

ACHILLEA

Focus su qualità, riconoscibilità e giusto prezzo

“Il 2025 è stato per **Achillea** un anno positivo, con una crescita dei pezzi venduti -. Ha dichiarato **Fabrizio Molinari, Ceo Achillea** -. Inoltre, se guardiamo al nostro core business, succhi e bevande rappresentano circa il 90% della produzione e, tra 2024 e 2025, c'è stata una crescita del 23% in termini di volumi (Dati interni aziendali)”. Tra le tendenze del mercato quella del ‘senza zucchero’ continua a guidare le scelte dei consumatori, così come il pack sempre più green. Grande attenzione anche sulle ricette che includono mix con verdure o spezie e rispettose di una vita salutare - aggiunge Molinari -. I nostri prodotti sono biologici e di alta qualità, prediligono materiali riciclabili a basso impatto ambientale e che non alterino il gusto e gli aromi”. **Achillea** si caratterizza per un controllo di filiera rigido e rigoroso: “La materia prima è analizzata sia dal fornitore sia internamente,

con ulteriori controlli sui lotti finiti. Per alcune referenze si verifica sul campo il grado di maturazione, scegliendo il momento ideale per la trasformazione della frutta”, precisa Molinari. Da anni **Achillea** collabora con la Gdo su progetti di private label, una partnership strategica in costante crescita: “L'intesa garantisce volumi stabili, puntualità nei pagamenti e relazioni solide, favorendo una pianificazione efficiente, così che le catene possano avere garanzia di affidabilità e qualità - prosegue il manager -. In fatto di assortimenti oggi la situazione è piuttosto standardizzata, guidata anche dal fattore prezzo: il posizionamento del marchio Monvisia, riservato alla Gdo, si concentra su una proposta 100% frutta e bevande piatte di alta qualità, caratterizzate da un'immagine pulita e naturale, perfetta per offrire al consumatore una scelta che unisce autenticità e convenienza”. Le



Fabrizio Molinari, Ceo **Achillea**

promozioni si intensificano nei mesi caldi, in linea con l'aumento dei consumi di bevande, ma sono pianificate tutto l'anno con iniziative condivise tra produttore e distributore, garantendo a scaffale una presenza di referenze in offerta, con sconti mirati per sostenere la rotazione. “Per il 2026 prevediamo di ampliare la linea di succhi con l'introduzione di nuovi gusti e stiamo sviluppando anche una nuova linea di nettari biologici con frutta 100% italiana, il cui lancio è previsto entro l'anno”, conclude il Ceo.