



2020-06-12 08:00 CEST

Santa Maria och foodora stöttar restaurangbranschen med unika konceptet "Tacotarian"

Snart kan Sveriges alla taco-älskare välkomnas till den nya digitala restaurangkedjan Tacotarian. I ett samarbete mellan foodora och varumärket Santa Maria samt ett antal utvalda restauranger lanseras en taco-kedja på 25 platser runt om i Sverige. Det innovativa konceptet ger lokala restauranger möjlighet att bredda sitt utbud och därigenom skapa nya tillväxtmöjligheter i en hårt ansatt bransch.

Den nya restaurangkedjan Tacotarian vänder sig till alla taco-älskare runt om i Sverige som vill ha snabb leverans av Sveriges nationalrätt - tacos. Inom

ramen för det nya konceptet tillhandahåller foodora utbildning och utrustning till de lokala restaurangerna medan Paulig, som äger varumärket Santa Maria, står för ingredienser. Menyn har tagits fram av båda parter.

- Med Tacotarian vill vi ta vår universellt älskade rätt till nya höjder och erbjuda ett spännande och trendsättande koncept. Smaken står självklart i centrum och med kryddor, såser och toppings kan du enkelt smaksätta ditt val av protein. Eftersom Paulig vill främja en hälsosam livsstil vill jag dock slå ett extra slag för Gold&Green Pulled Oats®, som är ett veganskt protein baserat på nordisk havre och ärtor och som kommer att finnas med på menyn, säger Kristina Hovmöller, Country Manager Out of Home på Paulig i Sverige.

Den lokala restaurangen blir genom Tacotarian del av en nationell restaurangkedja och konceptet fungerar som ett tillägg till restaurangens ordinarie utbud i syfte att stärka konkurrenskraften. Med samarbetet vill foodora och Santa Maria skapa värde för restaurangerna och ge dem en skjuts i en utmanande tid.

- Restaurangbranschen har lidit hårt under corona-epidemin och detta är vårt bidrag för att se till att de kan stärka sina muskler för att överleva. Samarbeten är en förutsättning för att skapa förändring, därför har vi valt att samarbeta med Paulig och varumärket Santa Maria, som likt oss vill skapa bättre förutsättningar för en otroligt viktig bransch som just nu går igenom stora utmaningar, säger Hans Skruvfors, vd foodora Sverige.

Att valet föll på just tacos är ingen slump. Svenskarnas kärlek till tacomys är som bekant stor och maten fyller en viktig roll i många liv, utöver att mätta hunger.

- Tacos är verkligen en glädjespridare, som erbjuder både fantastiska smaker och fyller en viktig social roll. Det är ett tillfälle att njuta, slappna av och spendera tid med dina nära och det har vi nog ett extra stort behov av just nu. Vi är därför väldigt glada över att tillsammans med foodora kunna ta ut Tacotarian-konceptet till restaurangköken och stötta deras verksamhet på det sätt vi kan bäst – med fantastiska smaker, säger Kristina Hovmöller.

Om foodora

foodora är Sveriges populäraste Q-handelsplattform för hemleverans. Bolaget

är en del av det globala företaget Delivery Hero Holding med säte i Berlin, Tyskland, och finns representerat i mer än 40 länder. Hos foodora finns idag över 4000 anslutna restauranger och butiker i Sverige och erbjuder utkörning och takeaway över hela landet.

Det familjeägda företaget Paulig grundades år 1876 när Gustav Paulig inledde sin affärsverksamhet i Helsingfors. Idag erbjuder Paulig kaffe, matkoncept, kryddor, växtbaserade produkter och snacks. Företagets varumärken är Paulig, Santa Maria, Risenta, Gold&Green och Poco Loco. Paulig har verksamhet i 13 länder och omsättningen 2019 var 921 miljoner euro. Koncernen har cirka 2100 anställda. www.pauligroup.com

Kontaktpersoner



Eva Berglie

Presskontakt

Kommunikationschef

eva.berglie@paulig.com

+46 708 99 19 37