

L'INTERNAZIONALIZZAZIONE ACQUISTA SEMPRE PIÙ PESO NELLE STRATEGIE DEL GRUPPO

# Rana potenzia la brand identity con la ristorazione Da Giovanni



Roberto Pacifico

Il modello di sviluppo seguito da Pastificio Rana è quello della "multinazionale tascabile", definizione prediletta da Gian Luca Rana, classe 1965, amministratore delegato dell'azienda di San Giovanni Lupatoto (Vr). Impresa familiare, evolutasi da laboratorio arti-

mini di sinergie con l'offerta presente nei punti di vendita delle catene trattanti. L'apertura nella cittadina belga di Nivelles, in Vallonia, dello stabilimento specializzato nella produzione di piatti pronti conferma la strategia di rafforzamento di Rana in Europa, e in particolare in mercati come Belgio, Francia e Spagna, dove la presenza di una marca italiana qualificata trova particolare gradimento e spazi favorevoli per lo sviluppo.

## PRODUZIONE & RISTORAZIONE

L'ingresso di Rana nella ristorazione, avvenuto nel 2007, non è propriamente definibile con il termine diversificazione. Si tratta piuttosto di un'evoluzione/integrazione sinergica del core business produttivo, soprattutto quando, come nel caso della collaborazione con Coop Suisse, il partner è un retailer che propone nei suoi punti di vendita l'intero assortimento del pastificio veronese.

Il ristorante Da Giovanni, inaugurato il 17 giugno nel centro commerciale Center Eleven a Zurigo-Oerlikon, è il primo di una serie di esercizi che il gruppo guidato da Gian Luca Rana prevede di aprire da qui al 2015 con Coop Suisse. In quattro anni il pastificio più famoso d'Italia, al 41° posto per fatturato fra le società del food&beverage a livello nazionale, ha in agenda almeno 45 ristoranti da sviluppare su tutto il territorio elvetico, a partire da Neuwiesen-Winterthur, Kriens Pilatus Markt e Ginevra, le prossime aperture del 2009, tutte all'interno di centri commerciali Coop.



Giovanni Rana con il figlio Gian Luca, amministratore delegato di Pastificio Rana, all'inaugurazione del primo ristorante Da Giovanni a Zurigo. Al centro Jurg Peritz, numero 2 di Coop Suisse, il partner per lo sviluppo in Svizzera

1. **Accordo con Coop Suisse: per il lancio in Svizzera dei ristoranti Da Giovanni**
2. **Spagna, Inghilterra e Usa i mercati più interessanti per lo sviluppo all'estero**

gianale a industria circa quarant'anni fa, il pastificio fondato da Giovanni Rana nel 1961, ha consolidato la sua fisionomia di produttore internazionale e tecnologicamente aggiornato negli ultimi 10 anni. Internazionalizzazione e ristorazione, sempre più intrecciate, giocheranno un ruolo primario nelle strategie di sviluppo del pastificio, non solo per la crescita del fatturato, ma anche, se non soprattutto, per i benefici che ne derivano in ter-

Rana conta oggi 4 locali in Italia, nei centri commerciali Il Leone a Lonato (Bs), Le Corti Venete a San Martino Buonalbergo (Vr), Verona Uno a San Giovanni Lupatoto (Vr) e Valecenter a Marcon (Ve). Quest'anno si aggiungeranno i ristoranti nell'Oriocenter a Orio al Serio (Bg), nel Fiordaliso a Rozzano (Mi), nel parco commerciale Milanofiori ad Assago (Mi), e nel Città Fiera a Udine.

Il ristorante aperto a Zurigo-Oerlikon si distingue per due caratteristiche: è il primo su fronte strada ed è il più grande, con 400 mq complessivi, equamente divisi tra spazio cucina e sala. Già da un anno i prodotti Rana sono presenti in tutti i supermercati Coop con un'offerta che comprende 19 varietà di pasta fresca. Fra i suoi diversi formati distributivi, Coop Suisse, secondo retailer elvetico, annovera anche una nutrita catena di ristoranti - 6 dei

quali nel centro di Zurigo - ma i due format non sono in sovrapposizione.

## CAMPIONE DI CRESCITA

<b>336 mio euro</b>	il fatturato 2008
<b>+12%</b>	l'incremento del fatturato rispetto al 2007
<b>+4,5%</b>	l'incremento del Mol
<b>6,2 mio euro</b>	l'utile netto nel 2008 (+16,4% rispetto al 2007)
<b>45</b>	i ristoranti Da Giovanni previsti in Svizzera entro il 2015



- Azienda familiare con flair internazionale e innovativo
- Comunicazione
- Forza del marchio



- A livello nazionale cresce la concorrenza delle PI