

11 febbraio 2010

Sosushi partecipa alla 6^a edizione di "M'illumino di meno"

Categoria: Sponsorship, Eventi e Award

Sosushi aderisce alla sesta edizione di "M'illumino di meno": la Giornata del Risparmio Energetico lanciata dalla trasmissione radiofonica Caterpillar, in onda su RAI Radio 2. Dal 12 al 14 febbraio, il brand food di sushi creativo più diffuso in Italia sfodera la sua anima green ed eco-friendly con tanti appuntamenti a impatto zero.

Da sempre sensibile alle tematiche ambientali, Sosushi contribuirà ad animare le iniziative promosse dal Comune di Bologna distribuendo palloncini e origami colorati con eco-messaggi racchiusi all'interno. Romanticismo e impegno ecologico nella notte dedicata agli innamorati: nei food point di tutta Italia, infatti, il San Valentino di Sosushi è a lume di candela. Una proposta originale ed ecologica per immergersi in un'atmosfera unica, arricchita dall'inconfondibile sapore della migliore gastronomia giapponese.

Un impegno costante a favore dell'ambiente, quello di Sosushi che ha creato Sogreen, brand ecofriendly che con le sue iniziative ecologiche coinvolge i food point di tutta la penisola.

Pur divertendosi a reinventare i sapori del Giappone, Sosushi non dimentica che per questa millenaria cultura l'equilibrio tra la natura e l'uomo è fondamentale, rappresenta una delle principali risorse e per questo va tutelato. Per far sì che l'appello di una nuova e sempre più pressante coscienza ecologica non cada nel vuoto, anche Sosushi intende dare il suo contributo investendo nell'utilizzo di materiali a basso impatto ambientale. Una filosofia "verde", quella di Sosushi, che include l'intero suo concept al fine di armonizzarsi, il più possibile, con una nuova consapevolezza che necessariamente deve fare i conti con l'ambiente.

Un format completamente innovativo quello di Sosushi, la catena in franchising di cucina giapponese più diffusa in Italia, che si contraddistingue per l'alta qualità degli alimenti, la cucina a vista e il design minimale delle sue location. Unico nell'avvicinare i clienti in modo giocoso a tutti gli aspetti della cultura nipponica, Sosushi offre oltre ai servizi di take away, corner, ristorante e catering con chef a domicilio, "Lune di Sushi", il corso easy e by night per entrare nel mondo del sushi. Nella mission del brand food bianco e magenta, inoltre, il sostegno a iniziative solidali, come i Menù Rosa dedicati alla Susan G.Komen Italia Onlus per la lotta al tumore al seno.

Bologna Belvedere. Bologna Piazza Maggiore. Bologna Le Palais. Catania. Porto Rotondo. Padova. Cortina Corner. Avellino. Rimini. Sassari. Modica. Cesenatico. Rho (Milano). Palermo. Pinerolo. Torino. Riccione. Taranto. Udine. Roma. Bologna Bee.

Ufficio stampa
Omnia Relations
www.omniarelations.com
Giulia Berti
giulietta@omniarelations.com

« Adecco al fianco del U.S.... Playtex e Dim in "Gratta&Vinci il..."
<- Indietro a: News