



**Foodiz Déli lance SUSHI TUBE, un sushi au format innovant dans un tube de type push up**

*Foodiz Déli innove sur ses corners Happy Yummy et Mon Chef Sushi avec le lancement de SUSHI TUBE, une nouvelle expérience du sushi à emporter. Il s'agit un sushi présenté dans un tube qu'il faut pousser à la base pour que le sushi monte puis le déguster, comme une glace. Foodiz Déli s'est inspiré d'une tendance forte, notamment sur les réseaux sociaux, pour imaginer ce nouveau produit innovant.*



**Croix, 6 juillet 2026 - Foodiz Déli, acteur référent des corners sushis, asian snacking, poké bowl, plats chauds, au cœur des grandes surfaces, annonce le**

lancement de **SUSHI TUBE**, un nouveau format inédit qui réinvente la dégustation du sushi à emporter.

Cette nouveauté est actuellement testée dans **12 points de vente parmi les 60 points de vente exploités sous les marques Happy Yummy et Mon Chef Sushi en France.**

SUSHI TUBE s'inspire d'un concept en plein essor, né à New York, qui est arrivé en France début février 2026. Il a été popularisé dans la restauration et amplifié sur les réseaux sociaux, le concept cumule environ 1,7M de vues toutes plateformes confondues. Avec ce lancement, Foodiz Déli démontre sa capacité à être à l'écoute du marché et des nouvelles attentes des consommateurs, en transformant les tendances émergentes en innovations accessibles au plus grand nombre, au cœur de points de vente du quotidien. Fort de son expertise et de sa culture de l'innovation, la marque devient la première à proposer ce format inédit à grande échelle, dans les grandes surfaces, confirmant ainsi son rôle de précurseur sur le marché des solutions panasiatiques ultra-fraîches.

Pensé pour répondre aux nouvelles attentes des consommateurs, **SUSHI TUBE** est une expérience nomade et moderne, déclinée en trois recettes emblématiques revisitées :

- **California Thon cuit Avocat**
- **California Saumon Avocat**
- **California Poulet Cajun**

Proposé au prix de **8,95 €<sup>HT</sup>**, ce nouveau format associe la qualité des ingrédients et le savoir-faire des sushiman à une présentation innovante et ludique, conçue pour séduire aussi bien les amateurs de cuisine asiatique que les consommateurs en quête de nouveautés sur les corners en grandes surfaces.

Avec 573 millions d'euros générés au rayon traiteur panasiatique, le segment confirme son dynamisme :

- +3 % en volume
- +8 % en valeur
- +6 % en nombre d'articles

Plus largement, le marché du sushi en France représente aujourd'hui 1,5 milliard d'euros, tandis que 66 % des consommateurs déclarent manger de la cuisine asiatique au moins une fois par mois.

**Les visuels sont disponibles via [ce lien](#).**

### **À PROPOS DU GROUPE FOODIZ :**

Fondé il y a 15 ans, le Groupe Foodiz réunit aujourd'hui plus de 600 collaborateurs. Il est structuré autour de deux pôles complémentaires, d'une part l'industrie agroalimentaire avec la production et la livraison directe, et d'autre part la distri-restauration avec l'exploitation de corners au sein des grandes surfaces ainsi que la marque Sushiman,

Le groupe développe plusieurs expertises complémentaires dans l'univers des solutions repas panasiatiques ultra-fraîches pour tous les acteurs du retail et de la restauration, en France et en Espagne :

- expert industriel avec 2 sites en France et 1 site en Espagne,
- expert de la livraison directe magasins avec plus de 1500 points de vente livrés chaque semaine en France et plus 350 livrés en Espagne,
- expert de distri-restauration, à travers l'exploitation de corners sushis au cœur des grandes surfaces avec +50 corners en France.

Pour nous suivre : [foodiz-groupe.com](http://foodiz-groupe.com) – LinkedIn [Foodiz](#)