# Mediatiedote 8.6.2018/

Picadeli Finland Oy

# Salaattibaarimyynti kasvaa valtakunnallisesti

Salaattibaarit ovat tulleet tutuiksi suomalaisille ruokakaupoissa. Salaattibaarien jatkuva kasvu kertoo omaa kieltään kuluttajien lisääntyvästä halusta kerätä aterian ainekset omin käsin mahdollisimman monipuolisesta valikoimasta. Suomalaiseen ruokakauppaan salaattibaari-konseptin vuonna 2013 lanseerannut Picadeli Finland Oy on Suomessa markkinajohtaja. Picadelin liikevaihto on vahvassa kasvussa ja yritys haluaa kehittää markkinaa keskittyen täysillä salaattibaareihin.

Picadelin menestys perustuu asiakkaiden ja kuluttajien kuunteluun ja nopeaan reagointiin.

* Suurimpien asiakkaidemme salaattibaarimyynnit kasvavat kaksinumeroisilla luvuilla. Valtakunnallisesti tarkasteltuna salaattibaaribisnes on kasvussa ja siitä on tullut kannattava osa kaupan tarjontaa, kertoo Picadeli Finlandin toimitusjohtaja Nina Westerberg.

Hyvin hoidettu, raikas ja monipuolinen salaattibaari myy hyvin. Ns. nopean syömisen kategoria kasvaa ja osana sitä myös valmiiksi pakatut salaatit ja salaattibaari.

Tamperelaisen K-Supermarket Kuninkaankulman kauppias Mikko Salmia iloitsee salaattibaarin myynnin kasvusta.

* Hienosti on kehittynyt, että yli 20 % kasvuvauhdissa mennään. Se on tosi merkittävä. Tietysti koko kauppa kehittyy, mutta ei kumminkaan tuommoista vauhtia.

Kasvuvauhdissa mennään myös Helsingin Ruoholahden Citymarketin Tero Huhtalan mukaan.

* Myynti on kasvanut toistakymmentä prosenttia, 12 % tänä vuonna ja samassa tahdissa ollaan menty useamman vuoden. Lähtökohtaisesti koko pointti on kuitenkin se, että kun salaattibaarit tulivat 2013, salaatin myynnit moninkymmenkertaistuivat verrattuna palvelutiskeihin.

Vanhan salaattibaarin vaihto Picadelin Arctic salaattibaariin vauhdittaa myyntiä

* Arctic on Picadelin kehittämä digitaalisen ajan salaattibaari. Artic on kaupalle hyvä valinta, sillä sen avulla pystytään kasvattamaan salaattibaarin myyntiä, vähentämään ruokahävikkiä, tehostamaan työaikaa ja lisäksi vielä parantamaan ruokaturvallisuutta sekä helpottamaan omavalvontaa, sanoo Picadeli Finland Oy:n toimitusjohtaja Nina Westerberg.

Kauppias Mikko Salmian mukaan moni seikka vaikuttaa salaattibaarin hyvään myyntiin.

* Salaattibaarin tunnollinen hoito, runsas valikoima, hieno kaluste ja salaattibaarin hyvä sijoittelu myymälässä.

K-supermarket Kaisaniemen k-kauppias Joonas Heinonen on sitä mieltä, että heille salaattibaari tuo lisäarvoa.

* Riittävän volyymitason saavuttanut salaattibaari palvelee lähialueen asiakkaita ja on myös kaupalle bisnes. Meidän tyyppisessä keskustan kaupassa salaattibaari on erittäin pidetty ja arvostettu juttu ja salaattibaarin merkitys on suuri, kun lounas- ja välipalasyöminen korostuu.

Picadeli keskittyy salaattibaarimarkkinan kehittämiseen ja kasvuun ja siihen hyvää vetoapua tarjoaa kansainvälinen terveellisen syömisen megatrendi. Picadelin liikevaihto vuonna 2017 on n 10,7 miljoonaa euroa.

**Lisätiedot:**

Picadeli Finland Oy

Toimitusjohtaja Nina Westerberg

040 543 70 14

[nina.westerberg@picadeli.fi](mailto:nina.westerberg@picadeli.fi)

Picadeli Finland Oy on suomalainen yritys ja osa kansainvälistä Greenfood-konsernia.

Picadeli sosiaalisessa mediassa.

[www.picadeli.com/fi](http://www.picadeli.com/fi)

<https://www.facebook.com/picadelisuomi>

<https://www.instagram.com/picadelisuomi>

Osallistu keskusteluun #picadelisuomi #picadeli