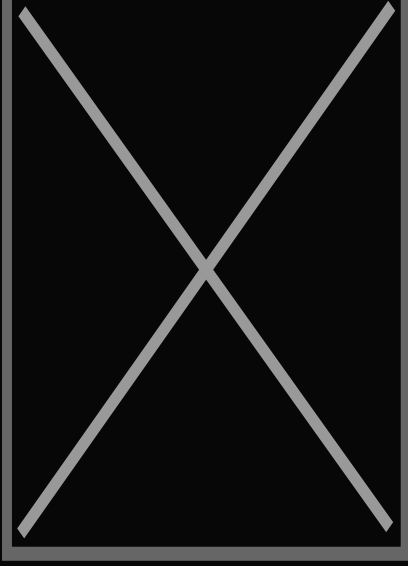


## San Carlo presenta all'ANUGA i nuovi pack internazionali



**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 altri. 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.