Love Butternut aterriza en Reino Unido de la mano de Sakata

La iniciativa Love Butternut para promocionar la calabaza entre los consumidores da un paso más a nivel internacional. Sakata se une a Veg Power, asociación sin ánimo de lucro cuyo objetivo es aumentar el consumo de verduras en Reino Unido, y el productor Barfoots para dar a conocer la marca Love Butternut en Reino Unido.

Mediante la **campaña titulada #BetterWithButternut**, se pretende acercar la calabaza butternut a las familias, dando información sobre su versatilidad en la cocina y facilidad para prepararla y los múltiples beneficios de consumirla. Esta alianza ha surgido tras el **éxito de** la iniciativa Love Klabaza en España **y Love Butternut en Portugal, que ha contribuido al aumento del consumo de la calabaza en un 20% entre la población.**

Para contrarrestar la creencia de que la calabaza sea una hortaliza de complicada preparación, la campaña #BetterWithButternut hace llegar **sugerencias de platos y recetas sencillas de la mano de los chefs Tom Hunt y Tom Walker**, fundador de la Hackney School of Food. Además, los chefs ofrecen ideas de cómo incluir la calabaza en las recetas típicas tradicionales de los hogares ingleses para aumentar el interés de las familias que no la consumen habitualmente.

La campaña, que **espera llegar a más de un millón de personas** a través de las redes sociales, cuenta con el apoyo de los embajadores Veg Power, entre los que se encuentran los chefs Hugh Fearnley-Whittingstall, Shivi Ramoutar, Tom Aikens, chef con dos estrellas Michelin, y Bettina Campolucci Bordi, así como las nutricionistas Charlotte Radcliffe RNutr y Zoe Griffiths RNutr, entre otros muchos más 'amigos' de Veg Power. Además, Veg Power y Love Butternut animan a todo el que desee sumarse a la campaña a compartir sus ideas de recetas con calabaza utilizando el hastag #BetterWithButternut. **La campaña también está presente en los supermercados,** la cadena Sainsbury's la ha apoyado incluyendo pegatinas promocionales en las calabazas butternut cultivadas por Barfoots.

Dan Parker, director ejecutivo de Veg Power ha declarado: 'En VegPower tenemos la misión de conseguir que Reino Unido coma más verduras para mejorar la salud alimentaria del país. La campaña #BetterWithButternut muestra a las familias lo versátil y sencilla de preparar que es la calabaza, animando a todos a probarla y añadirla a su compra habitual'.

Stuart Cox, director general de Sakata UK, ha coincidido en que #BetterWithButternut es 'una gran iniciativa para promover la versatilidad y el gran sabor de la calabaza butternut'. Según Cox, 'Sakata está muy orgullosa de poder asociarse con Veg Power y Barfoot en esta campaña y estamos seguros de que los consumidores disfrutarán probando la calabaza a través de las recetas y platos sugeridos por los embajadores de Veg Power'.

Kim Barfoot-Brace, directora de marca y marketing de Barfoots, ha afirmado: 'Estamos increíblemente orgullosos de apoyar a Veg Power en su misión de inspirar a los niños a comer

más verduras. La calabaza es deliciosa, nutritiva, versátil y cuenta con la ventaja de tener una larga vida útil sin necesidad de ser envasada. Y como creemos que la calabaza butternut es una hortaliza maravillosa, estamos emocionados por ver a más familias descubrir su magia’.