

Imprese Oleificio Zucchi rafforza la sua squadra

Team dirigenziale potenziato per accelerare la crescita. Fatturato 2021 di oltre 265 milioni

■ **CREMONA** Oleificio Zucchi, forte dei risultati raggiunti nell'ultimo quinquennio – una crescita superiore al 30% e un fatturato 2021 di oltre 265 milioni di euro –, ma anche consapevole delle nuove sfide del periodo attuale, rafforza il proprio team dirigenziale con figure di grande esperienza, che permetteranno all'azienda di imprimere una forte accelerazione nel percorso di sviluppo intrapreso e migliorare la capacità di rispondere ed anticipare le esigenze di mercato, attraverso una maggiore focalizzazione per aree di business.

Sotto la guida di **Giovanni Zucchi**, che da gennaio 2022 è tornato a ricoprire il ruolo di amministratore delegato raccogliendo il testimone dalla sorella **Alessia**, fanno il loro ingresso in azienda tre manager con oltre vent'anni di esperienza nel settore olivicolo e agroalimentare. Si tratta di **Roberto Lion**, con una grande esperienza manageriale in importanti realtà industriali nel settore Food&Beverage, ed esperto nella gestione di mercati nazionali ed internazionali, sia retail che horeca, che assume il ruolo di direttore esecutivo; di **Francesco Tabano**, con comprovata competenza e un profondo know-how del settore maturati in primarie aziende italiane del mercato oleario, che assume il



Roberto Lion



Francesco Tabano



Stefano Vezzani



Diego Ghisoni



Mariella Cerullo

ruolo di direttore della Divisione Consumer; e di **Stefano Vezzani**, che porta in Oleificio Zucchi la sua profonda conoscenza nello sviluppo e gestione del mercato nazionale del consumo fuoricasa diventando direttore Canale Out of Home Italia. Inoltre, **Diego Ghisoni**, già direttore Trade, viene nominato direttore Divisione HPL Olive Oil Bulk, con l'obiettivo di dare un ulteriore sviluppo alla già consolidata e riconosciuta presenza dell'azienda negli oli sfusi destinati alla produzione alimentare, nonché di garantire un forte presidio di alcune fra le più importanti marche private. «La nuova struttura – spiegano i vertici dell'azienda – avrà il compito di portare avanti la strategia di sviluppo aziendale che, partendo dal forte patrimonio di qualità e sostenibilità lungo tutta la filiera di cui l'azienda ha fatto da tempo il principale asset strategico, prevede di rafforzare e sviluppare ulteriormente la presenza e il posizionamento di Oleificio Zucchi su tre aree di business».

Nelle marche private per cui produce già diverse linee MDD per le varietà degli oli da olive e da semi, nel forte sostegno al marchio Zucchi, con un approccio innovativo nella Grande Distribuzione e nel settore Fuori Casa, e infine nello sviluppo della vendita dell'extravergine come ingrediente per l'industria agroalimentare.

«Questi nuovi ingressi ci permetteranno di raggiungere obiettivi sempre più sfidanti e risultati strategici all'interno di un percorso condiviso, che ha lo scopo di garantire la solidità aziendale e rafforzare il brand» dichiara l'ad Giovanni Zucchi. Infine, a completamento e sinergia con la nuova organizzazione, **Mariella Cerullo**, a tutt'oggi Corporate Communication & Public Affairs Director, assume anche il nuovo ruolo di direttore Marketing.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Wine Week Provolone in vetrina

Il Valpadana Dop sponsor e grande protagonista della rassegna milanese



■ **CREMONA** Torna nel capoluogo lombardo la Milano Wine Week, con un ricco palinsesto di eventi, masterclass e degustazioni che quest'anno vedrà anche il gusto e versatile Provolone Valpadana DOP tra i protagonisti della kermesse. Dal 12 al 16 ottobre, dalle 11 alle 21, il Consorzio di Tutela sarà presente all'evento con un proprio desk dedicato, all'interno dell'Enoteca MWW, in una delle più belle corti private meneghine, quella di Palazzo Serbelloni, al cui interno, in

un'area di 1100 metri quadrati, sorgerà una vera e propria wine-court in cui si svolgeranno contemporaneamente attività di degustazione e intrattenimento. Il Provolone Valpadana DOP, protagonista della campagna triennale «Choose your taste, sweet or spicy, only from Europe», è un formaggio che ben si armonizza, nelle sue versioni dolce e piccante, con diverse tipologie di vino: dagli spumanti metodo classico, ai bianchi di media e buona struttura sino ai rossi gio-

vani, medi e più strutturati. Presso il desk dedicato, sarà possibile degustare il prodotto nella sua purezza e nelle sue mille sfaccettature. Sfruttando l'esperienza degustativa di Vinhood, giovane ed innovativa start up. Supporteranno la campagna promozionale dedicata al prodotto, una video intervista del presidente del Consorzio di Tutela, **Libero Stradiotti**, e contenuti social realizzati da 4 influencer del settore.

© RIPRODUZIONE RISERVATA