**PERSBERICHT**

**Een fantastische verjaardag voor Sushi Daily: 27 miljoen sushi’s per jaar verkocht**

***Met 56 sushi kiosken en meer dan 200 gecreëerde jobs in 5 jaar, is het Belgische avontuur van Sushi Daily een succes in volle groei.***

***Op het menu van de Belg: zalm en innovaties!***

**Brussel, 18 oktober 2016** – Het innovatieve concept van de Sushi Daily kiosken in supermarkten maakt nu al 5 jaar furore in België. Het merk blijft evolueren en diversifiëren om zo goed mogelijk aan de verwachtingen van de echte sushifans te voldoen. Sushi Daily biedt hen daarom een rijk en gevarieerd gamma aan Aziatische – vooral Japanse – gerechten aan. De sleutels van dit succes: superverse producten die door de sushichefs voor het oog van de consument bereid worden en de telkens verrassende en lekkere nieuwigheden.

**Een verbluffend duo vernieuwt de Europese sushimarkt**

Het verhaal van Sushi Daily begon in Frankrijk, met de ontmoeting tussen Kelly Choi, een gewezen Koreaanse styliste, en haar man Jérôme Castaing, die als ingenieur in de telecom werkte. Samen kwamen ze tot het idee om sushi kiosken te integreren in het hart van supermarkten, met daarbij de typerende sushichefs die dagelijks hun sushi en andere Japanse specialiteiten bereiden voor het oog van de klant. Kelly Choi had de kunst van sushibereiding geleerd van de beroemde sushi expert Yamamoto-San. Gepassioneerd zoals ze is, maakte ze hem de belofte om sushi toegankelijk te maken voor iedereen, zonder in te boeten aan kwaliteit. De Carrefour groep was de eerste die geïntrigeerd was door het concept en zo werd de eerste Sushi Daily kiosk in 2010 geopend in de Carrefour van Ecully in Frankrijk. De formule sprak direct aan en na 6 jaar heeft de onderneming nu een totaal van 3000 jobs gecreëerd, verdeeld over meer dan 500 kiosken in negen verschillende Europese landen.

**Een echte stormloop in België**

5 jaar geleden werden de sushi kiosken van Sushi Daily ook in België geïntroduceerd en de Belgen waren al heel snel overtuigd van dit nieuwe concept dat kwaliteit en versheid op de eerste plaats zet. De onderneming opende in 2011 zijn eerste kiosk in België in de Carrefour van Oudergem (Brussel). Met een gemiddelde van één opening per maand in België telt Sushi Daily momenteel 56 kiosken, verdeeld over verschillende Carrefour supermarkten in het gehele land en tegen eind 2016 voorziet het merk om ook nog een 57e en 58e kiosk te openen. Dankzij zijn innovatieve concept heeft de onderneming sinds de aankomst hier in België al 200 jobs gecreëerd en realiseert het vandaag de dag een omzet van bijna 30 miljoen euro. Het aantal sushischotels dat in België bereid wordt is in die tijd ook vervijfvoudigd; zo werden er in 2015 maar liefst 3,4 miljoen sushischotels geproduceerd in België. “*We hebben dit succes te danken aan een sterk en innovatief concept dat zich richt op een goede service en de hechte relatie die we daarmee met onze consumenten willen opbouwen. We bereiden onze sushi dagelijks voor hun ogen, selecteren onze ingrediënten streng op versheid en kwaliteit en we maken deze kwaliteitssushi vooral ook toegankelijk, daar zijn de 27 miljoen verkochte sushi’s in 2015 het bewijs van. We creëren voortdurend nieuwe en originele producten die vaste waarden in de sushi wereld zijn geworden. We doen dit allemaal opdat iedereen de echte Sushi Daily ervaring kan beleven*.”, verklaart Bruno Tromeur, Chief Commercial Officer van KellyDeli (het moederbedrijf van Sushi Daily).

**De Belgen zijn fan van zalm en innovaties**

Vijf jaar… een goede gelegenheid om ons eens te buigen over de voorkeuren van de Belg bij Sushi Daily. We kunnen alvast zeggen dat ze graag zalm eten! Van de top 5 verkochte producten, zijn er 3 op basis van zalm. Op die manier gaat er jaarlijks ongeveer 200 ton zalm over de toonbanken van Belgische Sushi Daily kiosken. Kelly Choi is ook bijzonder innovatief geweest wat de textuur van de sushi betreft, tot grote vreugde van de Belgen. De Crunch sushi met gefrituurde ajuinsnippers komt helemaal bovenaan het lijstje van de Belg. Deze zomer heeft het merk ook de verrassende Tataki – tonijn, zalm en wahoo met fruit – aangeboden in beperkte oplage en dit bleek in ons land een echte sensatie te worden. Een ander interessant weetje dat boven kwam drijven in de statistieken: het lijkt erop dat het noorden van ons land meer valt voor de pittige Japanse recepten dan het zuiden. Het meest populaire product in Vlaanderen blijkt namelijk de Spicy California Roll te zijn, een sushi die klaargemaakt wordt met ‘shichimi, een mix van pikante Japanse kruiden. Sushi Daily wil zich voortdurend blijven heruitvinden, zowel in smaak als in vorm. De laatste nieuwigheid is hier een goed voorbeeld van: de Triki, een driehoekige sushi sandwich met bruine rijst, geïnspireerd op de Japanse ‘Onigiri’.

**Nieuwe projecten voor de toekomst**

Sushi Daily is uiteraard niet van plan om het nu rustiger aan te gaan doen, maar wil net van het momentum gebruik maken om nog meer kiosken te openen. Zo zijn ze dan ook net in Zweden gelanceerd. Voor begin november wordt daarenboven voorzien om in Portugal van start te gaan en volgend jaar volgen nog andere nieuwe landen, om zo hun positie van Europese marktleider te consolideren. In België wordt in het kader van de samenwerking tussen Carrefour en Sushi Daily aan een 15-tal nieuwe kiosken gedacht voor 2017, waardoor het totaal op 70 kiosken komt te staan. Op die manier zou de onderneming in bijna alle Carrefour Hypermarkets van België te vinden zijn. De volgende opening is nog voor dit jaar voorzien: op 26 oktober in de Carrefour Market in Herent, nabij Leuven. Het objectief voor 2017 is een omzet van ongeveer 38 miljoen euro. Om dit doel te bereiken plannen ze onder andere om nu ook kleinere kiosken te ontwikkelen, speciaal voor Carrefour Markets en Carrefour Express. Naast de product-innovaties, heeft KellyDeli ook de ambitie om zijn actueel Sushi Daily kiosk-concept uit te breiden (bijvoorbeeld met warme schotels en Aziatisch geïnspireerde soepen, zoals in de kiosk van het SNCF treinstation van Parijs Montparnasse) en om nieuwe unieke concepten te lanceren, zoals de nieuwe “Dim Sum Daily” kiosk. Dit nieuwe type kiosk wordt momenteel getest in Frankrijk en biedt een gamma aan dim sum’s (gestoomde ravioli) die – net zoals de sushi – dagelijks voor de ogen van de consument worden bereid. En er zijn natuurlijk nog andere projecten voor nieuwe concepten die in volle ontwikkeling zijn! Bruno Tromeur voegt nog toe: “*België is één van onze meest volwassen markten voor sushi, de Belg houdt van onze innovaties en van Aziatische producten in het algemeen. België zal dus zonder enige twijfel één van onze testlanden worden voor de ontwikkeling van onze nieuwe concepten de komende 2 jaar.*”

Sushi Daily is dus nog lang niet klaar met innoveren, het merk wil zijn toonaangevende positie behouden en zijn sushi kiosken verder ontwikkelen. Zo willen ze de smaakpapillen van alle liefhebbers van de Japanse keuken – en andere Aziatische specialiteiten – blijven verrassen.

**Over Sushi Daily**

Het succes van Sushi Daily is het gevolg van een nieuw concept van kiosken die geïntegreerd zijn in het hart van supermarkten. Sushichefs bereiden voor het oog van de klanten originele creaties met verse kwaliteitsproducten, en bieden een ruim aanbod van dagverse sushi’s aan. Sushi Daily is gesticht in 2010 en in nauwelijks 6 jaar is het uitgegroeid tot dé sushispecialist, die de sushi in ons dagelijks leven heeft geïntroduceerd. De onderneming telt vandaag meer dan 500 verkooppunten in heel Europa, waarvan 56 in België. Meer informatie vindt u op onze website: [www.sushidaily.com](http://www.sushidaily.com)

**Perscontact**

PRIDE \ – Joachim Deman – joachim.deman@pr-ide.be – Tel 02 792 16 56 / 0477 656 309

PRIDE \ – Margot Chapelle – margot.chapelle@pr-ide.be – Tel 02 792 16 13 / 0477 262 078