



SCOIATTOLO: DA TRE ANNI SULLE TAVOLE DEGLI AMERICANI

Lonate Ceppino, 1 dicembre 2022 – Da gennaio 2019 il brand Scoiattolo è volato oltre confine inserendosi in una delle catene americane di ipermercati all'ingrosso per eccellenza: **Costco Wholesale, Stati Uniti e Canada.**

La pasta fresca Scoiattolo nel cuore dei nuovi consumatori.

La risposta degli statunitensi e dei canadesi è stata subito molto positiva, tanto che i prodotti e ripieni Scoiattolo inseriti sugli scaffali sono stati in tutto diciannove.

«La particolarità di questo mercato è che riusciamo a vendere con il nostro marchio Scoiattolo: un aspetto tradizionalmente complicato all'estero. Per noi è un plus che ci rende orgogliosi» racconta Matteo Di Caro, Export Manager dall'azienda.

Un target, quello americano, sempre molto attratto e affascinato dalle prelibatezze del Belpaese tanto da ricercare ancora il *Made In Italy* gourmet e di alta qualità, sempre molto difficile da replicare.

Gusti e trend.

Le referenze e i ripieni proposti sono stati studiati per arricchire l'offerta a banco: come le proposte biologiche e vegane o i ripieni studiati appositamente per il mercato di riferimento, come *Alfredo Cacio e Pepe* per gli Stati Uniti.

Scoiattolo è stato candidato a New York per i *"Food Award"* con due dei suoi prodotti: un raviolo bio-vegan con ripieno al cavolfiore (un ingrediente di grandissima tendenza negli Stati Uniti) e un raviolo italianissimo ripieno di Parmigiano DOP e tartufo nero.

Lo spirito innovativo dell'azienda di Lonate Ceppino sta favorendo l'attenzione su quelle che sono le nuove frontiere e le nuove mode dei consumatori. *«Negli Stati Uniti i trend del momento sono due: uno è il plant based, ovvero la ricerca di proteine vegetali, della fake meat, delle farine di legumi per dare al cibo la texture della carne; l'altro trend, che un po' si sovrappone, è quello del food iperproteico. Di solito sono tendenze che partono dagli USA e arrivano poi anche da noi»* afferma sempre Matteo Di Caro.