



PANORAMA

LA VITA SPESA AL MEGLIO

COMPANY PROFILE



PAM,

PER UNA VITA SPESA AL MEGLIO





Pam Panorama è una società di **Gruppo Pam**, storica realtà italiana del settore della Grande Distribuzione che ha da poco festeggiato i suoi primi **60 anni di attività**.

5 sono le promesse che, ogni giorno, l'Azienda si impegna a garantire:

- prezzi **sempre competitivi**;
- un **assortimento** in grado di rispondere alle esigenze dei Clienti;
- prodotti freschi di **qualità**;
- un'esperienza di **spesa facile e veloce**;
- **personale cortese** e un servizio di alto livello.

Da quando ha aperto il primo punto vendita nel **1958**, molto è cambiato: l'Italia, gli italiani e soprattutto il modo di fare la spesa. Gruppo Pam si è evoluto insieme ai suoi Clienti,

mantenendo sempre costante l'impegno per garantire la migliore esperienza di spesa possibile in tutti i negozi.

Il nome Pam è acronimo di "Più A Meno", sintesi perfetta della filosofia aziendale che oggi si traduce nel pay off **"La Vita Spesa al Meglio"**, espressione della volontà di Pam e Panorama di offrire, ogni giorno, **il massimo della qualità e del servizio a prezzi convenienti**, aiutando i propri Clienti a vivere al meglio.

STORIA

Era la **fine degli anni '50** quando tre giovani imprenditori diedero vita ad una grande idea: riunire in un unico luogo i banchi di vendita tipici dei mercati rionali veneziani offrendo così, secondo il modello americano di supermarket, **un servizio di qualità a prezzi convenienti**.

13 dicembre
1958

In un'ex sala cinematografica di Padova, apre il **primo supermercato Pam**

Ampi spazi, scaffali ricchi di ogni genere di prodotti nazionali e internazionali, prezzi dal 30 al 40% più bassi rispetto a quelli degli altri negozi della zona.



Grazie alla formula innovativa, **alla qualità e all'attenzione al Cliente**, i punti vendita Pam riscuotono un immediato successo già dalla prima apertura: **l'insegna comincia ad espandere la propria presenza** sul territorio nazionale e dà il via al primo corso Allievi Direttori, per formare al meglio i suoi collaboratori.

anni
'60

anni '70

Negli anni '70 l'Azienda, **pioniera** tra le principali insegne della **Grande Distribuzione**, introduce a Milano il primo **banco del pesce a servizio**. Inoltre unifica la catena lombarda Max Market e quella piemontese Torino Supermercati sotto l'insegna Pam, e sviluppa il format Metà, il primo discount del Gruppo.



anni '80



Nel 1984 nasce a Marghera il primo ipermercato ad insegna **Panorama**, caratterizzato da un ampio assortimento e un **layout funzionale e accattivante**. Si moltiplicano, nel frattempo, le aperture di punti vendita nel Nord e Centro Italia: **Pam Panorama** si afferma definitivamente come **una realtà di rilievo della GDO a livello nazionale**.

anni '90

Gli anni '90 sono un periodo di **grandi ed importanti novità nel mondo Pam**: oltre all'ulteriore potenziamento della rete con l'acquisto della catena Superal, nasce la linea di prodotti a marchio commerciale

I Tesori dell'Arca

Con l'obiettivo di offrire un pescato sempre di qualità e di massima freschezza, nel 1999 prende inoltre avvio il **progetto dei Pescherecci**, grazie ad un accordo diretto con una flotta di imbarcazioni che esce tutti i giorni in mare e che, ancora oggi, fornisce il proprio pescato in prelazione a Pam Panorama.



anni 2000

PANORAMA



Gli anni Duemila sono un **decennio di grandi novità**: grazie alla collaborazione con Oliviero Toscani, Gruppo Pam dà un **nuovo volto alla propria immagine**, mentre, insieme all'agenzia creativa inglese Twenty Twenty, ridefinisce il design dei punti vendita.

Viene poi introdotto anche il programma di fidelizzazione **Carta Superpremi** - poi sostituito da Carta Per Te - e la nuova linea a marchio proprio **Pam Panorama**.

giugno
2013



Nasce **Pam local**, l'innovativo format, pensato per la spesa di tutti i giorni, che fa dell'attenzione alla praticità e alla convenienza i suoi punti di forza. L'insegna è oggi presente sul territorio nazionale con **ben 100 punti vendita tra diretti e affiliati** e rappresenta un nuovo servizio di prossimità per **offrire il meglio in termini di qualità, prezzi e comodità.**

16 maggio
2019

Aprire a Roma il primo **Pam city**, la **nuova generazione del negozio di prossimità urbana**

Il progetto City punta a garantire ai Clienti **un assortimento** sempre più incentrato sul buono, sul benessere e sul locale, e una **convenienza continuativa**, con diverse e innovative formule di risparmio. Caratteristiche distinte del format sono l'offerta di numerose soluzioni per il pranzo o per uno spuntino al volo da gustare a casa o nella **foodhall**, l'accogliente area ristoro, nonché la vasta proposta di frutta, verdura, formaggi e salumi del territorio.



I NOSTRI PUNTI VENDITA

Oggi i punti vendita Pam Panorama si presentano con una nuova veste, all'insegna della modernità e del design. Caratterizzato da un layout semplice ed elegante, e da un'accurata disposizione degli scaffali, l'obiettivo di questo restyling è quello di **accompagnare i Clienti attraverso un'esperienza di spesa ben definita**, grazie a un percorso chiaro e ad una comunicazione diretta e accattivante.





TUTTA LA QUALITÀ DI PAM PANORAMA

Pam Panorama ha creato diverse linee di prodotti dedicate a soddisfare le esigenze specifiche dei suoi Clienti.

Ogni linea viene costantemente **aggiornata con nuove referenze** e garantisce tutte le caratteristiche identificative del Gruppo: **alta qualità e prezzi convenienti**



Linea di prodotti food pensata per la spesa di tutti i giorni.
Ampio assortimento di referenze, **sinonimo di qualità, sicurezza e convenienza**.



Linea di prodotti realizzati nel **rispetto dell'ambiente** e simbolo di un'alimentazione genuina, sicura e ricca dei sapori più autentici della terra.
All'interno di questa linea, si trovano anche i prodotti Veg&Veg dedicati a chi segue un **regime alimentare vegetariano o vegano**.



Linea di prodotti perfetti per chi presta **particolare attenzione al proprio benessere o soffre di intolleranze alimentari**: prodotti senza glutine, con meno grassi, senza zuccheri aggiunti, ricchi di fibre e funzionali.



Linea di **piatti pronti da cucinare o da gustare al momento**, nati da ingredienti di prima scelta e preparati secondo la tradizione italiana. Ideale per chi desidera portare in tavola piatti dal sapore unico ma non ha il tempo di mettersi ai fornelli.



La linea di **salumi regionali**: una selezione di sapori antichi, di specialità tipiche dal gusto inconfondibile, per riscoprire le migliori tradizioni gastronomiche locali.

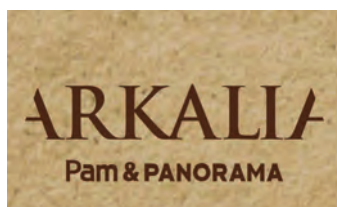


Linea pensata per tutti coloro che desiderano portare in tavola **solo prodotti di altissima qualità**: preziosi prodotti della gastronomia, rare specialità territoriali e tradizionali.



Una selezione attenta di vini per **rispettare e valorizzare le tipicità del nostro territorio italiano**. Gli esperti di Pam e Panorama, insieme al Centro di Ricerca per la Viticoltura ed Enologia di Conegliano, hanno selezionato alcuni fra i produttori dei vini più apprezzati d'Italia, capaci di raccontare una storia e un'identità territoriale.

COMPANY PROFILE



La linea di articoli per **la cura e la bellezza del corpo**, efficace e sicura perché nata da formulazioni studiate ed equilibrate, dermatologicamente testate, e arricchite con estratti e oli vegetali.



La linea di prodotti per una beauty routine tutta naturale, grazie all'impiego di materie prime e sostanze delicate di origine vegetale. La linea comprende anche Arkalia Bio Baby, referenze pensate per la cura dei più piccoli.



Linea **pet food**, disponibile nelle versioni "base" e "premium", studiata per garantire un'alimentazione equilibrata per cani e gatti. La produzione è **100% italiana**, gli ingredienti sono di qualità e sono incluse referenze di cibo secco e umido. Il marchio Zóa è registrato nelle liste positive dell'OIPA (Organizzazione Internazionale Protezione Animali).



La linea di **detersivi ecologici** ad impatto ambientale ridotto, grazie a tensioattivi di origine vegetale completamente biodegradabili. Le formulazioni dei prodotti, inoltre, sono realizzate in esclusiva per Pam Panorama.

I NUMERI DI PAM PANORAMA

4

insegne:

supermercati e superstore Pam, ipermercati Panorama, convenience store Pam *local* e Pam *city*, il nuovo format dei negozi di prossimità urbana.

205

punti vendita sul territorio italiano:

una rete sempre più estesa che si dirama fino al Centro Italia.

11

linee di prodotti a marchio:

Pam Panorama, Bio, Semplici e Buoni, Fresche Bontà, Salumeria Artigiana, i Tesori, i nostri Calici DiVini, Arkalia, Arkalia Bio, Zóa, Eco.

OLTRE

7000

collaboratori che, giorno dopo giorno, lavorano con passione, dando valore e credibilità alla missione dell'Azienda.

“

Le persone sono il pilastro della nostra organizzazione,
con il loro agire quotidiano hanno reso possibile questa nostra storia.

A. Bastianello,
Presidente e Amministratore Delegato di Gruppo Pam

”





Pam Panorama



@pam_panorama

www.pampanorama.it

Finito di stampare nel mese di maggio 2019

