



CLAI A CIBUS 2024: Pad. 3 - STD A002

## CLAI porta a Cibus la sua proposta di valore e sviluppo sostenibile “dai campi alla tavola”

*La Cooperativa imolese – che comprende anche i brand Zuarina (da pochi giorni diventata “Marchio storico” grazie al riconoscimento del ministero delle Imprese e del Made in Italy) e Faggiola – si presenta a Parma con le sue eccellenze gastronomiche e chef d’eccezione che contribuiranno ad animare l’esperienza dei visitatori allo stand*

*Il direttore Marketing Gianfranco Delfini: “La nostra base sociale costituita da soci allevatori e lavoratori è una gestione partecipata unica in Europa: un valore aggiunto rafforzato dal nostro impegno su carne 100% italiana, expertise dei nostri operatori e controllo della filiera. Così si valorizzano le persone, si promuove la crescita e si propongono prodotti che raccontano di qualità, sostenibilità e passione”*

**Imola, maggio 2024** – A Parma è ormai tempo della nuova edizione di **Cibus** e **CLAI** è pronta ancora una volta a fare la sua parte. Alla 22esima Fiera internazionale dell’agrolimentare, che si terrà nel capoluogo emiliano dal 7 al 10 maggio, la Food company di Imola, attiva nel campo delle carni, dei salami, dei prosciutti e dei prodotti caseari della Romagna-Toscana, sarà presente per **confermare al mercato la sua proposta di qualità** insieme a **Zuarina** (che ha appena conquistato lo status prestigioso di “**Marchio storico**” attribuito dal ministero delle Imprese e del Made in Italy) e **Faggiola**.

*«I visitatori del nostro stand avranno modo di comprendere come uno dei principali valori aggiunti su cui possiamo contare sia la singolare composizione della nostra base sociale – spiega **Gianfranco Delfini**, direttore Marketing CLAI –, che è costituita, fin dalla nascita nel 1962, da soci allevatori e soci lavoratori inseriti in vari ruoli nell’impresa. Una gestione partecipata, unica nel panorama dell’agricoltura europea, che permette di valorizzare i prodotti della zootecnia italiana grazie a una lavorazione artigianale attuata da macellai e salumieri esperti nella trasformazione e produzione di carne, salami e prosciutti della migliore tradizione del nostro Paese».*

Una filiera cooperativa che ha posto la **crescita**, la **valorizzazione delle persone** e lo **sviluppo sostenibile**, dai campi alla tavola, come obiettivi centrali del proprio agire. «*Torniamo a Cibus – prosegue Delfini – per riconfermare al mercato, ancora una volta, la nostra proposta di valore che racconteremo attraverso la qualità dei nostri prodotti, realizzati con carne 100% italiana e la condivisione dei nostri valori. I visitatori troveranno al nostro stand tanti spunti di gusto e una calda accoglienza arricchita dalla presenza di chef d’eccezione come **Max Mascia** e **Max Mariola**».*

A regalare emozioni e tanto gusto nel corso di Cibus, ci saranno dunque anche questi due grandi amici di CLAI, molto apprezzati nel settore. Il primo è chef del Ristorante San Domenico di Imola, due stelle Michelin; il secondo è chef e volto noto di social e tv. Attraverso stili diversi offriranno agli ospiti le loro interpretazioni gourmet dei prodotti CLAI, Zuarina e Faggiola, coniugando piacevolmente gusto e intrattenimento. E per rendere ancora più completa l’esperienza di gusto, saranno presenti anche professionisti proposti



dall'**Associazione Italiana Sommelier Emilia**, che garantiranno il perfetto incontro tra cibo e vino di qualità, come quello della **cantina Tremonti** di Imola.

Presenza di valore sarà anche quella dei **Brand Ambassador CLAI**, operatori che lavorano all'interno delle Macellerie CLAI: banconieri specializzati, dunque, ma anche ragazzi e ragazze che "vivono" la cooperativa ogni giorno, con passione e la voglia di raccontare la loro esperienza lavorativa, i prodotti e i valori della cooperativa di cui fanno parte. Non recitano "lezioni" apprese da altri, ma parlano di persone, **storie e valori che conoscono da vicino**. Sanno dunque andare "oltre" le caratteristiche del prodotto, manifestando una passione genuina che lascia un segno. Alcuni di loro saranno impegnati nella preparazione dei taglieri degustati allo stand, altri si dedicheranno al taglio del Prosciutto Zuarina lunga stagionatura a coltello.

#### **PRODOTTI BUONI CHE FANNO DEL BENE**

A Imola però si convive con un'altra convinzione ben radicata: la bontà di ogni prodotto **deve corrispondere a una generazione di benessere più generale** per la comunità. *«La qualità, la carne 100% italiana, la sicurezza, l'expertise, la massima cura nella gestione della filiera e la valorizzazione del territorio sono elementi fondamentali per noi – prosegue il direttore Marketing –; riteniamo però che il valore di un'azienda si misuri anche sullo spessore dei progetti solidali che riesce a realizzare».*

Per questo motivo nel corso del tempo sono nate diverse iniziative. A partire da quella con **Banco Alimentare**, grazie alla quale sono stati distribuiti ben 1,5 milioni di pasti alle persone in difficoltà nel corso degli ultimi cinque anni. CLAI ha deciso di aderire anche al progetto **We Save & Care**, insieme ad altre aziende di eccellenza nel proprio campo, per promuovere assieme a Banco Alimentare la valorizzazione e condivisione del cibo, insieme a una forte attenzione a evitare ogni forma di spreco.

Un altro bell'esempio è rappresentato dalla collaborazione con **Insieme a te**, un'associazione di volontariato di Faenza che sta realizzando a Punta Marina Terme uno stabilimento balneare completamente accessibile alle persone con gravi disabilità, una realtà di accoglienza e di cura sulla costa romagnola unica in Italia.

#### **SOSTENIBILITÀ ENERGETICA E AMBIENTALE**

La sostenibilità sociale va però di pari passo con quella ambientale. CLAI in tal senso si è impegnata a 360° con la realizzazione di un **impianto di cogenerazione**, nella struttura di Faenza, e uno di **trigenerazione**, che affianca quello a **biogas**, nello stabilimento di produzione di Sasso Morelli. Interventi che permettono di generare energia elettrica e poter disporre di acqua calda ottimizzando le risorse a disposizione e minimizzando l'impatto sull'ambiente.

Inoltre, va ricordato l'intervento **di riforestazione** a Sasso Morelli, che si estende su 62mila metri quadrati sopra i quali sono stati messi a dimora 3.140 piante, alberi e arbusti autoctoni ad alto valore ambientale nell'ambito dell'azienda agricola di proprietà, in prossimità del salumificio CLAI.

#### **CLAI A PARMA CON TANTE SPECIALITÀ**

Non bisogna però dimenticare che a Parma i protagonisti saranno ovviamente i prodotti. CLAI si presenta ancora una volta con un'ampia selezione che risponde alle richieste dettate dai trend presenti sul mercato. Si parte dalle tipicità locali del territorio di CLAI come la classica salsiccia stagionata **Passita di Romagna**, un salame sottile prodotto rispettando l'antica ricetta con le migliori carni magre di suini nati e allevati in Italia. Ci sono poi i bocconcini di salame **Sbuccia e Mangia**, comodi e pratici da gustare in ogni momento della giornata,



e il tradizionale **Contadino**. Lungo anche l'elenco dei prodotti regionali come la **Ventricina**, la **Spianata romana**, la **Sicilianella** e la **Soppressa** che, nonostante il "gap geografico", CLAI riesce a interpretare in termini qualitativi

grazie all'expertise dei suoi specialisti e alla connessione che è stata sviluppata nel corso del tempo con il territorio d'origine.

La richiesta del "free from", ovvero prodotti più naturali, viene soddisfatta da **Imola 1962**, un salame senza conservanti e con una lista ingredienti cortissima che esalta l'alta qualità della carne 100% italiana della Filiera Clai. Si tratta di un prodotto che ha richiesto **un percorso di ricerca di oltre due anni** e che, pur essendo di pezzatura contenuta, ha una stagionatura importante, di almeno otto settimane in celle dedicate.

Un altro salume realizzato per quest'area specifica, uscendo però dal perimetro dei salami, è il **Guanciale**. Anche in questo caso si tratta di un prodotto senza la presenza di alcun tipo di conservante e che rappresenta molto bene lo "spirito" della Cooperativa: nasce infatti dalla tradizione e la sua carne – della filiera CLAI, di suini nati e allevati in Italia – è lavorata con pochi ingredienti, una sapiente artigianalità e una stagionatura lenta e dolce di almeno dodici settimane che conferisce al prodotto un sapore unico e un profumo intenso.

Per soddisfare invece le richieste legate ai temi del benessere e della leggerezza, CLAI propone il salame **Bella Festa Light**, che ha il 50% in meno di grassi rispetto a un tradizionale salame Milano. Il particolare processo di stagionatura permette di ridurre la percentuale di grasso, che raggiunge al massimo il 15%, mantenendo inalterato il sapore, del tutto simile a quello dei salami tradizionali.

Tanta attenzione anche nell'ambito dei prodotti da libero servizio. Come il salame da 270 grammi **Sfizioso**, per un momento di piacere in ogni momento della giornata, e l'evergreen **Golosetto**, salamino da 100 grammi che viene proposto sia nell'impasto tradizionale che in quello piccante. Da ricordare anche una rivisitazione delle **salsicce stagionate**, anche in questo caso tradizionali e piccanti, fino all'anticipazione del **nuovo pack della Passita**, novità dell'anno che sarà proposta sul mercato a breve: la rinomata dolcezza della Passita, dunque, in un formato già spellato e pronto all'uso. Una shelf life di 60 giorni per un prodotto che nella confezione sottovuoto mantiene le sue peculiari e apprezzatissime caratteristiche organolettiche.

#### **IN VETRINA ANCHE I PRODOTTI ZUARINA E FAGGIOLA**

A Cibus si ritaglierà uno spazio importante ovviamente anche **Zuarina**, il prosciuttificio di Langhirano rinomato a livello internazionale per la dolcezza dei suoi prosciutti. Un'azienda con una storia che comincia nel lontano 1860 e da sempre legata a capisaldi come la **qualità** e la **valorizzazione della tradizione**. Questi obiettivi sono stati raggiunti grazie all'expertise degli operatori dello stabilimento di Langhirano, affinata nel corso degli anni e tramandata di generazione in generazione. Ed è senz'altro proprio questo, assieme al tempo e alla passione, uno dei punti di forza che permette al prosciuttificio emiliano di ricreare ogni giorno i "sapori di una volta", raggiungendo sempre la massima qualità e conquistando uno spazio ben definito sul mercato all'interno del segmento premium.

A conferire maggior valore alla proposta Zuarina è anche la certezza di poter contare solo su **carni italiane al 100% della filiera di proprietà**. A cui si aggiungono un pizzico di sale, il tocco artigianale nella lavorazione e una stagionatura lenta e paziente che avviene nella cantina interrata dello stabilimento di Langhirano, il luogo ideale per favorire la formazione dei profumi e dei colori che contraddistinguono da sempre le proposte del marchio.

Ancora protagonisti, dunque, anche a Parma i **Prosciutti di Parma Zuarina 24 mesi e 18 mesi**, che nascono da cosce accuratamente selezionate dei migliori suini padani, lavorate poi dalla profonda expertise degli operatori. Al resto ci pensa la lunga stagionatura nella cantina interrata dello stabilimento di Cascinapiano a Langhirano. Il



risultato è straordinario, prodotti di qualità elevata, dal gusto dolce e delicato. Allo stand sarà possibile degustare anche la **Culatta** e il **Fiocco**, un salume tipico dell'Emilia occidentale, in particolare della bassa parmense e di alcune zone della provincia di Piacenza. Questo salume, che si ricava **dalla parte più magra della coscia** posteriore del suino, nel caso di Zuarina è costituito da carne 100% italiana di alta qualità e ha una stagionatura particolarmente lenta, **almeno otto mesi**. Il sapore è dolce e delicato, associato a un profumo caratterizzato da note fragranti.

A confermare il valore perdurante nel tempo del marchio Zuarina è arrivato nel corso del mese di aprile 2024 anche il riconoscimento di "**Marchio storico**", che viene attribuito dal ministero delle Imprese e del Made in Italy a un ristretto numero di aziende nazionali di eccellenza collegate al territorio nazionale e con una storia lunga almeno 50 anni.

E parlando di artigianalità e territorio non si può fare a meno di ricordare la presenza a Parma anche del terzo brand della Food Company imolese: allo stand sarà possibile degustare infatti anche i **prodotti caseari di Faggiola** che, grazie anche agli interventi di ristrutturazione e ampliamento dell'impianto produttivo di Palazzuolo sul Senio realizzati lo scorso anno, ha potuto rafforzare la sua proposta inserendo nuove specialità nell'assortimento come **la toma di montagna "Quadalto"** o la **caciotta "Goccia al tartufo"**. Il primo è un formaggio semi duro stagionato tre mesi, scioglievole al palato e con un gusto intenso ed aromatico che riporta alla mente i sentori della montagna. Il secondo è invece un formaggio a breve stagionatura, che presenta un impasto fresco e delicato, ideale per esaltare al meglio le qualità del tartufo e lasciare un sapore leggero e non troppo invasivo al palato.

#### IL MAGNIFICO DI ROMAGNA

A Parma ci sarà anche la possibilità di ammirare e degustare il **Magnifico di Romagna**, un salame da ricorrenza di un metro e mezzo per 40 chilogrammi di peso. Rappresenta per CLAI un'ulteriore opportunità di supporto delle attività dei clienti all'interno dei loro store. Esempio in questo caso la partnership con la **Salumeria Paciotti** di Roma, che ha realizzato negli scorsi mesi un evento di degustazione in store capace di generare enorme entusiasmo, con lunghe file di persone desiderose di partecipare. *«Queste forme di collaborazione "su misura" possono nascere solo attraverso un grande desiderio di ascoltare gli input che arrivano dai clienti – racconta Delfini –, la capacità di sintonizzarsi con loro e infine l'expertise necessaria per raggiungere il risultato migliore».*

#### LA COMMUNITY CLAI CRESCE GRAZIE ALLA NUOVA PIATTAFORMA ONLINE

E rientra in questa visione di centralità dell'ascolto attivo anche la nascita della **nuova piattaforma online** CLAI nella quale è stato integrato uno strumento prezioso come **l'e-commerce**. *«Il nostro desiderio è far crescere una grande community, mettendo a disposizione un luogo d'incontro, una sorta di piazza virtuale, in cui siano protagoniste le relazioni. L'e-commerce diventa quindi un'ulteriore possibilità di contatto e interazione tra azienda, consumatori, clienti trade e follower dei nostri canali social»*, chiosa Delfini.

Ufficio Stampa Gruppo CLAI  
Mauro Perego – [mauro.perego@elettrapr.it](mailto:mauro.perego@elettrapr.it) – cell. 393 8188596