

PRESSMEDDELANDE

2017-02-01

Snabbmatsbranschen blir allt hälsosammare

Den 1 februari prisades sju vinnare på Fastfood& Café-mässan i Stockholm.

Utmärkande för vinnarna är framförallt hälso-aspekten, maten är inte bara snabb, den är nyttig också.

Fast Food Awards delades ut för sjunde gången och som alltid i hård konkurrens. Bland de nominerade fanns nydanande företag som under senaste åren tagit fram fräscha, nyttiga och hälsosamma koncept.

- Det börjar bli dags att avliva myten om den onyttiga snabbmaten. Det är numera mat anpassad för att serveras snabbt, men som inte ger avkall på smak eller nytta, säger Maya Saksi, ny chefredaktör för Fast Food.

Fast Food Awards delas ut i sju kategorier. Vinnarna 2017 är följande:

Årets Briljanta Idé vanns av The Plant, Stockholm för god, nyttig och klimatvänlig mat i butik och restaurang.

Årets Coffeeshop vanns av Tro, Hopp & Kaffe, Stockholm som kombinerar gott kaffe med tatueringar. Eller tvärtom. Utöver ett spännande koncept samarbetar Tro, Hopp och Kaffe med föreningen Maskrosbarn som verkar för att ge barn bättre förutsättningar.

Doktor Mat, Stockholm tog hem priset för Årets Fast Casual med sina noga sammansatta rätter som inte kompromissar vare sig med smak eller nytta.

Årets Hjärta fick Holy Greens, kedjan som expanderar över hela Sverige med sitt ekologiska och närproducerande fast-food koncept.

En pionjär in snabbmat, kliver fram och får priset för Årets Kombo. McDonalds har jobbat hårt med kvalitet och för att höja nivån med besök från gästkochar.

Årets Leverantör, Löfbergs, bygger sitt varumärke genom att synliggöra viktiga värden som till exempel miljö, hållbarhet, transparens och innovation.

Årets Streetfoodvinnare, . Brisket & Friends, kommer från Dieseldalen som ligger i Årsta industriområde i Stockholm. De lyfter slow cooking till snabb service och goda rätter

Läs mer om motiveringarna på www.fastfoodawards.se .

Information om Fast Food Magazine's nye chefredaktör Maya Saksi:

Maya Saksi har gedigen erfarenhet av att bevaka branscher. Hon har tidigare bevakat it-branschen, modebranschen och bevakar även dagligvarubranschen för Fri Köpenskap. - Steget mellan dagligvarubranschen och fast food är något kortare än mina tidigare branschbyten. Men ofta finns liknande strukturer i alla branscher. Det ska bli spännande att utforska snabbmatsbranschens egenheter och specialiteter, säger hon.

För mer information

Projektledare Malin Looft Nyquist, 0736-82 53 19, malin.l@mentoronline.se

Chefredaktör Maya Saksi, 073-682 53 60, maya.saksi@mentoronline.se

www.fastfoodawards.se.

Fast Food Magazine är Sveriges ledande branschälla/varumärke som bevakar snabbmatsbranschen, branschen som ger snabb och enkel matservice till folk i farten. Fast Food är en del av Mentor Communications AB. Mentor Communications AB är ett helägt dotterbolag till Nordiske Medier A/S. Nordiske Medier ApS är Skandinaviens ledande leverantör av branschriktad information mellan företag. Mentor Communications besitter unik kompetens när det gäller att samla in, analysera, värdera, kommentera och sprida kvalificerad branschinformation till beslutsfattare i näringsliv och förvaltning.