Oleificio Zucchi tra gli esempi virtuosi di made in Italy 4.0

zucchi-040b5aab

Covid e lockdown hanno modificato le abitudini degli italiani anche dal punto di vista degli acquisti, portando come mai prima d'ora l'attenzione sulle potenzialità, ma anche le criticità dell'e-commerce. Oleificio Zucchi ha presentato la propria esperienza nel contesto del convegno online "E-commerce: una strada sicura per il made in Italy?", alla presenza del Presidente della Commissione Agricoltura della Camera dei Deputati Filippo Gallinella.

Manuel Sirgiovanni, Direttore Divisione Consumer di Oleificio Zucchi, è intervenuto accanto ai rappresentanti di importanti player dell'e-commerce mondiale per raccontare i momenti che hanno caratterizzato il business della storica azienda cremonese negli ultimi mesi, dal proseguimento delle attività, nel rigoroso rispetto delle norme di sicurezza, agli impatti della pandemia sulle vendite, in particolare online.

"Uno dei nostri punti di forza è la nostra ampiezza di gamma, e abbiamo sempre trovato l'e-commerce un ottimo strumento per valorizzarla e farla conoscere in maniera totalmente trasparente. Durante il lockdown, il nostro sito e i nostri canali social ci hanno permesso di dialogare in maniera semplice e diretta con i nostri consumatori, mettendo a loro disposizione, in pochi click, il prodotto più adatto", commenta **Manuel Sirgiovanni**.

"Questi ultimi mesi hanno sicuramente aiutato a riflettere sull'importanza di un made in Italy 4.0, che possa donare valore alla filiera e a tutti i suoi operatori in un'ottica di completa trasparenza ed accessibilità.Noi di Oleificio Zucchi in questo siamo stati pionieri, grazie al progetto Filiera 4.0 e alla creazione della prima Certificazione di Sostenibilità per l'Olio Extravergine d'Oliva, e siamo convinti che solo proseguendo in questa direzione si possa generare un reale beneficio per il comparto agroalimentare italiano, eccellenza a livello mondiale", aggiunge **Alessia Zucchi**, AD di Oleificio Zucchi.