**COMMUNIQUE DE PRESSE**

**Un anniversaire radieux pour Sushi Daily : 27 millions de sushis vendus par an**

***Avec 56 kiosques à sushis et plus de 200 emplois créés en 5 ans,***

***l’aventure belge de Sushi Daily est en plein boum***

***Au menu des Belges : saumon et innovations***

**Bruxelles, le 18 octobre 2016** – Le concept novateur de kiosques à sushis Sushi Daily au sein des supermarchés fait fureur depuis 5 ans en Belgique. La marque ne cesse d’évoluer et de diversifier ses produits pour répondre au mieux aux fans de sushis en leur proposant une gamme riche et variée de mets asiatiques à prédominance japonaise. Au cœur de ce succès: des produits ultra-frais et des sushis réalisés en direct devant les yeux du consommateur par des Artisans du sushi et des nouveautés toujours plus étonnantes et savoureuses.

**Un duo de choc qui bouleverse les codes du sushi en Europe**

L’histoire de Sushi Daily est née en France grâce à la rencontre entre Kelly Choi, ancienne styliste coréenne, et son mari Jérôme Castaing, ex-ingénieur dans les télécoms. Ensemble, ils créent le concept de kiosques à sushis intégrés au cœur des grandes et moyennes surfaces avec comme signature ses Artisans qui tous les jours préparent en direct des sushis et autres spécialités japonaises. Kelly Choi a été formée à l’art du sushi par le célèbre Maître sushi Yamamoto-San. Passionnée, elle lui fait la promesse de rendre le sushi accessible sans aucun compromis sur la qualité. Le groupe Carrefour est le premier à être séduit par le concept et le premier kiosque de la marque ouvre en 2010 au Carrefour d’Ecully en France. La formule séduit directement et après 6 ans de présence la société a créé un total de 3000 emplois et compte désormais plus de 500 kiosques répartis dans neuf pays européens.

**Véritable déferlante en Belgique**

Il y a 5 ans Sushi Daily débarquait en Belgique avec ses kiosques à sushis et les Belges ont eux aussi été très rapidement séduits par ce tout nouveau concept centré sur la qualité et la fraîcheur. La société ouvre son premier kiosque en Belgique en 2011 dans le Carrefour d’Auderghem (Bruxelles). Avec une moyenne d’une ouverture par mois en Belgique, Sushi Daily compte aujourd’hui 56 kiosques répartis dans plusieurs Carrefour du pays et entend bien arriver au nombre de 58 pour la fin 2016. Grâce à son idée novatrice, la société a également créé plus de 200 emplois depuis son arrivée et enregistre un chiffre d’affaires qui s’élève à près de 30 millions d’euros aujourd’hui. Le nombre de barquettes produites a quant à lui été multiplié par plus de cinq en Belgique pour arriver à de plus de 3,4 millions de barquettes produites en 2015. « *Le succès de cette réussite, nous l’attribuons à un concept fort et inédit qui mise sur le service et la relation étroite que nous souhaitons construire avec nos consommateurs. Nous préparons nos sushis tous les jours devant leurs yeux, nous sélectionnons nos ingrédients en fonction de leur fraîcheur et leur qualité, nous rendons le sushi de qualité accessible, preuve en est les quelque 27 millions de sushis écoulés en 2015, nous créons sans cesse de nouveaux produits originaux qui sont devenus des signatures. Tout ceci dans le but que tout un chacun puisse vivre une véritable expérience Sushi Daily*» précise Bruno Tromeur, Chief Commercial Officer chez KellyDeli (maison mère de Sushi Daily).

**Les Belges sont fans de saumon et d’innovations**

Cinq bougies… l’occasion de se pencher sur les préférences des Belges chez Sushi Daily. Et on peut dire qu’ils sont amateurs de saumon ! Parmi le top 5 des produits vendus, 3 recettes sont composées de saumon. Sushi Daily écoule d’ailleurs environ 200 tonnes de saumon par an dans notre pays. Kelly Choi a révolutionné la texture du sushi, pour le plus grand bonheur des Belges ! Le sushi crunch aux oignons frits arrive en tête des préférences des Belges. Cet été, la marque a également proposé une édition limitée et originale de Tataki au thon, saumon et wahoo aux fruits qui a véritablement fait sensation dans notre pays. Autre fait remarqué dans ses kiosques, il semblerait que le nord du pays soit davantage tenté par les recettes japonaises épicées, le produit le plus prisé en Flandre étant le Spicy California Roll, un sushi roulé dans du ‘shichimi’, un mélange d’épices japonaises. Sushi Daily cherche à se réinventer sans cesse dans les saveurs mais également dans les formes de ses produits. Pour preuve sa dernière nouveauté: le Triki, un sushi sandwich en forme de triangle au riz complet inspiré du ‘Onigiri Japonais’.

**De nouveaux projets pour la suite**

Sushi Daily ne compte bien évidemment pas s’arrêter sur cette belle lancée. La société vient de se lancer en Suède. Elle prévoit d’ouvrir début novembre au Portugal et dans d’autres pays l’année prochaine afin d’asseoir sa position de leader sur le marché européen. En Belgique, Sushi Daily pense ouvrir une quinzaine de nouveaux kiosques dans le cadre de son partenariat avec Carrefour en 2017, afin d’arriver à un total d’environ 70 kiosques. Elle sera dès lors présente dans la quasi totalité des Carrefour Hypermarket de Belgique. La prochaine ouverture encore prévue pour cette année se fera le 26 octobre au Carrefour Market d’Herent, près de Louvain. En 2017, l’objectif de la société est d’atteindre un chiffre d’affaires d’environ 38 millions d’euros, notamment en développant des formats de kiosques plus petits spécialement pour les Carrefour Market et Express. Outre l’innovation produit, KellyDeli cherche également à améliorer son concept de kiosque actuel Sushi Daily, l’offre de produit proposée (par exemple avec des plats chauds et des soupes d’inspiration asiatiques comme le propose le kiosque SNCF Paris Montparnasse), et travaille également sur des concepts inédits comme son nouveau kiosque « Dim Sum Daily ». Ce kiosque d’un nouveau genre est actuellement en test en France et propose une gamme de raviolis vapeur préparés également chaque jour sous les yeux des consommateurs. D’autres projets de concepts sont en cours de développement… Bruno Tromeur ajoute : « *La Belgique est un de nos marchés les plus matures pour le sushi, les Belges sont friands d’innovations et de produits asiatiques, donc sans nul doute la Belgique sera un de nos pays test sur un déploiement de nos nouveaux concepts d’ici 2 ans*. »

Sushi Daily n’a donc pas fini d’innover, de donner le ton et de faire évoluer son concept de kiosques à sushis pour ravir les papilles des amoureux de spécialités japonaises et autres délices asiatiques.

**A propos de Sushi Daily**

Le succès de Sushi Daily est porté par un concept inédit de kiosques intégrés au cœur des grandes surfaces. Des Artisans préparent devant les clients des créations originales à partir de produits frais et de qualité, et proposent un large choix de sushis frais du jour. Fondée en 2010, Sushi Daily est devenue, en à peine six ans, la marque spécialiste du sushi, le faisant rentrer dans notre quotidien en toute simplicité. L’entreprise compte aujourd’hui plus de 500 points de vente à travers l’Europe, dont 56 en Belgique. Pour de plus amples informations, consultez notre site web : [www.sushidaily.com](http://www.sushidaily.com)

**Contacts presse**

PRIDE \ - Sophie Boving - sophie.boving@pr-ide.be - Tel 02 679 75 54 / 0494 586 058

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