

ECONOMIA**IL MARCHIO CHE CAMBIA**

ANCHE IL LOGO DELL'AZIENDA, PACKAGING E COMUNICAZIONE SARANNO MODIFICATI: CON OGNI PROBABILITÀ DUNQUE VERRÀ ACCANTONATO ANCHE L'ORMAI NOTO 'MAIALINO'

Clai si rinnova tra social e gusto

La coop agricola 'arruola' blogger e potrebbe dire addio al maialino

MA IL MARCHIO con il maialino rimane? Chissà... La Clai, la cooperativa agricola che lavora e vende carne di qualità ormai in tutta Italia, sta spingendo sull'acceleratore dell'innovazione – anche dal punto di vista del marketing – che insieme alla tradizione costituisce il nerbo della realtà di Sasso Morelli sulla breccia ormai dal lontano 1962. La notizia della revisione del logo è emersa durante un incontro che la grande cooperativa ha avuto con i rappresentanti della stampa locale. Fra tradizione e innovazione, chiacchierando con i vertici della società, si è appreso che la Clai ha intenzione di lavorare molto sul lato social del marketing. E quindi sono stati 'reclutati' 13 blogger (12 donne e un papà, come definito dal direttore del marketing Gianfranco Delfini) che hanno ognuno un seguito (i follower) in altrettanti territori, in Rete. Poi anche nel 2018 ci saranno i video freschi e spigliati di Erica Liverani e Lorenzo De Guio, incentrati sui prodotti della Clai, che hanno totalizzato sul web ben 800mila visualizzazioni. In altre parole, nella grande corrente del riscoperto amore per il buon cibo, la Clai naviga a gonfie vele, e ha tutte le intenzioni di toccare lidi lontani. Ed ecco che partendo dal successo di Clai Gourmet, che nel 2017 ha toccato diverse regioni italiane in location di qualità per diffondere cibo di qualità, la coop ha deciso di ripetere l'esperienza. Con gli chef dei locali scelti, saranno messe a punto delle ricette da riproporre poi ai clienti nei successivi due-tre mesi. «Siamo soddisfatti di questa iniziativa – ha detto Delfini –. Raccontiamo le caratteristi-



Da sinistra, il presidente di Clai Giovanni Bettini e il direttore generale Pietro D'Angeli

che dei nostri prodotti in zone dove la Clai non è conosciuta. L'obiettivo è la crescita». Gli eventi di questo tour saranno divisi in pre-estate e post-estate. Post-estate partirà il mini-tour che lancerà il nuovo posizionamento della Clai sul mercato, ovvero si partirà con il marchio rinnovato. Maialino sì o no? Nessuno si è sbottonato, ma la revisione comprenderà anche il mood grafico, il packaging, la comunicazione. Difficile a questo punto credere che non cambi anche il marchio. «A inizio ottobre a Bologna presenteremo le novità – ha detto il

direttore generale di Clai, Pietro D'Angeli –. Vogliamo portare la Clai all'attenzione nazionale e diventare top player ai vertici del mercato». Un obiettivo di alto livello, ritenuto possibile dai vertici della coop anche sulla base dei numeri della cooperativa agricola: fatturato 2017 a quota 261 milioni, in crescita rispetto ai 235 del 2016 (e lo sviluppo c'è stato anche durante la crisi che sta terminando ora). I dipendenti sono 495 (età media 43 anni), i soci 288 (divisi in parti uguali tra allevatori e soci-lavoratori). Gli investimenti in corso a Sasso Morelli da due an-

ni comporteranno una spesa di 17 milioni di euro, e altri 10 stanno per essere spesi sullo stabilimento di Faenza. In più, è costato un milione sistemare il prosciuttificio Zuarina, un'eccellenza del Parmense, sito produttivo ora tutto di proprietà della Clai. «Non delocalizzeremo mai – ha sottolineato D'Angeli –. C'è spazio per crescere in Italia e necessità di andare sui mercati esteri». «Noi abbiamo fiducia nel futuro – ha chiosato il presidente Giovanni Bettini – e crediamo in una crescita costante».

ma. mar
© RIPRODUZIONE RISERVATA

**IN BREVE****Progetti gourmet**

CLAI Gourmet nel 2017 ha riscosso un grande successo, perciò tornerà quest'anno. «Con questa iniziativa – spiega il direttore marketing Gianfranco Delfini (foto) – raccontiamo i nostri prodotti in zone dove Clai non è conosciuta»

**Masterchef**

HANNO già totalizzato 800mila visualizzazioni i video girati per Clai dalla Masterchef Erica Liverani (foto) con il collega e compagno – conosciuto proprio durante la trasmissione – Lorenzo De Guio

**PREMIO** PROGETTO SELEZIONATO DA INNOVAMI

Il videogioco Tommi aiuta i bimbi malati E vola fino in Texas

È VOLATO in Texas Tommi, il progetto vincitore del premio Nidi - Nuova idea d'impresa 2017 di Innovami, incubatore d'impresa con sede in città alla continua ricerca di idee innovative da accompagnare nella crescita. Tommi è un videogioco ideato dall'impresa romana Softcare Studios, ed è stato protagonista del programma internazionale di accelerazione del Texas Medical Center, il più grande centro medicale al mondo, con circa 5 milioni di pazienti all'an-

no. Il suo Innovation Center, tra 200 progetti candidati, ha scelto di investire solo 24, tra cui appunto Tommi, videogioco in realtà virtuale dedicato ai piccoli pazienti oncologici per alleviarne paura e ansia.

ALCUNI membri della startup, unica italiana ammessa, sono quindi volati a Houston e lì rimarranno fino a giugno, per sviluppare la loro strategia di mercato ed estendere la rete di ospedali in cui



eseguire i test per il gioco: pensato oggi per pazienti di 8-13 anni, potrebbe infatti estendersi a malati di ogni età, e diventare un dispositivo utile per raccogliere dati sui pazienti e sugli effetti della cura. «Un ambito al quale stiamo lavorando con intensità – racconta Va-

lentino Megale, uno dei fondatori di Softcare Studios e specializzato in neurofarmacologia – è quello della raccolta e analisi di dati sulle performance psicomotorie dei pazienti, che con Tommi servono a migliorare il monitoraggio dei pazienti da parte dello staff medi-

co. Rendere più efficace la terapia significa ridurne i tempi, con un impatto positivo sui costi a carico di pazienti e sistema sanitario».

IL PERCORSO, con i fondi già concessi da Innovami con il premio Nidi, contribuirà ad accelerare la distribuzione di Tommi, prevista entro il 2018. Al termine dell'esperienza in Texas, per il videogioco si sta già delineando un nuovo progetto a Imola, studiato da Innovami con una realtà del territorio.

Nel frattempo, sono aperte fino al 26 aprile le iscrizioni per il premio Nidi 2018, che cerca progetti promettenti da far sviluppare all'interno di Innovami oppure – novità – all'interno di aziende già affermate alla ricerca di partner per lo sviluppo. Quest'anno il premio ammonta a 35mila euro (tra riconoscimenti in denaro e in servizi), cui si aggiungono i mille messi in palio da Tampieri srl per il premio speciale 'Automazione e Industria 4.0'.

© RIPRODUZIONE RISERVATA