

Prima uscita del nuovo direttore commerciale Gian Luca Bergonzoli

Clai mette in mostra le novità alla fiera Marca di Bologna

Clai ha inaugurato il suo 2023 fieristico con la partecipazione a Marca, il tradizionale appuntamento dedicato alla marca commerciale che si è tenuto a Bologna Fiere il 18 e 19 gennaio. Un'ottima occasione per dare continuità al viaggio solidale di Clai. Si è appena conclusa, infatti, l'iniziativa natalizia portata avanti assieme a Banco Alimentare che ha permesso di distribuire 200mila pasti alle persone più in difficoltà e all'interno della cooperativa imolese si sta già lavorando a un nuovo progetto benefico da attuare nel periodo di Pasqua. Oltre a ciò Clai ha pronte altre due novità. La prima riguarda l'arrivo in azienda di Gian Luca Bergonzoli, manager con importanti esperienze presso primarie aziende del settore agroalimentare diventato nuovo direttore commerciale dell'intero gruppo Clai, che comprende anche i marchi Zuarina e La Faggiola. «Mi fa molto piacere cominciare questo nuovo capitolo della mia vita professionale – sono le prime parole di Gian Luca Bergonzoli, che ha fatto il suo debutto pubblico proprio a Marca –. Quello che vado a ricoprire è un ruolo carico di responsabilità: farò di tutto per soddisfare le aspettative riposte nei miei confronti e contribuire concretamente al progetto di crescita in Italia che Clai sta portando avanti con successo in questi anni».



L'altra novità riguarda invece il versante prodotti. Marca si è rivelata un'opportunità per gli operatori del settore di conoscere da vicino il nuovo Guanciaie stagionato lanciato nello scorso mese di ottobre. Per quanto riguarda più da vicino il tema centrale di Marca, bisogna ricordare che la cooperativa agroalimentare imolese ormai da diversi anni realizza prodotti per la private label (prodotti solitamente realizzati o forniti da società terze), selezionando con grande attenzione e cura le possibilità di dar vita a partnership in grado di generare valore. «Per noi è gratificante constatare che il numero di retail che ci chiedono di collaborare sia in costante crescita – spiega il direttore generale Pietro D'Angeli –. Ciò significa in primis

che la qualità del nostro lavoro viene riconosciuta e apprezzata, e inoltre, non meno importante, che stiamo dimostrando nei fatti di essere un'azienda sana e un partner serio e affidabile. Penso ad esempio agli sforzi notevoli che abbiamo dovuto sostenere negli ultimi mesi per non arretrare di un centimetro sul tema della qualità, anche a fronte di richieste pressanti del mercato. Abbiamo continuato a tenere la barra dritta: carne italiana al 100%, gestione della filiera, lunghe stagionature, l'expertise dei nostri operatori... Tutti elementi integranti della nostra identità e sui quali non possiamo mai scendere a compromessi. Se questo impegno ci è costato la rinuncia a qualche fornitura, non è un problema».