

# Rapporto di Sostenibilità

Nutriamo il nostro futuro



**RANA**

**RANA**

**RANA**

**RANA**

# Nutriamo il nostro futuro

## Lettera agli stakeholder.

Cari Lettori,

sin dalla sua fondazione il Gruppo Rana è stato animato dal desiderio di costruire, specialmente ciò che prima non c'era, percorrere strade mai battute, tracciare nuovi orizzonti. Da oltre trentacinque anni ho l'onore di guidare questa famiglia e questa impresa, nutrendo costantemente uno spirito che rispecchia perfettamente il mio essere uomo del fare e dell'innovare. Sono quindi grato per il percorso che oggi si concretizza, poiché esso ci ha permesso di dare una forma ufficiale a quella mappa valoriale, fino ad ora racchiusa nelle scelte di ognuno, che abbiamo seguito nel grande viaggio che da San Giovanni Lupatoto ci ha portato in tutto il mondo.

Da sempre, per me fare impresa significa avere un ruolo di responsabilità

all'interno della società: rispetto ad essa l'imprenditore ha il compito di contribuire allo sviluppo del tessuto sociale, individuare talenti e creare condizioni per farli emergere. Come Gruppo siamo consapevoli delle sfide globali in cui siamo coinvolti, perciò abbiamo deciso di raccogliere e valorizzare tutti i principi attraverso cui, giorno dopo giorno, è stata costruita la nostra azienda. Nasce così il nostro primo Rapporto di Sostenibilità.

Siamo un'azienda di famiglia, unita da saldi valori e fondata sull'etica e la sostenibilità, punti cardinali dell'agire quotidiano dei nostri sessantuno anni di storia, che hanno reso il nostro business sano, solido, con una crescita costante a livello globale, sempre guidata dal desiderio di rivoluzionare le logiche del nostro settore.

Continueremo a dedicare uno spazio sempre maggiore e sempre più profondo alla riflessione su tutti i volti della sostenibilità, concentrati insieme sugli ambiti di azione che sono la chiave di volta per costruire un domani migliore per le future generazioni.

Grazie a questa bussola abbiamo dato vita a "Nutriamo il nostro futuro", un percorso strategico di sostenibilità, col quale portiamo avanti progettualità e azioni volte a prenderci cura delle persone e delle comunità in cui siamo presenti, nel rispetto del pianeta.

Percorriamo questa strada come famiglia - di migliaia di protagonisti - da sempre linfa vitale dei nostri successi. Procediamo insieme guidati dal nostro spirito d'innovazione, inteso come chiave per lo sviluppo sostenibile, dalla pas-

sione per la qualità delle nostre materie prime e dalla nostra catena del valore etica e trasparente, per una filiera responsabile.

In questo modo, il Gruppo Rana potrà continuare a svolgere quel ruolo vitale di "cellula sociale" che contribuisce al benessere collettivo, creando valore per le persone, sostenendo la cultura e il territorio.

"Nutriamo il nostro futuro" è una tappa straordinaria del viaggio e della storia di tutti noi, sempre e per sempre animati dalla volontà di far il nostro meglio.

Gian Luca Rana  
CEO Pastificio Rana



# Indice

2 Lettera agli stakeholder

## La famiglia Rana

5 Chi siamo  
6 I nostri valori e la nostra missione  
7 Una storia di famiglia lunga 60 anni  
8 Rana in cifre  
9 Rana nel mondo  
10 Rana in Italia  
11 Leadership nell'innovazione  
12 Il gusto di innovare

## Governance

16 Governance

## Il nostro percorso di sostenibilità

19 Nutriamo il nostro futuro  
20 I pilastri di sostenibilità  
21 I nostri stakeholder  
22 Analisi di materialità  
23 Gli obiettivi di sviluppo sostenibile

## Il nostro approccio a una filiera responsabile

25 I nostri principi  
26 Il percorso della qualità  
27 Qualità e sicurezza alimentare certificate  
28 Le materie prime  
29 Il manifesto dei nostri prodotti  
30 I nostri fornitori: una scelta di qualità  
31 Marketing responsabile e trasparente

## La nostra cura per le persone e le comunità

33 Una grande famiglia  
34 Rispetto e inclusività  
35 Attrazione dei talenti  
36 Formazione e sviluppo  
37 Benessere delle persone  
38 Salute e sicurezza  
39 Il nostro impegno per le comunità

## La nostra cultura per un'innovazione sostenibile

44 A difesa dell'ambiente  
45 Sostenibilità degli imballaggi  
47 Utilizzo dell'energia  
48 Emissioni  
49 Impiego delle risorse idriche  
50 Gestione dei rifiuti

## Appendice

51 Nota metodologica  
52 Indice GRI

# La famiglia Rana



# Chi siamo

**Una storia d'amore, rispetto e passione per bontà, gusto e freschezza, che da più di 60 anni la grande famiglia Rana porta sulle tavole di tutto il mondo, condividendola con un numero sempre più grande di persone.**

Il nostro Pastificio inizia il suo percorso di successo nel 1962 a San Giovanni Lupatoto, Verona, dove tuttora sorge il nostro quartier generale. Un viaggio nell'eccellenza e nel gusto, che sa sapientemente combinare tradizione e innovazione. Fondata dal presidente Giovanni Rana quando era poco più che ventenne, la nostra impresa è guidata da oltre 35 anni dall'amministratore delegato Gian Luca Rana. Grazie alla sua visione strategica siamo diventati **leader mondiali nel settore della produzione e commercializzazione di prodotti alimentari freschi**: pasta, liscia e ripiena, gnocchi, sughi e piatti pronti. Da un piccolo laboratorio familiare, situato in un paesino della provincia veronese, la nostra azienda è cresciuta costantemente. Grazie alla pasta ripiena, il nostro primo grande amore, abbiamo raggiunto mercati in cui appariva, ai più, impossibile valorizzare un

prodotto così legato alle tradizioni gastronomiche locali italiane. Il sogno si è realizzato grazie alla passione e alla visione di Gian Luca Rana, che negli anni lo ha ampliato ad altre fondamentali categorie che rispecchiano l'evoluzione degli stili di vita dei consumatori, come i ready meal e i sughi freschi. Il nostro CEO, infatti, ha sempre ritenuto che **innovazione, internazionalizzazione e valore delle persone, siano i motori fondamentali per il successo.**

Da sempre concentriamo il nostro impegno e gli investimenti in ricerca e sviluppo e nella selezione delle migliori materie prime, con l'obiettivo di proporre ai consumatori solo prodotti della più alta qualità e con un gusto unico, che rispondono costantemente alle richieste di un mercato sempre in evoluzione. Questi ingredienti, uniti all'amore per la cucina e a una grande esperienza, ci hanno permesso di

far conoscere e apprezzare i prodotti Rana, con un dinamico portfolio di oltre 1.800 referenze, in 67 diversi Paesi del mondo.

Dal 2007 l'azienda è entrata anche nel settore della ristorazione con un format di show cooking, dove i piatti vengono preparati al momento in una grande cucina a vista. Ad oggi contiamo 22 ristoranti distribuiti in tutt'Italia, più uno a Berlino.

**Continuiamo a essere un'azienda familiare, una grande famiglia che condivide gli stessi valori** e di cui fanno parte tutti coloro che collaborano con noi e cucinano con noi. In questi anni la creatività e la passione per la qualità non sono rimaste immutate, anzi si sono moltiplicate grazie al lavoro, al talento e alla ricchezza dei diversi punti di vista di ognuno dei componenti di questa grande squadra.



# I nostri valori e la nostra missione

Siamo persone che cucinano per le persone, con la testa e con il cuore. Siamo una grande famiglia unita dalla passione per ciò che facciamo con amore: creare prodotti innovativi, di altissima qualità e con un gusto unico per tutti gli amanti della buona cucina. E nel lavoro di tutti i giorni siamo guidati dal nostro motto “Mai Molar” e dai valori che condividiamo con tutti i componenti della squadra.

# QUALITÀ TRASPARENZA INNOVAZIONE FAMIGLIA

## PASSIONE E IMPEGNO PER LA QUALITÀ E L'ECCELLENZA

Il nostro ingrediente distintivo è da sempre la passione che mettiamo in tutto ciò che facciamo, che si traduce in una **continua ricerca dell'eccellenza e della migliore qualità**. Una scelta condivisa che ci permette di realizzare prodotti unici e di cui essere orgogliosi, ogni giorno.

## TRASPARENZA E INTEGRITÀ

Da sempre siamo convinti che la bontà e la qualità non si nutrano di segreti ma di eccellenza. Per questo motivo non rinunciamo mai all'integrità dei nostri valori, dei nostri comportamenti e dei nostri ingredienti, **certi che essere sempre trasparenti**, in ciò che facciamo e nella nostra comunicazione, **sia una delle più importanti forme di rispetto e responsabilità verso tutti i nostri stakeholder**.

## GUIDATI DALL'INNOVAZIONE VERSO IL FUTURO

Siamo pionieri, le cui mani si ispirano in cucina e i cui occhi sono rivolti al futuro. La nostra storia affonda le sue radici in un'importante tradizione casalinga e artigiana: una solida base che ci ha sempre spinto a migliorarci. **Promuoviamo e realizziamo innovazione, di prodotto e di processo, al fine di creare valore per tutta la filiera e per il mondo che ci circonda**. Lo facciamo dedicando tempo e risorse allo studio di tecnologie brevettate con un alto livello di automazione e digitalizzazione, per rispondere alle sempre nuove esigenze di consumo, anticipando il futuro.

## SENTIRSI FAMIGLIA

Riteniamo che sia indispensabile **valorizzare i diversi punti di vista di ogni collega, traendo ispirazione e arricchimento da tutti coloro che ci circondano**: è così che rendiamo ciascuno parte della nostra grande famiglia allargata. Allo stesso modo ogni consumatore è protagonista delle nostre ricette: nel nostro portfolio contiamo, infatti, più di 1.800 referenze diverse. Esse sono create in base a un principio cardine di customizzazione: amiamo adeguare ogni ricetta ai gusti del mercato destinatario, ispirati dalle tradizioni gastronomiche locali e dalle abitudini peculiari dei nostri consumatori nel mondo.

# Una storia di famiglia lunga 60 anni

Un viaggio in continua evoluzione per raggiungere insieme nuovi traguardi.

Il nostro lungo viaggio inizia nel 1962, nel pieno del boom economico italiano, quando il giovane Giovanni Rana, classe '37, intuisce le potenzialità del momento storico e intercetta la nuova richiesta di prodotti buoni e veloci da preparare. Il piccolo artigiano della pasta fresca si trasforma così in imprenditore d'avanguardia. Nasce una storia familiare d'eccellenza, un'impresa locale diventata leader mondiale grazie alla visione del CEO Gian Luca Rana, alla guida dell'azienda da oltre 35 anni. Gian Luca da sempre mette al centro le persone e il loro valore, e punta strategicamente sull'internazionalizzazione e sull'innovazione per portare con successo il Gruppo Rana verso il futuro.

**1962 — NASCE IL PASTIFICIO RANA**  
Il 28 marzo 1962 aprono ufficialmente le porte del Pastificio Rana a San Giovanni Lupatoto, Verona.

**1965 — I PRIMI MACCHINARI**  
La pasta fresca fatta a mano è pronta per essere prodotta a livello industriale. Con l'aiuto di esperti meccanici, Giovanni Rana progetta e sviluppa nuovi macchinari per realizzare su larga scala prodotti con caratteristiche artigianali. Da 15 kg di tortellini all'ora la produzione passa così a centinaia di kg all'ora.

1960

**1986 — GIAN LUCA RANA ENTRA IN AZIENDA**  
Gian Luca inizia a lavorare nel Pastificio di famiglia con una visione rivoluzionaria. Il suo primo obiettivo è portare i prodotti Rana anche all'estero e far conoscere una delle eccellenze regionali della cucina italiana. In breve tempo raggiunge il traguardo.

1980

1970

**1971 — UNO STABILIMENTO PIÙ GRANDE**  
Per la pasta ripiena è giunta l'ora di viaggiare in tutta Italia. Cresce la richiesta e l'azienda ha presto bisogno di uno stabilimento più spazioso, che viene realizzato sempre a San Giovanni Lupatoto, vicino alla casa di Giovanni Rana.

1990

**1990 — METTERCI LA FACCIA**  
Il Pastificio continua a crescere e occorre trovare un modo per arrivare dritti al cuore delle persone. L'azienda inizia così a investire in pubblicità e Giovanni si presta a metterci la faccia, diventando l'amatissimo testimonial degli spot del Gruppo.

**1992 — NASCE IL PRIMO CENTRO R&D**  
Gian Luca Rana apre il primo centro di ricerca e sviluppo. Intuisce subito che la grande attenzione alla qualità deve essere affiancata dall'innovazione e su questo aspetto basa il futuro del Gruppo, costruendo un importante dipartimento R&D che diventerà il cuore dell'azienda.

**1994 — IL PASTIFICIO PARLA SPAGNOLO**  
Grazie alla determinazione di Gian Luca Rana, i nostri tortellini varcano per la prima volta i confini italiani e, arrivando in Spagna, imparano una nuova lingua, inaugurando così l'espansione internazionale. In breve tempo i nostri prodotti arrivano sulle tavole di tutta Europa

**2007 — APRE IL PRIMO RISTORANTE**  
Entriamo nel settore della ristorazione con un format di show cooking, dove la pasta fresca viene cucinata rigorosamente al momento in una grande cucina a vista: l'eccellenza gastronomica è a portata di ogni pausa pranzo, anche fuori casa.

**2007 — INGRESSO NEL SETTORE DEI PIATTI PRONTI**  
L'acquisizione della società Mamma Lucia e del suo stabilimento di Nivelles, in Belgio, ci proietta nel mondo dei piatti pronti, ampliando così strategia e business.

2000

2010

**2012 — SBARCO IN USA**  
Si avvera il grande sogno di famiglia, reso possibile dal coraggio e la forza del CEO Gian Luca Rana: cominciamo a produrre e distribuire i nostri prodotti in America. In soli 7 mesi realizziamo a Chicago il primo stabilimento di pasta e sughi freschi.

**2017 — ACQUISITO STABILIMENTO DI MORETTA**  
Il Gruppo Rana crede nell'Italia e infatti continuiamo a investire sul territorio, espandendo la nostra capacità produttiva grazie all'acquisizione dello stabilimento in provincia di Cuneo. Cresce così la grande famiglia dei collaboratori Rana.

**2018 — NASCE CASA INNOVAZIONE**  
Inaugurata a San Giovanni Lupatoto, Casa Innovazione è un polo multidisciplinare di ricerca, incubatore di idee, agorà per interpretare e reinventare la tavola, italiana e internazionale.

**2019 — LEADERSHIP DI MERCATO IN USA**  
In soli 7 anni, grazie alla qualità dei nostri prodotti, diamo nuova vita al mercato americano della pasta fresca, diventando leader del settore.

**2019 — IL SECONDO STABILIMENTO AMERICANO**  
La leadership americana rende necessario un secondo sito produttivo a Chicago, con nuove linee dedicate a prodotti innovativi e pensati appositamente per i palati d'oltreoceano.

**2021 — ARRIVA LO SHOP ONLINE**  
Apriamo il portale e-commerce shop.giovanirana.it che permette ai consumatori di scegliere, tra gli oltre 100 prodotti Rana, le proprie ricette preferite e riceverle in tutta Italia, comodamente a casa.

**2022 — STELLA MICHELIN RISTORANTE FAMIGLIA RANA**  
Il Ristorante Famiglia Rana, in provincia di Verona, voluto da Gian Luca Rana come luogo di ricerca creativa e guidato dallo chef Giuseppe D'Aquino, ha ottenuto una Stella nella Guida MICHELIN Italia 2023.



# Rana in cifre

Il più grande produttore del mondo di pasta fresca ripiena e il maggior produttore di piatti pronti freschi in USA.

## LE NOSTRE PERSONE

2022

# 3080

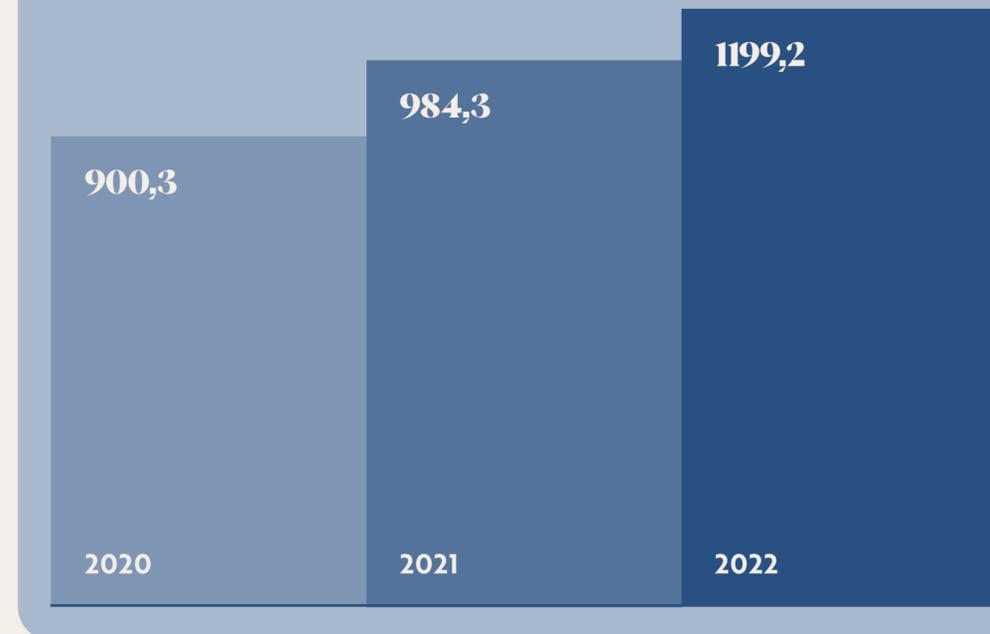
2021

# 3057

2020

# 2861

## FATTURATO IN MLN€



## FATTURATO PER AREE GEOGRAFICHE

# 28% ITALIA

# 40% USA

# 32% EU+ALTRI

## AREE DI BUSINESS



# 19%

piatti pronti e meal kits



# 57%

pasta fresca ripiena



# 12%

sughi e pesti freschi



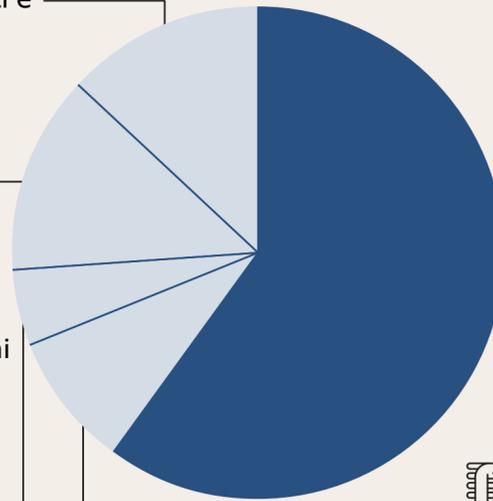
# 5%

gnocchi e gnocchi ripieni



# 7%

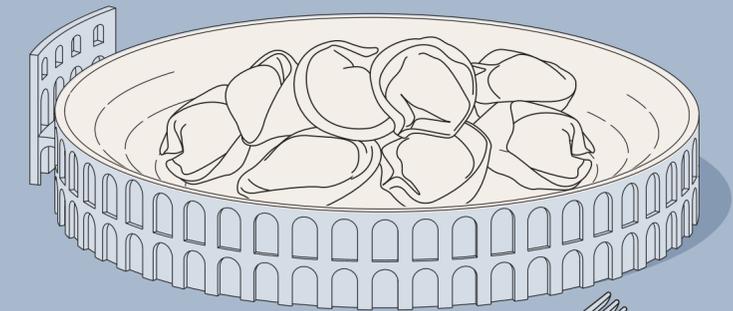
pasta fresca liscia



## VOLUMI DI PRODUZIONE

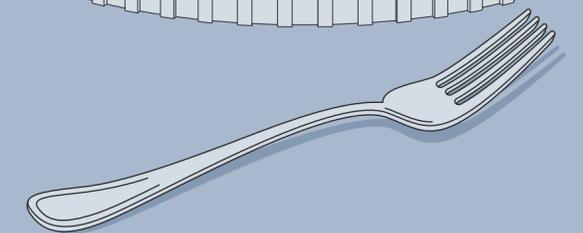
# 208.001

↑ TONNELLATE DI PRODOTTI VENDUTI NEL 2022, SUFFICIENTI PER RIEMPIRE QUASI TUTTA L'ARENA DI VERONA



# 1824

↑ Referenze differenti





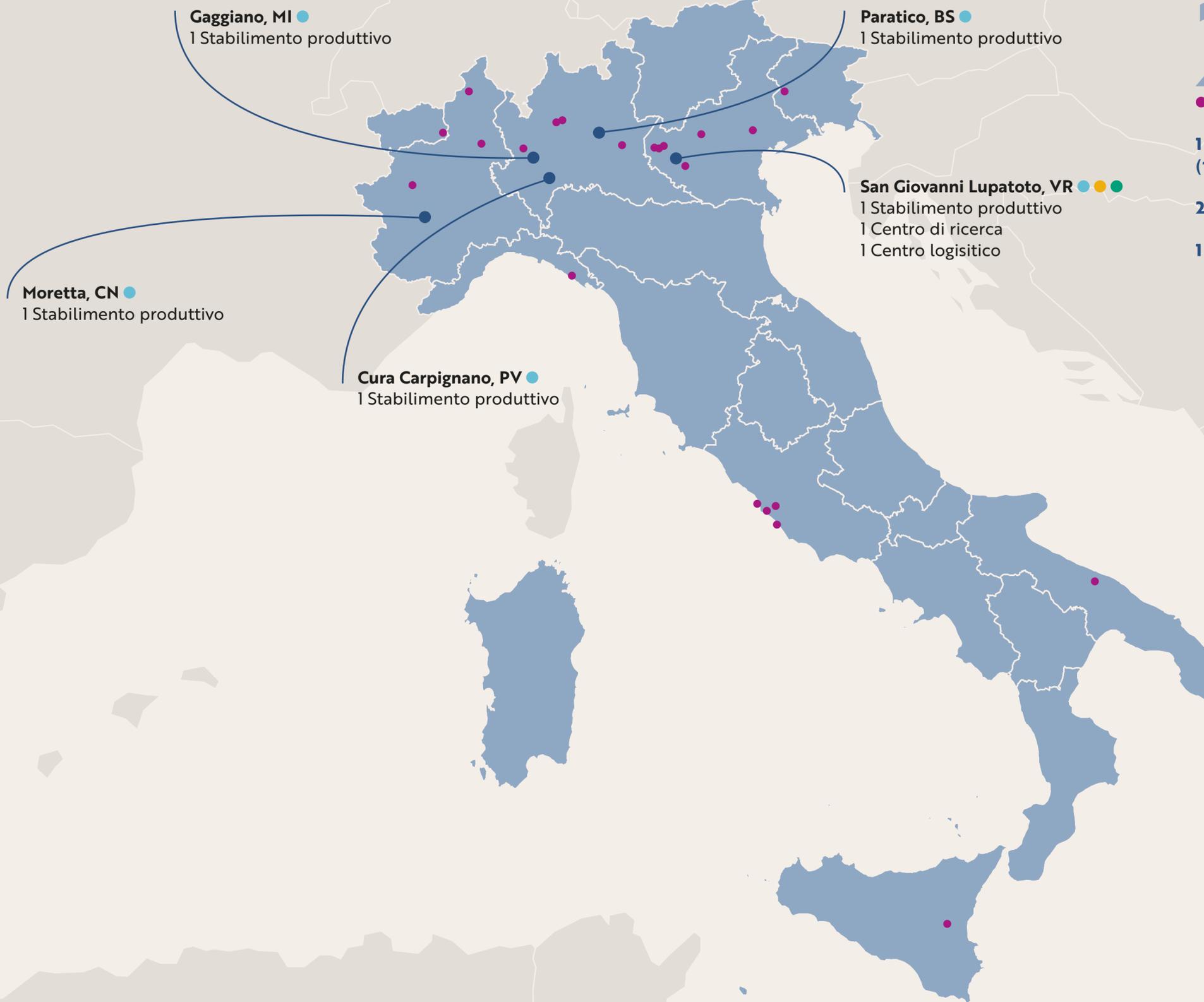
# Rana in Italia

Il nostro futuro è radicato nelle nostre origini.

5  
STABILIMENTI PRODUTTIVI ●

1  
CENTRO R&D ●

1  
CENTRO LOGISTICO ●



23  
● RISTORANTI DI CUI

1 RISTORANTE FAMIGLIA RANA  
(1 Stella Guida MICHELIN Italia 2023)

21 QUICK SERVICE IN ITALIA

1 A BERLINO

# Leadership nell'innovazione

**Investiamo in tecnologia e ricerca come chiave per lo sviluppo sostenibile del nostro business.**

Il nostro sguardo è rivolto al futuro: il nostro modello aziendale si fonda sulla capacità di rinnovarsi rapidamente ed esplorare nuovi territori. Siamo alla continua ricerca di soluzioni di prodotto, tecnologie e processi produttivi sempre più all'avanguardia, per migliorare qualità ed efficienza e generare così nuova conoscenza e valore. Il nostro obiettivo è anticipare e soddisfare le esigenze in costante evoluzione dei consumatori e di tutti gli stakeholder, investendo sull'innovazione come chiave per lo sviluppo sostenibile del nostro business.

## **CASA DELL'INNOVAZIONE**

La Casa dell'Innovazione nasce nel 2018 dal desiderio di Gian Luca Rana di creare un polo di ricerca evoluto, che rappresentasse **un centro d'eccellenza nell'innovazione dei prodotti freschi**. Un incubatore di idee in cui individuo e mondo, conoscenza e tecnologia, passato e futuro dialogano per dare vita a un **laboratorio creativo multidisciplinare**.

Infatti in questo edificio, la cui architettura ricorda la forma di una classica casa, sono raggruppate diverse funzioni aziendali, tra cui Marketing Innovazione, Ricerca & Sviluppo, Acquisti, Qualità, Sostenibilità e Ristorazione che collaborano trasversalmente, senza distinzione di ruolo o area di appartenenza, in un processo di creazione condiviso, parte di una stessa famiglia.

Questo circolo virtuoso di scambio e cooperazione è stimolato anche da un sistema di partecipazione agli utili aziendali, per cui ciascun membro del team riceve un compenso variabile in base all'EBITDA del prodotto, una volta raggiunto il punto di pareggio.

Questo è il cuore pulsante del Pastificio Rana, dove coltiviamo le idee e i talenti. I nuovi collaboratori dei diversi dipartimenti ricevono qui una formazione specifica, grazie a tutor con esperienza pluriennale nel nostro Gruppo, che ben conoscono la cultura aziendale e le competenze. Molti di questi, poi, proseguono il loro percorso nei nostri siti americani. In Casa dell'Innovazione, dove l'età media dei nuovi assunti negli ultimi 3 anni è di 30 anni, **si progetta il futuro, lavorando**

**quotidianamente allo sviluppo delle referenze del domani**. In cucine di ultima generazione sperimentiamo le nostre idee, cucinando e assaggiando le nuove ricette. A pochi passi, una linea produttiva dedicata permette di testare in macchina i nuovi prodotti e una stampante 3D consente di creare in poche ore un prototipo di packaging.

Interveniamo direttamente nella progettazione di nuove soluzioni tecnologiche, collaborando con fornitori di fiducia altamente specializzati. **Disponiamo di 296 brevetti e i nostri impianti produttivi sono dotati di un elevato livello di automazione e digitalizzazione**, grazie ai nostri costanti investimenti in sistemi di ultima generazione in termini di produzione e controllo qualità.



# Il gusto di innovare

Creiamo nuove soluzioni di consumo per rispondere agli stili di vita di oggi e di domani.

Da più di 60 anni, grazie alla nostra creatività e alla capacità di cogliere e anticipare i desideri dei consumatori, portiamo nuove esperienze di gusto sulle tavole di tutto il mondo. **La nostra propensione naturale all'innovazione ha fatto sì che i cambiamenti del mercato e degli stili di vita diventassero preziosi stimoli per creare nuove idee, trasformando il concetto di prodotto in soluzioni esperienziali di consumo.**

Inoltre, il processo di internazionalizzazione, avviato da Gian Luca Rana 30 anni fa, ha favorito lo sviluppo della cross fertilization dando maggior impulso alla nostra capacità di innovare. Mercati nuovi, con esigenze diverse, sono il terreno ideale dove creare un sistema di interscambio di idee portando così lo sviluppo tecnologico a un livello sempre più avanzato.

Dalla pasta fresca agli gnocchi, dai sughi freschi, ai piatti pronti, dai meal kit alle nuove soluzioni di consumo di domani: il nostro viaggio continua!



1984

## ATMOSFERA MODIFICATA

Introdotta e utilizzata da Rana, per la prima volta in Italia, nel confezionamento per aumentare la durata dei cibi freschi



1993

## GNOCCHI ALLA ROMANA

Una specialità della tradizione laziale reinterpretata da Rana



1994

## SFOGLIAVELO®

Nasce la celebre sfoglia di pasta fresca extra-sottile



1999

## GNOCCHI RIPIENI

Per la prima volta introdotti sul mercato italiano



1997

## PESTI A FREDDO

I pesti vengono realizzati a bassa temperatura per valorizzare tutte le caratteristiche organolettiche del prodotto



1995

## SUGHI E PESTI FRESCHI

Viene lanciata la prima gamma di sughi e pesti freschi, arricchita poi nel tempo con nuovi gusti



1995

## PASTA LUNGA

Dall'originale sfoglia ruvida e porosa, nascono i diversi formati di pasta fresca lunga, tirata con cilindri al bronzo: pappardelle, tagliatelle, fettuccine e tagliolini



2002

## SPECIALITÀ REGIONALI

La gamma di paste di grano tenero ispirate alle tradizioni locali: le Orecchiette tipiche della Puglia e le Trofiette liguri



2003

## SFOGLIAGREZZA®

Con una tecnologia brevettata, nasce la nostra sfoglia ruvida, corposa, per trattenere meglio il sugo



2004

## COLPO DI FIAMMA

Il primissimo kit per un piatto pronto con pasta e sugo freschi, da cucinare direttamente in padella



**2009  
DESSERT RANA**

Nascono i primi ravioli dolci al cioccolato



**2008  
PIATTI PRONTI**

Lanciate in Italia le nostre prime lasagne fresche pronte



**2007  
BASI PASTA**

Introdotte le basi di pasta fresca (la sfogliata e la casereccia) e pasta frolla (tradizionale e al cioccolato) perfette per liberare la creatività in cucina



**2006  
GIOIAVERDE**

Nasce la gamma di pasta fresca ripiena di verdure



**2011  
GIOIABLU**

La linea di pasta fresca con ripieni a base di pesce



**2012  
CONFEZIONE A SACCHETTO**

Con l'ingresso nel mercato USA, la classica vaschetta di plastica viene sostituita dal sacchetto a livello globale, riducendo del 60% l'impiego di plastica



**2012**

**NUOVI RIPIENI CREMOSI**

Per il mercato USA viene sviluppata una nuova tecnologia per ripieni morbidi, ma in cui gli ingredienti sono presenti in pezzi interi



**2012**

**NUOVA MACCHINA BREVETTATA**

Introdotta una nuova macchina formatrice per pasta ripiena doppia sfoglia super sottile, che incrementa la produttività e aumenta la percentuale di ripieno



**2014  
DUETTO**

Nasce l'originale gamma che unisce, in un solo pacchetto, due ravioli di colore e sapore diversi, sapientemente abbinati per creare un gusto unico



**2017  
EDIZIONI STAGIONALI**

In Europa nascono le linee "seasonal" con ingredienti tipici della stagione invernale e di quella estiva



**2017  
RICETTE DAL MONDO**  
Una gamma di tortellini con ripieni ispirati alle più iconiche ricette del mondo



**2016  
MEAL KIT IN USA**  
Lanciate sul mercato americano i primi kit a base di pasta fresca



**2015  
LINEA BIO-INTEGRALE**  
Nasce la prima gamma biologica di pasta integrale ripiena in USA, lanciata successivamente anche in Europa



2017

**NUOVA TECNOLOGIA PER RIPIENI**  
Brevettata una tecnologia produttiva per creare tortellini con ripieni extra cremosi



2017

**TORTELLINI "SENZA SFOGLIA"**  
Raggiunto il record di sfoglia più sottile, con uno spessore di soli 0,2mm. Il prodotto si chiama "Senza Sfoglia" e viene introdotto nei ristoranti Rana



2018

**COTTURA PASTA EXPRESS**  
Brevettato sistema per la cottura della pasta senza l'utilizzo di bollitori (canale horeca)



2018

**L'ESPERIENZA IN CUCINA**  
Ingresso nel canale Food Service con una gamma di pasta fresh frozen dedicata alla ristorazione



2019

**GNOCCHI... IN PADELLA!**  
Arrivano gli gnocchi da cuocere direttamente in padella: croccanti fuori e morbidi dentro. Si aggiunge anche una gamma Gioiaverde di gnocchi alle verdure



2020

**RAVIOLI AL CIOCCOLATO**  
Torna in edizione limitata l'amato dessert Rana: i golosissimi ravioli dolci



2019

**TECNOLOGIA FLASH SUGHI**  
Brevettato un sistema di pastorizzazione che permette di valorizzare gli ingredienti del sugo, in termini organolettici e di texture



2019

**PASTA KIT IN EUROPA**  
Creato un kit per cucinare in microonde un piatto gustoso e di alta qualità in pochi minuti



2019

**KIT GNOCCHI**  
In un'unica box un kit completo per gustare al meglio gli gnocchi in padella, perfetto per l'aperitivo o la merenda



2019

**CHEF IN MICRO**  
Grazie a una tecnologia proprietaria, nasce la prima gamma di pasta fresca non precotta che cuoce nel suo sugo, direttamente nel forno a microonde



2021

**RISOTTO KIT**  
Anche il classico risotto si può preparare facilmente e velocemente in microonde, senza rinunciare al gusto unico e alla consistenza cremosa



2021

**BOLOGNEW!**  
Lanciati in diverse categorie i prodotti 100% vegetariani, con materie prime meat analogue. BologNew! è un ragù totalmente vegetale, preparato come un ragù tradizionale alla Bolognese



2021

**EDIZIONI LIMITATE IN ITALIA**  
In Italia vengono lanciate nuove gamme di pasta ripiena in edizione limitata: una dedicata al Giro d'Italia con ricette tipiche delle regioni italiane, e una gourmet per le feste, chiamata Oro Rosso



2021

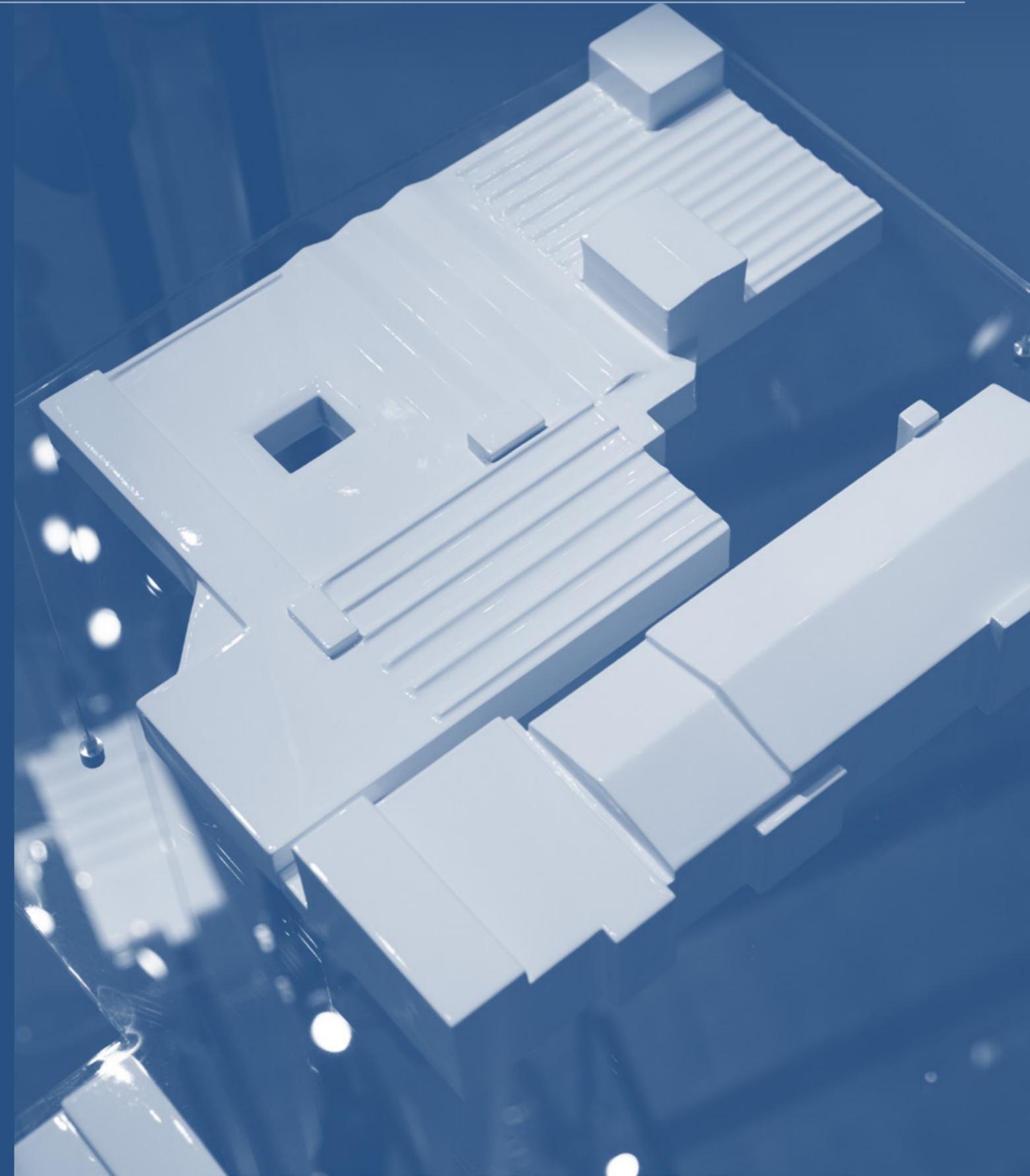
**LASAGNA A STELLE E STRISCE**  
Negli USA arrivano le lasagne pronte, realizzate con una linea di produzione brevettata e automatizzata



2022

**LIMITED EDITION NEL MONDO**  
Grazie al successo delle gamme italiane di pasta ripiena in edizione limitata, vengono lanciate: la linea gourmet "Encuentro" in Spagna e le Winter edition, con ingredienti dedicati alla stagione fredda, nei Paesi del Nord Europa

# Governance



# Governance

**Il nostro modello di governance è improntato a garantire trasparenza e responsabilità nella conduzione del business, grazie a regolamenti, processi e comportamenti che rispecchiano i valori della trasparenza, correttezza, integrità e legalità.**

## MODELLO DI GOVERNANCE

Pastificio Rana S.p.A. è una società per azioni, di proprietà familiare, il cui sistema di governo si articola nei seguenti organi:

- **Consiglio di Amministrazione (CdA)**, che determina l'indirizzo strategico dell'impresa ed è composto da due membri: il Presidente e l'Amministratore Delegato.
- **Collegio Sindacale**, che vigila sull'osservanza della legge e sulla corretta amministrazione ed è formato da tre sindaci effettivi e due supplenti eletti, nominati dall'assemblea dei soci e in carica per tre anni.

L'Amministratore Delegato seleziona direttamente il più alto livello di management e i funzionari in base alla rilevanza delle loro competenze per l'organizzazione e al loro rapporto con gli stakeholder. Il Consiglio di Amministrazione, il Presidente e l'Amministra-

tore Delegato, inoltre, hanno il potere di nominare procuratori e procuratori speciali i cui limiti delle procure sono descritti nei documenti depositati alla Camera di Commercio di Verona.

Il sistema organizzativo si basa poi su una ripartizione delle attività tra le funzioni aziendali, assicurando una chiara e corretta allocazione delle responsabilità, nonché una definizione delle competenze e dei compiti affidati a ciascuna struttura organizzativa.

## MODELLO D'ORGANIZZAZIONE CONTROLLO E GESTIONE D.LGS.231/01 E CODICE ETICO E DI CONDOTTA

I valori che caratterizzano il nostro operato quotidiano sono definiti all'interno del **Codice Etico e di Condotta**. Il documento racchiude le linee guida di comportamento alla base delle nostre relazioni con le risorse umane, i fornitori,

i partner commerciali e tutti gli stakeholder, ispirate ai principi di diligenza, chiarezza e onestà.

Il Codice Etico è parte integrante del **Modello di Organizzazione Gestione e Controllo (MOGC)**, che abbiamo adottato volontariamente nel 2016 in linea con quanto previsto dall'ex D.lgs. 231/01. Il MOGC e le sue parti speciali sono stati riveduti (secondo le nuove linee guida pubblicate da Confindustria nel luglio 2021) e approvate dal nostro CdA nel corso del 2022.

Il Modello ha come obiettivo garantire la massima correttezza e trasparenza nella conduzione delle attività aziendali, nonché prevenire i reati oggetto del decreto, definendo le regole e le procedure che devono essere rispettate da tutti i destinatari, quali i collaboratori e i terzi che operano per conto o nell'interesse del Pastificio Rana all'interno delle aree a rischio individuate ai sensi del D.lgs. 231/01.

### IL MOGC INCLUDE INOLTRE:

- Il sistema di deleghe e procure
- Il sistema procedurale e di controllo interno
- Il sistema di controllo della gestione finanziaria
- I processi esternalizzati
- Il sistema disciplinare



# Governance

I contenuti sono trasmessi a tutti i collaboratori attraverso un set informativo fornito al momento dell'assunzione e una costante attività di formazione differenziata in termini di contenuti e modalità di divulgazione, in base ai destinatari e al livello di rischio dell'area in cui operano.

Tutti i programmi illustrano i principi del D.lgs. 231/01, gli elementi costitutivi del Modello e i comportamenti considerati sensibili con riferimento alla commissione dei reati individuati dal decreto. A questa matrice comune si aggiunge poi la formazione personalizzata in relazione all'area di operatività e ai compiti dei singoli. Nel 2022 è stato organizzato per i collaboratori un percorso formativo di 10 incontri dedicato alla conoscenza e approfondimento del nostro MOGC e dei temi GDPR e trattamento dei dati. Il tasso di partecipazione a questi corsi è stato del 92%.

L'attuazione del Codice Etico e del MOGC è monitorata dall'Organismo di Vigilanza (OdV), un organo indipendente e autonomo con funzione di controllo e informazione, con la collaborazione della funzione aziendale di Internal Audit. Inoltre, è presente un sistema di "whistleblowing" che prevede l'utilizzo di uno strumento digitale anonimo, affinché tutti i dipendenti possano segnalare comportamenti lesivi dei valori e regolamenti aziendali o che possano rappresentare una violazione della legge, come previsto e indicato dalla Direttiva Europea 2019/1937.

Al fine di proseguire il nostro impegno costante per una gestione aziendale etica, corretta e trasparente, nel 2022 abbiamo introdotto una specifica politica antiriciclaggio, finalizzata a prevenire tale fattispecie di reato. Nel 2020, 2021 e nel 2022 non sono stati registrati episodi di corruzione.

## COME RISPONDIAMO AI RISCHI

Il nostro sistema organizzativo, nell'espletamento delle relative funzioni, mitiga i rischi mediante i seguenti principi generali di controllo, enunciati nel MOGC:

- **Separazione dei poteri:** nessuno può gestire autonomamente un intero processo; i poteri di autorizzazione e di firma devono essere definiti in modo coerente con le responsabilità organizzative assegnate;
- **Trasparenza:** ogni operazione deve essere giustificabile, verificabile, coerente e congruente;
- **Adeguatezza delle norme interne:** l'insieme delle regole aziendali deve essere coerente con le operazioni effettuate e con il livello di complessità organizzativa e tale da garantire i controlli necessari a prevenire la commissione dei reati previsti dal decreto;

- **Tracciabilità:** ogni operazione, così come le relative attività di verifica e controllo devono essere documentate e la documentazione deve essere correttamente archiviata.

## RESPONSABILITÀ FISCALE

I principi definiti all'interno del nostro Codice Etico sono alla base della gestione dell'attività fiscale. Agiamo con responsabilità e attenzione al rispetto delle normative fiscali dei Paesi in cui operiamo, mantenendo una condotta improntata ai principi di correttezza, trasparenza e collaborazione con l'Amministrazione Finanziaria.



# Il nostro percorso di sostenibilità



# Nutriamo il nostro futuro

**Abbiamo a cuore il pianeta e le comunità in cui siamo presenti, puntando su una catena del valore etica e trasparente e sull'innovazione come chiave di sviluppo sostenibile per ridurre il nostro impatto sull'ambiente.**

Il nostro essere impresa di famiglia si ispira da sempre ai principi dell'etica e della sostenibilità: su questi si fondano le nostre scelte quotidiane per assicurare la salute e la solidità del business, che solo così può creare valore nel lungo periodo, per tutti i territori che raggiunge e per tutte le persone direttamente e indirettamente coinvolte nel nostro progetto.

Consapevoli delle profonde sfide globali in cui ci troviamo tutti coinvolti, abbiamo scelto di redigere volontariamente il nostro primo Rapporto di Sostenibilità per condividere le attività non finanziarie del Gruppo Rana attraverso una comunicazione di sostenibilità trasparente e strutturata. Questa

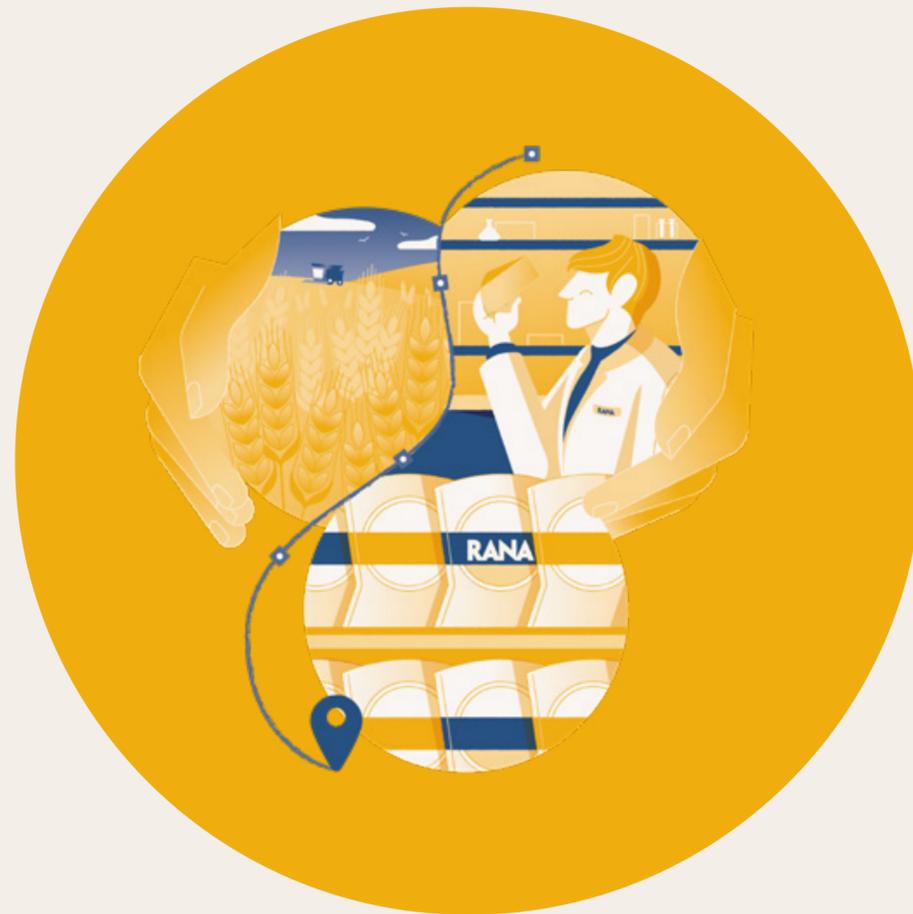
decisione ci ha permesso di dedicare ancora più spazio alla riflessione sugli **ambiti di azione e di innovazione su cui intendiamo concentrarci, con l'obiettivo di costruire un domani migliore per noi e le generazioni future.**

Attraverso un'approfondita analisi interna ed esterna, abbiamo identificato le aree su cui abbiamo un impatto maggiore e che risultano più coerenti e significative per il nostro business e per i nostri stakeholder. Abbiamo scelto di dare forma ai nostri impegni attraverso la redazione di un piano strategico aziendale di sostenibilità: "Nutriamo il nostro futuro". Ci proponiamo di continuare a prenderci cura, sempre di più, delle comunità in

cui siamo presenti, delle persone che le rendono vive e del pianeta, puntando su una catena del valore etica e trasparente e sull'innovazione come chiave di uno sviluppo sostenibile per ridurre il nostro impatto sull'ambiente. **"Nutriamo il nostro futuro" si struttura attraverso tre concetti chiave, pilastri che, come una bussola, ci orientano verso ambiti strategici fondamentali per realizzare i nostri obiettivi** per il futuro. Così, miriamo a contribuire a nostro modo al raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (Sustainable Development Goals - SDGs) definiti dall'Organizzazione delle Nazioni Unite (ONU).



# I pilastri di sostenibilità



**Il nostro approccio  
a una filiera responsabile**



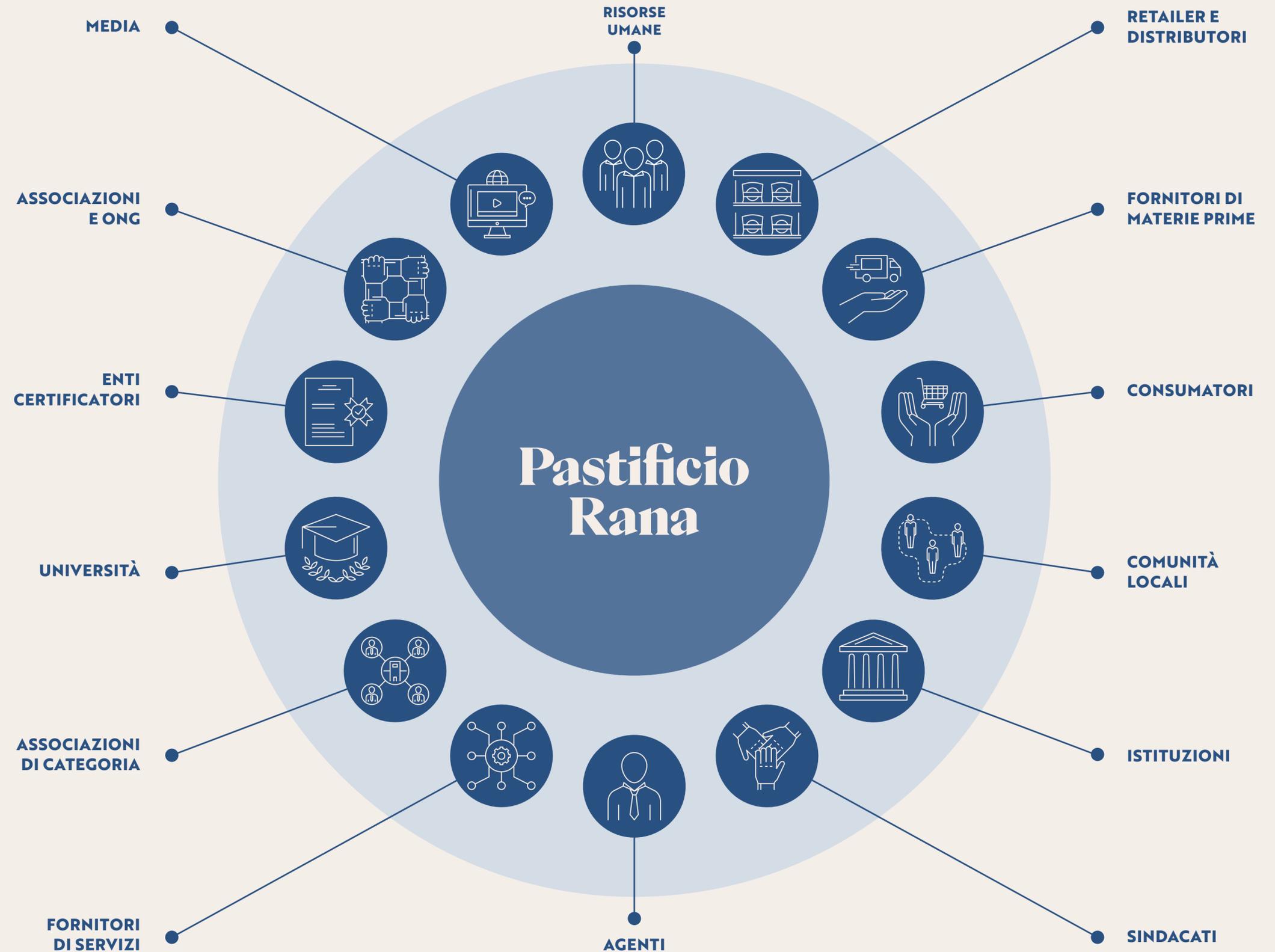
**La nostra cura per  
le persone e le comunità**



**La nostra cultura per  
un'innovazione sostenibile**

# I nostri stakeholder

Come primo step abbiamo individuato gli stakeholder, ovvero i portatori di interesse nelle attività del Gruppo Rana.



# Analisi di materialità

**Per avere successo in un mondo in continua evoluzione, dobbiamo identificare, rispondere e adattarci ai temi di sostenibilità più importanti per i nostri stakeholder e per la nostra azienda. Da questa analisi emerge la nostra strategia di sostenibilità.**

In conformità con i prerequisiti degli standard GRI, il Gruppo Rana ha definito la propria analisi di materialità per identificare le priorità strategiche sociali e ambientali in linea con la propria strategia di business e con i Sustainable Development Goals definiti dalle Nazioni Unite.

Durante la prima fase, le potenziali tematiche materiali sono state identificate tramite un'analisi di contesto. Il contesto interno è stato studiato sia con analisi documentale sia attraverso colloqui con il management. In contemporanea, abbiamo portato avanti uno studio del quadro esterno sulle necessità del settore agroalimentare, i rischi e le opportunità e le tendenze di sostenibilità delle aziende simili a Gruppo Rana in termini di dimensione, governance e pluralità dei portatori di interesse.

Successivamente, le potenziali tematiche materiali sono state portate all'attenzione dei portavoce della strategia e della visione del Gruppo e all'attenzione dei rappresentanti interni degli stakeholder. In seguito alle loro valutazioni, è stato possibile incrociare i bisogni aziendali, le priorità degli stakeholder e le necessità del mercato, creando così la lista degli argomenti su cui le performance economiche, sociali e ambientali del Gruppo Rana hanno un impatto più significativo. Abbiamo quindi costruito i pilastri di sostenibilità Rana con le relative tematiche materiali.

## Il nostro approccio a una filiera responsabile

Agricoltura sostenibile e responsabile

Approvvigionamento di qualità e responsabile

Disponibilità delle materie prime

Trasparenza e tracciabilità della filiera

Marketing ed etichettatura responsabile

## La nostra cura per le persone e le comunità

Benessere e sicurezza sul lavoro

Diversità e inclusività

Sviluppo dei talenti

Promozione di uno stile di vita salutare e dell'educazione nutrizionale

## La nostra cultura per un'innovazione sostenibile

Sostenibilità degli imballaggi

Efficienza energetica e idrica

Gestione delle emissioni

Valorizzazione dei rifiuti

# Gli obiettivi di sviluppo sostenibile

Ci impegniamo a contribuire al raggiungimento degli SDGs (Sustainable Development Goals) definiti dalle Nazioni Unite.

## Il nostro approccio a una filiera responsabile



Intensificare la collaborazione con fornitori responsabili, che praticano tecniche di agricoltura sostenibili



Valorizzare sempre di più la trasparenza e la tracciabilità della filiera

Continuare a condividere con i consumatori una comunicazione sempre più trasparente sui nostri prodotti

## La nostra cura per le persone e le comunità



Promuovere il benessere per i nostri collaboratori e far crescere costantemente i livelli di salute e sicurezza sul lavoro



Agire sempre a favore dell'inclusione, promuovendo la crescita professionale di tutti i collaboratori

## La nostra cultura per un'innovazione sostenibile



Utilizzare materiali sostenibili per il packaging dei nostri prodotti

Ridurre gli sprechi dall'approvvigionamento alla produzione



Ridurre le emissioni all'interno dei sistemi produttivi e logistici

Efficientare la gestione dell'acqua e dell'energia

# Il nostro approccio a una filiera responsabile



# I nostri principi

Offrire solo il meglio.

Realizzare prodotti sicuri, di alta qualità e gusto è l'obiettivo primario del nostro lavoro, che svolgiamo con dedizione e passione da più di 60 anni. Un impegno di responsabilità verso i clienti e i consumatori, che si traduce nella costante ricerca dell'eccellenza per offrire solo il meglio.

**Qualità per noi significa utilizzare ingredienti di prima scelta, accuratamente selezionati. Effettuare analisi sull'intera filiera, adoperare e sviluppare macchinari all'avanguardia, altamente specializzati e in grado di rispettare la bontà delle materie prime, svolgere verifiche sistematiche in ogni fase del ciclo produttivo.**

Per garantire tutto questo, adottiamo un sistema di gestione che prevede misure e test molto rigorosi in tutte le aree della catena di approvvigionamento, in produzione e in logistica. Non solo applichiamo quanto previsto dal sistema

H.A.C.C.P. (Hazard Analysis and Critical Control Points), ma abbiamo aggiunto un ulteriore protocollo di controllo Rana per garantire il massimo livello di sicurezza dei nostri prodotti.

Le materie prime vengono esaminate, sia nella fase di selezione e approvazione dei fornitori, sia al momento dell'accettazione presso i siti produttivi. **Eseguiamo oltre 1 milione di controlli annuali, ma per noi è fondamentale il "fattore umano". Abbiamo, infatti, una squadra di assaggiatori specializzati che esegue quotidianamente la valutazione polisensoriale dei campioni di tutti gli ingredienti**, per accertare la corrispondenza organolettica richiesta. Inoltre, lungo tutta la fase di produzione, il personale addetto effettua prove di cottura prima e dopo la pastorizzazione, verificando la consistenza e l'integrità del prodotto.

I nostri stabilimenti sono progettati

per assicurare la realizzazione di tutte le referenze secondo i più stringenti requisiti di qualità e sicurezza alimentare.

**I nostri sistemi produttivi sono di ultima generazione e includono tecnologie di nostra proprietà, sviluppate appositamente per rispondere agli elevati standard di qualità Rana.** Inoltre, utilizziamo sofisticate apparecchiature per prevenire la presenza di corpi estranei.

Poniamo grande attenzione anche alla qualità dell'aria, che è costantemente filtrata al fine di mantenere alti livelli di purezza lungo le diverse fasi di produzione, fino ad arrivare alle camere bianche, dove il prodotto viene confezionato in atmosfera controllata e applichiamo un sistema di filtrazione assoluta.

Infine, una volta che i prodotti lasciano i nostri stabilimenti, ci assicuriamo che vengano trasportati mantenendo la catena del freddo, in modo da arrivare correttamente a destinazione.

## I NUMERI DELLA QUALITÀ

# 1.2 milioni

DI CONTROLLI ANNUALI SU INGREDIENTI, PROCESSI PRODUTTIVI E PRODOTTI FINITI

# 100%

STABILIMENTI CERTIFICATI

# 2000k

TEST ORGANOLETTICI ANNUALI

# 23k

CONTROLLI ANNUI IN LABORATORI ESTERNI

# 80

PERSONE NEL TEAM QUALITÀ

# Il percorso della qualità

Dal campo alla tavola, una garanzia di bontà e sicurezza.



# Qualità e sicurezza alimentare certificate

A garanzia del nostro impegno per la qualità, nei nostri stabilimenti produttivi adottiamo certificazioni volontarie in materia di sicurezza alimentare, in linea con i migliori standard internazionali di settore.



## CERTIFICAZIONE IFS

L'International Food Standard (IFS) è uno standard internazionale per la valutazione della conformità dei prodotti e dei processi in relazione alla sicurezza e alla qualità degli alimenti. Riconosciuto dal Global Food Safety Initiative (GFSI), ha lo scopo di rafforzare, promuovere, controllare la sicurezza alimentare lungo tutta la catena di fornitura e assicurare la conformità alle leggi che regolano il settore.

Certificazione di stabilimento



## CERTIFICAZIONE BRC

Il BRC Global Standard for Food Safety è uno standard globale specifico per la sicurezza dei prodotti agroalimentari. I requisiti che richiede fanno riferimento ai sistemi di gestione qualità, alla metodologia HACCP, a un insieme di criteri GMP (Good Manufacturing Practice), GLP (Good Laboratory Practice) e GHP (Good Hygiene Practice).

Certificazione di stabilimento



## CERTIFICAZIONE NO OGM

Certificazione globale dei prodotti alimentari con ingredienti non ingegnerizzati (no-OGM) lungo tutta la supply chain e il processo di produzione.

Certificazione di prodotto



## CERTIFICAZIONE BIOLOGICA

Il Consorzio Controllo Prodotti Biologici (CCPB) e Quality Assurance International sono gli organismi di controllo e certificazione dei prodotti biologici che definiscono il sistema di produzione, trasformazione, etichettatura e controllo e certificazione nell'Unione Europea e negli Stati Uniti.

Certificazione di stabilimento



## CERTIFICAZIONE V-LABEL

V-LABEL® è un marchio internazionale per prodotti e servizi vegetariani e vegani, distribuito da V Label Italia, promosso e riconosciuto dall'Associazione Vegetariana Italiana (AVI) e certificato da CSQA.

Certificazione di prodotto

# Le materie prime

Scegliamo solo l'eccellenza.

La nostra offerta include 1.824 referenze e per realizzarle utilizziamo 820 ingredienti diversi, accuratamente scelti in base alle loro caratteristiche organolettiche e alla loro aderenza a elevati standard di qualità e sicurezza alimentare. Una ricchezza di sapori che richiede la disponibilità delle materie prime durante tutto l'arco dell'anno, al fine di garantire la continuità produttiva.

Per questo **adottiamo un modello di**

**gestione globale di approvvigionamento e controllo di filiera che ci permette di pianificare, ottimizzare e verificare il flusso degli ingredienti, anche sulla base della stagionalità e della prossimità.**

In questo modo possiamo assicurare la disponibilità delle materie prime, nella quantità e nella qualità da noi richieste, garantendo la fornitura anche in caso di situazioni eccezionali quali calamità naturali e instabilità politiche.



# 820

ingredienti diversi

## LE NOSTRE ECCELLENZE ITALIANE

Promuoviamo a livello globale le eccellenze italiane anche attraverso l'utilizzo di ingredienti DOP e IGP, che indichiamo non solo in etichetta ma anche nel naming e visual dei pacchetti dei nostri prodotti distribuiti in tutto il mondo. Questi ingredienti sono promossi e tutelati dai consorzi riconosciuti con i quali abbiamo rapporti di collaborazione di lunga data.



### INSIEME PER L'ECCELLENZA: IL PROGETTO BASILICO

Crediamo che, in ottica di continuo miglioramento, la creazione di partnership e di collaborazioni con i nostri fornitori sia un modo reciprocamente vantaggioso e inclusivo per garantire un approvvigionamento responsabile e di qualità.

È in questa direzione che nel 2021 abbiamo creato un progetto di condivisione di best practice relative alle tecniche di coltivazione, taglio e lavaggio del basilico, una delle materie prime più delicate e caratterizzanti della nostra produzione di pesto distribuito in tutto il mondo. Al progetto hanno aderito 3 fornitori e produttori di basilico.

Da diversi anni, inoltre, lavoriamo in stretta collaborazione con il Consorzio di Tutela del Basilico Genovese DOP, utilizzando per il nostro pesto esclusivamente basilico di provenienza certificata ligure, per promuovere e valorizzare a livello globale questa grande eccellenza locale.



# Il manifesto dei nostri prodotti

La qualità senza compromessi è sempre la migliore.



## LE NOSTRE SCELTE



**Farine** di grano tenero e semola di grano duro di alta qualità per dare morbidezza, elasticità e consistenza uniche alla nostra pasta.



**Formaggi** solo a forma intera per un maggiore controllo e per mantenere integri gusto e freschezza.



**Uova** fresche di classe A da galline allevate a terra.



**Carne** a pezzi interi per il riconoscimento visivo della nobiltà del taglio e per garantire l'assenza di carni miste.



**Verdure** non semilavorate. La preparazione viene fatta dal nostro personale in stabilimento.

## DICIAMO NO



**NO Olio di Palma**



**NO Gomme alimentari**



**NO Aromi e coloranti artificiali**



**NO Glutammato**



**NO OGM**



**NO Grassi idrogenati**



**NO Agenti antiagglomeranti**

# I nostri fornitori: una scelta di qualità

**Presidiamo la filiera instaurando rapporti di fiducia con i nostri partner, che devono garantire i più alti standard.**

Siamo costantemente impegnati a migliorare la promozione della trasparenza dei processi produttivi lungo la catena di fornitura e a garantire la tracciabilità dei prodotti e delle materie prime.

Presidiamo tutte le fasi della nostra filiera, partendo dalla selezione scrupolosa dei nostri fornitori. **Ci impegniamo a collaborare con partner che garantiscono i nostri standard qualitativi e di sicurezza alimentare e con essi instauriamo rapporti valoriali e di fiducia, solidi e duraturi.** Un processo delicato e complesso se si considera la grande ricchezza e varietà di materie prime che utilizziamo, che ci porta ad avere contratti in essere con oltre 500 fornitori.

## IL CRITERI DI SELEZIONE DEI FORNITORI

I nostri criteri di ricerca, selezione, qualifica dei fornitori sono molto rigorosi e, prima di arrivare all'approvazione finale, prevedono approfondite valutazioni, analisi e audit svolti direttamente dai nostri collaboratori per accertare la sicurezza delle materie prime e le modalità di lavoro dei nostri partner.

- ✓ Rispetto delle norme di legge e HACCP
- ✓ Certificazione BRC/IFS
- ✓ Dotazione di protocolli sanitari per ambiente e persone
- ✓ Adesione al Codice di Condotta Fornitori Rana
- ✓ Compliance con i requisiti Rana
- ✓ Applicazione specifiche Rana per processo produttivo e tecniche di coltivazione/allevamento
- ✓ Rispondenza alle richieste di qualità e sicurezza del prodotto indicate nelle specifiche tecniche
- ✓ Accettazione di audit annunciati e non annunciati di personale Rana

## IL CODICE DI CONDOTTA FORNITORI

A tutti i nostri fornitori è richiesta l'adesione e l'osservanza del Codice di Condotta Fornitori, che si ispira ai principi contenuti nel Codice Etico e di Condotta Rana e stabilisce requisiti in materia ambientale, dei diritti umani e di tutela dei lavoratori, in particolare sui temi di salute e sicurezza e sul trattamento equo del lavoro, basandosi sulle Linee Guida per le Imprese Multinazionali dell'Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico (OCSE), i Principi Guida su Imprese e Diritti Umani delle Nazioni Unite, le Convenzioni dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro e sui 10 principi del Global Compact delle Nazioni Unite.



## BENESSERE ANIMALE

Tutti i nostri fornitori di carne, pesce e uova sono tenuti ad aderire al Protocollo sul Benessere Animale, che include le 5 libertà stabilite dall'Organizzazione Mondiale per la Salute Animale (OMS). I nostri partner sono quindi chiamati a rispettare le normative in vigore e gli standard previsti nel protocollo Rana, assicurando la relazione tra il benessere e la salute degli animali e la qualità e sicurezza degli ingredienti alimentari.

- 1 Libertà dalla sete, dalla fame e dalla cattiva nutrizione
- 2 Libertà di avere un ambiente fisico adeguato
- 3 Libertà dal dolore, dalle ferite, dalle malattie
- 4 Libertà di manifestare le caratteristiche comportamentali
- 5 Libertà dalle paure e dal disagio

# Marketing responsabile e trasparente

Promuoviamo una comunicazione chiara per tutelare i consumatori.

Coerenza, responsabilità e trasparenza sono le parole chiave che guidano ogni nostra azione di marketing e comunicazione. Tutte le immagini e i messaggi veicolati attraverso i diversi canali di comunicazione, sia online che offline, vengono definiti con attenzione affinché siano in linea con i valori aziendali e sempre nel rispetto dell'individuo.

Sempre nell'ottica di una comunicazione responsabile verso il cliente, anche le etichette e il packaging dei prodotti rivestono una grande importanza

nel veicolare informazioni chiare e accurate volte a tutelare la salute del consumatore e agevolarne le scelte di acquisto. Tutto quanto riportato in etichetta e sul packaging risponde ai requisiti di legge dei Paesi in cui i nostri prodotti sono venduti (nel 2022 non stati riportati episodi di non conformità). Inoltre, queste informazioni permettono la tracciabilità del prodotto lungo tutto il processo di lavorazione fino alla distribuzione nei punti vendita.

## DENOMINAZIONE

Nome del prodotto con indicazione degli ingredienti caratterizzanti

## TEMPO DI COTTURA

## TABELLA NUTRIZIONALE

**ETICHETTATURA AMBIENTALE**  
Indicazioni di smaltimento

**EAN**  
Codice a barre

**DATA DI SCADENZA, LOTTO E ORARIO DI PRODUZIONE**

Fronte



Retro



## INGREDIENTI

Riportati in ordine decrescente secondo le quantità utilizzate

## ALLERGENI

Indicati in grassetto. Segnalati anche gli allergeni presenti in stabilimento ma non utilizzati per la ricetta

## MODALITÀ DI CONSERVAZIONE

In frigorifero

## STABILIMENTO DI PRODUZIONE

## RICOTTA E SPINACI

**PASTA FRESCA ALL'UOVO CON RIPIENO A BASE DI RICOTTA E SPINACI.**

Ingredienti: Ripieno 60%: ricotta 45% (siero di **latte**, **latte**, sale), spinaci 20%, fibre vegetali (di mais e patata), olio di girasole, siero di **latte** in polvere, **formaggio** mascarpone, pangrattato (farina di **grano** tenero, acqua, sale, lievito), amidi, sale, fiocco di patate, **aglio**, **noce moscata**, aromi naturali (contengono **latte**, **frumento**). Pasta 40%: farina di **grano** tenero, **uovo** 30%, semola di **grano** duro. Allergeni: vedi ingredienti evidenziati in grassetto. Può contenere **frutta a guscio**, **pesce**, **crostacei**, **molluschi**, **sedano**, **soia** e **senape**.

DA CONSUMARE ENTRO: VEDI RETRO DELLA CONFEZIONE.

Conservare in frigorifero a +4/6°C. Consumare entro 3 giorni dall'apertura. Prodotto confezionato in atmosfera protettiva. L'immagine ha solo lo scopo di rappresentare il prodotto.

MODALITÀ DI COTTURA: Cuocere in abbondante acqua salata bollente per 2 minuti, scolare e condire.

**Pastificio RANA S.p.A.** - Via Pacinotti, 25 - 37057 San Giovanni Lupatoto (VR), Italia.  
Prodotto nello stabilimento di: **A** - Via Pacinotti, 25 - 37057 San Giovanni Lupatoto (VR),  
**E** - Via Locatelli, 6 - 12033 Moretta (CN).  
La lettera che segue la data di scadenza indica lo stabilimento di produzione.

## DICHIARAZIONE NUTRIZIONALE per 100 g

Energia	1021 kJ / 243 kcal
Grassi	7,8 g
di cui acidi grassi saturi	2,2 g
Carboidrati	32 g
di cui zuccheri	5,6 g
Proteine	9,6 g
Sale	1,4 g

## COME DIFFERENZIARE



Verifica sempre con il tuo comune



**MISTO**  
Imballaggio da fonti gestite in maniera responsabile  
FSC® C136152

250 g e

Sotto

# La nostra cura per le persone e le comunità



# Una grande famiglia

Investiamo sul capitale umano, sviluppiamo conoscenza e competenze che generano valore per l'intera società.

Crediamo che ogni impresa sia una cellula sociale e che abbia come finalità quella di dare una prospettiva futura alle proprie persone. Un bilancio economico positivo è lo strumento basilare per permettere a tutti i nostri collaboratori di coltivare le proprie attitudini e la missione del nostro Gruppo è creare le opportunità per valorizzarle. **Il nostro impegno si concentra nell'individuare e moltiplicare i talenti di tutti coloro che fanno parte della nostra grande famiglia** e dedicano il loro lavoro al Gruppo.

**La storia di Rana è fatta di persone che, da oltre 60 anni, sono appassionate di ciò che fanno con cura ogni giorno.**

Ognuna di loro è fondamentale per il successo dell'azienda al pari della bontà dei nostri prodotti. Per questo riteniamo sia cruciale investire sul capitale umano, sviluppare la conoscenza e le competenze in un ambiente sicuro, stimolante e creativo, abbracciando e promuovendo la diversità. Creare know-how significa generare valore non solo per l'impresa, ma per la società intera, per i nostri collaboratori e le loro famiglie, per il futuro di tutti.

## I NOSTRI COLLABORATORI

Al 31 dicembre 2022, i collaboratori del nostro Gruppo a livello globale sono 3.080, tra dipendenti diretti e somministrati. Un dato sempre in crescita grazie al continuo sviluppo del nostro business. Di questi, il 60% è collocato in Italia e il 21% tra USA e Canada, il restante 19% in Europa e nel resto del mondo. Siamo una famiglia globale che condivide la stessa passione e i medesimi valori. Infondiamo in ogni gesto quotidiano un impegno costante per garantire un ambiente sicuro e stimolante, insieme a continue opportunità di formazione e crescita. Questi valori di responsabilità e impegno

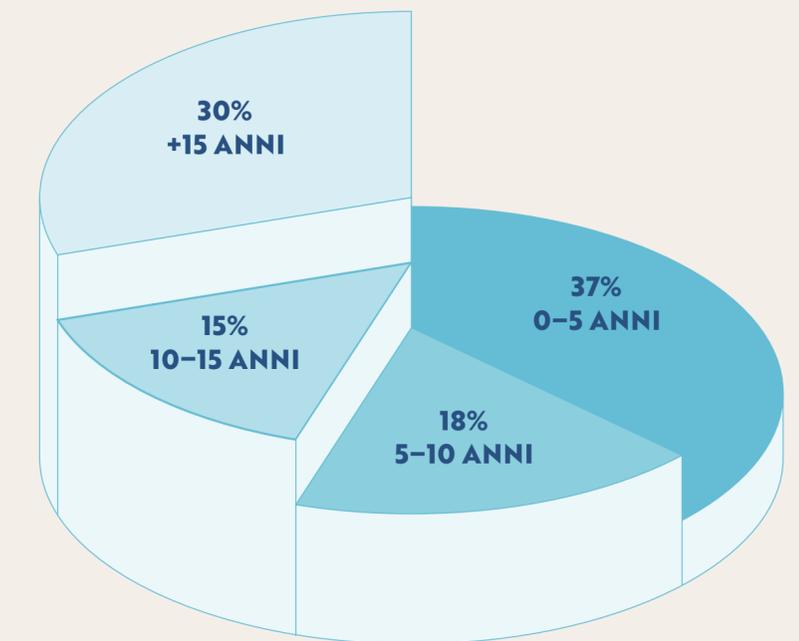
sono pienamente ricambiati dai nostri collaboratori, la cui alta permanenza in azienda, media di 12 anni, rispecchia una passione profonda.

Collaboriamo quotidianamente con figure esterne, professionisti che operano stabilmente nelle nostre sedi e ricorriamo occasionalmente anche al lavoro interinale, come soluzione antecedente a un contratto di assunzione. Una della peculiarità del settore in cui operiamo sono i picchi di lavoro dovuti alla stagionalità dei prodotti. Per gestire tale aspetto ricorriamo al lavoro stagionale e a lavoratori esterni, impiegati attraverso cooperative sociali e agenzie per il lavoro.

## SUDDIVISIONE PERSONE PER AREA GEOGRAFICA



## ANZIANITÀ AZIENDALE



# L'ANZIANITÀ AZIENDALE MEDIA È DI 12 ANNI

# Rispetto e inclusività

Creiamo un ambiente sicuro in cui tutti possano interagire con dignità e onestà, promuovendo una cultura inclusiva in grado di trasformare la diversità in preziosa risorsa.

Con oltre 3.000 collaboratori in più di 10 Paesi, siamo consapevoli dell'importanza di coinvolgerli tutti, ascoltando e rispondendo alle loro opinioni, e della grande opportunità e responsabilità che abbiamo nel creare un impatto positivo su temi come l'uguaglianza di genere e l'inclusione della diversità tra le nostre persone.

Per questo condividiamo con i nostri collaboratori gli stessi valori e crediamo che un gruppo di lavoro diversificato e inclusivo sia fondamentale per il successo aziendale a lungo termine. **Traiamo continuamente ispirazione e arricchimento dalla molteplicità di culture e punti di vista di ognuno dei componenti di questa grande squadra. Valorizziamo le differenze, rendendo ogni persona parte della famiglia, con rispetto e collaborazione.** Solo l'inclusività, infatti, può trasformare la diversità in risorsa preziosa. Ci impegniamo a

promuovere una cultura inclusiva in cui tutti i collaboratori si sentano apprezzati e trattati in modo paritario. Coltivando la loro curiosità e le loro insite inclinazioni, forniamo i mezzi per avere successo personale e professionale durante il loro percorso in azienda.

La presenza di talenti differenti rende Rana un ambiente di lavoro innovativo, multiculturale e gratificante. Creiamo un clima in cui tutti possano interagire con dignità, onestà e rispetto reciproco. Nel riconoscere il valore del lavoro quotidiano delle nostre persone, promuoviamo lo spirito di squadra, la trasparenza, l'integrità e l'uguaglianza.

Ci impegniamo quotidianamente a garantire pari opportunità, prevenendo ogni tipo di discriminazione in tutte le fasi del percorso professionale: dal processo di selezione agli step di crescita professionale, fino alla conclusione del rapporto lavorativo.



Supportiamo il raggiungimento di un livello sempre maggiore di equilibrio tra i generi, premiando le capacità di ciascuno, e lavoriamo per eliminare qualsiasi divario retributivo di genere a livello globale. Favoriamo, inoltre, l'integrazione delle generazioni più giovani nell'ambiente di lavoro, valorizzando allo stesso tempo le competenze di coloro che vantano esperienze pluriennali nel nostro Gruppo e che hanno interiorizzato la nostra cultura, permettendogli di lavorare fianco a fianco. Si mette quindi in atto una vera e propria migrazione continua della conoscenza, **un interscambio generazionale in cui i più giovani e coloro che hanno una maggiore anzianità aziendale mettono a fattor comune i loro privilegiati punti di vista.**

Il Gruppo Rana è una realtà prevalentemente produttiva (il 64% dei dipendenti è impiegato in produzione)

e la popolazione aziendale è costituita da persone di circa 30 nazionalità diverse. La presenza femminile all'interno del Gruppo rappresenta il 40% del totale e, ad oggi, il 34% dei senior e middle manager della nostra azienda sono donne.

In coerenza con le normative vigenti e la legislazione locale, prevediamo la possibilità per tutti i dipendenti di usufruire pienamente del congedo parentale.

Promuovere la crescita professionale di ciascuno, valorizzando ogni talento concretizza un concetto che abbiamo sempre fatto nostro: considerare le persone come appartenenti alla nostra famiglia, indipendentemente dall'etnia, dal genere, dall'orientamento sessuale, dalla religione, dalla visione politica e dalle vulnerabilità (nel 2022 sono stati rilevati zero casi di discriminazione).

In relazione a questo tema, ci assicuriamo che anche i nostri fornitori

approcino la diversità e l'inclusione nello stesso modo in cui lo facciamo noi. Ad esempio, negli Stati Uniti, a ogni fornitore viene chiesto di compilare un Vendor Diversity Questionnaire che è volto a comprendere la percentuale di minoranze, donne e veterani all'interno della loro forza lavoro.

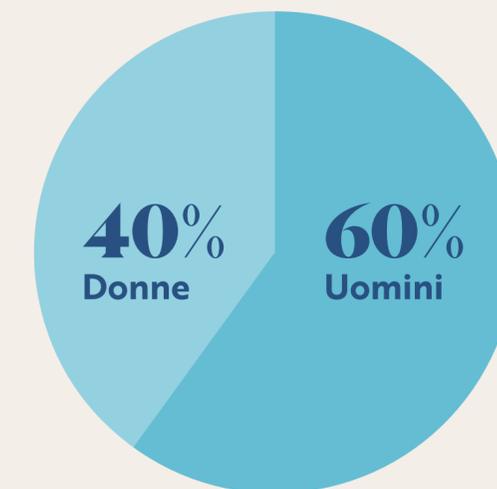


## INTEGRAZIONE LAVORATORI COOPERATIVA SOCIALE

Nel 2022, in accordo con Regione Veneto, abbiamo siglato un'importante convenzione con la Cooperativa Sociale Centro di Lavoro San Giovanni Calabria per l'integrazione nella nostra struttura di lavoratori disabili. Abbiamo quindi scelto di supportare questa cooperativa che, dal 1975, si propone di generare occasioni di lavoro che creino le condizioni di autorealizzazione e di benessere di ciascuno. In questo modo si valorizza il desiderio di avere un ruolo attivo nel mondo del lavoro da parte di persone in situazioni di svantaggio psicofisico e sociale.

All'interno di un progetto di tutoring, le persone che abbiamo inserito nel nostro Gruppo lavorano nella divisione e-commerce realizzando le box ordinate online dai nostri consumatori.

## GENERE



# Attrazione dei talenti

Generiamo le opportunità per esprimere, coltivare e valorizzare le attitudini di tutti i nostri collaboratori.

Per la nostra azienda uno dei dati più rilevanti è quello relativo all'occupazione: in 10 anni la popolazione Rana è quadruplicata e continua a crescere. Questo è il numero che ci rende più orgogliosi e che dà senso a ogni progetto e sforzo. **Questa è la nostra più grande risorsa e sfida: non ci limitiamo a creare degli ottimi prodotti, ma vogliamo garantire un futuro a tutte le persone che credono in questo progetto e alle loro famiglie.**

Siamo consapevoli che la gestione dei collaboratori è il cuore di ogni azienda di successo: attrarre e trattenerne le migliori risorse è fondamentale per progredire in ogni mercato. Siamo convinti che creare un ambiente di lavoro motivante e stimolante, in cui le

persone siano in grado di esprimere il loro valore, possa portare a una crescita della nostra impresa e a una maggiore fidelizzazione dei talenti.

## NUOVE ASSUNZIONI

Il nostro lavoro quotidiano si fonda su ricerca dell'eccellenza e passione, valori che cerchiamo anche nei candidati in fase di assunzione. Il nostro processo di selezione, che prevede diversi percorsi di valutazione, garantisce pari opportunità di ammissione e ogni proposta di assunzione viene decisa in base a criteri oggettivi relativi alle competenze del candidato.

**Nella scelta delle nuove risorse valutiamo di volta in volta i profili, con l'intento di inserire e far crescere giova-**

**ni talenti che possono guardare al futuro della nostra impresa e allo stesso tempo di assumere anche persone più adulte, con un grande bagaglio di esperienze da poter condividere in azienda. Due mondi in connessione che creano una forte sinergia generazionale.**

Nel 2022 le persone che si sono unite al nostro Gruppo a livello globale sono 147. Di queste, il 42% sono donne e il 28% delle nuove risorse ha meno di 30 anni, a conferma della nostra volontà di coltivare giovani professionisti, riconoscendo il valore aggiunto che portano in Rana.

I nuovi collaboratori entrati in azienda nel 2022 sono prevalentemente collocati nei nostri siti di Chicago (69%). In Italia è stato inserito il

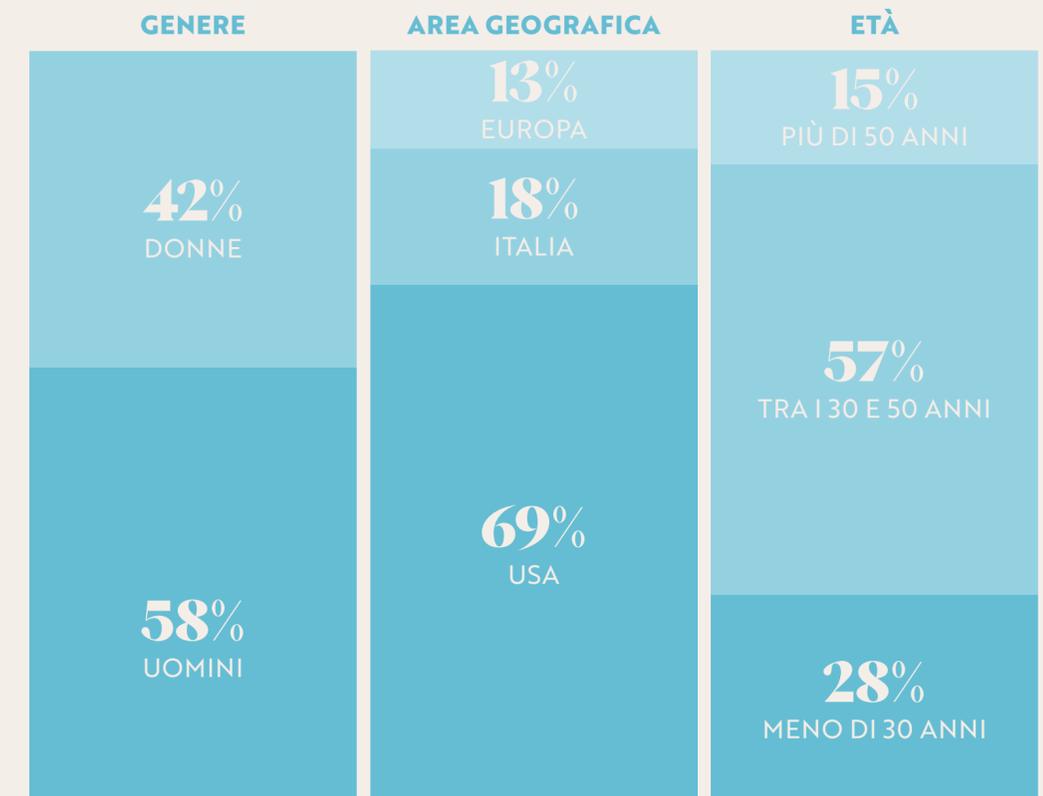
18% dei nuovi assunti e il restante 13% nelle filiali europee.

Nello stesso anno sono state 150 le persone che hanno lasciato il Gruppo, con un tasso di turnover complessivo del 18%.

In merito alla genitorialità, ci impegniamo a garantire a neo-mamme e neo-papà la possibilità di godere di un momento così importante della loro vita. Allo stesso tempo, vogliamo che il loro rientro nella famiglia del Gruppo Rana sia il più agevole e piacevole possibile. I nostri alti tassi di rientro al lavoro dopo il congedo parentale (96%) ci dimostrano che abbiamo intrapreso la giusta direzione.

# +147

## NUOVI ASSUNTI NEL 2022 DEI QUALI:



Dati riferiti ai nuovi assunti nel 2022

# Formazione e sviluppo

Crediamo nell'importanza strategica di una costante crescita, professionale e personale, della nostra squadra.



**25** MILA  
ore di formazione erogate nel 2022



Creare nuovi posti di lavoro è cruciale, ma non basta. **I talenti, una volta individuati, vanno coltivati investendo in formazione professionale, ma anche nutrendo i sogni e le emozioni che danno valore alla persona, non solo al lavoro.** Per fare questo è necessario creare le condizioni per far crescere soprattutto i più giovani, guidarli a trovare la loro identità professionale, talora in modo maieutico, scoprendo perfino attitudini e qualità che non sapevano di avere. È inoltre **indispensabile riconoscere la creatività e il contributo di ognuno allo sviluppo dell'azienda. Sentirsi parte di un progetto condiviso ma al tempo stesso essere riconosciuti come un individuo che ha un valore unico.**

Con la crescente internazionalizzazione della nostra azienda e l'evoluzione del nostro modello di business è fondamentale preservare e proteggere il nostro know-how, l'esperienza e le competenze

distintive che abbiamo accumulato nel corso della nostra storia, sviluppando al contempo nuove capacità attraverso l'apprendimento continuo.

Crediamo nell'importanza strategica di una costante crescita, sia professionale sia personale, delle nostre persone. Per questo consideriamo le attività di formazione fondamentali per accompagnare lo sviluppo del nostro personale e dell'organizzazione, consolidando le competenze individuali e al tempo stesso diffondendo i nostri valori e la nostra strategia.

Ogni anno pianifichiamo percorsi formativi per le diverse funzioni aziendali, finalizzate all'apprendimento degli elementi principali della professionalità e all'aggiornamento delle competenze acquisite. Nel 2022 i corsi hanno coinvolto i team R&D, marketing, ristorazione, amministrazione, commerciale, IT, PR, CRM, qualità, produzione, logistica, acquisti, ri-

sorse umane e direzione generale.

In ogni stabilimento e ufficio in cui siamo presenti, il personale riceve formazione in materia di salute, sicurezza, igiene e qualità. Tutti i corsi di formazione (sia interni che esterni alla sede dell'azienda) vengono svolti mentre i dipendenti sono in servizio, in modo che la loro partecipazione sia sempre interamente retribuita.

Garantiamo costantemente l'accesso ai fondi di formazione, come ad esempio quelli di Fondimpresa in collaborazione con Confindustria, organizzando corsi volti a sviluppare le skill informatiche e digitali dei nostri collaboratori, corsi di alfabetizzazione e di lingua per il rafforzamento delle competenze linguistiche trasversali, strategiche all'interno di un contesto aziendale sempre più globale e rivolto al futuro.

In totale, **nel 2022 sono state erogate circa 25.000 ore di formazione, in media oltre 15 ore per dipendente.**

## COLLABORAZIONI ESTERNE

Da diversi anni collaboriamo con istituti di formazione, scuole, università e business school. Promuoviamo giornate di formazione e scambio tra i nostri team, gli studenti e i professori. Organizziamo periodicamente visite ai nostri siti produttivi e al nostro hub creativo Casa Innovazione, così come siamo presenti in prima persona nelle aule universitarie, partecipando come relatori a conferenze e incontri in cui condividiamo le nostre case history aziendali, relative agli ambiti in cui ci distinguiamo (food technology & engineering, comunicazione e marketing, food quality and safety).

Tra le università con cui collaboriamo possiamo annoverare: Politecnico di Milano, MIP School of management, Università Cattolica del Sacro Cuore, Università di Tor Vergata, Università Statale di Milano, Università San Raffa-

ele di Milano, Università di Firenze, Università di Parma, SDA Bocconi School of Management e Università di Verona.

Inoltre, dal 2003 supportiamo IULM, la libera università di lingue e comunicazione, come partner dell'Executive Master in Comunicazione d'impresa.

In alcuni dei nostri dipartimenti abbiamo accolto e formato studenti di scuole secondarie superiori relativamente ai progetti di alternanza scuola-lavoro, così come universitari che hanno completato i loro stage curriculari nella nostra azienda, inserendosi nella funzione specifica relativa al loro percorso di studi.

# Benessere delle persone

Il nostro è un luogo motivante e stimolante.

Crediamo nel valore prezioso delle singole persone e riteniamo fondamentale offrire loro un luogo di lavoro in grado di migliorarne la professionalità e il benessere. In questo modo possiamo garantire una continua evoluzione e un costante miglioramento di quello che siamo e di quello che facciamo. Miglioramento che opera a più livelli: valore del proprio lavoro, appartenenza, autorealizzazione, fiducia e apertura al cambiamento.

Un ambiente professionale favorevole non equivale solo a premi, incentivi o benefit, ma anche ad azioni concrete che favoriscano il benessere personale. In quest'ottica abbiamo sviluppato "Progetto Dialogo", un programma di servizi dedicati alle nostre persone, che spaziano dall'assistenza finanziaria a quella fiscale, dalla consulenza legale, al supporto pediatrico, mettendo a disposizione gratuitamen-

te i migliori professionisti. A tutela della salute dei nostri collaboratori, inoltre, abbiamo attivato convenzioni con i centri sanitari del territorio (attraverso Fondo Fasa e Unisalute).

## IL DIALOGO CON LE PARTI SOCIALI

Rispettiamo la normativa sul lavoro e sui diritti dei lavoratori nei diversi Paesi in cui siamo presenti. Crediamo fortemente nella costruzione di un rapporto costruttivo e proficuo con le Organizzazioni Sindacali, promuovendo il dialogo tra le parti e ascoltando le necessità dei nostri dipendenti al fine di trovare soluzioni di beneficio condivise. A livello italiano, con l'accordo integrativo siglato nel 2022, vengono valorizzate le relazioni sindacali attraverso la costituzione e la regolamentazione del Coordinamento Nazionale delle Rsu.

## SIGLATO ACCORDO INTEGRATIVO NAZIONALE 2022-2025

Nel 2022 abbiamo sottoscritto, in accordo con le parti sociali, il nuovo contratto integrativo nazionale, valido per il quadriennio 2022/2025, che assicura condizioni omogenee a tutte le persone parte della famiglia Rana a livello nazionale. Abbiamo dialogato e lavorato in modo costruttivo con i sindacati per raggiungere questo importante risultato che si inserisce in un contesto più ampio in cui i collaboratori vengono adeguatamente supportati nell'affrontare le sfide del prossimo futuro. Il nuovo contratto integrativo, infatti, si basa su uno dei valori fondamentali della famiglia Rana: prendersi cura delle proprie persone migliorando l'organizzazione del lavoro e l'efficienza aziendale.

Per questo motivo abbiamo de-

ciso di lavorare sulla produttività con un approccio volto a favorire il benessere dei nostri dipendenti e la consapevolezza della cultura della sicurezza all'interno del nostro Gruppo. In questo senso è stato intrapreso un percorso volto all'armonizzazione dei trattamenti presenti nei vari siti, compresi i valori del premio e i buoni pasto, con speciale attenzione agli orari, per aumentare la conciliazione dei tempi di vita e di lavoro. In merito all'importante tema della sicurezza sui luoghi di lavoro, sono stati introdotti ulteriori momenti formativi e informativi, oltre a permessi retribuiti dedicati per le attività di RLS. Infine, in Italia abbiamo erogato buoni carburante a tutti i dipendenti.



# Salute e sicurezza

Tuteliamo la nostra grande famiglia diffondendo la cultura della sicurezza in tutti luoghi di lavoro.

La salute e la sicurezza di tutte le persone che collaborano con noi sono al centro della programmazione di ogni attività, una priorità quotidiana e una responsabilità costante. La nostra volontà è **offrire a tutti i nostri collaboratori un ambiente il più sicuro possibile, condizioni di benessere e controlli periodici per migliorare la salute a lungo termine, con l'obiettivo ambizioso infortuni zero.**

Le innumerevoli decisioni che i responsabili di ogni nostro stabilimento nel mondo sono tenuti a prendere ogni giorno sono ispirate e legate al rispetto di tutte le regolamentazioni applicabili in ambito di tutela e protezione. In Italia, le linee guida sono dettate dal Decreto Legislativo No. 81/08, tradotto e comunicato da noi attraverso la Policy Aziendale per la Salute e Sicurezza dei Lavoratori. In Belgio, il sistema di gestione dei rischi e degli infortuni segue

i criteri e le leggi sia del "Code du bien-être" sia del "Règlement Général pour la protection au travail" (RGPT). Infine, negli Stati Uniti, le leggi federali applicate al sistema di gestione della salute e sicurezza sono in accordo con l'Occupational Safety & Health Administration's (OSHA).

Le competenze delle persone sono protette dall'organizzazione di ricorrenti corsi di formazione, così come dalla dotazione di adeguata attrezzatura durante lo svolgimento delle attività assegnate. I risultati di queste misure sono valutati attraverso processi di risk assessment, con un piano di monitoraggio e periodico aggiornamento, sia in base a variazioni regolatorie sia in base alla quantificazione dei rischi. Questi processi seguono una strategia globale chiamata SOBANE (Screening-Observation-Analysis-Experience), ovvero un'analisi dettagliata delle attività dei

lavoratori e della loro postazione, con feedback dell'operatore e continua osservazione del lavoro durante il corso delle operazioni svolta da manager e consulenti interni sulla sicurezza.

I lavoratori riportano immediatamente gli incidenti, i near-miss e le condizioni di lavoro pericolose per la loro salute o sicurezza al proprio supervisore, il quale registra l'accaduto attraverso un sistema informatico che è stato appositamente sviluppato per essere sempre in linea e per notificare i casi al management. Ricevuti questi report, il Servizio Protezione e Prevenzione procede con un'investigazione seguendo la metodologia 5-WHY, la tecnica interrogativa iterativa usata per esplorare le relazioni cause-effetto di un particolare problema. Negli Stati Uniti, inoltre, è anche possibile chiamare anonimamente e direttamente l'OSHA.

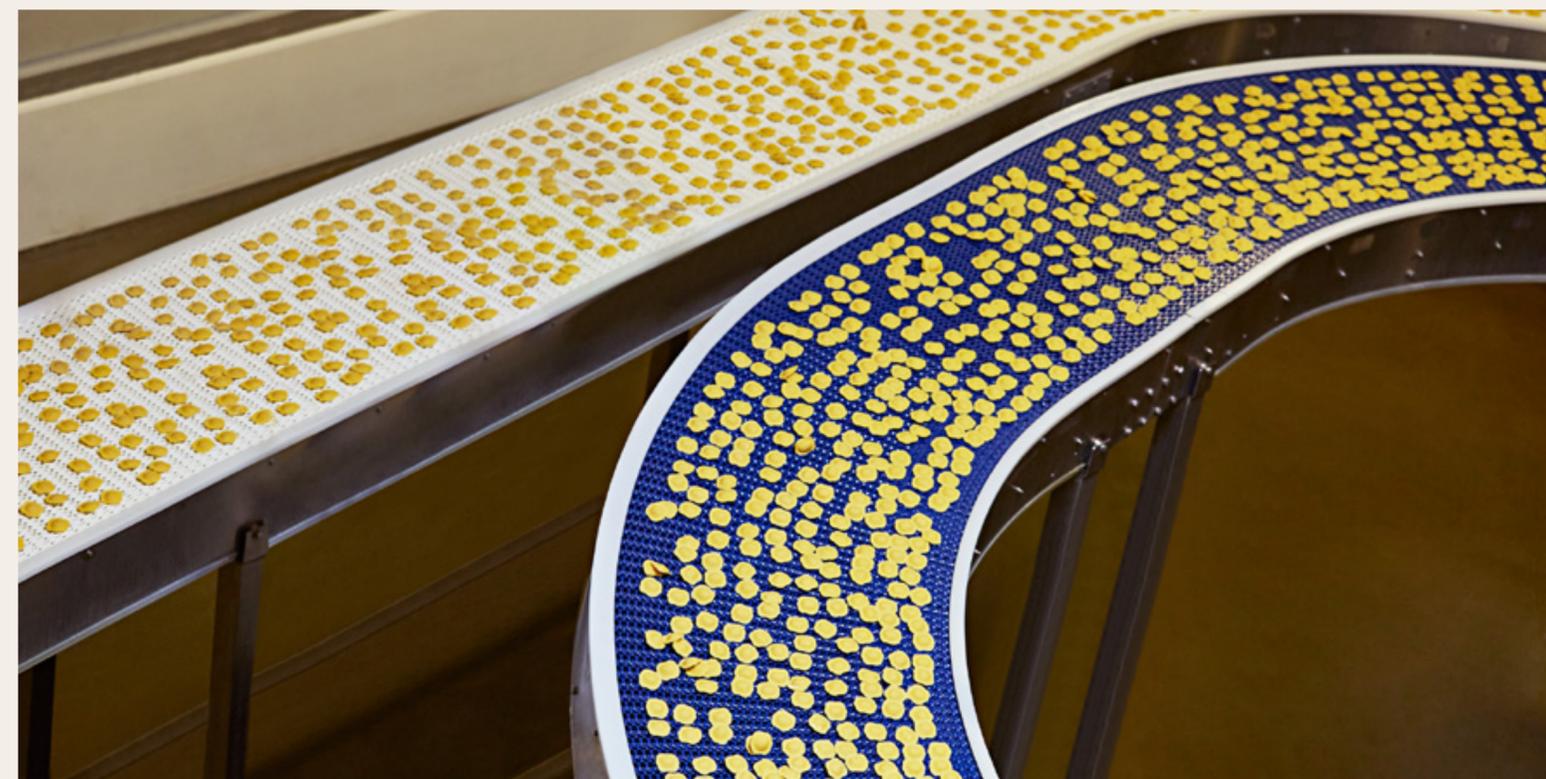
Il Gruppo Rana assicura la sorve-

glianza sanitaria per tutti i collaboratori a cui è richiesto dalle normative vigenti e in accordo con il protocollo di salute predisposto dal dirigente medico di ogni Paese. Le nostre persone hanno anche la possibilità di richiedere esami straordinari in caso di bisogno. Negli Stati Uniti provendiamo a controlli di salute annuali (confidenziali e gratuiti), Piani Benefit di Salute flessibili con libertà di scelta in base al servizio desiderato e, nel 2020, abbiamo messo a

disposizione di tutto il personale 2 cicli di vaccino anti Covid-19. Gli indicatori in tabella raccontano la nostra storia di sicurezza riguardo i dipendenti diretti e somministrati.

Il tasso di incidenti sul lavoro con serie conseguenze è diminuito nell'anno 2021 e nel 2022 (vs 2020), dimostrando l'entità del nostro impegno. Al contrario, il tasso di incidenti non-gravi sul lavoro è leggermente aumentato nel 2021 per poi diminuire nel 2022.

Non sono stati riscontrati incidenti che hanno portato a fatalità nel corso degli anni 2020, 2021 e 2022. Gli infortuni più comuni registrati riguardano mani o dita, tipicamente ematomi, lacerazioni o stiramenti muscolari. Sebbene questo tipo di incidenti non siano di seria entità, non abbiamo intenzioni di sottostimare questi numeri e ci impegniamo a intensificare i nostri sforzi per diffondere la cultura della sicurezza in tutti i luoghi di lavoro.



	UNITÀ DI MISURA	2020	2021	2022
Numero di ore lavorate	h	4.017.790	4.346.947	4.723,364
Tasso di incidenti sul lavoro	Incidenti ogni 1.000.000 ore lavorate	14,68	17,48	13,97
Tasso di incidenti sul lavoro con serie conseguenze (escluse fatalità)	Incidenti ogni 1.000.000 ore lavorate	2,49	2,07	1,48

Tasso di infortuni sul lavoro registrabili calcolato come: (numero totale di infortuni registrabili/numero totale di ore lavorate)\*1'000'000

# Il nostro impegno per le comunità

**Riteniamo che ogni impresa rappresenti un'importante cellula sociale che contribuisce al progresso e al benessere collettivi.**

Fare impresa per noi significa anzitutto avere ruolo di responsabilità all'interno della società, determinando un impegno sociale prima che economico, in grado di contribuire al progresso e al benessere collettivi. Per questo ci dedichiamo ogni giorno al nostro lavoro con passione, per creare valore e costruire insieme un futuro migliore per tutti.

Un profondo legame ci unisce al nostro territorio, da cui traiamo i nostri valori e la nostra forza. Animati dal desiderio di restituire quanto abbiamo ricevuto, collaboriamo con numerose associazioni e organizzazioni, a livello locale e globale, per promuovere iniziative di solidarietà a sostegno di temi che abbiamo particolarmente a cuore.

**Con l'obiettivo di generare uno svi-**

**luppo condiviso, il Gruppo Rana e la Fondazione Famiglia Rana lavorano insieme per individuare progetti sociali esistenti e crearne di nuovi.** Le attività che sosteniamo sono di diversa natura e si inseriscono all'interno di ambiti tematici specifici come inclusione sociale, cultura, salute e ricerca. Talvolta le nostre iniziative hanno un respiro nazionale e internazionale, capaci di propagarsi attraverso migliaia di individui. In altri casi, invece, raccolgono una chiamata unica e irripetibile in grado di trasformare la realtà di una persona e del mondo che la circonda.

## INCLUSIONE SOCIALE

Dal 1962 realizziamo prodotti freschi con la volontà di creare momenti di condivisione, gusto, convivialità e se-

renità intorno alla tavola. Sulla base di questo principio, **ci impegniamo a favorire l'accesso al cibo da parte delle persone più in difficoltà.**

In collaborazione con Banco Alimentare abbiamo realizzato diverse campagne di solidarietà, che ci hanno permesso di donare nel 2021 oltre 6 milioni di piatti di pasta fresca a coloro che non possono permettersi di fare la spesa. Abbinare ai nostri prodotti in limited edition "Ravioli dolci con cioccolato" e "Rana Giro d'Italia", le iniziative hanno coinvolto i consumatori in un gesto di condivisione semplice ed efficace. Per ogni confezione acquistata delle due gamme, noi abbiamo donato un prodotto fresco a Banco Alimentare, che grazie ai suoi volontari e alle sue strutture caritative distribuisce generi

FONDAZIONE  
FAMIGLIA  
**RANA**

## FONDAZIONE FAMIGLIA RANA

Raccogliendo l'eredità dell'associazione No Profit Progetti Felicità, nasce nel 2010 la Fondazione Famiglia Rana. Essa rappresenta un ulteriore tassello per concretizzare il volto solidale dell'imprenditoria di Gian Luca Rana, CEO del Pastificio Rana, che considera l'azienda un collante nel tessuto sociale, che si prefigge di migliorare la qualità di vita della collettività.

La Fondazione, infatti, ha come obiettivo lo sviluppo e la promozione di progetti sociali che pongono al centro la dignità e il va-

lore dell'individuo, coordinando le attività di solidarietà nella più totale trasparenza, per costruire il benessere del singolo e della comunità. Essa sostiene progetti in vari ambiti: ricerca scientifica, prevenzione, cultura, tutela del diritto all'istruzione, integrazione sociale, supporto alle persone fragili ed emarginate. Un prezioso focus è inoltre rappresentato dalla valorizzazione della Cultura Sorda, con uno sguardo particolare alla difesa e alla divulgazione Lingua Italiana dei Segni.



**OLTRE 2,5 MILIONI  
DI PIATTI FRESCHI  
DONATI NEL 2022**

alimentari in tutta Italia. La nostra collaborazione con Banco Alimentare è di lunga data: **in 5 anni abbiamo donato 14 milioni di piatti freschi**, un grande traguardo documentato passo dopo passo. Per ciascun progetto, infatti, sono state pubblicate sul nostro sito le bolle di consegna, così da poter seguire ogni confezione arrivata a destinazione, dal carrello dei consumatori alle tavole dei bisognosi, nel modo più trasparente.

Per tutto il corso del 2022, inoltre, abbiamo sostenuto associazioni onlus locali ed enti benefici, donando loro in tutta Italia oltre 147.000 kg di prodotti freschi. Tramite le nostre filiali all'estero, invece, sempre nel 2022 abbiamo donato 176.695 kg di prodotto, per un totale di oltre 323.000 kg a livello globale.

# Il nostro impegno per le comunità

## INCLUSIONE SOCIALE

Per essere al fianco dei giovani in situazione di fragilità e promuovere valori in cui da sempre ci riconosciamo come il gioco di squadra, la dedizione e la voglia di non arrendersi mai, dal 2020 **sosteniamo l'ASD Buster Basket contribuendo al progetto "Canestro sospeso"**. L'iniziativa, organizzata in collaborazione con i servizi sociali del Comune di Verona, consente a ragazzi in condizioni di disagio, per ragioni economiche o sociali, di accedere alla pratica sportiva, offrendo loro l'occasione di confrontarsi con altri coetanei e trovare nello sport e nel sano agonismo un'opportunità di crescita. Nel 2022, inoltre, abbiamo aderito all'acquisto di **un mezzo dedicato a trasportare i ragazzi alle partite di BASKIN (BASKet INclusivo)**, una disciplina sportiva affiliata EISI (Ente Italiano Sport Inclusivi riconosciuto dal CONI) che si ispira al basket, in cui atleti disabili e atleti

normodotati fanno parte della stessa squadra e giocano insieme, tramite un sistema di regole dedicate che rendono la partita "inclusiva".

Un'area importante della nostra attività in favore della comunità è rappresentata dal **sostegno e valorizzazione della Cultura Sorda, con particolare attenzione alla promozione della LIS, la Lingua Italiana dei Segni**. Il nostro impegno si traduce nel finanziare servizi di interpretariato, corsi di formazione per operatori e supporto psicologico. Da diversi anni sosteniamo anche l'ENS Verona (Ente Nazionale Sordi) e la cooperativa sociale Onlus Il Treno che ritiene l'educazione bilingue (LIS e italiano) fondamentale nello sviluppo psicosociale di tutti i bambini, in particolare sordi. Nel 2022 abbiamo contribuito anche alla realizzazione di **Sign Cafè, il Convegno Internazionale sulla Lingua dei Segni** che si è tenuto presso la sede di Ragusa dell'Università di

Catania. Il workshop, organizzato da Adam Schembri dell'University of Birmingham e focalizzato sugli approcci cognitivi e funzionali alla linguistica dei segni, ha visto la presenza di 18 relatori e relatrici, con la partecipazione di 350 persone, provenienti da ben 11 Paesi diversi.



## SOSTEGNO DEL POPOLO UCRAINO

Subito dopo lo scoppio della crisi in Ucraina, ci siamo mobilitati per supportare i rifugiati e i soggetti più deboli colpiti dal conflitto. Come primo passo, abbiamo raccolto beni di prima necessità e coinvolto la società di trasporti Italtrans Spa per consegnare la merce alle organizzazioni umanitarie che operano ai confini con l'Ucraina. Così, di concerto con le autorità competenti, a marzo 2022 sono partiti dal Centro Logistico Rana di San Giovanni Lupatoto tre tir a sostegno alla popolazione ucraina.

Abbiamo contribuito, inoltre, alle raccolte fondi gestite dalle associazioni presenti sul nostro territorio: Malve di Ucraina, l'associazione Ucraina a Verona, attraverso la quale abbiamo donato ai profughi prodotti per l'igiene; e l'associazione Betania ODV, con cui collaboriamo da molti anni per sostenere le adozioni a distanza, che ha coordinato una raccolta straordinaria di generi alimentari. Per i rifugiati ucraini che sono arrivati nel nostro Paese, invece, abbiamo finanziato corsi di lingua italiana per favorirne l'integrazione.



## DIPINGERE CON L'ANIMA

Tramite la Fondazione Famiglia Rana, da sempre in prima linea nel supportare la cultura sorda, abbiamo scelto di essere al fianco di una giovane donna e artista sorda, Sofia Ines Musumano.

Affetta da sordità profonda fin dalla nascita, per lei l'arte pittorica diventa dimensione originale di comunicazione ed espressione. La sua tecnica non deriva dall'insegnamento di un maestro, ma è la risposta più vera ad una produzione irresistibile e necessaria. Segue la propria strada, consegnandoci uno stile assolutamente personale e senza filtri, ritmato sul suo tempo e sulla sua percezione del mondo.

Sin da quando Sofia frequentava le scuole medie, sosteniamo la sua formazione e il suo percorso artistico, accompagnandola nello studio con un costante servizio di interpretariato e offrendole corsi e consulenza di comunicazione. Promuoviamo la sua carriera di pittrice in diversi ambiti, contribuendo alla sua attività didattica e all'organizzazione delle sue mostre personali e collettive. Nel 2022, in particolare, abbiamo supportato anche l'esposizione delle sue opere presso l'ex Chiesa di Sant'Antonino ad Ibla Ragusa, organizzata in occasione del Convegno Internazionale sulla Lingua dei Segni.

# Il nostro impegno per le comunità

## SALUTE

L'innovazione è al centro del nostro operato e, in linea con questo principio, riteniamo che il contributo alla ricerca scientifica sia indispensabile al fine di assicurare il benessere della comunità presente e futura.

Quest'anno, in occasione delle feste invernali, abbiamo scelto di regalare all'interno di una speciale box in vendita sul nostro e-commerce, un "Pan d'Oro", il dolce natalizio per eccellenza, realizzato in collaborazione con l'associazione Round Table 36 Verona. Nel 2021 i proventi legati ai pandori sono stati devoluti al Reparto di Oncologia dell'Ospedale Sacro Cuore di Negrar (Verona), per sostenere la ricerca per la cura e la prevenzione del tumore al seno. Anche nel 2022, grazie al pandoro omaggiato dalla famiglia Rana, l'acquisto online del cofanetto "Natale a casa Rana" si è trasformato

in un gesto di condivisione e di solidarietà: il ricavato ha permesso di sostenere le attività di Telefono Rosa, associazione pioniera nella difesa dei diritti delle donne, che dal 1988 si occupa di ascoltare, accogliere, soccorrere e sostenere donne vittime di violenze e abusi, offrendo supporto psicologico e legale, oltre ad attività di mediazione linguistico-culturale.

Inoltre, nel periodo pasquale, abbiamo contribuito all'iniziativa "Con una colomba doni la vita" di ADOCES, l'Associazione Donatori Cellule Staminali Emopoietiche. Con il ricavato sono state finanziate sei borse di studio in favore di giovani medici e biologi operanti presso l'Azienda ospedaliera universitaria integrata di Verona e acquistate apparecchiature medico-scientifiche per la cura delle leucemie.

Sempre con l'obiettivo di contribuire a migliorare la qualità di vita, dal 2019



sosteniamo attivamente **Smile House Fondazione ETS**, una fondazione che accompagna bambini e giovani adulti nati con malformazioni cranio-maxillo-facciali verso interventi chirurgici e cure mediche specialistiche dalla diagnosi prenatale fino all'età adulta. Con il nostro sostegno negli anni sono stati effettuati più di 20 interventi chirurgici e abbiamo contribuito all'acquisto di antidolorifici, tavoli operatori e attrezzature per postazioni mediche, necessarie per affrontare gli interventi. Nel 2022, in particolare, abbiamo aderito a un progetto della Fondazione volto all'assistenza medico-chirurgica di pazienti che provengono da Paesi a basso reddito e quindi senza la possibilità di essere curati da medici specialisti in strutture adeguate. Abbiamo così sostenuto le spese del progetto di cura (che comprende i costi di medicine, mediazione culturale, retta ospedalie-

ra, trasferimenti, vitto e alloggio per le famiglie che accompagnano i piccoli pazienti) per bambini che sono stati operati in Italia.

Con la grande attenzione che da sempre riserviamo ai più piccoli, siamo stati a fianco di **Fondazione Mente, che si occupa di creare spazi adeguati e funzionali per l'apprendimento e il divertimento di minori con il disturbo del neuro sviluppo** - con focus particolare sullo spettro autistico - e di sostenere le loro famiglie, offrendo loro del tempo libero personale. Abbiamo quindi contribuito alla raccolta fondi per il progetto A(i)uTiamo, che punta a migliorare la qualità della vita degli utenti grazie al loro rapporto con la natura, alla ricerca dell'autonomia, ma anche attraverso terapie assistite con l'ausilio di animali e attività agricole e sensoriali.



## UNA CAMPAGNA DI SENSIBILIZZAZIONE CONTRO LA VIOLENZA SULLE DONNE

Molto è stato fatto, ma tanto ancora c'è da fare per sensibilizzare e accrescere la consapevolezza di tutti rispetto al fenomeno della violenza contro le donne. Con l'obiettivo di promuovere una cultura del riconoscimento della libertà reciproca e del reciproco rispetto, abbiamo aderito all'ambiziosa campagna di sensibilizzazione promossa dal Rotary Club Verona Sud. Tra il 2021 e il 2022, infatti, si è svolto un ricco programma di incontri aperti al pubblico, con ospiti donne di spicco della scena nazionale e internazionale. Solo per citarne alcune, si va dall'astrofisica Sandra Savaglio alla medaglia d'oro olimpica Sara Simeoni, dal capitano della squadra femminile dell'Hel-

las Verona all'economista irachena Tahani Saleh, dalla responsabile missioni operative all'estero di Medici senza Frontiere, Ilaria Rasuo, fino al segretario generale del Global Compact Network Italia, Daniela Bernacchi. L'iniziativa si è poi conclusa con una manifestazione straordinaria al Teatro Ristori di Verona, dove si è esibita l'Almar'à, che in arabo significa "donne con dignità", un'orchestra tutta al femminile, composta da 13 donne di 8 nazionalità, di musica araba mediterranea. Contribuire a questa iniziativa è stato importante per rafforzare il messaggio, in cui crediamo fortemente, che una società libera dalla violenza e dagli stereotipi di genere è una società migliore.

# Il nostro impegno per le comunità



## CULTURA

La cultura rappresenta una ricchezza che stimola l'intero tessuto sociale, producendo un impatto positivo in numerosi altri ambiti, dall'occupazione all'istruzione, fino all'inclusione e alla riqualificazione urbana. Per questo motivo **crediamo che promuovere il patrimonio culturale rappresenti un valore da proteggere e tutelare**. Come impresa, infatti, sentiamo la necessità e la responsabilità di sostenere questo patrimonio che rende il nostro Paese unico nel mondo e, in particolare, di dare il nostro contributo al territorio che ci ha visti nascere e crescere a livello internazionale.

A partire dal 2021 abbiamo preso parte al **progetto di corporate mem-**

**bership "67 colonne per l'Arena di Verona", in cui Gian Luca Rana, in qualità di mecenate, ha sostenuto in prima linea la Fondazione lirico-sinfonica** dopo le difficoltà legate alla diffusione del Covid-19, ribadendone l'importanza non solo economica, ma soprattutto etica e sociale. L'iniziativa prende ispirazione dai 67 pilastri della cinta esterna dell'Arena, crollati durante il terremoto del 1117 e ricollocati virtualmente al loro posto grazie al sostegno dei 67 donatori, trainati dall'entusiasmo e dall'autorevolezza dei suoi ambasciatori e fondatori (il CEO di Pastificio Rana e il Presidente di Gruppo Calzedonia) che nei primi due anni hanno raccolto oltre 3 milioni di euro a sostegno di un'eccellenza artistica e

culturale di livello internazionale.

Lo scorso anno l'ambizioso progetto collettivo, volto a valorizzare una delle più iconiche eccellenze culturali e artistiche del nostro Paese, ha ricevuto diversi riconoscimenti: è stato premiato dal Ministero della Cultura come miglior iniziativa Art Bonus 2021, così come ha vinto la IX edizione del "Premio Cultura + Impresa" come miglior progetto di fundraising del 2021.

In occasione delle **celebrazioni per i 700 anni dalla morte di Dante Alighieri**, anche Verona si è mobilitata per valorizzare il sommo poeta e il suo stretto legame con la città in cui ha soggiornato a lungo durante il suo esilio. In questo senso **"Dante profeta di speranza" rappresenta una delle più**

**innovative iniziative per coinvolgere i giovani con passione nella lettura della Divina Commedia** e per questo abbiamo deciso di sostenerla nelle edizioni 2022, dedicata all'Inferno, e 2023, legata al Purgatorio. Si tratta di un percorso digitale ad alto impatto visivo che mostra in forma immersiva i diversi canti danteschi. Ciò che rende davvero unica questa esperienza sono le sue guide: 40 ragazzi delle scuole superiori di Verona che, grazie all'attività dei PCTO (Percorsi per le Competenze Trasversali e per l'Orientamento), vengono formati sui contenuti della mostra, per poterla presentare in chiave moderna ai propri coetanei e a tutti i visitatori.



## FESTIVAL DEL FUTURO

- **4 edizioni** (dal 2019 al 2022)
- **252 relatori ed esperti** di tecnologia, economia, finanza, lavoro, società, sanità, geopolitica, alimentazione, energia e ambiente
- **3 mln views** in streaming e sui canali social del festival

La condivisione della conoscenza è fondamentale per pensare e creare un domani sostenibile. Da sempre orientato a questa visione, nel 2019 **Gian Luca Rana ha contribuito all'istituzione del Festival del Futuro, un importante momento di confronto sui temi dell'innovazione**, che ha come obiettivo ispirare imprenditori, professionisti e studenti nell'affrontare le sfide globali dei

prossimi decenni, sotto la lente dell'innovazione.

L'evento, promosso da Harvard Business Review Italia, Eccellenze d'impresa e Gruppo Athesis, si svolge con cadenza annuale a Verona, attirando in città un nutrito pubblico proveniente da tutta Italia. Durante la manifestazione vengono affrontati, attraverso il contributo di esperti e personalità di spicco di diverse discipline, le grandi tendenze del futuro: dalla tecnologia alla scienza, dall'economia al cambiamento climatico, dalla nutrizione alla salute, decifrando i principali trend e le relative opportunità che essi offrono e valutando anche i possibili rischi che ne derivano.

# La nostra cultura per un'innovazione sostenibile



# A difesa dell'ambiente

**Le risorse naturali sono fonte di vita e non sono illimitate, per questo evitiamo gli sprechi e investiamo nell'innovazione e nell'efficiamento della nostra filiera.**

La qualità di prodotto che ci contraddistingue è sostenuta ogni giorno da materiali e ingredienti che provengono da un pianeta in salute. Purtroppo, gli effetti del consumo umano e il crescente bisogno di energia, terreno e acqua colpiscono irreparabilmente l'ambiente che ci circonda. Il nostro futuro, così come il futuro della società, dipende dalle nostre scelte di tutti i giorni e dal loro impatto sul cambiamento climatico.

Come azienda le nostre azioni abbracciano gli ambiti della gestione ambientale e comprendono l'innovazione di diverse aree della nostra catena del valore, quali l'energia, l'acqua e la

gestione dei rifiuti. Oggi, la competitività economica è direttamente legata all'innovazione sostenibile e le strategie aziendali si compenetrano in ogni aspetto. Un approccio ambientale ragionato permette di mitigare e anticipare i rischi derivanti dalle operazioni dirette e indirette, così come di identificare le opportunità di crescita e innovazione. La sostenibilità porta con sé il grande vantaggio di focalizzare l'attenzione sull'efficienza del processo produttivo e della filiera, andando a tagliare i costi ove possibile e generando un circolo virtuoso di investimenti e innovazione.

La strategia di gestione dell'impatto diretto e indiretto delle nostre operazioni si concentra sull'innovazione delle seguenti aree:

## DESIGN CIRCOLARE DEGLI IMBALLAGGI

Il packaging diventa la base della nuova creazione di valore, supportando la transizione a un'economia circolare.

## CONTRASTO DEL CAMBIAMENTO CLIMATICO

Riduzione delle emissioni in ambito produttivo e nei sistemi logistici.

## GESTIONE DI ENERGIA E ACQUA

Incremento della fornitura di energia da fonti rinnovabili, efficientamento energetico e gestione responsabile delle risorse idriche.

## GESTIONE DI SCARTI E RIFIUTI

Transizione a un'economia circolare dove il rifiuto viene valorizzato e recuperato, non diventando fonte di inquinamento.



# Sostenibilità degli imballaggi

**Crediamo nella circolarità della produzione e ci impegniamo a utilizzare materiali rinnovabili.**

Gli imballaggi monouso e non sostenibili sono la principale fonte di rifiuto e sono una delle cause di tensione del rapporto tra l'uomo e il pianeta. Il motore della transizione verso un packaging sostenibile e rispettoso dell'ambiente sono oggi le persone e la loro crescente consapevolezza che i rifiuti creati dagli imballi riempiono le discariche e inquinano i nostri mari.

A fronte di questo movimento di transizione verso un packaging sostenibile, **il Gruppo Rana disegna la sua strategia di innovazione intorno al punto cardine dell'imballaggio sostenibile.** In Rana crediamo fortemente nella circolarità della nostra produzione e i nostri imballi primari e secondari non differiscono.

Già da diversi anni lavoriamo per sviluppare prodotti in materiale riciclabile e con sempre crescenti percentuali di riciclato. La nostra attenzione è vol-

ta soprattutto alla carta e alla plastica, i materiali da noi più utilizzati per conservare e trasportare i nostri prodotti. Per la loro stessa natura, i prodotti freschi del Gruppo Rana necessitano di elevate barriere protettive e ciò rende la transizione una sfida da cui noi, però, non ci tiriamo indietro.

Nel 2022, la nostra produzione è aumentata e di conseguenza anche il nostro consumo di materiali e imballaggi. La volontà di ridurre il nostro impatto sul pianeta ci ha però guidato a fare scelte consapevoli fin dallo sviluppo prodotto, passando dall'ufficio acquisti fino alla produzione. Il nostro impegno ha dato i frutti sperati: **il 76% di tutti i materiali che utilizziamo per imballare e spedire i nostri prodotti**

# 76%

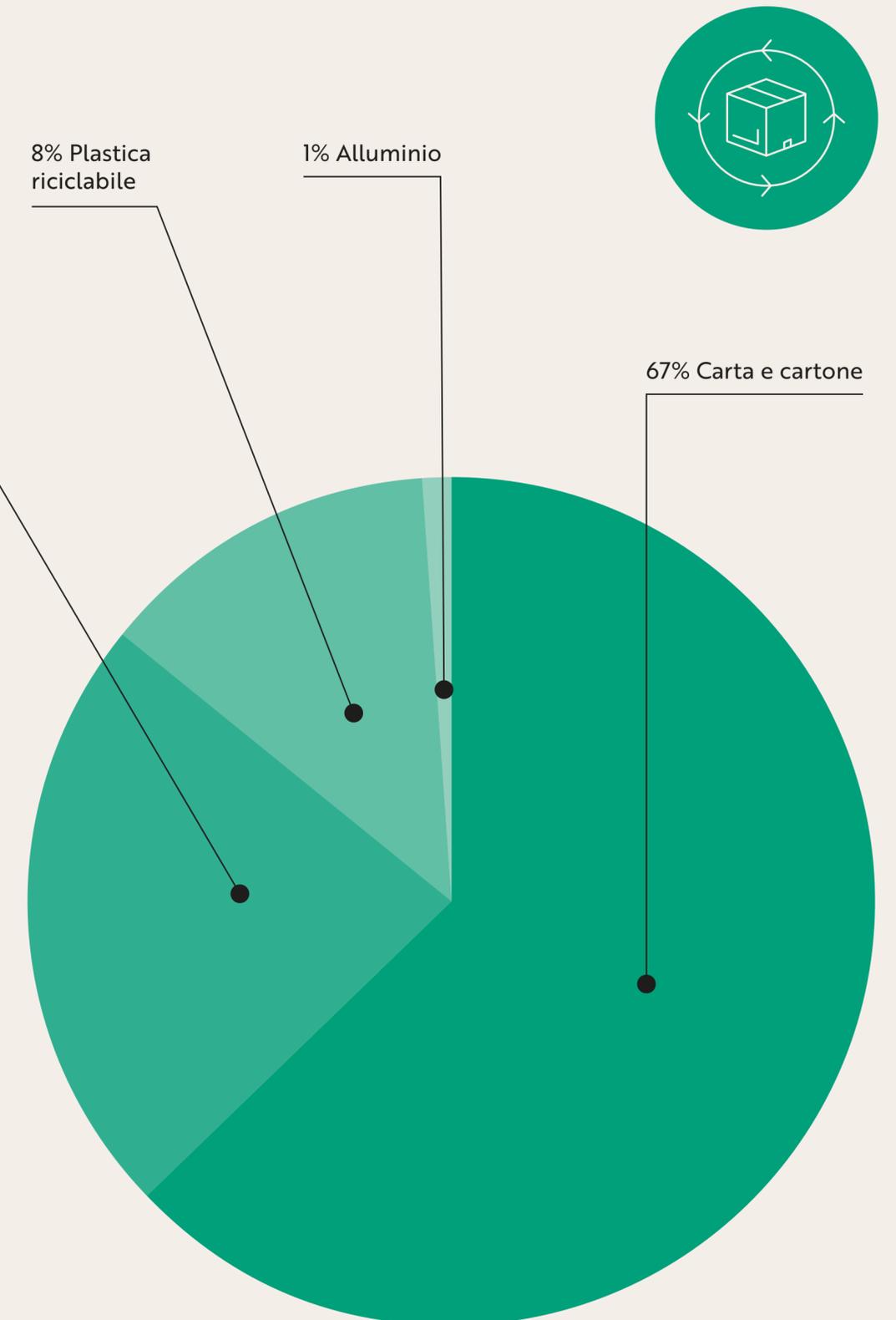
**DI TUTTI I MATERIALI CHE UTILIZZIAMO PER CONFEZIONE E SPEDIRE I NOSTRI PRODOTTI SONO SOSTENIBILI**

24% Plastica non riciclabile

8% Plastica riciclabile

1% Alluminio

67% Carta e cartone



**sono sostenibili, in quanto riciclabili o compostabili.** In Italia, utilizziamo solamente carta proveniente da foreste correttamente gestite secondo i principi di responsabilità di gestione forestale e catena di custodia, certificata dal Forest Stewardship Council (FSC). Inoltre, i cartoni che impieghiamo per il trasporto dei prodotti ai nostri clienti sono composti da carta riciclata.

MATERIALE (tons)	2020	2021	2022
Materiale rinnovabile	21.693	22.494	24.366
Materiale non rinnovabile	6.899	7.297	7.684
<b>Totale imballaggi</b>	<b>28.593</b>	<b>29.791</b>	<b>32.050</b>

# Sostenibilità degli imballaggi



Siamo fieri del nostro impegno ma la strada è ancora lunga: dobbiamo concentrare i nostri sforzi sul 24% di plastica non riciclabile. Questa grande opportunità di ripensare ad alcuni elementi ci dà la spinta per continuare a innovare ed esplorare il mercato in

cerca di soluzioni in plastica riciclabile monomateriale, bioplastiche e plastiche compostabili, per arrivare a chiudere il cerchio dell'economia circolare che ci siamo posti come obiettivo.

E i risultati iniziano a vedersi: ↓

	RINNOVABILE			NON RINNOVABILE		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Consumo plastica [tons]	2.190	2.098	2.606	6.863	7.260	7.657

A livello globale, tra il 2021 e il 2022, l'utilizzo della plastica è aumentato così come sono incrementati i volumi di produzione. Nonostante ciò, siamo riusciti ad accrescere la percentuale di plastica riciclabile rispetto all'utilizzo di plastica globale: nel 2021 il 22% di plastica era riciclabile mentre, nel 2022, siamo passati al 25% di plastica riciclabile, con un miglioramento del 3%. Il percorso sulla riciclabilità e sulla circolarità dei nostri materiali ha ancora dei passi e delle sfide importanti da compiere ma siamo determinati a portare avanti il nostro credo.

## PLASTICA RICICLABILE

2021

22%

2022

25% (+3%)

# Utilizzo dell'energia

**Riteniamo che un consumo energetico responsabile sia imprescindibile per un futuro sostenibile.**



L'uso efficiente dell'energia è centrale nella nostra strategia di consumo responsabile delle risorse naturali e della riduzione di emissioni.

Ogni nostro prodotto ha un contenuto intrinseco di energia, determinato dai processi produttivi e di pastorizzazione. Siamo dunque tenuti a prestare grande attenzione al controllo costante di tali consumi e a dedicare impegno alla loro ottimizzazione e riduzione.

Investiamo nella modernizzazione dei nostri impianti produttivi e nell'implementazione di nuove tecnologie per migliorare l'efficienza energetica in produzione. **Un importante studio, frutto della stretta collaborazione tra i nostri tecnici e i partner esterni, ha prodotto quelle che oggi sono le più efficienti macchine sul mercato per la produzione di pasta fresca ripiena con bassi consumi energetici, produttività triplicata rispetto al benchmark di mercato, riduzione degli scarti di**

produzione e dimensioni ridotte. Inoltre, negli anni, gli investimenti hanno compreso l'installazione di pastorizzatori ad alta efficienza, l'installazione di sistemi di recupero del calore, l'ammmodernamento di bruciatori e l'installazione di caldaie ad alte prestazioni.

Per un'azienda energivora come la nostra è fondamentale effettuare periodiche diagnosi energetiche che ci permettono di fotografare lo stato del nostro percorso e di fermarci a riflettere e studiare soluzioni e investimenti per il miglioramento continuo dell'utilizzo dell'energia nei nostri processi. Le fonti rinnovabili di energia giocano per noi un ruolo centrale nella strategia di approvvigionamento: **tutti i nostri 6 impianti in Europa acquistano energia elettrica proveniente esclusivamente da fonti rinnovabili con certificati di garanzia di origine.** A livello globale il 64% dell'energia elettrica acquistata proviene da risorse rinnovabili certificate.

## CONSUMI ENERGETICI TOTALI DELL'ORGANIZZAZIONE (GJ)

	2020	2021	2022
Gas naturale	667.246	738.957	868.949

Carburanti (gasolio e benzina)	14.308	15.744	16.265
--------------------------------	--------	--------	--------

## Energia elettrica acquistata

	2020	2021	2022
Proveniente da fonti non rinnovabili	336.421	137.125	156.405
Proveniente da fonti rinnovabili	29.318	258.312	275.327

con garanzia di origine

## Intensità energetica GJ/tons

	2020	2021	2022
Intensità energetica GJ/tons	6,09	5,84	6,33

Intensità energetica calcolata come: consumi energetici/quantità di prodotto finito

# 64%

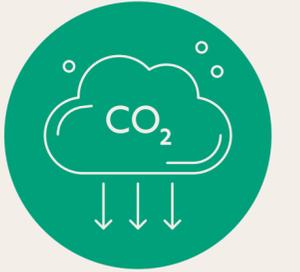
**DELL'ENERGIA ELETTRICA ACQUISTATA A LIVELLO GLOBALE PROVIENE DA FONTI RINNOVABILI CERTIFICATE CON GARANZIA DI ORIGINE**

# 100%

**DELL'ENERGIA ACQUISTATA NEGLI IMPIANTI IN EUROPA PROVIENE DA FONTI RINNOVABILI**

# Emissioni

**Siamo consapevoli del nostro ruolo nel percorso di decarbonizzazione e per questo lottiamo contro il cambiamento climatico.**



La misura e la riduzione delle emissioni hanno un ruolo centrale nella lotta al cambiamento climatico, contribuendo a ridurre i rischi su tutta la catena del valore.

In Rana siamo consapevoli che ogni nostra scelta ha un impatto sul mondo che ci circonda e che l'industria gioca un ruolo chiave nel percorso globale di decarbonizzazione e nel raggiungimento degli obiettivi stabiliti dall'Accordo di Parigi.

Questo percorso è in costante evoluzione ed è fondamentale supportarlo con tempestività e con dati affidabili. Abbiamo dunque calcolato le nostre emissioni secondo gli standard internazionali EPA, IPCC e GHG.

**Attraverso l'utilizzo di energia pro-**

**veniente da fonti rinnovabili siamo riusciti a diminuire del 41% le nostre emissioni indirette rispetto al 2020.** Inoltre, grazie all'innovazione e all'efficientamento di processo, abbiamo ottenuto una **diminuzione dell'intensità carbonica del 21%, sempre rispetto al 2020.**

Il nostro percorso, però, è ben lontano dall'essere finito, anzi siamo solo all'inizio. I principi di sostenibilità ambientale guidano le nostre scelte e la direzione dei nostri investimenti. Ci proponiamo di effettuare un'analisi della nostra catena del valore per quantificare le emissioni su cui siamo indirettamente responsabili e di collaborare con i nostri fornitori per disegnare soluzioni a ridotto impatto carbonico.

	UNITÀ DI MISURA	2020	2021	2022
<b>Scope 1</b>				
Fonti di combustione fisse	t CO <sub>2eq</sub>	33.590	37.201	43.745
Fonti mobili	t CO <sub>2eq</sub>	970	1.065	1.097
Gas refrigeranti	t CO <sub>2eq</sub>	3.530	3.189	3.611
<b>Totale Scope 1</b>	t CO <sub>2eq</sub>	38.090	41.454	48.452
<b>Totale Scope 2 (Market-based)</b>	t CO <sub>2eq</sub>	32.919	17.118	19.524
<b>Totale emissioni</b>	t CO <sub>2eq</sub>	71.009	58.572	67.977
<b>Intensità carbonica</b>	t CO <sub>2eq</sub> /tons 0,41		0,30	0,33

Intensità carbonica calcolata come: emissioni gas effetto serra/quantità di prodotto finito

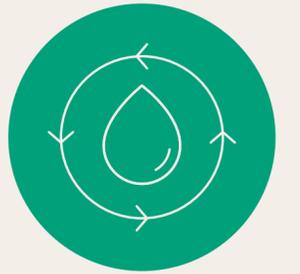
# -41%

**RIDUZIONE DELLE EMISSIONI  
INDIRETTE  
RISPETTO AL 2020**

# -21%

**RIDUZIONE DELL'INTENSITÀ  
CARBONICA DEL GRUPPO  
RISPETTO AL 2020**

# Impiego delle risorse idriche



**Poniamo grande attenzione all'utilizzo di acqua nei nostri processi produttivi e miriamo a ridurre costantemente i consumi.**

L'acqua è un bene limitato, tra i più preziosi per il sostentamento della vita, che deve essere tutelato per il benessere comune.

Nei nostri impianti l'acqua è principalmente utilizzata per il lavaggio delle macchine, garantendo i più alti e rigorosi standard igienici, e per i processi di pastorizzazione che assicurano la sicurezza del prodotto finale. In tutti i nostri stabilimenti nel mondo, le operazioni di prelievo e scarico dell'acqua sono effettuate nel pieno rispetto dell'ambiente e delle regolamentazioni locali. I punti di prelievo variano da stabilimento a stabilimento. In Italia e in Belgio l'acqua impiegata viene prelevata principalmente da pozzi e in quota minoritaria dagli acquedotti, mentre negli Stati Uniti l'acqua proviene dal Lago Michigan. Una volta utiliz-

zata, la risorsa idrica viene purificata e controllata in modo da avere tutti i corretti parametri per essere scaricata e tornare a essere riutilizzabile.

Consapevoli dell'importanza vitale dell'acqua, non preleviamo o scarichiamo la risorsa da aree a rischio idrico, come definite dal WWF Water Risk Filter Tool. Inoltre, tutta l'acqua prelevata e scaricata è dolce, ovvero con un contenuto di solidi disciolti  $\leq 1.000$  mg/l. In tabella è possibile consultare le informazioni relative all'utilizzo della risorsa idrica per fonte e i consumi del Gruppo Rana negli anni 2020, 2021 e 2022. Nel 2022 siamo riusciti a diminuire l'intensità idrica dell'8% grazie a una gestione oculata dei cicli di lavaggio e all'ottimizzazione dell'utilizzo dei pastorizzatori.

PRELIEVI, SCARICHI E CONSUMI IDRICI DEGLI IMPIANTI PRODUTTIVI [ML]	2020	2021	2022
<b>Prelievi di acqua per fonte</b>			
Acque di superficie	248	259	309
Acque sotterranee	604	604	728
Rete idrica	304	331	342
<b>Totale prelievi</b>	<b>1.156</b>	<b>1.194</b>	<b>1.379</b>
<b>Scarico di acqua per destinazione</b>			
Acque di superficie	155	218	263
Acque sotterranee	133	121	190
Rete idrica	390	409	394
<b>Totale scarico</b>	<b>677</b>	<b>748</b>	<b>847</b>
<b>Consumo totale acqua</b>	<b>478</b>	<b>447</b>	<b>532</b>
<b>Intensità idrica (ML/tons)</b>	<b>2,78</b>	<b>2,27</b>	<b>2,56</b>

Intensità idrica calcolata come: consumi idrici/quantità di prodotto finito

# -8%

**RIDUZIONE DELL'INTENSITÀ IDRICA RISPETTO AL 2020**

# Gestione dei rifiuti

Siamo guidati da un approccio circolare basato sulla prevenzione e sul riutilizzo degli scarti.



La gestione dei rifiuti in modo responsabile permette un approccio di economia circolare, estendendo la vita delle risorse primarie e riducendo l'impatto umano sull'ambiente.

Nel nostro settore la tematica dei

rifiuti è di fondamentale importanza per lottare contro lo spreco alimentare e in Rana ci prendiamo cura di tutti gli scarti prodotti nei nostri impianti. La nostra filosofia di gestione dello scarto segue una precisa gerarchia: ↓

<b>PREVENZIONE</b> Le nostre linee sono studiate per prevenire la generazione di scarto	<b>RIDUZIONE</b> Quando è impossibile, cerchiamo di produrre meno scarto possibile		
	<b>RIUTILIZZO</b> Valorizziamo gli scarti prodotti dandogli nuova vita		<b>RICICLO</b> I nostri scarti diventano materiale per nuovi prodotti
	<b>RECUPERO</b> I rifiuti vengono trasformati in energia	<b>DISCARICA</b> Smaltimento dei rifiuti in discarica	

RIFIUTI PRODOTTI (tons)	2020	2021	2022
Non pericolosi	16.087	17.975	20.572
Pericolosi	50,8	43,8	38,3
<b>Totale</b>	<b>16.138</b>	<b>18.019</b>	<b>20.611</b>
<b>Di cui destinati a riciclo/recupero</b>			
Non pericolosi	14.345	15.381	17.255
Pericolosi	37	34	34
<b>Totale</b>	<b>14.382</b>	<b>15.415</b>	<b>17.289</b>
<b>Di cui destinati a smaltimento/trattamento</b>			
Non pericolosi	1.742	2.594	3.317
Pericolosi	14	10	5
<b>Totale</b>	<b>1.756</b>	<b>2.604</b>	<b>3.322</b>

# 84%

**DEI RIFIUTI DEL GRUPPO RANA SEGUE IL CICLO VIRTUOSO DEL RICICLO O DEL RECUPERO.**

Giornalmente riceviamo tantissimi ingredienti che sono imballati in materiali protettivi e dunque ogni bancale genera rifiuti. **Fin dall'arrivo delle materie prime gestiamo gli scarti responsabilmente:** i cartoni e la plastica di imballo sono differenziati e spediti a centri di riciclo, mentre i bancali sono riutilizzati per la logistica in uscita o inviati a società di riciclo.

Gli ingredienti vengono combinati e formati per creare il prodotto finito. Durante la formatura della pasta vengono creati numerosi sfridi: abbiamo ideato un sistema automatizzato di recupero per condurli direttamente nelle impastatrici dove diventano nuova pasta pronta per essere formata.

Collaboriamo con società esterne in ogni Paese dove abbiamo impianti produttivi per provvedere al riciclo dei nostri rifiuti di carta e cartone, plastica, metallo e legno. I rifiuti organici dei nostri impianti negli Stati Uniti sono riutilizzati come cibo per animali: nel 2022 abbiamo dirottato 4.658 tonnellate di rifiuti organici dalla discarica verso l'industria del cibo per animali (3.623 tons nel 2021). In Belgio e in Italia, invece, gli scarti organici della produzione sono diretti alla filiera della produzione di biogas: nel 2022 abbiamo fornito 7.223 tonnellate di prodotto organico certificato categoria 3 per la digestione e conversione a biogas (6.707 nel 2021).

# Nota metodologica

Il Bilancio di Sostenibilità consolidato è stato stilato volontariamente da Pastificio Rana S.p.A. ed è redatto con riferimento ai GRI Sustainability Reporting Standards 2021.

I dati e le informazioni presentate si riferiscono all'anno fiscale che inizia il 1° gennaio e termina il 31 dicembre 2022. Sono stati riportati anche i dati comparativi dei due anni fiscali precedenti, quando rilevanti, per mostrare l'andamento della performance del Gruppo

su un arco temporale più ampio.

L'ambito di rendicontazione, in linea con i dati presentati nel Bilancio consolidato al 31 dicembre 2022, include la capogruppo Pastificio Rana S.p.A. e le sue società Rana Nordics AB, Giovanni Rana Uk LTD, Rana France S.a.s, Rana Hispania S.a.u, Mamma Lucia s.a., Giovanni Rana Deutschland GmbH, Rana Meal Solutions Canada INC, Giovanni Rana Suisse AG and Rana USA Inc, che accorpa Rana Real Estate LLC, Rana

Meal Solutions LLC and Rana USA LLC. Il perimetro comprende anche 8 siti produttivi, di cui 5 in Italia, 1 in Belgio e 2 negli Stati Uniti, oltre ai 2 centri logistici. Sono inclusi anche 22 ristoranti situati in Italia e 1 in Germania. (salvo diversamente indicato).

Per maggiori dettagli su obiettivi, indicatori e risultati raggiunti o per commenti su questo documento, è possibile inviare una richiesta a: [sustainability@rana.it](mailto:sustainability@rana.it)



# Indice GRI

Il Gruppo Rana ha rendicontato le informazioni citate in questo indice dei contenuti GRI per il periodo che inizia il 1 gennaio 2022 e termina il 31 dicembre 2022 con riferimento agli standard GRI.

INDICATORE GRI 2021	DESCRIZIONE DELL'INDICATORE	SEZIONE DEL REPORT	
Informativa generale	GRI 2-1	Dettagli organizzativi	
	GRI 2-2	Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	
	GRI 2-3	Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	
	GRI 2-6	Attività, catena del valore e altri rapporti di business	
	GRI 2-7 ❶	Dipendenti	
	GRI 2-8	Lavoratori non dipendenti	
	GRI 2-9	Struttura e composizione della governance	
	GRI 2-10	Nomina e selezione dei massimi organi di governo	
	GRI 2-22	Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	
	GRI 2-28	Appartenenza ad associazioni	
	GRI 2-29	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	
	GRI 2-30 ❷	Contratti collettivi - Benessere delle persone	
	Anticorruzione	GRI 205-2	Comunicazione e formazione su normative e procedure anticorruzione
		GRI 205-3	Incidenti confermati di corruzione e misure adottate
Tasse	GRI 207-1	Approccio alle imposte	

❶ La suddivisione in categoria professionale ed età non è disponibile. Il Gruppo si impegna a integrare nel corso dei prossimi esercizi

❷ Rendicontazione solo in termini qualitativi

# Indice GRI

INDICATORE GRI 2021		DESCRIZIONE DELL'INDICATORE	SEZIONE DEL REPORT	
Marketing ed etichettatura	GRI 417-1	Relativi all'etichettatura e informazioni su prodotti e servizi	Marketing responsabile e trasparente	
	GRI 417-2	Episodi di non conformità concernenti l'etichettatura e informazioni sui prodotti e servizi	Marketing responsabile e trasparente	
	GRI 417-3	Episodi di non conformità concernenti comunicazioni di marketing	Marketing responsabile e trasparente	
Salute e sicurezza dei clienti	GRI 416-2	Episodi di non conformità relativamente agli impatti su salute e sicurezza di prodotti e servizi	Il percorso della qualità	Qualità e sicurezza alimentare certificate
Diversità e pari opportunità	GRI 405-1 <sup>③</sup>	Diversità negli organi di governance e tra i dipendenti	Rispetto e inclusività	
Non discriminazione	GRI 406-1	Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	Rispetto e inclusività	
Salute e sicurezza sul lavoro <sup>④</sup>	GRI 403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza del lavoro	Salute e sicurezza	
	GRI 403-2	Identificazione del pericolo, valutazione del rischio e indagini sugli incidenti	Salute e sicurezza	
	GRI 403-3	Servizi per la salute professionale	Salute e sicurezza	
	GRI 403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori in merito a programmi di salute e sicurezza sul lavoro e relativa comunicazione	Benessere delle persone	
	GRI 403-5	Formazione dei lavoratori sulla salute e sicurezza sul lavoro	Salute e sicurezza	
	GRI 403-6	Promozione della salute dei lavoratori	Salute e sicurezza	Benessere delle persone
	GRI 403-7	Prevenzione e migrazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro direttamente collegati da rapporti di business	Salute e sicurezza	
	GRI 403-8	Lavoratori coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza del lavoro	Salute e sicurezza	
	GRI 403-9	Infortuni sul lavoro	Salute e sicurezza	

<sup>③</sup> La suddivisione in categoria professionale ed età non è disponibile. Il Gruppo si impegna a integrare nel corso dei prossimi esercizi.

<sup>④</sup> Le informazioni si riferiscono agli impianti produttivi del Gruppo Rana in Italia, Belgio e USA.

# Indice GRI

INDICATORE GRI 2021	DESCRIZIONE DELL'INDICATORE	SEZIONE DEL REPORT
Occupazione	GRI 401-1 <sup>5</sup>	Assunzione di nuovi dipendenti e avvicendamento dei dipendenti
	GRI 401-2	Benefici per i dipendenti a tempo pieno che non sono disponibili per i dipendenti a tempo determinato o part-time
	GRI 401-3	Congedo parentale
Formazione e istruzione	GRI 404-1 <sup>6</sup>	Numero medio di ore di formazione all'anno per dipendente
Energia	GRI 302-1	Consumo di energia interno all'organizzazione
	GRI 302-3	Intensità energetica
Acqua ed effluenti <sup>7</sup>	GRI 303-1	Interazione con l'acqua come risorsa condivisa
	GRI 303-2	Gestione degli impatti legati allo scarico dell'acqua
	GRI 303-3	Prelievo idrico
	GRI 303-4	Scarico idrico
	GRI 303-5	Consumo idrico

<sup>5</sup> La suddivisione in categoria professionale ed età non è disponibile. Il Gruppo si impegna a integrare nel corso dei prossimi esercizi.

<sup>6</sup> La suddivisione delle ore medie di formazione in genere e categoria professionale non è disponibile. Il Gruppo si impegna a integrare nel corso dei prossimi esercizi.

<sup>7</sup> Le informazioni si riferiscono agli impianti produttivi di Gruppo Rana in Italia, Belgio e USA. I consumi idrici di uffici, ristoranti e centri logistici sono esclusi a causa dell'irrelevante quantità.

# Indice GRI

INDICATORE GRI 2021	DESCRIZIONE DELL'INDICATORE	SEZIONE DEL REPORT	
Emissioni	GRI 305-1	Emissioni di gas a effetto serra (GHG) dirette (Scope 1)	Emissioni
	GRI 305-2	Emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette da consumi energetici (Scope 2)	Emissioni
	GRI 305-4	Intensità delle emissioni di gas a effetto serra (GHG)	Emissioni
Rifiuti <sup>Ⓢ</sup>	GRI 306-1	Generazione di rifiuti e impatti significativi correlati ai rifiuti	Gestione dei rifiuti
	GRI 306-2	Gestione di impatti significativi correlati ai rifiuti	Gestione dei rifiuti
	GRI 306-3	Rifiuti generati	Gestione dei rifiuti
	GRI 306-4	Rifiuti non conferiti in discarica	Gestione dei rifiuti
	GRI 306-5	Rifiuti conferiti in discarica	Gestione dei rifiuti
Materiali	GRI 301-1	Materiali utilizzati in base al peso o al volume	Sostenibilità degli imballaggi
	GRI 301-2	Materiali di ingresso riciclati utilizzati	Sostenibilità degli imballaggi

<sup>Ⓢ</sup> Le informazioni si riferiscono agli impianti produttivi di Gruppo Rana in Italia, Belgio e USA. La quantità di rifiuti di uffici, ristoranti e centri logistici è esclusa a causa dell'irrelevante quantità.

# RANA

Pastificio Rana S.p.A.  
Via Pacinotti 25  
37057 San Giovanni Lupatoto (VR)  
ITALIA