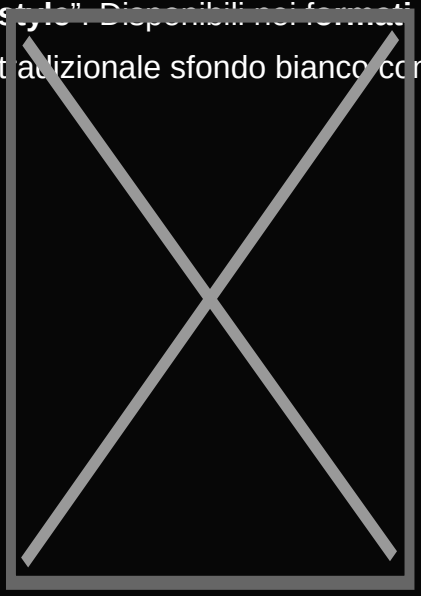
San Carlo presenta all'ANUGA i nuovi pack internazionali

san-carlo-15e6ab8e

San Carlo, leader nel mercato italiano chips & snacks, presenta i **nuovi pack della gamma internazionale** all'**ANUGA** "Taste the Future" di Colonia, una delle manifestazioni internazionali di riferimento per il settore agroalimentare e delle bevande.

Le patatine San Carlo si rifanno il look sfoggiando un nuovo packaging ispirato allo stile e al design italiano. Un **restyling** vero e proprio di alcuni tra i prodotti iconici del brand: Classica, Croccante e Stiletto (le italiane Rustica e Sticki) e la Linea Più Gusto. **Un nuovo logo e un nuovo posizionamento** che esaltano l'italianità di San Carlo e il suo inconfondibile gusto: "**Milano, a bite of style**". Disponibili nei formati **50gr e 150gr** in tutti i canali distributivi, i nuovi pack mantengono il tradizionale sfondo bianco con la patatina in primo piano, raffigurata in modo sinuoso ed elegante.



Classica, la patatina dedicata a chi ama la tradizione e la semplicità.

Tre soli ingredienti: patate, olio e sale.

Croccante (Rustica nel mercato italiano), è la regina dell'aperitivo all'italiana di San Carlo. Lanciata nel 1984 è un prodotto diverso da tutti gli alti. Si riconosce per lo spessore, il taglio ondulato leggermente incurvato; è croccante e friabile, gustosa e leggermente salata, perfetta per l'abbinamento con diversi ingredienti.

Stiletto (sticki nel mercato italiano), è la patatina dal particolare taglio allungato a bastoncino. Un sapore gustoso e una consistenza croccante ideale da sgranocchiare in tutte le occasioni.

Più Gusto, la gamma di patatine che meglio incarna la costante innovazione dell'Azienda, alla ricerca di sapori sempre nuovi che vadano incontro ai gusti dei propri clienti. Vivace, Pomodorini di Stagione, Lime e Pepe Rosa, Menta e Peperoncino, Cuore di Zenzero sono le referenze disponibili sul mercato internazionale.

San Carlo si è trasformata, nel corso dei suoi 81 anni di storia, da rosticceria di quartiere a player di primo piano nel mercato. Emblema del made in Italy all'estero, oggi è **presente in più di 30 Paesi tra Europa, Middle East e Far East**. Un'Azienda che è sempre riuscita a intercettare gusti ed esigenze dei consumatori, grazie a una strategia di crescita fondata sulla continua ricerca e innovazione.