Lettori: n.d.
IL MATTINO Napoli
17-MAR-2014
Diffusione: n.d.
Dir. Resp.: Alessandro Barbano
da pag. 26

L'iniziativa promossa dall'Unione industriali
Dolciaria Acquaviva, l'artigianato diventa industria

L'azienda realizza prodotti da forno surgelati e anche snack salati per bar, alberghi e ristoranti

Il mestiere di rendere più goloso il risveglio

Scuola e lavoro

In 3 anni la società ha registrato un incremento del 62 per cento del numero di pezzi venduti

Carmela Maietta

A colazione o al bar, in albergo o al ristorante sono oltre 350mila le persone che ogni giorno addentano i prodotti da forno surgelati della Dolciaria Acquaviva che nel 2013 ha messo sul mercato oltre 105 milioni di pezzi, facendo registrare una crescita in 3 anni pari al 62%. Di questa strada costellata di successi accompagnati naturalmente da uno sforzo costante, uno dei 3 titolari dell'azienda, Luigi Acquaviva, ne parlerà con gli studenti nell'ambito del progetto di orientamento al lavoro "Studiare l'impresa, l'impresa di studiare" per dimostrare quanto possano portare lontano la passione e l'impegno quando si prende in considerazione l'idea di fare impresa. Era, infatti, un laboratorio di pasticceria quello che il capostipite degli Acquaviva, Mario, gestiva a Ottaviano: prodotti di qualità, con il marchio della napoletanità, apprezzati da un pubblico crescente di consumatori.

E allora, si dicono gli Acquaviva, perché non allargare l'orizzonte? Siamo nel 1979, nasce la Dolciaria Acquaviva, sul filo conduttore "passione, innovazione e alta qualità", come laboratorio artigianale per la produzione di croissant e dolci tipici napoletani surgelati destinati soprattutto alle pasticcerie e panifici della zona. Da allora è un crescendo: coadiuvato dai 3 figli, Pierluigi, Giuseppe e Marco, papà Mario senza esitazione decide di andare oltre, ampliando l'attività sia come assortimento di prodotti che in quantità. Con criteri rigorosi che diventano il filo conduttore dell'azienda e che vengono elencati come una sorta di memorandum: «estrema attenzione alla qualità dei prodotti a partire dal loro aspetto che è e sarà sempre quello di una pasticceria artigianale, la selezione scrupolosa e quasi maniacale delle migliori materie prime, ancora attenzione ai processi produttivi che devono riprodurre tutte le fasi di un processo manifatturiero artigianale» sia per i prodotti dolci che salati.

La sede
Da Ottaviano nel 2007 il trasloco nella nuova fabbrica in provincia di Caserta

Papà Mario aveva visto giusto, il successo di vendite è immediato: oltre al settore Forni e Pasticcerie si spalancano le porte di Bar e Horeca (cioè hotel, ristoranti e catering). E la struttura di Ottaviano non basta più: nel 2007, su un terreno di 27 mila metri quadrati nel Casertano, si realizza un nuovo stabilimento che viene inaugurato nel 2009. Si fanno le cose in grande, si utilizza la tecnologia più avanzata con macchinari provenienti da tutta Europa: 3 linee produttive, elevati automatismi, interfacce, controlli rigorosi. Con il rigorso, si sottolinea con forza, alle migliori risorse umane qualificate. «Il laboratorio di ricerca e sviluppo - si puntualizza - costituisce il fiore all'occhiello e la sicurezza che la nostra offerta sia sempre all'avanguardia in termini di qualità e di innovazione».

E quattro sono i punti cardine su cui si fa leva: qualità d'eccellenza, passione per la tradizione, innovazione continua, customer satisfaction. In questa ottica lavorano 87 dipendenti diretti con il supporto di una rete commerciale indiretta che si è andata sempre più allargando e che adesso conta oltre 350 unità che operano su tutto il territorio nazionale. E grande è la varietà di prodotti immessa sul mercato con questa suddivisione: prima colazione, snack dolce, dessert, snack salato e pane. Più di 350 le tipologie di prodotti che accompagnano nell'arco della giornata oltre 350mila consumatori. Per la colazione del mattino, oltre ai croissant proposti in diverse versioni, c'è l'imbarazzo della scelta con una lunga diversificazione di sfoglie. E lunga è anche la lista degli snack dolci. Per i dessert, è il trionfo della napoletanità con pastiere di grano, sfogliatelle ricce e frolle. Ma anche sul salato c'è da sbizzarrirsi: in pratica per spuntini e aperitivi si può avere tutto quello che occorre, compresi il pane e, naturalmente, la pizza nelle sue varianti.

Il futuro? Sembra molto prossimo con maggiori investimenti in ricerca e sviluppo, si fa rilevare, per stare al passo con le tendenze del mercato e anche maggiori investimenti per comunicare la qualità al consumatore finale che, si puntualizza, è «l'elemento cardine della nostra value proposition».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I numeri

1979
La storia
Fondata nel 1979 da Mario Acquaviva era un laboratorio artigianale di croissant e dolci tipici napoletani

350
I clienti
Sono più di 350mila in totale le persone che ogni giorno consumano i prodotti di Dolciaria Acquaviva

105
Gli affari
Dal 2010 al 2013 i pezzi prodotti sono passati da 65 milioni annui a 105 milioni (+62%)

87
I dipendenti
Sono 87 gli addetti diretti dell'azienda che diventano 350 se si conta la rete commerciale indiretta

La tecnologia
Macchinari da tutta Europa: tre linee produttive con automatismi, interfacce e controlli rigorosi

I cornetti
A destra, Pierluigi Acquaviva, uno dei titolari della Dolciaria Acquaviva; sopra, croissant in preparazione e la nuova sede dell'azienda napoletana

Il titolare

Acquaviva: «Passione innovazione e tradizione»

L'orgoglio di essere napoletani. E di fare impresa in Campania. Pierluigi Acquaviva, uno dei titolari della Dolciaria Acquaviva, lo ribadisce con forza.

E lo dirà anche ai ragazzi che partecipano al progetto di orientamento al lavoro.
«Sicuramente: sono orgoglioso di essere napoletano e del fatto che siamo riusciti a realizzare una grande impresa: è da qui che bisogna ripartire, anche se non è facile, anche se, per tanti motivi, occorre impegnarsi di più per raggiungere i propri obiettivi. Ma occorre fare ogni sforzo per restare».

Quale consiglio si può dare ai ragazzi che si avvicinano al mondo del lavoro e che vorrebbero fare impresa?
«La cosa più importante è avere degli obiettivi precisi: solo avendo uno scopo da realizzare si mettono in moto tutti quei meccanismi psicologici necessari ad andare avanti e a cercare di superare gli ostacoli che sicuramente si troveranno sulla propria strada. E, naturalmente, occorre mettere nel conto che si deve essere disponibili a fare sacrifici».

La Dolciaria Acquaviva può fare da esempio visto che si è partiti da un laboratorio di pasticceria?
«Noi vogliamo sottolineare che la Dolciaria Acquaviva è riuscita ad avere i suoi risultati grazie a un filo conduttore che abbiamo avuto sempre ben presente e che si può riassumere in passione, innovazione e alta qualità: solo con questi ingredienti è possibile raggiungere gli obiettivi che si sono prefissati».

Non sono ammesse scorciatoie.
«Se si vuole fare impresa occorre puntare sempre sulla qualità e senza dimenticare gli investimenti: la ricerca è indispensabile se si vuole fronteggiare bene la concorrenza. E se il prodotto può avere anche qualche collegamento con la tradizione è importante tenerne conto, noi non abbiamo mai sottovalutato il fatto che la tradizione, opportunamente abbinata all'innovazione, possa rappresentare un innegabile vantaggio».

ca.ma.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

data stampa
Monitoraggio Media
33° Anniversario