

Un'offerta sempre più premium e sostenibile

Dal 1979, Dolciaria Acquaviva si distingue come uno dei principali attori nel panorama dei prodotti da forno surgelati, sia dolci che salati, destinati ai canali Horeca e Gdo, e come secondo player in Italia nel segmento colazione. Con oltre 530 milioni di item, l'azienda registra una performance positiva: +9% a volume e +8% a valore, chiudendo il 2024 con un fatturato di circa 130 milioni di euro. "Il tema dell'autenticità, del benessere e dell'artigianalità si confermano i principali driver di scelta nel processo d'acquisto" spiega la **Marketing & communication manager Federica Moretti**. "Negli ultimi anni abbiamo assistito a un'evoluzione dei gusti del consumatore che preferisce acquistare – anche a un punto prezzo più alto – prodotti con ingredienti selezionati

e premium". E la produzione Dolciaria Acquaviva va proprio in questa direzione, ne è un esempio uno dei suoi prodotti di punta, il croissant La Lune al pistacchio, – approvato Apei e premiato per il terzo anno consecutivo dall'International Taste Institute, con il Crystal Award e che ha registrato una crescita a volume del 63% "rispondendo a un crescente apprezzamento verso il gusto del burro". Tra le proposte anche una linea Vegana certificata Icea. "Acquaviva è sempre stata attenta ai temi di sostenibilità, anticipando quella che è oggi una naturale evoluzione del mercato. Nella linea dei fritti già cotti Roundy, per esempio, abbiamo perfezionato il confezionamento, utilizzando l'innovativo cartone GreenBox: una linea di packaging in cartone ondulato che ci ha



Federica Moretti, Marketing & communication manager Dolciaria Acquaviva

consentito di ridurre l'impatto ambientale" prosegue Moretti. "Le leve strategiche che da sempre contraddistinguono Acquaviva sono l'ampiezza di copertura distributiva, l'innovazione e soprattutto la filosofia artigianale".