

VENETO - LA MULTINAZIONALE TASCABILE DI SAN GIOVANNI LUPATOTO (VR)

Da anni volto dell'azienda, Giovanni Rana è testimonial di se stesso. «Io sono fondamentalmente un grosso artigiano, sono le dimensioni dell'azienda che sono industriali. Il mio pensiero non è mai cambiato e la tecnologia ci ha semplicemente aiutato a fare le cose meglio e ad allargare il nostro mercato»

Un artigiano di dimensioni industriali

Dieci anni fa venni qui a San Giovanni Lupatoto, pochi chilometri da Verona, per conoscere l'uomo che stava incuriosendo tutta Italia con la sua campagna di comunicazione studiata da Gavino Sanna. Tanti si domandavano se quel viso che compariva negli spot televisivi assieme a Marilyn Monroe, Rita Hayworth, Humphrey Bogart e Josif Stalin appartenesse veramente a lui oppure fosse quello di un attore. Stavano imparando in quei giorni che l'accattivante signore di mezz'età che entrava più volte al giorno in casa loro dallo schermo della tivù era proprio Giovanni Rana, con tutta la sua carica di simpatia e le braccia cariche di tortellini: un ex artigiano della pasta ormai al timone di una multinazionale tascabile del prodotto alimentare del nostro Paese. E ora sono di nuovo qui, sempre più incuriosito dal personaggio, non tanto per capire quanto egli abbia contribuito a cambiare le abitudini e i consumi della tavola, quanto se questi cambiamenti abbiano mutato lui, la sua visione del prodotto, del mercato, della vita.

Il suo ufficio è sempre lì, al secondo piano. La scrivania però è stata spostata: prima era sulla sinistra, nascosta a chi entrava e si sentiva prima il suo: «Venga, si accomodi» e poi si finiva per stringergli la mano. Adesso invece, quando la porta scorre con un sibilo appena percepibile, l'uomo appare prima delle parole: tutto molto più ufficiale e simile a un ponte di comando. Non vedo la raccolta di rane di ogni forma, colore e dimensione

ANDREA DAL CERO

che gli amici gli portavano e che teneva a fianco della scrivania. Mi viene in mente un elefantino blu che in quella raccolta spiccava impertinente e il racconto che me ne aveva fatto: una storia di Africa, di bambini ammalati di fame, con una suora come protagonista. Mi dispiace che le rane non ci siano.

Questa volta non siamo soli, lui ed io. Oltre al bravo Spinelli (*n.d.r.*: il fotografo) che mi sono portato da Bologna, mi sta vicina e non perde una sola battuta la giovane responsabile delle relazioni esterne dell'azienda: forse siamo in troppi per una chiacchierata, ma comunque ci proviamo.

LA LUNGA STORIA DEL SIGNOR GIOVANNI

Nell'altra occasione in cui ci siamo incontrati le chiesi come dovessi chiamarla durante l'intervista. Nel frattempo lei è diventato cavaliere, presidente di un mucchio di cose e anche dottore. Le rifaccio oggi la stessa domanda.

Come le risposi quella volta?

Mi disse: «Me ciamo Giovanni, el me ciama Giovanni».

In effetti sono cavaliere e tante altre cose, ma tutti mi hanno sempre chiamato e continuano a chiamarmi signor Giovanni. Ogni tanto di questa cosa ne parliamo – dice indicando la signorina che mi sta a fianco – cercando di capire se questo non contrasti con l'immagine mia e dell'azienda. Ma credo che rimarrò per tutti il signor Giovanni.

Vorrei ripercorrere assieme a lei le tappe che reputo fondamentali per la sua azienda, considerando le sfide che ha dovuto sostenere e le battaglie che è riuscito a vincere.

Facciamo pure come dice lei, ma è una storia lunga la mia.

Cominciamo proprio dal 1957. Lei aveva vent'anni e cominciava a pensare ai tortellini. In quell'anno Mario Soldati iniziava il suo «Viaggio nella valle del Po, alla ricerca dei cibi genuini» e si domandava, per la prima volta, quali fossero i confini tra il prodotto artigianale e quello industriale. Quale era, al tempo, la sua concezione di prodotto artigianale?

Nel panificio di mio fratello impastavamo a mano pane, pasta e dolci e poi li cuocavamo nel nostro forno tutti i santi giorni. Il nostro era un lavoro artigianale, accurato, che ci dava soddisfazione proprio per il modo in cui lo facevamo. Quando cominciai a pensare ai tortellini non potei farlo se non seguen-

do l'unica logica che conoscevo: quella del fare e del fare bene. E nel momento in cui, dopo pochi anni, cominciai davvero a produrre pasta ripiena, lo feci proprio così: curando personalmente la preparazione della pasta e del ripieno, sperimentandone i sapori, studiandone i difetti. Mi occupavo anche delle consegne, proprio come quando lavoravo per il panificio. In fin dei conti, nonostante tutto quello che è successo negli anni, mi sento ancora un fornaio. Anzi, come diciamo dalle nostre parti, un fornaretto.

Praticamente faceva quello che adesso fanno le sfogline nei negozi specializzati...

Esattamente. Le macchine erano ancora da venire e si faceva tutto a mano. Si compravano gli ingredienti, si lavoravano e poi si andava a vendere la pasta fresca.

Un giro di clientela tutto vicino a casa...

Per forza. I problemi di conservazione e freschezza del prodotto erano un fattore fortemente limitante e li avremmo risolti soltanto molti anni dopo.

Nel frattempo l'Italia cambiava e anche la percezione del cibo si evolveva assieme ai consumi. Nel 1968 Sofia Loren, dopo il matrimonio con Carlo Ponti e la quasi scomunica papale, riconquistò le simpatie degli italiani scrivendo «In cucina con amore» e rifacendosi alla cucina povera della sua infanzia. Si riproponeva la contrapposizione tra genuino e industriale. Come ricorda quel periodo?

Per me quelli furono anni di grande impegno e anche di soddisfazione. Mentre cominciavano ad arrivare sulla tavola i primi cibi confezionati, soprattutto grazie ai caroselli televisivi, io cercavo di mantenere inalterati i requisiti dei miei tortellini che, nonostante l'arrivo delle prime macchine per la lavorazione e la chiusura della pasta, continuavano ad avere le caratteristiche del prodotto artigianale.

Anche se avevo trovato il sistema di prolungare di qualche giorno la conservazione del prodotto, i miei tortellini non avevano nulla di industriale.

Fu un periodo che ricordo con piacere: di grandi progetti e di ampliamento.

LA SVOLTA DELL'ANIDRIDE CARBONICA

Lei racconta di aver compreso l'importanza dell'anidride carbonica come conservante degli alimenti parlando con



In Italia Rana detiene una quota del mercato della pasta fresca, pari al 46%

l'altro suo fratello, grossista di acque minerali. Mi racconti come andò la cosa.

Fu lui, mio fratello, a mettermi sulla strada giusta. Un giorno parlando del suo magazzino, mi disse che l'acqua naturale aveva più problemi di quella gassata perché, non essendo addizionata di anidride carbonica, si conservava meno nel tempo e qualche volta prendeva anche il saporaccio della plastica. Proprio dalle bolle dell'acqua di mio fratello partirono le ricerche che ci portarono al confezionamento in atmosfera modificata.

Si parla di un suo grande impegno e di una forte operazione di lobbying per convincere la classe politica ad autorizzare l'uso di anidride carbonica e azoto come conservanti alimentari.

In effetti fu un impegno notevole. Pensi che qualcuno chiama proprio «legge Rana» il provvedimento che riuscimmo a far approvare. Comunque per noi l'atmosfera modificata fu fondamentale.

Infatti, con l'espandersi dei supermercati lei riuscì a distribuire i suoi prodotti, che adesso si conservavano molto di più, in tutta la Penisola.

Proprio così, arrivammo in tempo sulla nuova distribuzione e riuscimmo ad affermarci con una buona quota di mercato.

Tanto buona che cominciò a fare gola a parecchi. Negli anni Novanta sono le multinazionali a voler entrare nel mercato della pasta fresca. Kraft, Barilla, Nestlé: nomi da paura per un pastaio di San Giovanni Lupatoto...

Proprio da paura, ha ragione. Mi ricordo che qui in azienda c'era chi diceva: «Se arrivano quelli,

PROGETTI DI RISTORAZIONE

Dal 2005 la storica presenza del gruppo Rana nel settore alimentare si è estesa alla ristorazione. Coerentemente con l'immagine moderna e vicina al consumatore che da sempre caratterizza l'azienda veronese, Rana ha lanciato sul mercato italiano una nuova formula di ristorazione veloce, in grado di coniugare il servizio con la qualità della tradizione culinaria italiana e delle specialità del Pastificio Rana.

In quest'ottica si inseriscono i ristoranti «Da Giovanni», aperti nel corso del 2007 presso il nuovo Centro commerciale «Il Leone» di Lonato a Brescia e il Centro commerciale «Le Corti Venete» di San Martino Buon Albergo (Verona). Il concept dei «Da Giovanni» avvicina la ristorazione veloce allo «show food»: a differenza delle comuni modalità di ristorazione veloce, ogni piatto viene preparato davanti al cliente, in una grande cucina a vista. La velocità di servizio è garantita dal fatto che la pasta fresca Rana cuoce in tempi brevissimi.

Gli spazi, eleganti e luminosi, sono valorizzati dai materiali a vista in rame e in legno chiaro. Tutto richiama i valori chiave del Pastificio Rana: tradizione, creatività, competenze e passione per la qualità.

I ristoranti, aperti tutto il giorno dalla prima colazione, al pranzo, alla cena, prevedono menu al costo fisso di 7,90 euro, con cui il cliente ha diritto a un pasto completo composto da 120 grammi di pasta (ogni giorno una preparazione diversa), pane, insalata, una bibita a scelta tra vino, Coca Cola e birra, dolce o macedonia.

Il progetto prevede un piano di espansione in Italia e all'estero. In Italia saranno inaugurati un centinaio di ristoranti entro 4 anni; all'estero verranno lanciati quattro punti vendita a Londra entro il 2008, a cui seguirà lo sbarco in Belgio, Spagna, Germania, Turchia e, nel lungo periodo, in Estremo Oriente e negli Stati Uniti. Lo sviluppo in questi Paesi sarà determinato anche dalle opportunità che verranno dai mercati stessi e dall'individuazione di possibili partner locali, molto importanti soprattutto nella fase iniziale, per la costruzione di una catena.

Il primo passo del Pastificio nella direzione della ristorazione veloce è stato compiuto in Francia – secondo Paese in Europa dopo l'Italia per consumo di pasta fresca – dove Rana ha raddoppiato nel giro di pochi anni la propria quota di mercato e in cui, attualmente, segue il primo produttore locale nel retail. Nel 2005 il Pastificio Rana ha siglato un accordo con la catena Casino Cafétéria, che gestisce una rete di 250 caffetterie e ristoranti aziendali in Francia, con 60 milioni di pasti preparati ogni anno. L'accordo prevede l'apertura, entro il 2008, di almeno 100 punti di ristorazione veloce a insegna «La Trattoria di Giovanni Rana», realizzati all'interno dei ristoranti di Casino Cafétéria. Attualmente sono già stati aperti 50 ristoranti veloci in cui vengono anche venduti i prodotti Rana e distribuiti coupon per l'acquisto in alcuni punti vendita della grande distribuzione. ●

qui tra un anno si chiude». Barilla premeva per comprarmi, gli altri erano decisi a investire capitali ingenti.

TESTIMONIAL DI SE STESSO

Ed è a quel punto che lei diventò ufficialmente e per tutti Giovanni Rana.

Esattamente. Mi chiesi: cosa ho io che le grandi aziende non hanno? E la risposta fu facile, una volta compresa la questione fondamentale. Loro non avevano un signor Nestlé o un signor Star: io invece avevo me stesso, più vivo e vegeto che mai. Diventai così testimonial di me stesso, spiegando ai miei consumatori che la mia faccia è la garanzia del prodotto che preparo nel migliore dei modi possibili. E fu un successo.

Lei è quindi diventato «il volto» dell'azienda Rana, ma so che suo figlio Gian Luca ne è l'amministratore delegato. A Roberto Gervaso lei una volta disse: «Mio figlio governa, io regno». Come si è evoluto il vostro rapporto tra padre e figlio in questi anni?

Io regno e lui governa: sempre di più!

All'ombra di tanto babbo?

Vede, Gian Luca è un dirigente affermato, è presidente di Confindustria qui a Verona, è nel consiglio di amministrazione di un importante istituto di credito, è presidente anche lui di tante cose. In Rana il suo compito è anche quello di continuare a promuovere l'immagine di suo padre, perché io sono un po' un oggetto di marketing per lui. È il suo destino, ma penso che in fin dei con-



ti sia guarito dal possibile complesso di essere «figlio di...». Il giorno in cui entrò in azienda lo ricordo come il più bello della mia vita.

Una vita piena, la sua, anche troppo. Rimane spazio per un Giovanni Rana privato?

Poco. E lo trascorrerei a cucinare, anche se ormai devo limitarmi nel mangiare. Mi piace stare in compagnia e mi piace ballare, sono sempre stato un bravo ballerino di liscio e amo la musica di Casadei.

Lei non compare mai in pubblico assieme a una donna, eppure sono convinto che sia il tipo che alle donne piace eccome. (La giovane responsabile delle relazioni esterne si agita sulla sedia e mi guarda male).

Le donne mi piacciono e anch'io piaccio alle donne: sono l'80% del mio mercato!

Non è per fare gossip, ma mi piacerebbe sapere se vive la vita con intensità anche sotto il profilo sentimentale.

Secondo me capita una volta sola di innamorarsi veramente e a me è successo tantissimi anni fa, quando ero giovane. Non è andata bene, sono divorziato, ma nella vita può capitare di trovare un'altra persona con cui percorrere un pezzo di strada insieme.

Ha viaggiato molto?

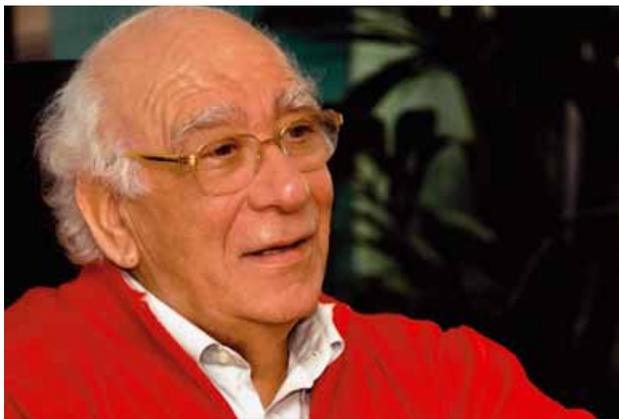
Abbastanza: per lavoro e per curiosità, assaggiando tutto e cercando le cose più strane. Sono stato in America, in Cina ai tempi di Mao. Santo Domingo è forse il posto che ricordo di più, pensi che vent'anni fa il presidente dominicano voleva che facessi un pastificio anche là. Anche Cuba mi ha colpito, soprattutto l'Avana con la sua decadenza e il suo splendore.

Cos'ha imparato dai suoi viaggi?

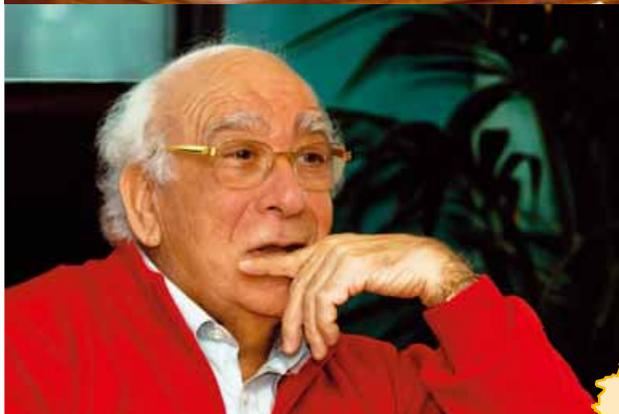
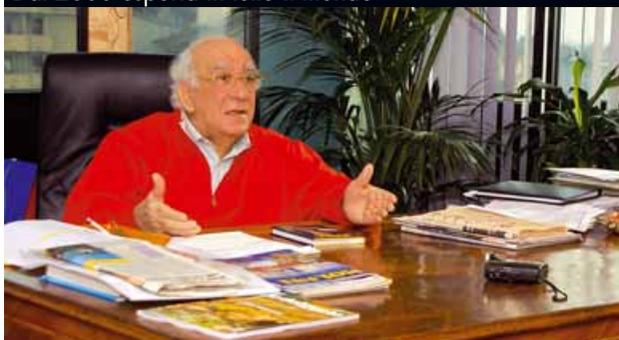
Che il mondo è grande e che è complesso e meraviglioso. Ho capito che mi piace partire e che mi piace altrettanto ritornare.

Se mi invitasse a cena a Verona mi porterebbe nel suo ristorante?

È ovvio. Anche se lo abbiamo chiamato



Giovanni Rana nel 1961 produceva tortellini su ordinazione, nel 1968 acquistava le prime macchine, nei primi anni 70 cominciava a produrre industrialmente. Dal 2000 esporta in tutto il mondo



Pastificio Rana spa

Via Pacinotti, 25
37057 S. Giovanni Lupatoto (Verona)
Tel. 045 8087311 - Fax 045.547317
www.rana.it



la Trattoria di Giovanni Rana è un grande ristorante: la sala da pranzo dell'azienda e un'ottima cucina proprio davanti all'Arena.

Casa e bottega, come al solito. Il pensiero dell'artigiano con dimensioni industriali...

Io sono fondamentalmente un grosso artigiano, sono le dimensioni dell'azienda

che sono industriali. Il mio pensiero non è mai cambiato e la tecnologia ci ha semplicemente aiutato a fare le cose meglio e ad allargare il nostro mercato.

Non ho mai tradito il concetto di genuinità di cui parlavamo prima: è fondamentale.

NEL FUTURO L'ITALIA DEL GUSTO

Al prossimo Governo, qualunque sia, cosa chiederebbe?

Abbiamo bisogno di fare. Vede, sono presidente di Italia del Gusto, un consorzio che rappresenta tutte le più grosse aziende alimentari italiane: Barilla, Granarolo, Parmalat, Cremonini... Siamo in 23 e rappresentiamo l'80% delle esportazioni italiane. Assieme faremo il marchio del Made in Italy, quello vero, quello delle persone che fanno le cose perché le sanno fare.

Lo farete grazie alle strutture politiche oppure nonostante le strutture politiche?

Ehh... la politica... Buonitalia e Ice fanno quello che sono preposti a fare. Ma farlo molto meglio è possibile. Abbiamo già prodotto del materiale che mi piace molto e che spiega bene le nostre intenzioni, ma per il momento dobbiamo ricordarci che è ancora riservato (anche se me lo sta facendo vedere).

Quali sono i suoi progetti per il futuro? Se me li dicesse io farei un'ottima

figura...

(Ride. Ride in un modo che mi piace). Ci stiamo impegnando molto nel settore della

ristorazione, ma il mio sogno, e ci sto riuscendo, rimane quello di mettere a tavola gli americani. Come quando eravamo giovani: sognavamo e volevamo andare in America, *noi altri disemo in Merica*. Ecco, io voglio vendere i miei tortellini in Merica!

Andrea Dal Cero

Le foto di Giovanni Rana sono di Pasquale Spinelli.