

Communiqué de presse
Juillet 2023

Deliveroo et Sushi Shop présentent leur collaboration sur une Mochi Box ultra rafraîchissante !



[Téléchargement des visuels HD et du CP en PDF](#)

Après avoir dégusté de gourmands sushis, quoi de mieux qu'une petite douceur pour ajouter une touche sucrée en fin de repas ?

Deliveroo et Sushi Shop ont trouvé la réponse et ont imaginé un tendre duo de mochis, aussi fruités que glacés !

En effet, à partir du 31 juillet, pour **Deliveroo**, la célèbre enseigne de spécialités japonaises, **Sushi Shop** donne naissance à la première **Mochi Box** en édition limitée !

Ces pâtisseries japonaises moelleuses et légères au cœur fondant sont enrobées d'une fine couche de riz gluant et divinement parfumées. Les saveurs ?

L'incontournable mangue-passion et le citron yuzu avec son côté épicé et acidulé que l'on adore.



Véritables délices estivaux, frais et exotiques, ces mochis apporteront de la douceur à vos longues journées d'été.

Ce **combo estival**, à déguster en solo ou accompagné, est disponible dans la limite des stocks disponibles à partir du lundi 31 juillet et jusqu'au dimanche 17 septembre, de quoi prolonger l'été et attaquer la rentrée en douceur !

La **Mochi Box**, une édition limitée, est disponible auprès des restaurants **Sushi Shop**, en exclusivité sur Deliveroo, au prix de 5€, jusqu'à épuisement des stocks.

Une expérience littéralement envoûtante... qui tient en une seule boîte !

A noter : Les mochis ne sont pas fabriqués par Deliveroo. Un montant minimum de commande, des frais et des restrictions géographiques s'appliquent pour toute commande sur Deliveroo.

*Marie-Aimée de l'Espinay, illustratrice et graphic designer de **Deliveroo** a réalisé le packaging de la box. Retrouvez l'ensemble de ses créations sur son compte Instagram @mamee_crea*

À propos de Deliveroo

Deliveroo est une entreprise primée à plusieurs reprises fondée en 2013 par William Shu et Greg Orlowski. Deliveroo collabore avec plus de 185 000 restaurants et commerces et 170 000 livreurs partenaires, afin de proposer la meilleure expérience de repas et courses en ligne au monde. L'entreprise, dont le siège est situé à Londres, est présente dans 10 marchés géographiques : la Belgique, la France, Hong Kong, l'Italie, l'Irlande, le Qatar, Singapour, les Émirats arabes unis, le Koweït et le Royaume-Uni.

À propos SushiShop

Fondée en 1998 par deux entrepreneurs français, l'enseigne s'est lancée dans le développement de la franchise en 2006, des corners en grande distribution en 2016 et du travel retail en 2017. En 2022, la marque compte plus de 150 points de vente en France, plus de 55 à l'international et est présente dans 9 pays (France, Royaume-Uni, Belgique, Luxembourg, Suisse, Espagne, Emirats Arabes Unis...). Sushi Shop fait partie depuis fin 2018 du groupe Amrest, groupe majeur de la restauration en Europe.

On retrouve dans toutes boutiques une large gamme de sushi d'inspiration japonaise et californienne : sushi, maki, california, spring, sashimi, tartares, etc... En quête permanente de créativité et d'innovation produits, la marque s'est notamment fait connaître à travers ses différentes collaborations avec des chefs reconnus tels que Cyril Lignac (2011), Jean-François Piège (2012), Thierry Marx (2013), Joël Robuchon (2014), Kei Kobayashi (2017), Anne-Sophie Pic (2018), Mauro Colagreco (2019), Grégory Marchand (2020), Paul Pairet (2021) et Mory Sacko (2023).

Dans le même temps, Sushi Shop a toujours fait preuve de créativité artistique par le biais de partenariats avec des artistes renommés (Kenzo, Lenny Kravitz, Kate Moss, Craig & Karl, Monsieur



Madame, Scott Campbell, Nasty Jayone, Ed Broner) et de jeunes designers, marques ou illustrateurs prometteurs (Fernando Togni, Chris Labrooy, Tyrsa, Papermint, Maison Sarah Lavoine, Sturia, Jean André, Ba&sh, TetrisTM, Mr Bainwash, Le Chocolat des Français, Docteur Paper, NanoblockTM, The Blind, Smiley®, Stranger Things Netflix, Lili Scratchy,...)