

Top 26

85

Pastificio Rana a un miliardo

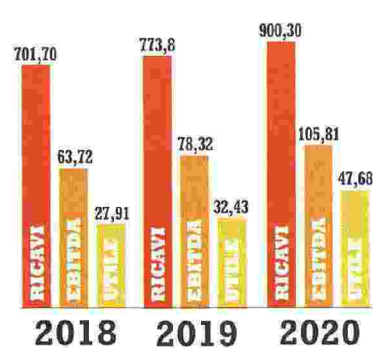
L'esercizio che sta per concludersi segnerà una svolta simbolica per il Gruppo veronese che nel corso degli ultimi otto anni di crescita ha quasi triplicato il suo giro d'affari. L'ad **Gian Luca Rana** e il Giro d'Italia: «Una storia che lega le generazioni, come la nostra»

Oltre quota un miliardo di euro. L'esercizio che sta per concludersi dovrebbe segnare un passaggio simbolico per il gruppo **Rana**, che nel corso degli ultimi otto anni ha quasi triplicato il suo giro d'affari (381 milioni nel 2013) raccogliendo i frutti di importanti investimenti nell'innovazione riguardante sia i mercati presidiati, sia l'offerta di prodotti e i processi industriali. Un balzo in avanti importante per il **pastificio** veronese fondato nel 1962 a San Giovanni Lupatoto da **Giovanni Rana**, leader mondiale nella produzione e commercializzazione di prodotti alimentari freschi (pasta, liscia e ripiena, gnocchi, piatti pronti e sughi). Un'espansione guidata dall'amministratore delegato **Gian Luca Rana**, che soprattutto negli ultimi quindici anni ha voluto accelerare nell'espansione internazionale del gruppo, che oggi conta otto stabilimenti (cinque in Italia, uno in Belgio e due negli Stati Uniti) e filiali in Francia, Spagna, Gran Bretagna, Germania e Usa ed è presente con i propri prodotti in 58 Paesi nel mondo, con circa 3.500 dipendenti. Il 2020 si è chiuso con un fatturato di 900 milioni

(+16,3% sul 2019), nonostante le difficoltà del contesto di fondo, con un ruolo giocato dal mercato americano, che ha visto un balzo del 33% nel confronto con l'anno precedente, consolidando così la prima posizione nel mercato a Stelle e Strisce.

Di pari passo sono continuati gli investimenti, con 65 milioni messi in campo, di cui il 60% destinato a supporto della crescita degli stabilimenti italiani, con interventi volti a potenziare e rinnovare le linee produttive negli stabilimenti di San Giovanni Lupatoto e Moretta (Cuneo). Il rimanente 40% è stato investito negli Stati Uniti per il potenziamento dell'apparato produttivo e il completamento della costruzione del secondo sito produttivo a Chicago. Risultati rivendicati dall'ad come il frutto di una strategia pluriennale di continua espansione, che ha consentito di «reagire con determinazione» alla congiuntura internazionale condizionata negativamente dalla pandemia. «I traguardi fin qui raggiunti», sottolinea, «sono frutto dell'impegno e dell'attenzione che ogni giorno dedichiamo alla ricerca e all'innovazione per garantire su tutte le tavole del mondo un prodotto di alta qualità che risponde ai gusti e alle esigenze di consumo dei nostri clienti».

Tra le novità, il lancio durante l'ultimo Giro d'Italia, di una limited edition composta da quattro ricette regionali (dal baccalà mantecato alla norma, dall'ossobuco e risotto con zafferano alla carbonara) tutte vestite di rosa, come la storica maglia, per celebrare la partnership con la corsa ciclistica più nota del nostro Paese. «Il ciclismo è uno

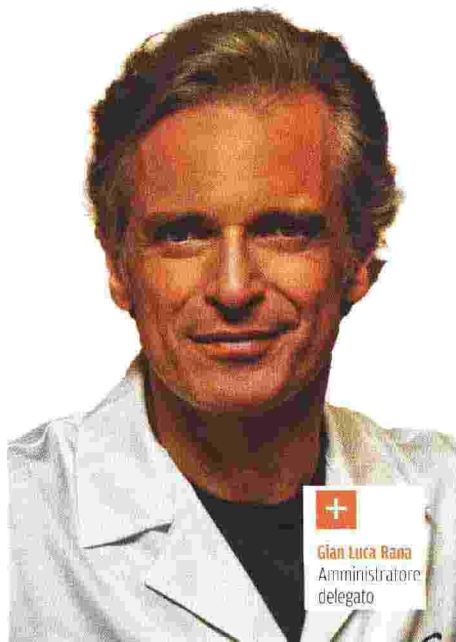


Dati in milioni di euro

sport che pratico abitualmente e che ho sempre avuto nel cuore, tanto da essere stato amministratore delegato dei Mondiali di Ciclismo organizzati a Verona nel 2004», ricorda **Gian Luca Rana**. «Il Giro racconta una bellissima storia italiana che congiunge le generazioni, proprio come la nostra». Inoltre, l'imprenditore sente di condividere i valori di uno sport in cui sacrificio e lavoro di gruppo sono decisivi per raggiungere il successo. Nell'occasione l'azienda ha rinnovato la collaborazione con il Banco Alimentare, con cui coopera da anni. Per ogni confezione acquistata di ravioli "Rana - Giro d'Italia", il **pastificio** si è impegnato a donare un prodotto fresco all'organizzazione che si occupa di distribuire generi alimentari in tutta Italia.

Luigi dell'Olio

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Gian Luca Rana
Amministratore
delegato

