



25/06/2025

Le novità Annatura fanno il giro del mondo

Da Amsterdam a Tokyo, grandi riscontri dalle fiere di settore

ALFONSO BENDI
 redazione@italiafruit.net
 WWW.ITALIAFRUIT.NET

L'agricoltura italiana ha da sempre incontrato difficoltà nell'esportare i propri prodotti. Tuttavia, non mancano esempi virtuosi di aziende che stanno valorizzando le proprie innovazioni, sia sul mercato interno che all'estero. Tra queste spicca Annatura, una realtà in forte crescita, oggi punto di riferimento nel settore della V Gamma verdura in Italia. Grazie a tecnologie avanzate e a una materia prima di qualità, Annatura ha saputo attirare l'attenzione anche nelle fiere internazionali, suscitando grande interesse oltre i confini nazionali.

Ma parliamone con Luigi Roggi, direttore dello stabilimento Annatura di Roma: Alfonso Bendi - Cosa vi ha spinto ad uscire dai confini nazionali?

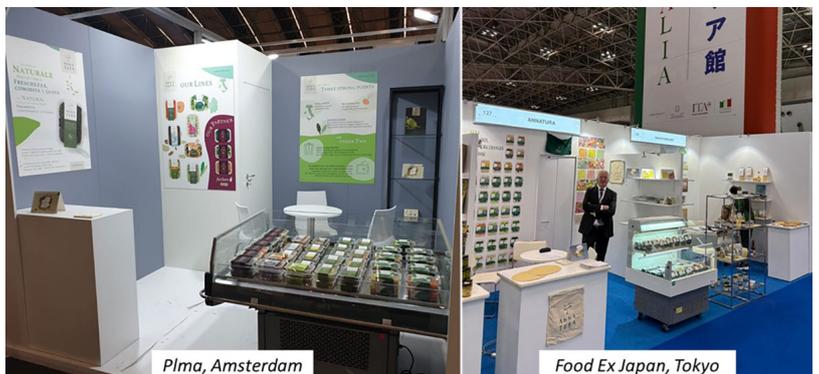
Luigi Roggi - La consapevolezza, maturata in questi anni di lavoro in Italia, della qualità del nostro prodotto e del valore aggiunto della nostra tecnologia che permette una shelf life di 30 giorni, ci hanno portato in modo naturale a guardare all'estero. Il mercato internazionale è ampio, ricco e sempre alla ricerca di qualità ed italianità. Pertanto abbiamo partecipato o parteciperemo nei prossimi mesi del 2025, a molte fiere internazionali, quali: Sial Parigi, Fruit Logistica Berlino, Food Ex Japan Tokyo, Plma Amsterdam, Inter Food Baku, Fancy Food New York, Fruit Attraction Madrid.



Sial, Parigi

Bendi - Quali sono le fiere in cui avete riscontrato maggiore interesse per i vostri prodotti/linee?

Roggi - Plma ad Amsterdam, fiera di riferimento in Europa e nel mondo per il private label, dove siamo tornati dopo la positiva esperienza della scorsa edizione, si è confermata una vetrina importante. Ma già dallo scorso anno avevamo iniziato a maturare la convinzione che nessun mercato fosse troppo remoto per Annatura. Da più parti ci giungevano sollecitazioni a voler partecipare alle grandi fiere mondiali, dal Nord America, ai Paesi Arabi, passando per l'Estremo Oriente. Abbiamo iniziato con Food Ex Japan a Tokyo che ci ha permesso di capire meglio due aspetti, da un lato la ricerca continua di qualità che muove tutti i buyer del mondo, rispetto alla quale il prodotto Made in Italy rappresenta comunque una garanzia, e dall'altro le questioni legate alla logistica dei trasporti extracontinentali che vanno approfondite per affrontare con consapevolezza questi mercati. Ma la nostra shelf life di 30 giorni, la naturalità e qualità delle nostre verdure da subito hanno mostrato di poter rispondere a tutte e due le esigenze sopra rappresentate.



Plma, Amsterdam

Food Ex Japan, Tokyo

Bendi - Cosa ha colpito maggiormente?

Roggi - Prenderò spunto da un aneddoto per rispondere a questa domanda: la nostra partecipazione alla fiera di Baku in Azerbaijan, Inter Food, ci ha portati ad avere molti incontri b2b con soggetti interessati ad Annatura. In uno di questi, con un importante gruppo locale, ci è stato detto che la cosa che più colpiva di Annatura era la sua "brillantezza". Il buyer con cui stavamo parlando ha usato proprio questo termine per descrivere la freschezza, percepibile anche visivamente, del prodotto Annatura. Crediamo che sia un'espressione che descriva bene la nostra qualità.



Inter Food, Baku

Bendi - E in Italia? che riscontro avete avuto dalle fiere e come procede il mercato?
 Roggi - In Italia siamo ormai una realtà conosciuta, presenti nei supermercati di tutto lo stivale, letteralmente distribuiti da Bolzano a Ragusa. Abbiamo partecipato alle Fiere di Bologna e Rimini, Marca e Macfrut. I dati delle vendite del primo semestre ormai mostrano già una crescita sul 2024 e abbiamo in corso interlocuzioni in stato molto avanzato con altri protagonisti della Gdo nazionale che ci porteranno, in tutta probabilità, alla chiusura di importanti accordi già nel prossimo autunno. Annatura è quindi pronta ad estendere la sua presenza in Italia, ma è sempre più certa di poter portare la sua qualità in giro per il mondo intero. (bf)



Macfrut, Rimini

Marca, Bologna