioni di euro, in crescita di circa il 30% anno su anno e con un ebitda stimato del 12% sul fatturato anche per effetto delle numerose aperture che hanno condizionato in negativo la marginalità del brand, Panini Durini si prepara a esportare il proprio format oltre Milano. “Quello appena concluso – ha spiegato a Pambianco Wine&Food il fondatore e Ceo della catena di ristorazione fondata sul panino e nata nel 2011 in via Durini, Stefano Saturnino - è stato un anno sicuramente positivo e che ci ha confermato la bontà di un’attività da poco uscita dalla fase di start up. Le ultime aperture in particolare, all’interno del centro commerciale Carosello e di Milano Citylife, ci hanno confermato che il format funziona anche al di fuori del centro storico, che resta comunque il dna di Panini Durini. Ad ogni modo, abbiamo avuto la dimostrazione di come sia percorribile anche la crescita al di fuori di Milano”. E da qui prende le mosse l’idea di un’espansione retail in altri centri commerciali e in città medio/grandi partendo dal nord Italia, senza peraltro tralasciare Milano. “Abbiamo sei/sette aree cittadine ancora da coprire - ha detto Saturnino -. Al tempo stesso, valuteremo alcune situazioni in nord Italia e anche le proposte che stiamo ricevendo da società come quelle degli aeroporti o delle stazioni ferroviarie. Posso dire che nel secondo semestre ci sarà un ingresso nel travel retail e che stiamo trattando diverse location”.

A oggi, Panini Durini dispone di 16 store e si prepara all’inaugurazione del punto vendita di via Manzoni, prevista per febbraio.