

krogtugg & hotellsnack

NR 3 2020

ETT MAGASIN

FRÅN KROGDIREKT

& SAMKÖPSGRUPPEN

Väck aptiten med bilder

BIANCA BRANDON-COX

DEN PRISBELÖNTA MATFOTOGRAFEN HJÄLPER DIG LYFTA DITT VARUMÄRKE

Mora möter Amerika

Vi har pratat med bröderna Michel
och André på Wasastugan



Möt en
kompis!

**Çok Najs – restaurangen
som växt under corona**

Äkta turkisk street food

Hållbar framtid.

Martin & Servera vill bidra till en hållbar framtid. År 2025 ska vår försäljning av ekologiska och miljömärkta produkter nå 50 procent av den totala försäljningen för den offentliga marknaden och 20 procent för den privata. Vi driver utvecklingen inom ekologiskt och miljömärkt. För dig. Och dina gäster.

Välkommen in på martinservera.se och läs mer om vårt hållbarhetsarbete.



I Martin & Serveras sortiment av egna märkesvaror finns idag drygt 120 ekologiska produkter.

martin&servera

#Nr 3

Lärdomar inför framtiden

Många branscher, inte minst hotell- och restaurangbranschen, har fått revidera sina arbetssätt och fundera över hur de kan anpassa sig sedan Covid-19 gjorde sitt intåg i världen. Än är det inte över och vi får alla hjälpas åt att hålla den här sjukdomen i schack. Vår vd Henric Rondahl ger oss en lägesrapport och lite inspiration.



Hur ser läget ut för hotell- och restaurangbranschen?

– Ingen trodde väl att Covid-19 skulle slå så hårt som det gjort på

vår bransch och att det skulle hålla på så länge. Positivt är ändå att sommaren har varit bra för de flesta restauranger och hotell i och med att vi har varit rekommenderade att semestra i Sverige. Tyvärr tror jag att speciellt hotell- och konferensanläggningar kommer få det tufft framåt då vi inte reser lika mycket. Gäller resande i Sverige och inresande från utlandet. Digitala möten har även ökat i rask takt och det har fungerat bra.

För Krogdirekts och Samköpsgruppens del, blev effekterna av Coronaviruset som väntat?

– Vi visste ju inte hur det skulle påverka oss, men med de åtgärder vi gjort och gör så går det ungefär som väntat. Det har rent försäljningsmässigt varit en sämre vår, bra sommar och lite lugnare nu i höst.

Hur har det gått för våra medlemmar?

– Våra medlemmar kämpar på bra och det har varit mycket mindre konkurser än väntat vilket är

positivt. Jag är mycket imponerad av deras stolthet och drivkraft för att överleva Covid-19.

I förra numret frågade vi hur du tror att hotell- och restaurangbranschen kommer att se ut när det här är över. Har du hittills sett några bra lösningar och anpassningssätt hos våra medlemmar?

– Många restauranger och hotell har varit kreativa och gjort mycket bra saker. Digitala beställningar på appar och internet har ökat lavinartat. Hämtmat och utkörningar likaså. Beställning via QR-kod vid borden är något jag sett mer och mer. En del hotell har även erbjudit frukost på rummet i hotellpriset för att undvika folksamling vid frukostbuffén. Bra var även att kommunerna gav tillåtelse att öppna uteserveringarna tidigare på säsongen än normalt och nu kommer även en del kommuner tillåta att ha uteserveringarna öppna längre än vanligt på säsongen.

Hur tycker du att regeringens stödpaket för att hjälpa hotell och restauranger genom krisen har fungerat?

– Av det jag har hört och sett så

tycker jag att det fungerat bra. Har man koll på sin verksamhet och hur alla stödpaket fungerar så finns det bra möjligheter att få hjälp.

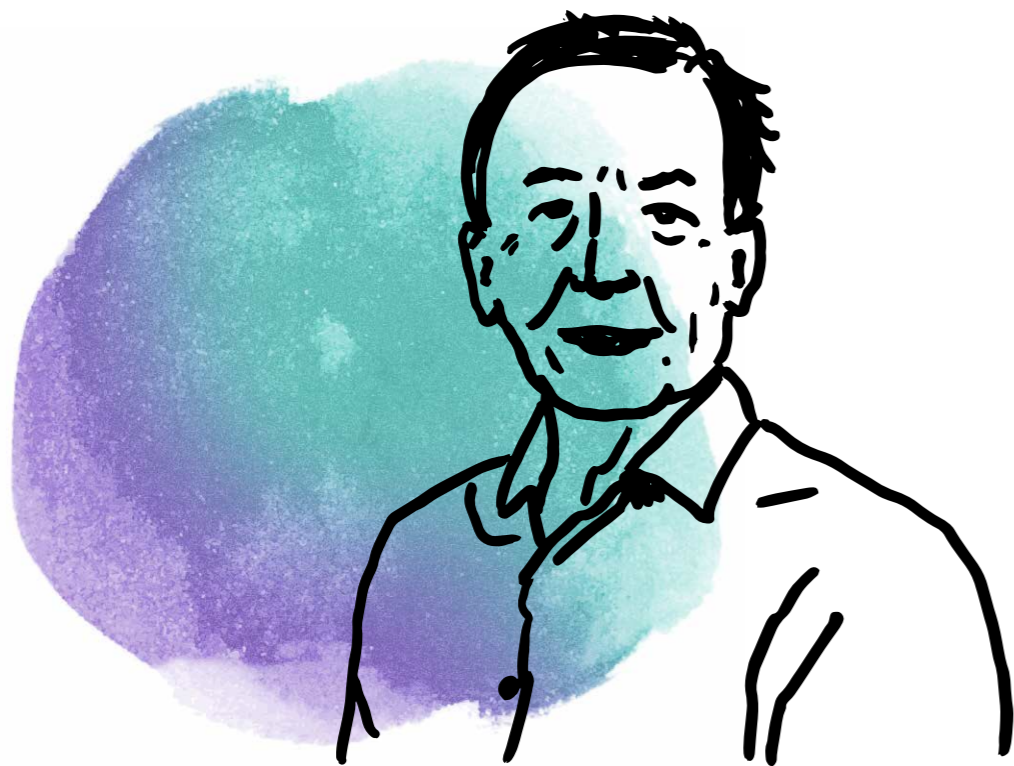
Är det några andra stödpaket eller liknande du skulle vilja se från regeringen?

– Jag skulle önska att sport- och eventbranschen kommer igång snart. Givetvis i mindre skala, men ändå med lite publik och stämning. Det säljs en hel del mat och dryck på dessa typer av evenemang och även hotellbranschen skulle öka.

Några slutord?

– Skynda långsamt och lyssna på myndigheternas rekommendationer. Det kommer en tid då Covid-19 är över och då har vi förhoppningsvis lärt oss mycket som vi kan ha nytta av i framtiden. Var så positiva ni kan och ge gärna extra beröm och komplimanger till personal, gäster och medmänniskor. Och tveka inte att kontakta oss så ska vi hjälpa till så gott vi kan – tillsammans är vi starka. ■

MÖT EN KOMPIS!



Säg hej till Lars Andersson

Lars har arbetat för oss på Krogdirekt i snart tio år och är franchisetagare med ansvar för Gästrikland, Hälsingland och Stockholm. Med sin tidigare erfarenhet från restaurangbranschen kommer han gärna med goda idéer till våra kunder!

Vad tycker du är roligast med att hjälpa restauranger och hotell?

– Mycket av det vi gör på Krogdirekt handlar om att hjälpa våra kunder. Jag gillar själva mötet med kunderna men också att hitta och visa vilka besparingar som de faktiskt kan göra med vår hjälp.

Kan du berätta om någon särskild händelse där du fått uppskattning av en medlem?

– Alldeles nyligen hjälpte jag en kund som har en sushirestaurang i Stockholm. Jag hjälpte till med inköpet av ett helt nytt kök. Under

arbetets gång fick jag mycket uppskattning för alla idéer och tips som jag, tack vare min tidigare erfarenhet, kunde bidra med. Det kändes kul och som att min kunskap verkligen kom till nytta!

Vad tycker du är det viktigaste som vi bidrar med till våra medlemmar?

– Jag tror att det allra viktigaste som vi bidrar med är vår kunskap. Utifrån den har vi möjlighet att ge råd och tips i många olika typer av situationer som kan uppstå hos våra kunder.

Vad tror du restauranger och hotell kommer ha mest behov av i framtiden?

– Det är en fråga som är extra svår att svara på i dessa tider. Det är svårt att sja om hur framtiden kommer att se ut för restaurangbranschen. Men jag tror att den kunskap och erfarenhet som bland annat vi på Krogdirekt har, kommer att vara en stor del i att hitta nya lösningar för branschen. Jag hoppas och tror att vi kommer kunna bidra med många kloka idéer. ■



NU GÖR VI GRÖNSAKERNA TILL HJÄLTAR PÅ TALLRIKEN.

Idag är det många som pratar om hållbar mat. Vi är överens om hur bra det är att ställa om från kött till grönt – för både kroppens och planetens skull. Men det är klart att det inte är helt lätt. För köttbullarna blir inte lika goda när vi rakt av byter blandfärsen mot sojafärs. Och en grillad bit tofu smakar inte som en kycklingfilé.

Därför fokuserar Santa Maria på att hitta nya vägar och spännande smakkombinationer som gör grönsakerna till hjältar på tallriken.



TA ENKLA VÄGAR TILL BRA RÄTTER.

Det handlar mycket om att hitta det smidiga. Vi har tagit fram recept på rotfruktsgratänger som du kan laga flera dagar i förväg. Och vi har jobbat fram en beluga-bolognese där du bara lägger linserna i blöt dagen innan för att sedan koka du upp dem med tomatås och kryddor i 30 minuter. Svårare är det inte att göra en vegetarisk bolognese som smakar fantastiskt.



VÄLJ BILLIGT, GOTTOCH NÄRINGSRIKT.

Vegetariska rätter kan innehålla minst lika mycket protein som köttätter. Ta Pulled Oats® till exempel: Det räcker med 40 gram på tallriken så har du tillgodosett proteinbehovet. En annan sak som är bra med vegetariskt är att man kan jobba i säsong. Då blir det enklare att laga billig mat som smakar gott och är bättre för klimatet.

Gå in på vår sajt och klicka på "Making greens Powerful". Där hittar du recept och flavourguides för några fantastiska grönsaker.

[SANTAMARIAFOODSERVICE.SE](https://santamariafoodservice.se)



MEDLEMSREPORTAGE

OMSTÄLLNING UNDER CORONA

Çok Najs är restaurangen som tar äkta turkisk street food till Sverige. Med hjälp av nya idéer, smart kommunikation och snabbt agerande har de också lyckats växa i Corona-tider. Vi ringde upp Gabriel för att ta reda på hemligheten!



Hur kom ni på konceptet till Çok Najs?

– Ha, ha... det var när vi var i Berlin för att kolla på fotboll. När vi åt äkta Döner Kebab där fattade vi att det saknades något i Linköping. När vi drog igång för två år sedan var också hela trenden med beer and burger på gång och då kändes det naturligt att skapa ett liknande koncept men med öl och döner istället.

Så hur gjorde ni?

– Vi fokuserade jättemycket på att skapa ett skönt hak och att

nå ut via sociala medier. Hit ska man kunna komma på lunch, ta take away eller hänga sent på kvällen. Målet har hela tiden varit att hålla hög kvalitet men med priser som gör att man ska kunna komma hit två gånger i veckan utan att det svider i plånboken. Vi kör ölprovningar, DJ:s på helgerna och uppskattade musikquiz. Att vi serverar äkta döner istället för halvfabrikat har varit populärt!

Berätta vad som hände 12 mars

– Ja, det var en speciell dag! Vi fick vårt andra barn och precis samtidigt slog ju coronan till med

full kraft. Då bestämde vi oss för att satsa istället för att ta det lugnt. Vi hade ju redan take away och kunde ställa om snabbt. Vi körde ännu mer marknadsföring i sociala medier och så drog vi ner priset på våra rätter så att de alltid låg på lunchpris. Vår dyraste rätt låg innan på 139 kronor och nu fick du den för 99:-. Inklusivt dricka vid take away!

Så ni körde alltså på mer än tidigare?

– Ja, det blev så. Självklart tappade vi i marginal på rätterna men vi var ju sedan tidigare

vana att servera take away och våra kunder uppskattade att vi var snabba. Vi lyckades helt enkelt nå ut till fler gäster och kunde fortsätta med våra DJ-kvällar och musikquiz, även om vi självklart anpassade dem efter restriktionerna.

Men hur funkade allt detta med familjen?

– Det innebar att jag fick hoppa in och köra morgon till kväll i två månaders tid, när jag egentligen tänkt att vara hemma med vår yngsta, så visst var det en stor påverkan. Min fru har fått dra ett jättelass och det är jag enormt tacksam för! Annars hade vi aldrig klarat det här.

Har ni behövt någon annan hjälp?

– Det har varit skönt att ha Krogdirekt med sig för man vet att man kan få stöd om man behöver och de var också snabba med att få ut tips och råd i början. Josef och Henric sa direkt att vi skulle dra ner på våra kostnader och det gjorde vi också. Vi stängde också på söndagar som redan innan var vår sämsta dag och

satsade istället på att få in gäster de övriga dagarna. Sen är jag glad över att vi aldrig behövde permittera utan istället kunde jobba på.

Så, vad händer nu?

– Vi har bestämt att vi fortsätter året ut med samma priser – som ett tack till alla gäster som har hittat till oss. Sen tar vi nya tag i vår! ■

FAKTA: Çok Najs

Adress: Platensgatan 3, Linköping

Telefon: 013 – 13 13 99

Webb: coknajs.se

Instagram: coknajsbar



Grejer som inspirerar

Ibland behövs så lite för att lyfta så mycket. Krogtugg & hotellsnack listar som vanligt några nya detaljer som lyfter restaurangen och hotellet.



Dagbädd

En av höstens nyheter från Muuto är dagbädden i serien Outline. I ljus läder gör den sig fin i entrén och ger besökarna en plats att vila benen.

www.muuto.com



Munblåst

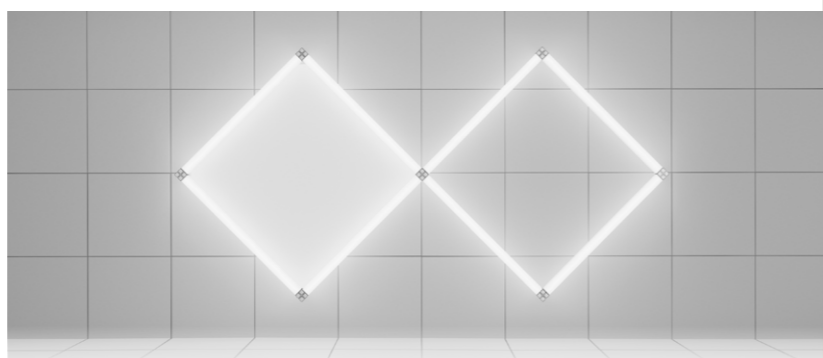
Den här vasen ger ett levande intryck med sin virvel. Med sina 47 centimetrar ger den utrymme för stora buketter och kvistar. Den lanserades nyligen av Ferm living och släpps snart till försäljning.

www.fermliving.com

← Pinot

Pinot valdes nyligen ut till tävlingen Dezeen Awards longlist 2020. Stolen har tagits fram i samarbete med Swedese och är resultatet av Mika Lindblads examensprojekt på Beckmans Designhögskola. Vem som vinner tävlingen avgörs under hösten.

www.mikalindblad.com



Formbart

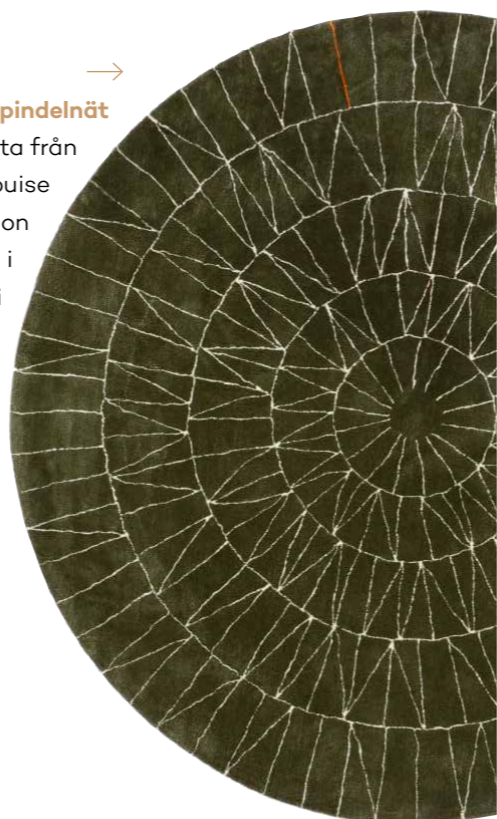
Från svenska Ateljé Lyktan kommer Vault. Det är ett belysningsystem som är utvecklat för att vara både flexibelt och effektivt. Med hjälp av ljusskenorna och väggfästen kan du själv formge belysningen i restaurangen.

www.ateljelyktan.se

→ Spindelnät

Web är en kvalitativ matta från Asplund där designern, Marie-Louise Hellgren, har hämtat inspiration från spindlarnas värld. Den finns i två storlekar och görs för hand i Indien.

www.asplund.org



ÄLSKAR DINA GÄSTER KÖTT?

Då kommer de att älska våra vegetariska produkter.

The Vegetarian Butcher är varumärket för alla som älskar kött men av olika anledningar letar goda och gröna alternativ. Välj mellan NoMince, NoBeef Burger, NoChicken Nuggets och NoChicken Chunks, som inte bara smakar som riktigt kött utan också påminner om "The real deal" ifråga om textur. Tror du oss inte? Prova så får du se.



Art.nr	Produkt
67951967	Sojanuggets NoChicken Nuggets, 1,75 kg
67951958	Sojafärs NoMince, 2,0 kg
67951955	Sojaburgare NoBeef Burger, 2,4 kg (30 burgare)
67951953	Sojabitare NoChicken Chunks, 1,75 kg

Vill du veta mer om The Vegetarian Butcher?
Kontakta oss gärna!



Support. Inspire. Progress.

I 15 år har Bianca varit helt fokuserad på mat – genom reklambyråer och sitt eget företag. Hon har gjort flera prisbelönta böcker bland annat Hävvi = Självklart: sydsamisk mat tolkad av Elaine Asp och Smak på Sápmi - tradition, innovation och framtid.

Bild från kokboken Hälsesam mat med Cecilia Davidsson



ETT GOTT ÖGA FÖR DET GODA

Bianca Brandon-Cox är den prisbelönta matfotografen som brinner för att hjälpa restaurangsverige. I över 10 år har hon arbetat sida vid sida med hotell- och restaurangägare med ett mål i sikte – att förbättra deras kommunikation.



Foto: Rico Feldfoss

– Jag kan hela kedjan från produkter till restauranger, därför känner jag målgruppen och vet vad de vill ha. Jag vill verkligen hjälpa dem att lyckas.

Att inspirera andra och dela med sig av kunskap är vad som driver Bianca. Nu har hon pausat fotokarriären och lägger större delen av sin energi hos Visit Sweden och Måltidsturismprogrammet*.

– Min roll på Visit Sweden är som projektledare för kunskaps-

spridningen. Jag ser till att företag och destinationsutvecklare får nya kunskaper och insikter om vad internationella måltidsresenärer vill uppleva under sitt besök i Sverige. Framförallt jobbar jag med att fylla en kunskapsbank med målgruppsanalyser, trendrapporter, kurser och goda exempel på hur andra gjort för att lyckas.

I förlängningen vill Visit Sweden få fler utländska turister att resa till Sverige, köpa mer svenska livsmedel och spendera mer på restauranger och på så sätt öka Sveriges konkurrenskraft som destination.

Ett sätt att göra det på är att hjälpa aktörer inom restaurang-sverige att marknadsföra sig på bästa sätt, och utvecklas med nya produkter och idéer. Därför har Bianca bland annat tagit fram ett matnyttigt webinar i hur man ökar sin synlighet i digitala kanaler.

”Sociala medier är så oerhört kraftfullt”

Men det är inte bara webbkurser som kan hjälpa företagen att utvecklas – sociala medier spelar en kraftfull roll i det hela. Att lyfta blicken från sin egen verksamhet

BIANCA TIPSAR!

Hur du väcker aptit med bild

1. Fokuspunkt – erbjud något att fästa blicken på. Tänk dig en sallad, det ska finnas något att fokusera på. Det kan till exempel vara en köttbit eller en ört.

2. Highlights – ögat söker sig till det som är ljusast. Toppa köttet med lite flingsalt, det kan vara det som gör att ögat söker sig dit.

3. Styling – vilken story runt omkring maten vill du berätta? Använd snygga underlag, tallrikar och bestick. Jag använder ofta matt keramik. Varför inte samarbeta med en lokal keramik?

4. Naturligt – använd ätbar styling från naturen. Saker som

känns naturligt, som blommor och örter, ökar känslan av genuin mat och passar nordiskt matfotomanér.

5. Färgval – låt matens färger synas. Välj tallrikar med mindre färg, det är maten som ska vara färgen. Grått trä och gråa plåtar skulle jag säga är det ultimata underlaget. Men inte en rostfri aluminiumbänk. Det är väldigt svårt att göra snyggt på bild.

6. Perfectly imperfect – det ska skava lite någonstans. Vi människor gillar när saker avviker. Det kan vara kladd, något som ligger lite utanför skärbrädan. Eller lite flingsalt utanför tallriken.



Smak på Sápmi - Varje del räknas, Slow Food Sápmi.

för att kunna utveckla sitt företag och marknadsföra sig är något Bianca verkligen rekommenderar.

Många företagare Bianca jobbat med har varit småföretagare som gör mycket själv. De har svårt att avsätta tid till marknadsföring. Men hon vill få dem att förstå vikten av att ta sig tid till att lyfta blicken och utveckla sin kommunikation, framförallt i sociala medier.

– Sociala medier är så oerhört kraftfullt. Det bygger relationer med människor som sedan blir dina kunder. Se det som att du lägger tid på att bygga relationer. Man kan nå hela världen, gratis i princip. Att ta sig den tiden ger så mycket.

Visa personerna bakom
Biancas mångåriga erfarenhet från reklambyråer och karriär som matfotograf har gett henne

värdefulla insikter om vad som funkar bäst när man vill synas i sociala medier.

Snygga bilder och filmer är självklart viktigt. Men lika viktigt är att skapa balans i flödet och visa personerna bakom företaget. Att dela med sig om vad som händer i bakgrunden är effektfullt.

– Ta den lokala pizzerian som exempel, folk älskar att komma bakom kulisserna. Hur gör ni? Var lekfulla, snurra på pizzerian. Låt besökarna lära känna kockarna, berätta om personalens favoritpizzeria. Låt personliga små berättelser få ta plats. Och blanda genomtänkta bilder på mat med bilder på personal som möter besökaren med blicken. Du kan som människa inte värja dig när någon tittar på dig. Det är effektfullt och personligt, besökaren blir sedd.

Och när det kommer till matfotografering vill Bianca betona att man inte behöver ha den senaste fotoutrustningen. Viktigast är att faktiskt komma ihåg att ta bilderna och dela med sig.

– Lista allt du erbjuder och fota det. Skaffa en bra mobilkamera, varva film och foto. Film får överlägset mest uppmärksamhet i sociala medier. Men vi vill också vila ögat på fina, stillsamma bilder. Skapa balans i flödet. ■

Yrke: Projektledare Måltidsturismprogrammet Visit Sweden, Food Photographer, Prop Stylist, DoP & Content Manager

Hemsida: biancabrandoncox.com

Youtube: Food Photography and Styling

Instagram: biancabrandoncox

Kunskapsbanken Måltid: corporate.visitsweden.com/kunskap/maltid

BIANCA BRANDON-COX

*Måltidsturismprogrammet/Exportprogram för måltidsturism finansieras genom Landsbygdsprogrammet/EU, Visit Sweden och programmets partners.

Bli vår VEGASPARTNER

Vegas är mer än bara en spelautomat. Den är husets eget Casino och en extra inkomstkälla för dig och din verksamhet.

Bli vår Vegaspartner och få sprillans nya Vegas-automater laddade med spännande spel och trygga spelansvarfunktioner. Vi tar hand om både installation och service. Du och din personal får utbildning, löpande information och blir också en del av ett större nätverk.

Läs mer på vegas.se eller ring Vegasupporten direkt på **020-44 88 22**.



Visste du att...

...genomsnittskrögaren tjänar ca 200 000 kr per år på Vegas? Det motsvarar ungefär 50 luncher per dag. Eller 9 000 liter öl per år. Skillnaden är att nya Vegas sköter sig själv.

Förebygg smittspridning genom god handhygien

Golvställ med beröringsfri dispenser till för handdesinfektion.

Den etanolbaserade Alkogelen i refillpåse förebygger och förhindrar smittspridning via händer.

Placeras med fördel utanför entrén till restaurang/matsal.



Benämning	A-pris	Kampanjpris
Golvställ med dispenser Höjd 150 cm	3 083 kr	2 312 kr
Alcolgel Plus Rubbermaid 1L	170 kr	119 kr

För att ta del av erbjudandet, kontakta kundtjanst@rekal.se eller ring 0158- 339 00, och uppge att du är medlem i Krogdirekt.

Priserna är exklusive moms. Kampanjen gäller oktober och november.

REKAL

Shining Everyday™

Vi är specialister på hygien och rengöring!



Skånemejerier

STORA NYHETER FÖR PROFFSKÖKET

Nu utökar vi vårt sortiment av 5 kg hinkar med Hjordnära Ekologisk Crème Fraiche och Gräddfil. Varsamt tillverkade av mjölk från KRAV-certifierade gårdar i Skåne och södra Sverige.

Genom att välja en större förpackning istället för flera små är du med och minskar plastanvändningen. De tomma hinkarna är utmärkta för förvaring av till exempel köksredskap eller städprylar.



**SKÅNEMEJERIER
EKOLOGISK CRÈME FRAICHE**

Fetthalt 34%. 5 kg. Art nr: 368492

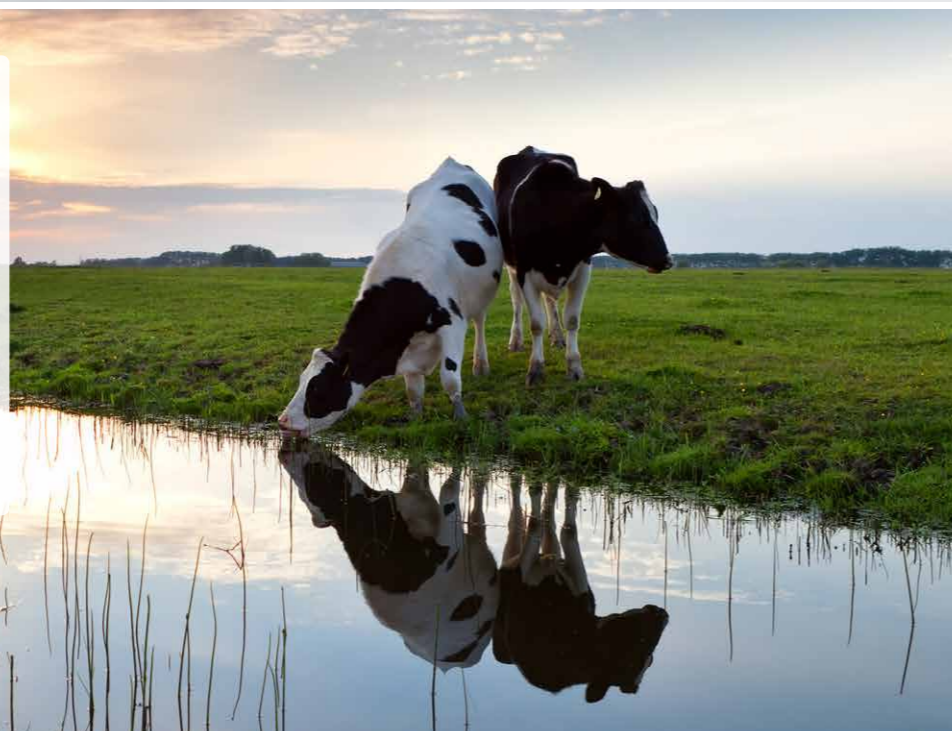


**SKÅNEMEJERIER
EKOLOGISK GRÄDDFIL**

Fetthalt 12%. 5 kg. Art nr: 368528



Mjölken till Hjordnära-sortimentet kommer från ett femtiotal ekologiskt certifierade mjölkgårdar i Skåne och södra Sverige. Utöver de höga krav på djuromsorg som är gemensamma för alla gårdar som levererar vår mjölk, måste fodret på de ekologiska gårdarna vara ekologiskt och till minst 60 procent odlat på den egna gården.



MEDLEMSREPORTAGE

Wasastugan – AMERIKANSKA SMAKER I MORA

För åtta år sedan köpte bröderna Michel och André Feem Wasastugan i Mora. Sedan starten har de varit med om mycket – allt från en vattenskada till att öppna ytterligare en restaurang mitt under Corona-krisen!

Bröderna är uppväxta i Mora och köpte restaurangen tillsammans med sin pappa. När de tog över var stället en nattklubb och sakta men säkert har de flyttat fokus för att få restaurangen att bli det den är idag. I vägen kom en vattenskada och på två års tid kunde de bara hålla öppet i sex månader. Trots det lyckades de förvandla nattklubben till ett ställe med en amerikansk känsla för cajun och BBQ.

– Nu serverar vi goda burgare och andra grillade rätter med fokus på kött, berättar Michel. Men vi kör fortfarande livespelningar några



Michel & André

kvällar per år. Eller ja, vi gjorde det innan Covid-19 slog till.

Amerikansk inspiration

Till lunch bjuds gästerna på en stor buffé med olika klassiska rätter. På à la carten är rätterna inspirerade

av det amerikanska cajun-köket. På menyn samsas högrevsburgare med fajitas och grillade räkor. Kvällstid är det många som tittar in för att ta ett glas öl eller något alkoholfritt alternativ.

– Det är brorsan som är köksmästare och jag sköter om restaurangen, förklarar Michel.

Nytänk i krisen

Det hade flutit på i några år efter vattenskadorna när Covid-19 plötsligt slog till. För att klara sig igenom de tuffa månaderna under våren riktade Wasastugan in sig

på take away och hemkörning. De började också sälja matlådor via sin lokala Ica-butik.

– Det var som att någon stängde dörren, berättar Michel om sin känsla i mars i år. Men sen började det lossna och strax innan midsommar kände vi att det var igång igen. Det var en väldigt skön känsla!

Internationella besökare

Ett vanligt år utan reserestriktioner har restaurangen många internationella gäster, såväl sommartid som vintertid.

– Under Vasaloppsveckan och skidsemestrarna är det många som kommer hit, både från Sverige och utlandet.

I år har förstås besökare från andra länder minskat och även om restaurangen fortfarande inte har lika många gäster som vanligt är Michel tacksam över att många har återvänt och att det nu går bättre än vad de hade vågat hoppas på.

Nyöppnat i Orsa

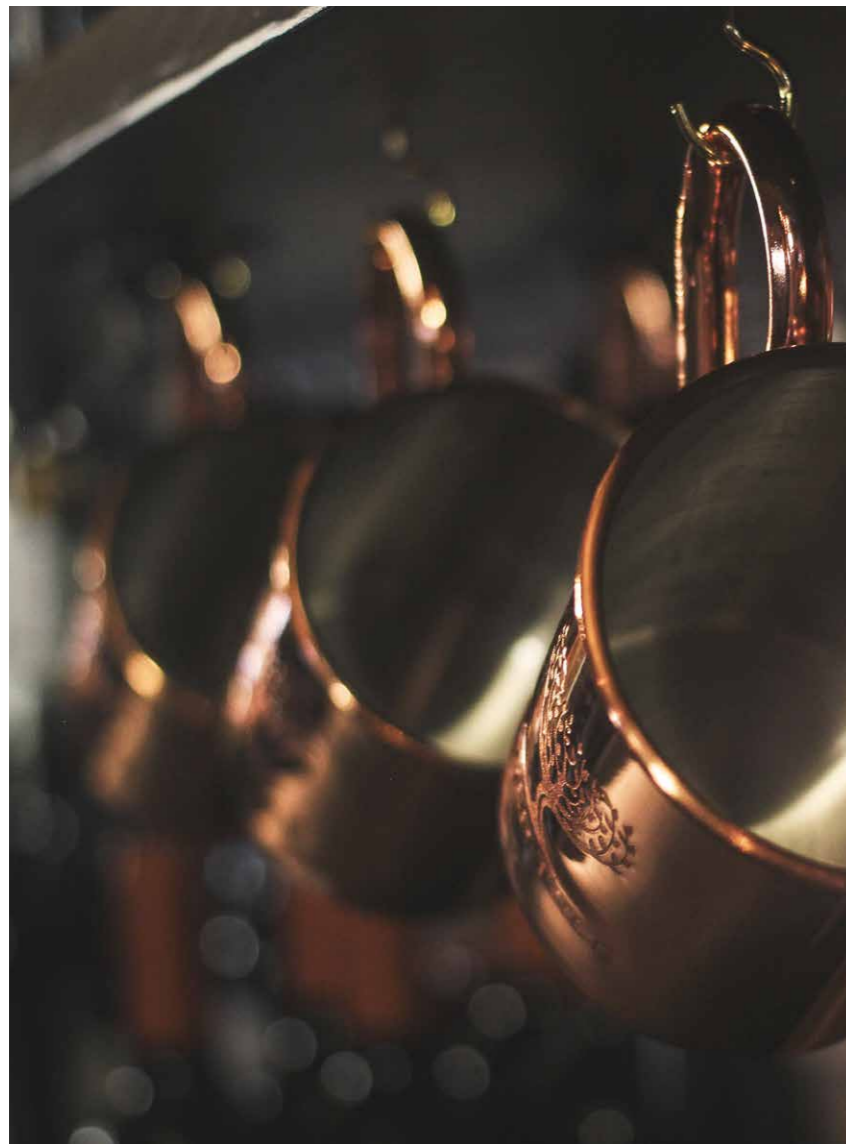
I juni i år slog man dessutom upp dörrarna till ett nytt ställe –

Brasserie Udden. En restaurang med vackert läge ned mot Orsasjön. Även här serveras både lunch och à la carte. Och dessutom pizza!

– Vi skrev kontrakt på det nya stället vid årsskiftet och blev såklart oroliga under våren för hur det skulle gå. Men det har gått över förväntan!

Vi önskar bröderna Feem lycka till. Både i Orsa och i Mora! ■

FAKTA: Wasastugan
Webb: wasastugan.nu
Epost: info@wasastugan.nu
Tel: +46 (0)250-177 92



KrogDirekt-produkter 2020

Olivolja ex.vergine Originale 5,0 l x 2 Di Luca: 1144 M / S: 289835 EAN: 7350002400418	Olivolja ex.vergine Originale 2,0 l x 6 Di Luca: 1143 M / S: 289843 EAN: 7350002400401	Olivolja ex.vergine Classico EKO 5,0 l x 2 Di Luca: 2014 M / S: 459511 EAN: 7350002407745	Olivolja ex.vergine PET EKO 1,0 l x 6 Di Luca: 1646 M / S: 588731 EAN: 7350002406069	Olivolja ex.vergine Citron PET 1,0 l x 6 Di Luca: 1254 M / S: 389395 EAN: 7350002405413
Balsamvinäger I.G.P 3,0 l x 4 Di Luca: 2806 M / S: 383745 EAN: 7350002400197	Balsamvinäger Vit 3,0 l x 4 Di Luca: 2807 M / S: 213132 EAN: 7350002403730	Vitvinsvinäger EKO 5,0 l x 2 Di Luca: 1761 M / S: 438895 EAN: 7350002407219	Sardeller 700 g x 6 Di Luca: 5296 M / S: 187765 EAN: 7350002404720	Kapris Stora 1,0 kg x 2 Di Luca: 5293 M / S: 191353 EAN: 7350002404706
Kronärtskockor örtmarinerade 960 g x 2 Di Luca: 5291 M / S: 187807 EAN: 7350002404690	Kronärtskockor örtmarinerade Hela med stjälk 2,45 kg x 6 Di Luca: 1740 M / S: 220129 EAN: 7350002407004	Soltorkade tomater strimlade 1,5 kg x 2 Di Luca: 5298 M / S: 191239 EAN: 7350002404744	Körsbärstomater lätt soltorkade 1,0 kg x 2 Di Luca: 5297 M / S: 191049 EAN: 7350002404737	Grillad Paprika röd 1,6 kg x 2 Di Luca: 5202 M / S: 206557 EAN: 7350002400708
Kikärtor 2,6 kg x 6 Di Luca: 5311 M / S: 425728 EAN: 7350002400814	Stora Vita bönor 2,6 kg x 6 Di Luca: 5314 M / S: 425751 EAN: 7350002400845	Matvete Durum EKO 2,6 kg x 6 Di Luca: 5315 M / S: 553552 EAN: 7350002402375	Zeta Celentani 5,0 kg x 3 Di Luca: 1731 M / S: 224626 EAN: 7350002406915	
Kalamata urkärnade PET 3,3 kg x 2 Di Luca: 1632 M / S: 588087 EAN: 7350002405925	Halkidiki urkärnade PET 3,3 kg x 2 Di Luca: 1633 M / S: 588236 EAN: 7350002405932	Olivmix urkärnade PET 3,3 kg x 2 Di Luca: 1634 M / S: 588145 EAN: 7350002405949	Kalamata EKO urkärnade PET 3,3 kg x 2 Di Luca: 1635 M / S: 588061 EAN: 7350002405956	

krogdirekt

SKANDINAVISKA
sanköps
gruppen



Di Luca / Di Luca
martin&servera



Din Krogdirektkontakt

Dalarna	Mikael Jones	070-278 76 64
Göteborg, Kungälv, Borås, Skåne	Homan Karimi	073-657 69 97
Göteborg, Kungälv, Borås, Skåne	Lucky Tsompanidis	072-290 87 27
Östergötland, Småland	Thomas Björklund	070-841 37 01
Hälsingland, Gästrikland	Lars Andersson	076-853 30 20
Stockholm	Johakim Philipson	072-312 22 85
Västmanland	Mario Macri	070-841 37 08
Västernorrland	Esbjörn Habicht	070-316 31 52
Östergötland	Josef Yildiz	070-956 53 56

Kontakta Samköpsgruppen

MIKAEL JONES	070-278 76 64
JOSEF YILDIZ	070-956 53 56
HOMAN KARIMI	073-657 69 97
LACKY TSOMPANIDIS	072-290 87 27
THOMAS BJÖRKLUND	070-841 37 01

Nytt samarbete Förmånligt elavtal från Bixia



Du som företagskund får en skräddarsydd lösning för just ditt företag och bästa tänkbara service för elinköp. Med **Bixia Framtid** erbjuder vi dig ett förnybart elavtal som kombinerar tryggheten i ett fast elpris med möjligheterna i det rörliga elpriset.

Teckna elavtal genom att gå in på bixia.se/krogdirekt eller ring oss på **0771-12 12 00**



Har du funderingar? Kontakta oss gärna!

Bixia AB 0771-12 12 00 foretag@bixia.se www.bixia.se

Våra samarbetspartners

					
					
					
					
					
					
					
			 Från en familj där mat är kärlek.		

krogdirekt



SKANDINAVISKA
samköpsgruppen
Gör smartare affärer!