



CROISSANTERIA SURGELATA, L'INNOVAZIONE GUARDA ALL'HEALTHY

PASTICCERIA  2 min.

5 Settembre 2022 

Il mercato della croissanteria surgelata ama innovare e sperimentare. Per farlo utilizza farine speciali, farciture e abbinamenti insoliti, topping e semi particolari, forme e colori nuovi, seguendo le tendenze di consumo



La più impattante è quella dell'healthy, che ha dato vita a un segmento ormai ricco di proposte, che si distinguono per l'utilizzo di farine ai cereali antichi, di malto, farro o avena, integrali o multicereali, impasti alla papaya, farciture al miele, anche in abbinamento allo zenzero, frutti rossi, melograno, sambuco e lampone, mango e pepe rosa, ma anche per ricettazioni con meno zuccheri.

HEALTHY MA CON GUSTO

Ricade in questo ambito anche il filone vegan, la cui crescita delle vendite è segnalata da diversi player del settore. Le aziende non dimenticano, però, la golosità. [Sammontana](#), ad esempio, ha ampliato la sua gamma vegan inserendo una referenza più "indulgence": il Croissant Vegano Nocciola e Cacao.

OBIETTIVO ARTIGIANALITA'

Sul fronte dei metodi produttivi, parlando con le aziende si registra un'attenzione a utilizzare procedure che riproducano su larga scala le lavorazioni artigianali.

“Il caposaldo della produzione a marchio Casa Giani di D+F è offrire ai propri clienti un prodotto dalla qualità artigianale, ma facile da preparare: con piccole personalizzazioni, il professionista è in grado di offrire un prodotto tailor made. Questo è possibile grazie a lente lavorazioni, come l'artigianalità richiede, e all'ausilio di macchinari no stress. Un esempio? I nostri croissant curvi sono esclusivamente piegati a mano”, sottolinea Carloalberto Ghioldi, Amministratore unico D+F, azienda del Gruppo **Unigrà**.



IL VALORE DELLA SOSTENIBILITA'

Attenzione poi alla sostenibilità aziendale e delle proprie produzioni, che si concretizza in azioni volte al risparmio di energia, acqua e detersivi, all'utilizzo di packaging riciclabile, materie prime del territorio, rispettose del benessere animale o certificate con standard ad hoc.

“Tuttavia – riflette Alfio Schiatti, Direttore marketing Fresystem– oggi la sostenibilità è un valore da perseguire solo per il ‘benessere etico’ aziendale perché il mercato non è disposto a spendere di più per un prodotto sostenibile. L'inflazione e l'impennata dei costi di energia e gas hanno congelato quello che era un trend sul nascere. Oggi il

mercato purtroppo non ne riconosce il valore, anche se siamo convinti che lo farà domani".

© Riproduzione Riservata

ARTIGIANALITÀ

BENESSERE

CROISSANTERIA

GUSTO

HEALTHY

NEWS

PASTICCERIA

SOSTENIBILITÀ

SURGELATI

VEGAN

VEGANO

ALTRO IN PASTICCERIA

▼ MOSTRA TUTTI ▼

DOLCESALATO

Via Mazzini, 6
43121 - Parma (ITALY)
P.IVA: 01756990345

Via Giuseppe Pecchio, 14
20131 - Milano (ITALY)

ABOUT

Chi siamo

Contatti

Abbonati a

Dolcesalato

Newsletter

Privacy & Cookie

Policy

PASTICCERIA BAKERY GELATO CAFFÈ & CO.

CIOCCOLATO PROTAGONISTI STRUMENTI TREND VIDEO



Copyright © 2015-2022 FOOD S.r.l. - Tutti i diritti di riproduzione sono riservati