

STORIE
MI

Uno scorcio del Giovanni Rana pastificio & cucina, il locale aperto dalla famiglia Rana all'interno del Chelsea market (75, 9th avenue): sfornerà 250 kg di pasta fresca ogni giorno.



UNA RANA MADE IN ITALY ALLA CONQUISTA DELLA GRANDE MELA



Il nuovo ristorante newyorkese da 140 posti nel Meatpacking district, spiega **Gian Luca Rana**, servirà «come manifesto della pasta fresca negli Usa». Un prodotto ancora poco conosciuto dagli americani.

Gian Luca Rana stringe la mano della moglie Antonella e osserva i tavoli del Giovanni Rana pastificio & cucina, il ristorante appena inaugurato a Manhattan. Poi alza lo sguardo alla moto rossa appesa al soffitto, la vecchia Guzzi che suo padre Giovanni usava per trasportare i suoi primi prodotti a San Giovanni Lupatoto, il paese in provincia di Verona dove tutto è nato esattamente 50 anni fa. Per il marchio la sfida in gioco sul nuovissimo ristorante newyorkese sarà cruciale nella strategia internazionale dell'azienda, che in soli 4 anni ha aperto 28 ristoranti in Italia, cinque in Svizzera e uno a Madrid, Londra e in Lussemburgo. «L'obiettivo è moltiplicarne il numero» spiega Antonella, responsabile della ristorazione «con un programma di sviluppo in franchising».

Da tempo i Rana accarezzavano l'idea di una testa di ponte negli Usa, capace di generare business e marketing. La scelta è caduta sul Chelsea market, storico immobile nel cuore del Meatpacking district e palcoscenico ideale per chi vuole lavorare nella moda e nella ristorazione. Affittato il locale

in mattoni rossi, parquet grezzo e grandi colonne di legno, i Rana hanno investito 2 milioni. Per mesi hanno addestrato i 100 addetti. Le materie prime verranno importate dall'Italia.

«Si lavorerà anche di notte» dice Gian Luca «e sotto gli occhi dei clienti, si produrranno 250 chili di pasta fresca al giorno». Nella cucina a vista del ristorante, sei addetti si alternano nella creazione di 50 diversi tipi di pasta. E nelle ore pomeridiane prenderà il via una scuola di cucina per bambini. Accanto sorge già il negozio. Più in là uno scenografico bancone da bar sovrastato da 250 grattugie di rame e acciaio strizza l'occhio al gusto newyorkese.

L'obiettivo è far capire agli americani che cosa sia la pasta fresca. La svolta culturale potrebbe dare un'accelerazione a un mercato quasi vergine che Rana vuole conquistare con la produzione del nuovo stabilimento di Chicago. La moto è appesa lì per raccontare il passato: «Dentro al cesto legato al portapacchi» racconta Gian Luca «io ho il primo ricordo. Avrò 3 anni e sono lì dentro, seduto, orgoglioso con il mio vassoio di tortellini». Ora la Guzzi rossa è sbarcata a New York. (M.T.)