Sushi Daily, partita campagna pubblicitaria da 1 milione di euro

sushy-daily-orio-al-serioa-8f3c8465

Sushi Daily, marchio appartenente al gruppo KellyDeli con 1000 punti vendita in 11 Paesi nel mondo di cui 220 in Italia, inaugura un nuovo corso della sua crescita nel nostro Paese con spazi innovativi, nuovi concept e un'importante campagna pubblicitaria televisiva con un investimento pari a 1 milione di euro.

Entro dicembre saranno **10 i nuovi concept aperti nel solo 2022**, oltre ai 20 punti vendita tradizionali. Recentemente è stato inaugurato **un nuovo spazio a** Orio Center che da una parte richiama il tradizionale sushi bar giapponese e dall'altro quello di una boutique gourmet dove acquistare una composizione di sushi seguendo i propri gusti.

I chioschi, così vengono chiamati i punti vendita Sushi Daily, dal design tipicamente orientale, sono invece situati all'interno di supermercati o in zone ad alto traffico pedonale e sono un **forte elemento caratterizzante della catena**, che è stata la prima in Europa ad introdurre il concept di shop in shop. In un'ottica di multicanalità si è sviluppato anche il canale delivery e take away con 5 cucine da cui fare ordini nella città di Milano.

Due i **manager italiani** a guidare il successo della catena nel mondo e in Italia, **Silvano del Negro e Massimo Mezzanotte.**

"Stiamo proseguendo nella crescita della nostra catena Sushi Daily sia all'interno della grande distribuzione sia con nuovi concept store nelle gallerie commerciali - spiega **Massimo Mezzanotte** AD di Sushi Daily. *Oltre a questo stiamo valutando con interesse di posizionare il nostro prodotto in canali diversi rispetto a quelli in cui siamo sempre stati storicamente. Il nostro è un prodotto che si presta a molti contesti, per questo* ***stiamo studiando nuovi punti vendita basati sulle divere culture delle cucine asiatiche*** *che apriremo prossimamente. Un presente e un futuro quello del* ***mercato italiano con ottime prospettive".***