La produzione Master vola a San Francisco

head9-b5cb0c47

Un inizio d’anno oltreoceano per l’azienda Master, che in questi giorni sta preparando i bagagli per affrontare nei primi giorni del 2016 una delle fiere internazionali più rilevanti per il settore dell’agroalimentare internazionale. Dal 17 al 19 gennaio i prodotti della linea “Mamma Emma”, fiore all’occhiello dell’intera produzione dell’azienda, saranno tra i protagonisti del Winter Fancy Food Show , in scena al Moscone Center di San Francisco. Un evento di fondamentale rilevanza per tutte quelle aziende che desiderano entrare in contatto con il mutevole mercato statunitense e che per l’edizione 2016 annovera tra i partner proprio l’Italia.

MasterIl cibo italiano rappresenta ormai uno standard di eccellenza in America ed anche il consumatore si è fatto più attento alla qualità, al gusto e all’origine dei prodotti che acquista. Nei primi nove mesi del 2015 l’export dell’alimentare italiano negli Stati Uniti è infatti salito del 24% (fonte: ICE New York).

Forti di questo trend in costante crescita, l’azienda Master da anni investe nel mercato americano e anche per il 2016 rinnova la sua presenza al Winter Fancy Food Show, una manifestazione che permette di intrecciare importanti relazioni commerciali a livello internazionale. L’azienda veneta presenterà a buyer e professionisti da tutto il mondo la gamma di referenze “Mamma Emma”: purè e gnocchi di vere patate cotte al vapore con la buccia e passati ad uno ad uno sulla grattugia, come insegna la migliore tradizione gastronomica italiana. La sapiente lavorazione delle materie prime consente di mantenere quel gusto inconfondibile tipico dei veri gnocchi realizzati in casa, vellutati e gustosi, capaci di esaltare perfettamente qualsiasi condimento.

Dal 1980 Master produce specialità alimentari d’eccellenza, emblema del gusto italiano nel mondo, selezionando accuratamente gli ingredienti e ponendo particolare attenzione alla tracciabilità di filiera: dal campo alla tavola. Per l’azienda veneta il mercato statunitense ha un’importanza rilevante, tanto da ricoprire buona parte dell’export che riveste il 10% dell’intero fatturato aziendale, stimato per il 2015 sui 13 milioni di euro complessivi.