Oleificio Zucchi: cambiano marchio e pack e arrivano nuovi prodotti

oleificiozucchi-nuovagammaoliva-cibus-fa487bcb

Cattura di schermata (81)Oleificio Zucchi, storica azienda cremonese specializzata nella produzione di oli di oliva e oli di semi a marchio proprio e nella fornitura di marche private, lancia un articolato progetto legato al proprio marchio, totalmente rinnovato nell'immagine e nell'offerta. Per perseguire i suoi ambiziosi obiettivi di crescita e internazionalizzazione, Oleificio Zucchi ha infatti lavorato sull'identità del brand Zucchi. Ma non solo. L'azienda ha anche ampliato gli assortimenti delle gamme negli oli di oliva, di semi e aceti, appositamente declinati per il canale della grande distribuzione e dell'Ho.Re.Ca.

In dettaglio, il primo e più rilevante fronte di intervento ha riguardato la nuova gamma oliva a marchio Zucchi, il cui logo e il cui pack sono stati ridefiniti sulla scorta del concept "profumi dell'ulivo". La linea, ben rappresentata dal claim "Nasce l'olio che si sceglie a occhi chiusi", è composta dai classici Extravergine di oliva, dall'Olio di oliva e dall'Olio di sansa, cui si aggiungono un Extravergine di oliva Dolce Fruttato, un Extravergine biologico e i due "top di gamma" Extravergine 100% italiano ed Extravergine 100% italiano biologico. E questo senza dimenticare un'ampia linea di nuovi oli aromatizzati, condimenti a base di olio extra vergine di oliva aromatizzati al peperoncino, al tartufo bianco, al limone, all'arancia, solo per citarne alcuni.

A fianco degli oli di oliva si sono collocati poi quelli della linea di semi, composta da oli di girasole, mais, soia, arachide e prodotto per friggere. E a questi si aggiungano gli oli di semi biologici (girasole, mais, lino e prodotto per friggere) e gli oli di semi "speciali" (zucca, sesamo, avocado, vinacciolo) che permettono di esplorare nuove soluzioni culinarie puntando sulle caratteristiche nutrizionali dei semi.

Infine, la rinnovata offerta a marchio Zucchi non ha mancato neppure di coinvolgere la gamma degli aceti: di vino bianco e rosso, di mele e balsamico di Modena IGP.

L'azienda ha dunque deciso di puntare con forza sul marchio "Zucchi", sinonimo di qualità, affidabilità e sicurezza maturate in oltre 200 anni di attività del settore dell'olio. Il lancio del nuovo logo Zucchi, lo sviluppo dell'assortimento, il posizionamento delle gamme e il progetto grafico sul packaging rivestono insomma un ruolo di rilievo: sono un segnale forte di cambiamento, di evoluzione e di slancio verso il futuro. Ma sono anche un modo efficace per rivolgersi a consumatori di tutto il mondo, diversi per abitudini alimentari e conoscenze culturali dell'olio.

Come detto, la ridefinizione di logo, pack e offerta di prodotti - voluta dalla famiglia oggi rappresentata da Vito, Giovanni e Alessia Zucchi (rispettivamente Presidente CEO e CFO/Responsabile relazioni esterne) - costituisce un passaggio funzionale a una più ampia strategia di internazionalizzazione dell'azienda che passa anche da una più assidua partecipazione alle grandi fiere mondiali dell'agroalimentare. Prova ne è il fatto che l'azienda ha recentemente preso parte al Plma, al Food Hospitality World di Bangalore e al Cibus di Parma.

Attraverso queste vetrine Zucchi ha quindi potuto promuovere in modo ancora più efficace una ricca offerta di prodotti, frutto di una precisa strategia aziendale: per più di sei generazioni il filo conduttore posto alla base di ciascuna scelta è infatti stato rappresentato da trinomio Ambiente, Etica e Qualità, principi cardine della politica aziendale e di tutte le attività dell'Oleificio. L'azienda cremonese ha del resto da sempre investito in tecnologia e qualità per offrire al consumatore il meglio. Ne sono testimonianza i continui investimenti tecnologici e i riconoscimenti nella certificazione ambientale e di qualità. E' proprio la particolare attenzione all'Ambiente nel quale opera che ha contraddistinto la crescita e il modificarsi dell'azienda. Senza dimenticare il tema della responsabilità sociale d'impresa, fattore "immateriale" di sviluppo economico e sociale, radicato nell'impresa e attento ai bisogni e alle attese che vengono dalla società.

L'Oleificio Zucchi nasce nel 1810 nel lodigiano come attività artigianale a conduzione familiare dedicata all'estrazione di olio da semi per uso alimentare. Nel 1922 viene costruito il primo sito industriale vicino Cremona, che assume progressivamente le dimensioni di una vera e propria fabbrica. Nel 1946, la famiglia Zucchi costituisce l'attuale Oleificio Zucchi SpA e riavvia la produzione dopo i momenti difficili della guerra. Dalla metà degli anni '50, diventa fornitore delle marche commerciali dei principali gruppi della Moderna Distribuzione. Nei primi anni '90, il costante sviluppo dell'azienda ha imposto la necessità di spostare lo stabilimento nell'attuale sede, sull'asta del canale navigabile di Cremona, in un'area di 80.000 mq. Sotto la guida della famiglia Zucchi, impegnata in prima persona nel management, lo stabilimento è stato aggiornato alle più recenti conoscenze tecnico-impiantistiche e riesce così a rispondere costantemente alle esigenze del mercato in termini di qualità del prodotto e di impatto ambientale, con particolare attenzione alla costanza qualitativa del

servizio e alla flessibilità dell'offerta. È di questi ultimi anni un ulteriore importante sviluppo dell'Oleificio: l'introduzione della linea dell'olio d'oliva come naturale completamento della gamma dei prodotti.