



AZIENDE

DISTRIBUZIONE □

ESTERO

PRODOTTI □

SICUREZZA □

TECNOLOGIE □

Innovazione, Made in Italy, progetti: Vi racconto Annatura



Pubblicato il 16 giugno 2023

Condividi



Annatura da sei anni intercetta le tendenze del consumatore proponendo **verdure di V Gamma** che uniscono alla praticità e facilità di consumo la qualità di **produzioni 100% italiane** selezionate su base regionale e **certificate** nella provenienza.

L'azienda di Monterotondo (Roma) si è inoltre attivata nella **comunicazione** e nello **storytelling**, usando i social per raggiungere anche le fasce più giovani, con lo scopo di informare al meglio il consumatore sulla qualità e sulle proprietà dei prodotti offerti, dalle **verdure pronte, naturali o grigliate** da mettere in tavola, ai **cereali e legumi**, che offrono un'alternativa dietetica e salutare alla pasta, per proseguire con le **zuppe**, ultima delle proposte messe in commercio. La realtà guidata dal presidente **Fiero Innocenzi** è attenta a seguire le tendenze e le richieste del consumatore e conta oggi **80 referenze e formati** a marchio Annatura.

Fresh Cut News ha incontrato il presidente Innocenzi per fare il punto sull'andamento di mercato della V Gamma in tempi di contrazione dei consumi nel carrello della spesa degli italiani.



– In un contesto di aumento dei costi produttivi e di calo dei consumi alimentari, la V Gamma come si comporta?

“Stiamo reggendo. Quest’anno la domanda dei nostri prodotti sta crescendo del 10% rispetto allo scorso anno ma stiamo incontrando delle difficoltà dovute alla mancanza della materia prima, per via delle condizioni meteo che in varie regioni hanno messo in difficoltà i produttori. E questo è un bel problema per noi che compriamo sul mercato italiano: speriamo si torni presto alla normalità. Comunque i risultati semestrali parlano di un fatturato di 1,7 milioni di euro, in aumento rispetto al pari periodo 2022”.



– La vostra azienda, in particolare, che misure ha messo in campo per reggere a questo scenario definito di “policrisi”.

“Stiamo allargando il raggio degli acquisti in tutta Italia; questo aiuta, ma sono aumentati i prezzi alla produzione e ciò

rappresenta un problema. Cerchiamo però di non trasferire l'aumento a valle sui nostri prodotti, anche perché la GDO non comprende o non vuole comprendere”.

– Qual è il prodotto che vi sta dando maggiore soddisfazione?

“Gli spinaci, in particolare, hanno un buon riscontro, il consumatore apprezza la qualità del prodotto e il fatto di risparmiare sui tempi della preparazione”.



– Voi puntate molto su innovazione e ricerca: quanto impegno dedicate in questi ambiti e che novità di prodotto intendete lanciare nei prossimi mesi?

“Quest’anno abbiamo lanciato le zuppe naturali e in cantiere ci sono altre novità; saranno proposte relative alle verdure e sempre al naturale. La nostra ricerca va in questo senso. abbiamo una biologa che segue tutto il ciclo della qualità e ricerca e ci appoggiamo anche a dei laboratori esterni. Il nostro impegno e investimento in ricerca viene premiato dal consumatore. Ogni anno usciamo con prodotti nuovi e ciò che proponiamo riscontra un buon mercato”.

– Il biologico già è presente nelle vostre linee, avete intenzione di ampliare ulteriormente l’offerta?

“Al momento no, abbiamo riscontrato che la domanda è un po’ ferma. Ed è anche difficile trovare materia prima bio. I produttori hanno problemi tra i costi che comporta questo tipo di coltivazione e la difficoltà alle pratiche bio causate dal clima imprevedibile”.

**– Sul fronte export?**

“Ci stiamo attivando. Siamo molto convinti della validità del prodotto Italia e super convinti del nostro prodotto: è un brevetto, un prodotto importante che va bene per l’Europa. Perciò stiamo mettendo a punto delle strategie verso i mercati esteri. I requisiti per riuscire ci sono tutti, dalla qualità del prodotto alla durata della shelf life. I contatti che abbiamo avuto sono molto promettenti: a breve saremo oltrfrontiera”.

Cristina Latessa

[Annatura](#)

[ortaggi](#)

[Spinaci](#)

[V Gamma](#)

Leggi anche altri articoli correlati



7 aprile 2023

Tigre “artiglia” 54 negozi COOP di Roma. E punta sul fresh cut

Coop passa la mano nella capitale. Lo storico marchio cede 54 supermercati presenti soprattutto nel...



7 ottobre 2022

Arriva il gelato di V Gamma, lo firma Sprim Fruits

Arriva in Europa il primo gelato di V Gamma di frutta, lanciato alla fiera Fruit...

FRESH CUT NEWS

Prodotto da Gemma Editco, il settimanale on-line 'Fresh Cut News', curato da giornalisti specializzati, è dedicato alla IV Gamma e alle categorie collegate. La newsletter esce il lunedì e raggiunge filiera e stakeholder con notizie e approfondimenti esclusivi. FreshCutNews gode delle sinergie del network Gemma Editco, che comprende i siti e le newsletter CorriereOrtofrutticolo.it e GreenPlanet.net.

GEMMA EDITCO SRL

GEMMA EDITCO SRL
Via Fiordiligi, 6 - 37135 Verona
Tel: +39 045.8352317
Email: redazione@freshcutnews.it
P.Iva 01963490238

© Gemma Editco Srl – [Privacy Policy](#) – [Cookies Policy](#)