



31/07/2025

## I grigliati Annatura volano nella Gdo

A settembre arrivano anche le zuppe, senza conservanti, senza condimenti in confezione trasparente

**ALFONSO BENDI**  
redazione@italiafruit.net  
[WWW.ITALIAFRUIT.NET](http://WWW.ITALIAFRUIT.NET)

Annatura si distingue nel panorama della V Gamma verdura in Italia e all'estero. I risultati di vendita confermano una crescita solida e continua, frutto di una strategia basata sulla qualità eccellente dei prodotti e su una forte percezione di naturalità. Un esempio evidente è il successo della linea estiva di verdure grigliate, a cui seguirà una nuova linea di zuppe fresche a base di legumi e cereali. Ne parliamo con Giovanni Palermo, responsabile commerciale di Annatura.



Bendi - La linea dei grigliati è certamente adatta a uno scaffale estivo, almeno come stagionalità. Quali sono stati i risultati dell'estate 2025 rispetto al 2024 e quali sono le caratteristiche di queste referenze?

Palermo - Attualmente Annatura registra un trend estremamente positivo, con un incremento del 55% su base annua e del 60% nei mesi estivi di giugno e luglio. I grigliati, come tutte le linee di prodotto, si distinguono per naturalità e lavorazione artigianale. Pur trattandosi di una produzione industriale, il risultato finale conserva la semplicità e l'autenticità tipiche dei piatti fatti in casa. L'automazione, presente nelle diverse fasi di lavorazione, è affiancata dal controllo attento e dall'esperienza dei nostri operatori. È proprio questo equilibrio tra tecnologia e manualità che consente ad Annatura di offrire un prodotto percepito dal consumatore come genuino e familiare, in linea con la tradizione domestica.

L'assortimento estivo dei grigliati comprende peperoni, melanzane e zucchine. Tutte le referenze hanno trend di vendita molto positivi, in particolare melanzane e zucchine. Si aggiunge poi il radicchio al di fuori del periodo estivo. Il reparto Ricerca e Sviluppo, vero fiore all'occhiello di Annatura, lascia intravedere possibili ampliamenti della linea nel prossimo futuro.



Bendi - Parliamo ora dell'ultima nata, la linea di zuppe fresche. Queste, in genere, dall'autunno in poi, cominciano a ricavarci uno spazio a scaffale maggiore rispetto all'estate. Quale sviluppo prevedete nel corso del 2025 per la nuova linea Annatura?

Palermo - Siamo molto fiduciosi per l'ultima linea nata in casa Annatura. I dati parlano chiaro: registriamo un +38% in volume rispetto al periodo precedente, con prospettive di ulteriore crescita per la prossima stagione autunno-invernale. La linea delle zuppe rappresenta una vera novità nel mercato e, al tempo stesso, una scommessa coraggiosa. In un settore già saturo e presidiato da grandi competitor, Annatura propone un cambio di prospettiva, discreto ma deciso, che pensiamo possa incontrare il favore dei consumatori.

La nostra filosofia resta invariata: semplicità, naturalità, assenza di conservanti e condimenti, ma soprattutto niente liquido di governo. Oggi chi acquista una zuppa pronta spesso non ha visibilità su ciò che realmente sta comprando: ingredienti e condimenti predefiniti, in una confezione dove non posso vederne il contenuto. Noi facciamo l'opposto: mostriamo con trasparenza il contenuto e lasciamo al consumatore la libertà di personalizzare la sua zuppa, scegliendo qualità e quantità dei condimenti. Con un pizzico di fantasia e solo 5 minuti di tempo, può portare in tavola un piatto sano, gustoso e davvero su misura.

Anche qui, come nei grigliati non abbiamo sensibili scostamenti a livello di volumi di vendita. L'assortimento attuale prevede tre referenze: La Contadina con un mix di verdure, cereali e legumi; L'Ortolana, con un mix di sole verdure; La Legumi e cereali con appunto un mix di legumi e cereali. Insomma ce n'è per tutti i gusti e, anche in questo caso, Annatura non si fermerà qui con le novità.



## Annatura

Il brand Annatura nasce nel 2017, dopo cinque anni di sperimentazione e il trasferimento dell'attività produttiva nello stabilimento di Monterotondo, in provincia di Roma.

L'inizio è stato segnato dallo sviluppo della linea di verdure al naturale: cotte, pronte al consumo, senza conservanti né condimenti aggiunti. La fase di sperimentazione ha portato a risultati importanti, sia in termini di shelf life ? con una durata di 30 giorni dalla data di produzione ? sia in termini di assortimento, che oggi conta 17 varietà di verdure.

A partire dal 2017, lo sviluppo del brand è proseguito con l'ampliamento della gamma e l'introduzione di nuove linee, che si sono aggiunte di anno in anno a quella originaria. Oggi Annatura conta diverse linee di prodotto, differenti sia per tipologia che per formato:

- ? la classica linea di verdure al naturale
- ? il formato bipack
- ? le verdure grigliate
- ? la linea legumi e grani
- ? la linea professionale da 1,25 kg
- ? l'ultima nata, la linea zuppe

L'assortimento attuale comprende oltre 70 referenze, che coprono gran parte del mondo orticolo italiano. Questo perché, oltre alla naturalità dei prodotti, Annatura adotta una filosofia chiara: utilizzare solo materie prime italiane e di stagione.

A livello nazionale, il marchio è presente in quasi tutte le regioni, dal Piemonte alla Sicilia, con una solida rete di clienti nella Grande Distribuzione Organizzata. Negli ultimi due anni, Annatura ha inoltre avviato importanti collaborazioni internazionali, espandendo la propria presenza in Europa, in paesi come Germania, Inghilterra, Austria e Repubblica Ceca. (bf)