

Dalle carni e i salumi al Prosciutto di Parma Dop

Nuova governance per Clai,
cooperativa agroalimentare
nata nel 1962 ad Imola e

diventata uno dei punti di
riferimento del settore. Il 20
marzo Clai compie 62 anni.
Dall'inizio degli anni 2000, Clai
è entrata nella filiera bovina
creando la più importante
realtà romagnola di
trasformazione e lavorazione

delle carni suine e bovine e dei
salumi, segnando una svolta
importante per il futuro sempre
del gruppo. Risale invece al
2011 l'acquisizione dell'azienda
Zuarina di Langhirano e la
produzione del del Prosciutto
di Parma DOP.

La società agroalimentare di Imola festeggia i suoi 62 anni
e annuncia il rilancio delle attività e il cambio della governance

di **Letizia Magnani**

Cooperativa Clai «Una nuova fase per uno sviluppo sostenibile»

CAMBIARE PER CONTINUARE a crescere, è questo il mantra di Giovanni Bettini (nella foto sopra), presidente di Clai. «Mai come in questi ultimi anni il cambiamento porta con sé un alto grado di incertezza ed ugualmente un carico di possibilità. È per questo che i consumatori si aspettano: valori condivisi, sostenibilità e comprensione delle difficoltà economiche e non economiche». Ecco allora che Clai, cooperativa agroalimentare nata nel 1962 a Imola e diventata uno dei punti di riferimento del settore, accetta il rischio di rifocalizzare la prospettiva di crescita e, partendo dalla propria identità cooperativa, intraprendere nuovi obiettivi di sviluppo, promuovendo una crescita economica inclusiva e sostenibile coniugata con la prospettiva di una innovativa governance aziendale responsabile. Al centro delle iniziative del presidente Bettini del consiglio di amministrazione di Clai c'è una iniziativa di riorganizzazione interna che porta diverse novità. «Il 20 marzo di quest'anno compiamo 62 anni. In questo periodo molto lungo la cooperativa si è sviluppata ed è cresciuta tanto», dice Bettini.

Oggi in Clai lavorano 600 addetti, sono 253 i soci per un fatturato di 354 milioni di euro. Un risultato, che, sottolinea il presidente Bettini «rende ancora più forte il nostro senso di responsabilità e di condivisione degli obiettivi». Per una cooperativa agroalimentare come Clai la tradizionale vicinanza al territorio alimenta una conoscenza ed una comprensione della dinamica dei cambiamenti che rappresenta un fattore distintivo nella lettura della realtà sociale. Ciò significa che un modello tanto originale come quello cooperativo imolese, che mette sempre le persone al centro del suo operare, deve anche saper capitalizzare al meglio l'impegno che viene profuso quotidianamente dalle migliaia di persone che lavorano all'interno della sua filiera, adattandolo alle circostanze e affrontando le discontinuità necessarie per poter muovere l'asticella degli obiettivi, anno dopo anno nella prospettiva di maggior valore. «La competizione è un concetto fondamentale, ma in Clai la interpretiamo spesso in modo alternativo. Qui la sfida è soprattutto con sé stessi: ognuno di noi lavora ogni giorno con l'obiettivo di crescere costantemente, in modo da poter mettere a disposizione dei consumatori le sue migliori capacità, esperienze ed entusiasmo per realizzare prodotti

UN FATTURATO CHE SUPERA I 350 MILIONI

Il fatturato di Clai ammonta a 354 milioni di euro, la cooperativa conta 253 soci e 600 fra dipendenti, collaboratori e addetti. La cooperativa, nata a Imola, è uno dei principali player del settore. Nel 2020 l'azienda ha avviato un decisivo corso di rebranding, il percorso di trasformazione è stato portato avanti insieme ai soci e a contributi esterni fondamentali come quello del brand-designer Rob Janoff, ideatore della mela di Apple



straordinariamente buoni e di qualità. I risultati sul mercato sono la conseguenza del nostro approccio al lavoro, non il nostro obiettivo privilegiato». Ed è proprio in questa ottica che va considerato il percorso della cooperativa nel nuovo millennio, che si è rivelato denso di cambiamenti e novità. A partire dall'inizio degli anni 2000, quando Clai entra nella filiera bovina e crea la più importante realtà romagnola di trasformazione e lavorazione delle carni suine e bovine e dei salumi, segnando una svolta importante per il futuro sempre più nazionale e internazionale del gruppo. Un altro esempio risale invece al 2011, quando l'acquisizione dell'azienda Zuarina di Langhirano dà il via ad un ulteriore processo di ampliamento nel segmento premium, garantito dall'expertise e dall'eccellenza dei processi di produzione del Prosciutto di Parma DOP, dello storico e prestigioso prosciuttificio.

Più recente, nel 2020, l'avvio del decisivo percorso di rebranding necessario a comunicare la crescita interna di valore delle diverse attività. Un viaggio che racconta del percorso di trasformazione portato avanti insieme ai soci e a contributi esterni fondamentali come quello del brand-designer Rob Janoff, l'ideatore della mela di Apple e docente dell'Università di Milano-Bicocca. Ma negli anni Sessanta, quando la cooperativa è nata, era pensabile una crescita come quella raggiunta? «Il pensiero dello sviluppo e della crescita è sempre stato alla base degli obiettivi aziendali, ma con chiaro in testo che crescere doveva significare dare valore ai soci produttori e ai soci lavoro-



LEGAME CON IL TERRITORIO

**«Le nostre radici sono a Imola
La responsabilità sociale condivisa
e i risultati economici ci aiutano
ad essere moto di sviluppo
economico, sociale e ambientale»**

ratori, a tutti i nostri collaboratori e anche al territorio. In quegli anni si discuteva spesso sul tema dell'efficienza, in realtà il modello economico cooperativo è quello che dà maggiori vantaggi e a noi ne ha dati, perché il risultato economico ti consente di operare sulla redistribuzione del valore, sulla crescita dell'occupazione e lo fai con una responsabilità sociale condivisa». Essere operatori, insomma, fa la differenza anche oggi, in un mondo nel quale le sfide sono sempre più grandi.

«Le nostre radici - ricorda ancora Bettini - sono a Imola, dove il 70% della popolazione è legata alla cooperazione e le imprese operano abitualmente sui mercati nazionali ed internazionali. Naturalmente la responsabilità sociale condivisa e i risultati economici ci aiutano ad essere moto di sviluppo economico, sociale e anche ambientale. Perché il nostro è un settore che su tecnologia e tradizione, cioè il saper fare degli agricoltori, si giova il futuro e i giovani ci dicono chiaramente quale deve essere il nostro primo impegno, l'ambiente. Ovvero prendersi cura del creato e lasciarlo possibilmente migliore». Un impegno, questo, che in Clai, è parola d'ordine da sempre, perché le cose si possono fare bene o male, serve lo stesso tempo, ma farle bene è un vantaggio per tutti, lavoratori, soci, territorio, ambiente, consumatori. «Ogni passaggio importante della cooperativa è sempre stato fatto con l'obiettivo di proiettare nel futuro Clai e la sua comunità di riferimento», aggiunge Bettini. E dunque, le decisioni sostenute dalla governance Clai hanno sempre concorso a ridisegnare in modo originale il fare impresa cooperativa. A partire da temi importanti, come l'innovazione tecnologica, trasferita ai prodotti e le scelte di sviluppo nell'ambito dell'area commerciale, ma anche l'equilibrio con la tradizione e con la cura del buono che fa anche bene.