



## Il sapore del successo è dolce ma che fegato aver investito

**Dolciaria Acquaviva, l'azienda campana specializzata in croissanteria surgelata di alta qualità, nel 2008 ha speso quasi il doppio del proprio fatturato per fare un nuovo hub produttivo. Moltiplicando il business**

di Riccardo Venturi

**I**l coraggio di investire nel momento della crisi, quando tutti tirano i remi in barca. È stata questa la mossa vincente di Dolciaria Acquaviva spa, azienda campana specializzata in croissanteria surgelata di alta qualità, che è cresciuta in modo costante in anni durissimi, dai 18 milioni di fatturato del 2011 ai 25 del 2013 ai 39 del 2015, fino ai 56 del 2018. «Ci consigliavano di stare fermi, di non provare ad allargare gli orizzonti aziendali», racconta il presidente Pierluigi Acquaviva, «noi invece abbiamo investito in know how, persone e tecnologie». La prima mossa è venuta nel 2008, proprio subito dopo lo scoppio della crisi: «Avevamo un fatturato di 8 milioni» spiega il presidente della dolciaria, «e ne abbiamo investiti 15 in un nuovo hub produttivo con impianti di alta tecnologia. Questo ci ha avvantaggiato successivamente nei confronti dei competitor che, frenati dalla congiuntura negativa, sono un po' rimasti sui loro passi». Acquaviva è nata come laboratorio di pasticceria nel 1979 per iniziativa di Mario, padre di

**IL PRESIDENTE PIERLUIGI ACQUAVIVA:  
«CI CONSIGLIAVANO DI STARE FERMI,  
DI NON PROVARE AD ALLARGARE  
I NOSTRI ORIZZONTI AZIENDALI»**

Pierluigi, e l'altro elemento che l'ha premiata è stato proprio la fedeltà a questa tradizione artigianale: i croissant surgelati, per fare un esempio, sono prodotti con il pregiato "lievito madre", che richiede un tempo di lavorazione più lungo. «Abbiamo mantenuto un'anima, facciamo quantità con la qualità di una grande pasticceria, e questo fa la differenza rispetto alla concorrenza» sottolinea il presidente. I due elementi, investimenti e qualità artigianale, si incontrano alla voce tecnologia. «Grazie agli impianti di ultima generazione il gap qualitativo tra fresco e surgelato si è nettamente abbassato» rimarca Pierluigi Acquaviva, «la forbice è molto stretta, anzi: prima laboratori e pasticcerie un po' più grandi cuocivano la sera o la notte e servivano alle prime luci del mattino prodotti fatti 6-7 ore prima. Oggi puoi tirare fuori il prodotto surgelato, cuocerlo e servire un croissant appena sfornato, altamente fragrante, il cui profumo attrae la clientela: se n'è accorta anche la grande distribuzione, che ha sempre più potenziato il settore dei prodotti di pasticceria».

La ricetta dei croissant Acquaviva non è segreta: «Passione, determinazione, tradizione. Tre elementi che hanno fatto il successo della nostra realtà familiare: siamo in tre fratelli e gestiamo 120 lavoratori». Dopo aver aperto il suo secondo stabilimento nel 2008, l'azienda campana sta facendo il bis proprio in questi giorni, mentre l'economia italiana, ahinoi, si è inceppata un'altra volta. «Un anno fa abbiamo avviato un ulteriore investimento da 20 milioni per ampliare il nostro hub produttivo» mette in evidenza il presidente, «proprio in questi giorni stiamo collaudando il nuovo mega impianto, che è il più grosso in Italia per capacità produttiva di prodotti da forno surgelati per la prima colazione. Insomma continuiamo a investire e abbiamo obiettivi entusiasmanti, che non abbiamo intenzione di rivedere a causa del quadro economico». Forte di questo nuovo hub, Acquaviva intende intraprendere il prossimo necessario passo per la crescita: quello dell'internazionalizzazione. «Il nostro prodotto non è tra quelli, come pasta, pomodoro, olio extra vergine, la cui italianità è un plus che differenzia» osserva Acquaviva, «riteniamo però che anche per la cosiddetta "Colazione all'italiana" ci sia sempre più interesse anche all'estero. Le aree che abbiamo identificato, quelle dove vogliamo investire e riteniamo di poter ottenere risultati eccellenti, sono gli Stati Uniti, la Gran Bretagna e la Cina».