

Le groupe suédois Greenfood se recentre sur Picadeli et prend le nom de sa marque phare

Le groupe suédois Greenfood, maison mère de [Picadeli](#) France, annonce ce 15 octobre devenir Picadeli Group, après avoir finalisé la cession de ses activités de distribution de fruits et légumes. Un changement d'identité qui traduit son recentrage stratégique autour de Picadeli, devenu le principal moteur de son développement international, et de ses activités d'innovation et de production alimentaires.

Avec près de 2 500 bars à salades répartis dans dix pays européens et 27 États américains, Picadeli sert aujourd'hui plus de 70 millions de repas par an. Derrière cette expansion, une ambition : démocratiser l'accès à une alimentation saine, fraîche et savoureuse, sans compromis sur le prix ni la praticité. Dans un contexte où les consommateurs cherchent à mieux manger tout en maîtrisant leur budget, la marque défend un modèle de restauration accessible au plus grand nombre, qui s'appuie notamment sur l'innovation technologique pour limiter le gaspillage alimentaire. En France, où Picadeli compte plus de 400 points de vente, ce recentrage stratégique vient conforter la dynamique de développement de la marque.



« Voir Picadeli donner aujourd'hui son nom à l'ensemble du groupe témoigne du chemin parcouru par la marque et de la pertinence de son modèle à l'international. Dans un contexte où les consommateurs sont particulièrement attentifs à leur pouvoir d'achat, rendre une alimentation saine, pratique et accessible au plus grand nombre est plus que jamais un enjeu de société. Pour Picadeli France, pouvoir s'appuyer sur un groupe qui place désormais cette ambition au cœur de sa stratégie constitue un véritable atout pour poursuivre notre développement »

David Bicheron, Directeur général de Picadeli France et Benelux

À propos de Picadeli

Picadeli est une entreprise suédoise spécialisée dans la food tech santé, dédiée à révolutionner l'industrie du fast-food grâce à des offres à la fois nutritives et savoureuses. Fondée sur la conviction que le fast-food doit privilégier la santé, Picadeli se spécialise dans les salades en libre-service, avec pour mission de démocratiser l'accès à une alimentation saine. Son concept de bar à salades high-tech combine commodité et nutrition, offrant des options fraîches et délicieuses qui bousculent les stéréotypes du fast-food considéré comme malsain. Avec plus de 2 000 implantations en Europe et aux États-Unis, Picadeli s'est imposée comme un leader du marché du fast-food sain, avec des ventes annuelles de plus de 130 millions d'euros, soit près de 260 millions d'euros en valeur au détail, ce qui correspond à plus de 50 millions de salades vendues chaque année.