

■ **CREMONA** Chicago ha fatto da cornice a uno degli appuntamenti più attesi dal settore del private label, il PLMA 2025, tenutosi dal 16 al 18 novembre al Donald E. Stephens Convention Center. In questa kermesse internazionale, Oleificio Zucchi è stata protagonista all'interno della 'Collettiva Italiana', accogliendo operatori e professionisti nel padiglione Food per presentare la sua completa gamma di oli destinati alle Private label, definite anche 'marche private', ovvero quelle commerciano pro-

Private label L'oleificio Zucchi nelle vetrine internazionali

dotti che riportano sull'etichetta il marchio del distributore (supermercato) invece di quello dell'azienda che li ha prodotti.

Alessia Zucchi, amministratore delegato e presidente dell'azienda, ha commentato l'importanza strategica della partecipazione. «Con oltre 60 an-

ni di esperienza come copacker per le Private label italiane ed estere, abbiamo maturato e sviluppato un know-how unico e una profonda conoscenza del mercato. Questa esperienza si traduce oggi in un impegno costante nella promozione della cultura dell'olio e nella valorizzazione delle eccellen-

ze del made in Italy, principi che abbiamo portato con noi anche a PLMA».

La fiera di Chicago si è confermata un appuntamento fondamentale per l'azienda, che ha avuto l'opportunità di presentare al mercato nordamericano la sua ampia gamma di oli e, allo stesso tempo, di raf-



Alessia Zucchi

forzare il suo ruolo di partner consulenziale.

«La missione di Oleificio Zucchi, costruita su trasparenza e sostenibilità lungo l'intera filiera produttiva, è stata al centro della nostra proposta. Valori che sono parte integrante della strategia di sviluppo internazionale e che, in occasione della fiera, sono stati presentati al pubblico insieme ai prodotti. L'azienda ha così messo in luce i suoi principi distintivi: una tracciabilità rigorosa e un'attenzione meticolosa alla qualità».