Vandemoortele presenta la Focaccia Toast

focaccia-toast-6585b10d

Sono numerosi i primati del Gruppo belga Vandemoortele leader nel mercato del frozen bakery, margarine, olii e grassi da cucina, fin dagli esordi nel 1899, quando Constant Vandemoortele e suo figlio Adhémar fondano la fabbrica di Izegem, in Belgio, ancora attiva. Negli Anni 30 del secolo scorso per esempio fu la prima azienda a vendere olio in bottiglia ai consumatori finali.

Oggi l'azienda opera per dare il meglio al mercato del foodservice - catering, bar e ristoranti, pasticcerie artigianali - con l'impegno di "contribuire al successo dei clienti offrendo qualità, servizio e praticità". La Ricerca e Sviluppo studia per comprendere al meglio le esigenze degli operatori e dei loro clienti finali allo scopo di garantire la massima funzionalità ai prodotti, che vengono realizzati in linea con i trend di mercato e in risposta ai bisogni specifici.

L'eccellenza si crea con la qualità degli ingredienti e l'esperienza. Nasce così la novità esclusiva della Focaccia Toast, originale concept presentato da Vandemoortele Italia al Sigep di Rimini 2019, frutto di una ricerca sui savoury snack più venduti sul mercato italiano che ha rivelato un gradimento del toast stabile nel tempo, nonostante la sua indiscutibile praticità, rispetto a panini e focacce, sempre più apprezzati dai consumatori.

Il toast – dal latino tostum, abbrustolito- è un prodotto da sempre presente nella nostra alimentazione fin dal XIX secolo quando si usava cuocere in padella due fette di pane facendole dorare solo da un lato. Nel 1893 l’inventore scozzese Alan MacMasters brevetta il primo tostapane elettrico ma all’epoca a causa della scarsa diffusione dell’ elettricità, non ottiene il successo sperato. Il vero e proprio boom si ha nel 1919 quando l’americano Charles Strite riesce a perfezionare l’invenzione e presenta primo tostapane pop-up con timer, un metodo di fuoriuscita automatico che permette di scaldare il pane per il tempo desiderato, senza rischiare di farlo bruciare.In breve tempo, complice la nascita del pancarrè o pane in cassetta, il toast diventa una moda declinata a seconda dei gusti e delle nazioni: negli Anni ’40 del ‘900 si diffonde il tipo di sandwich consumato ancora oggi in Italia, fatto tostando in una speciale griglia due fette di pancarrè imbottite di prosciutto cotto e formaggio.

Con il passare degli anni nonostante l’apertura di Toasterie specializzate ricche di proposte sempre più creative, dalle recenti analisi si evince che il toast è un prodotto radicato nelle nostre abitudini ma anche legato a un consumo stagnante. Invece il panino segna +15,6% in due anni e la focaccia nel 2018 ha registrato un + 87 ml di porzioni vendute (dati NPD). Ecco quindi la sfida al panino con la Focaccia Toast, che coniuga le caratteristiche vincenti di entrambi i prodotti. Più soffice rispetto al toast di cui replica le misure (15x15) e il formato pretagliato da bar, la Focaccia Toast ha un aspetto più artigianale e “gourmet” dato dalla bucature e dal colore dorato in superficie, oltre a richiedere un minor tempo di cottura dal surgelatore alla piastra (3 minuti contro i 4 del classico).

Proposta in tre varianti, all’olio EVO, ai cereali o 100% integrale, è venduta in cartoni da 16 pezzi.