CORRIERE DEL TRENTINO
Corriere del Trentino (ITA)

Paese: it
Pagina: 1, 11
Readership: 31000
Diffusione: 11196

Tipo media: Lokale Presse
Autore: Francesco Negri

14 Gennaio 2016



Cantine Ferrari, inizia l'era Garofalo

Il manager milanese, 45 anni, nuovo direttore. L'export tra le priorità strategiche

Cantine Ferrari apre «un nuovo ciclo», come dice il presidente Matteo Lunelli. Dalla fine del 2015 è operativo il nuovo direttore generale, Beniamino Garofalo. Manager milanese di 45 anni, ha fatto esperienza in importanti società come Danone, Heinz, Pepsico, Lvmh. Servirà alla casa spumantistica per accelerare ad esempio sul fronte dell'export (Usa, Inghilterra, ma anche Cina e Brasile). Intanto i conti 2015 chiudono con un aumento di fatturato dell'11%.

a pagina **11 Negri**

Ferrari, Garofalo direttore generale

Fatturato 2015 in crescita dell'11%. Lunelli: «Spingiamo sull'estero sfruttando l'effetto Expo»

Francesca Negri

TRENTO Stati Uniti, Ferrari Spazio Bollicine e locali di tendenza di Milano e Roma. Ecco i tre obiettivi del 2016 di Cantine Ferrari che chiude il 2015 con un 11% in più di fatturato e che ieri ha annunciato ufficialmente l'arrivo di un nuovo direttore generale, Beniamino Garofalo. Novità che affermano, come spiega il presidente Matteo Lunelli, «la volontà di orientarsi sempre di più verso una logica manageriale per continuare a migliorare l'organizzazione e l'efficienza».

Milanese, 45 anni, sposato e padre di una bambina, Garofalo approda in Cantine Ferrari «con grande entusiasmo e passione» dopo aver maturato importanti esperienze professionali in multinazionali del largo consumo come Danone, Heinz e Pepsico, ricoprendo ruoli nell'area marketing, sales e trade marketing. Nel 2007 è entrato nel Gruppo Lvmh con ruoli di general manager nel settore beauty sviluppando competenze nel mercato del lusso e nel retail come VP sales and network development di Sephora.

«La selezione che ci ha portato ha scegliere Beniamino — spiega Lunelli — è stata lunga perché il suo ruolo è fondamentale. È una persona che lavorerà a stretto contatto con me e a cui delegherò molte cose». Garofalo riporta direttamente a Matteo Lunelli e coordina tutto il team Ferrari con l'obiettivo di rafforzare la leadership nei confini nazionali e di espandersi a livello internazionale. Al lavoro già dagli ultimi mesi del 2015, Garofalo ha competenze anche su altre aziende del Gruppo Lunelli quali le Tenute Lunelli, l'Acqua Surgiva e la Distilleria Segnana. Matteo Lunelli, invece, assume l'incarico anche di amministratore delegato, che fino a qualche mese fa era di Guido Pianaroli, ex Lvmh come Garofalo. «Con la fine del mandato di Pianaroli — spiega Lunelli — abbiamo pensato che da un punto di vista organizzativo fosse meglio che ricoprissi io il ruolo di ad. Guido è stato con noi per oltre 10 anni e ha dato un ottimo contributo all'azienda: ha avuto il merito di accompagnare il passaggio generazionale compiendo un percorso pieno di cose positive. Oggi con Beniamino si apre nuovo ciclo». Il rafforzamento del team non si ferma al nuovo dg: c'è anche il passaggio di Massimiliano Capogrosso da direttore vendite a direttore commerciale Italia del gruppo, sostituito nel suo precedente ruolo da Marcello Ancarani, fino a oggi area manager Nordovest. Dopo una positiva esperienza con Ferrari a Expo Milano 2015, è entrato a fare parte del Gruppo anche Alessandro Della Penna, responsabile dello sviluppo del progetto retail dei Ferrari Spazio Bollicine. «Garofalo — aggiunge Lunelli — probabilmente suggerirà altre nuove figure da inserire nella nostra squadra. Lui ha un bel mix di competenze, variegato anche nel settore retail che può farci sviluppare progetti nuovi».

I «buoni propositi» 2016 per Ferrari, che ha chiuso il 2015 con un 11% di fatturato in più rispetto al 2014, sono chiari: «In generale vogliamo spingere sull'estero, sfruttando l'onda di Expo Milano e dei prestigiosi riconoscimenti internazionali ricevuti nel 2015. Stati Uniti e Inghilterra sono i miei due obiettivi principali, poi abbiamo un nuovo distributore in Cina con cui lavoreremo intensamente per costruire un percorso a medio termine». Pasi emergenti? «Mi ha stupito il Brasile: nonostante la situazione generale non facile e il fatto che le tasse facciano costare una bottiglia di Ferrari almeno 50 euro, siamo riusciti in breve tempo a posizionarci molto bene anche grazie alla forte presenza di ristorazione italiana». Il 2016 sarà anche «un anno di svolta per Ferrari Spazio Bollicine: identificheremo almeno una location all'estero dove apriremo nel 2017, è il momento di far esplodere il progetto anche fuori dall'Italia». Ma il posizionamento del brand passa anche nel presidio in ambito nazionale, «specialmente con la presenza nei locali più di tenenza di Milano e Roma». Nuove acquisizioni? Niente all'orizzonte al momento, «ma abbiamo sempre gli occhi aperti». L'ultimo passo è stata l'acquisizione di Bisol, forse la firma più blasonata del Prosecco veneto, con cui, spiega Lunelli, «nel 2016 non vogliamo creare una rivoluzione, ma approfittare della forza della nostra unione per potenziare le sinergie».

This article is intended for personal and internal information only. Reproduction or distribution is prohibited.



Manager Beniamino Garofalo ha esperienze in Danone, Heinz, Pepsico, Lvmh

This article is intended for personal and internal information only. Reproduction or distribution is prohibited.