



CLAI torna a Cibus e festeggia i 60 anni di attività

All'importante fiera dell'agroalimentare, la Food Company imolese partecipa con il suo bagaglio di entusiasmo, impegno a garantire sempre la qualità, rispetto per la filiera e il consumatore. Sia con i prodotti CLAI che con quelli dei brand Zuarina e Faggiola, si confermano valorizzazione del territorio e attenzione alla sostenibilità



Il padiglione CLAI a Cibus 2022 (Foto © Enzo Radunanza).

Taglio del nastro stamattina per la nuova edizione del **Cibus di Parma**, la Fiera internazionale dell'agroalimentare che prosegue nel quartiere fieristico fino al 6 maggio.

Già dalle prime ore si è riscontrata una buona affluenza di visitatori, giornalisti, blogger e – soprattutto – di addetti al settore per i quali l'evento emiliano rappresenta l'occasione di concludere nuovi affari e di riaffacciarsi al mercato con le proprie novità, dopo due anni di sofferenza emotiva e commerciale.

CLAI a Cibus 2022 festeggia i 60 anni di storia

Tra gli espositori non poteva mancare **CLAI**, la **Food Company di Imola** che comprende anche i marchi [Zuarina](#) e [Faggiola](#). Durante la pandemia, il Gruppo non ha mai smesso di far sentire la propria vicinanza ai consumatori portando sulle loro tavole sempre qualità e genuinità dei prodotti, due peculiarità che hanno contraddistinto tutti i **60 anni di storia della cooperativa emiliano-romagnola**.

Un successo che nasce innanzitutto dal **rispetto verso le persone**, che siano i **soci che allevano suini e bovini da carne** o i soci lavoratori, inseriti in vari ruoli nell'impresa, che vengono formati fin da giovani, nonché accompagnati e gratificati per il contributo che danno alla valorizzazione dei prodotti.



Alcuni dei prodotti CLAI presentati a Cibus 2022 (Foto © Enzo Radunanza).

Una **lavorazione artigianale di alto profilo**, unita a un controllo rigoroso dell'intera filiera, ha fatto sì che in oltre mezzo secolo si instaurasse un rapporto di fiducia con i consumatori. Questi, con i salumi CLAI, sono cresciuti e fanno crescere i propri figli.

«Questo legame – ha dichiarato **Pietro d'Angeli**, Direttore Generale CLAI – si fonda sulla qualità di carni italiane al 100%, sull'innovazione e sul pieno supporto al cliente che si è sempre sentito al sicuro. Da non trascurare anche la valorizzazione del territorio e l'attenzione alla sostenibilità, temi oggi sempre più sensibili».



Pietro d'Angeli, Direttore Generale CLAI (Foto © Ufficio stampa).

I salami CLAI: genuinità e territorialità

A commentare con entusiasmo la presenza di **CLAI al Cibus 2022** è anche **Gianfranco Delfini**, Direttore Marketing CLAI che ha ricordato l'ampiezza della gamma di prodotti **CLAI** e **Zuarina** e di quanto il **Cibus** rappresenti un momento fondamentale per creare nuovi contatti internazionali e consolidare quelli già in portafoglio.

«Torniamo al Cibus carichi di energia e felici del movimento che abbiamo visto già dalle prime ore della giornata, con visitatori italiani e stranieri. – **ha dichiarato Gianfranco Delfini** – Il nostro impegno è quello di lavorare per offrire sempre il massimo della qualità e della genuinità, senza trascurare le esigenze dei consumatori che, ovviamente, si evolvono negli anni. A tale scopo, abbiamo investito in ricerca e sviluppo per proporre **salumi naturali e light** come **Imola 1962**, un salame senza conservanti e con una lista ingredienti cortissima. L'obiettivo che ci eravamo prefissati, e che abbiamo raggiunto, era quello di un prodotto che avesse le stesse caratteristiche del salame fatto in casa. Con il **Bella Festa Light**, invece, abbiamo assecondato la richiesta di leggerezza e benessere creando un **salame con il 50% in meno di grassi** rispetto a un comune salame Milano. Il suo particolare processo di stagionatura permette di ridurre la percentuale di grasso, mantenendo inalterato il sapore».



Gianfranco Delfini, Direttore Marketing CLAI (Foto © Enzo Radunanza).

Sempre tra i salami, si confermano quelli più storici di CLAI, dal **Salame Contadino** al **Campagnolo** fino alla **Salsiccia Passita**. Inoltre, la Cooperativa di Imola rivolge uno sguardo anche alla tradizione di altre regioni, proponendo salami meridionali come **O'solemio**, la **Ventricina** e la **Spianata** o la **Soppressa** e il **Padano**, che si collocano invece più a Nord.



Gli affettati CLAI e Zuarina (Foto © Enzo Radunanza).

Zuarina di Langhirano: Prosciutto di Parma dal 1860

Il ricco assortimento di CLAI comprende anche il percorso legato al **Bio con Zuarina**, il salumificio di Langhirano (parte anch'esso della Food Company) che conta una più che secolare esperienza nell'antico "saper fare" il Prosciutto di Parma.

Prosciutto crudo e culatta che, insieme ad altre referenze, sono un'autentica carezza per il palato e che esprimono pienamente le peculiarità artigianali e culturali del territorio di origine.



Posciutto di Parma Zuarina, di Langhirano (Foto © Enzo Radunanza).

«I Salumi CLAI hanno il merito di essere ottimi tanto per un panino informale che per un pranzo più o meno importante fino ad essere diventati ingredienti eletti per l'alta cucina. – conclude **Gianfranco Delfini** – A dimostrazione di ciò, durante Cibus, abbiamo invitato nel nostro stand due chef importanti come **Max Mascia**, del Ristorante bistellato San Domenico di Imola, e **Max Mariola**, volto noto di Gambero Rosso e molto attivo sui social. Nei tre giorni, cucineranno piatti particolari utilizzando i prodotti CLAI e Zuarina, coniugando piacevolmente gusto e intrattenimento».

CLAI nel mondo attraverso i brand ambassador

Un contributo importante nel comunicare l'impegno continuo sul versante del servizio e del supporto al cliente è dato dai **Brand ambassador di CLAI**, persone che incarnano profondamente i valori stessi della Cooperativa.

«Si tratta di nostri colleghi – spiega il Direttore generale Delfini – che sono in grado di generare valore raccontando i prodotti e ciò che c'è "dietro", quello che non si vede ma fa una grande differenza perché ha a che fare con la cultura e l'identità aziendali. Le degustazioni in store organizzate per supportare la clientela diventano quindi un momento centrale per promuovere una conoscenza più profonda e vera del nostro

mondo».

Info: www.clai.it

Data di creazione

03/05/2022

Autore

enzo-radunanza