Vandermoortele: il frozen bakery a supporto dell'evoluzione del bar contemporaneo

b079b469-2e1a-4b2d-b844-56e2a12620bb

Nel bar italiano non basta più avere un'offerta di qualità. Oggi la vera sfida è riuscire a renderla disponibile nel momento giusto, nelle quantità corrette e limitando gli sprechi. A dirlo sono i numeri dell'ultimo Away From Home Consumer Tracking di TradeLab che fotografano un mercato ad elevata frammentazione che impatta direttamente sull'organizzazione dei locali. Per gli operatori diventa infatti sempre più importante riuscire a **presidiare le fasce orarie a maggiore affluenza** senza sovradimensionare l'offerta nei momenti di minore domanda.

È in questo contesto che il **frozen bakery** assume un ruolo sempre più strategico. Non più soltanto una soluzione operativa o logistica, ma uno strumento di gestione capace di supportare i punti vendita nella costruzione di un’offerta più flessibile, continuativa ed efficiente.

Il frozen bakery risponde alle richieste del mercato

La diffusione del frozen bakery nel bar italiano è ormai una realtà consolidata. Secondo TradeLab, tra i bar che propongono almeno una tipologia di brioche, cornetto o prodotto da colazione, il **61% utilizza prodotti surgelati**. La quota sale al **76% per i croissant tradizionali, all'86% per quelli vegani e al 79% per pastefrolle e tortine**. Un fenomeno che riflette una trasformazione più ampia del settore. La crescente diffusione di queste soluzioni non è infatti legata soltanto a esigenze di praticità, ma alla possibilità di **rispondere in modo più efficace alle richieste del mercato**. Dalle evidenze raccolte emerge come i prodotti bakery surgelati siano sempre più apprezzati perché consentono di garantire continuità di servizio, ridurre il rischio di restare senza prodotto nei momenti di picco e gestire con maggiore precisione le quantità attraverso una produzione più aderente alla domanda effettiva.

Per Vandemoortele la questione non riguarda più semplicemente la disponibilità di prodotto, ma la **capacità di costruire un'offerta sostenibile dal punto di vista operativo ed economico**.

Quote

“In un mercato in cui i consumi si distribuiscono in modo sempre più frammentato durante la giornata, il tema non è soltanto intercettare la domanda, ma riuscire a gestirla. Gli operatori hanno bisogno di strumenti che consentano di programmare meglio l'offerta, gestire la proposta con maggiore coerenza e ridurre il rischio di invenduto. Il frozen bakery va letto in questa prospettiva: una leva che aiuta il punto vendita a lavorare con maggiore flessibilità, continuità e controllo.

Tatiana Conetti, Marketing Director di Vandemoortele Italia

Gli esercenti vogliono servizi di supporto

L'evoluzione del rapporto tra fornitori e operatori conferma questa direzione. I gestori dichiarano di essere sempre più interessati a **servizi di supporto che vadano oltre il semplice prodotto**: dalla possibilità di testare nuove referenze alla consulenza per ottimizzare gli acquisti, fino alla formazione e al supporto nell'innovazione dell'offerta. Un segnale che evidenzia la crescente richiesta di partner capaci di accompagnare il mercato nell'evoluzione dei consumi e nella gestione quotidiana del punto vendita.

Con un portafoglio che comprende marchi quali Agritech, Lanterna, Banquet d'Or, Doony's, Acquaviva e Lizzi, Vandemoortele presidia oggi tutte le principali categorie del frozen bakery, dal pane alla focaccia, dalla pizza alla croissanterie, supportando gli operatori nella costruzione di offerte capaci di rispondere alle diverse occasioni di consumo della giornata. Più che una categoria, il frozen bakery si conferma oggi uno **strumento a supporto dell'evoluzione del bar contemporaneo**. In un mercato in cui i consumi si distribuiscono su momenti della giornata sempre più diversi tra loro, la possibilità di combinare varietà dell'offerta, e maggiore precisione nella gestione delle quantità diventa un fattore competitivo sempre più importante per gli operatori.