



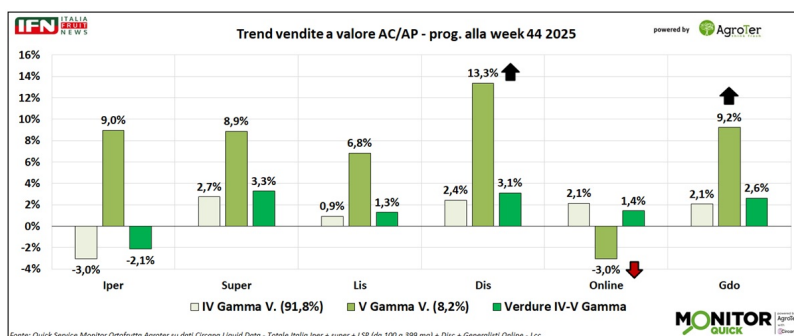
24/11/2025

V Gamma, un 2025 da record nella Gdo

Annatura cresce più del settore e rafforza la linea naturale e la MDD

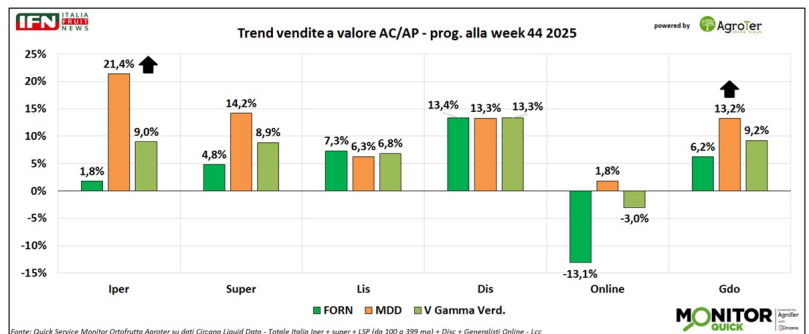
ALFONSO BENDI
redazione@italiafruit.net
WWW.ITALIAFRUIT.NET

Il mercato della V Gamma continua a correre, confermando una domanda in forte accelerazione sia nella Gdo sia nei Discount. I dati aggiornati alla week 44 del 2025 mostrano una crescita complessiva a valore del comparto V Gamma del +9,2% nella distribuzione moderna, trainata dai Discount che segnano un brillante +13,3%. Anche la MDD contribuisce al dinamismo del settore, registrando incrementi a doppia cifra e ampliando l'offerta con nuove linee dedicate. Spinaci, carote, patate e cavoli-broccoli guidano i trend più robusti. In questo contesto, abbiamo approfondito il tema con un'azienda specializzata come Annatura, grazie alla disamina del responsabile commerciale Giovanni Palermo.



[Clicca qui per ingrandire](#)

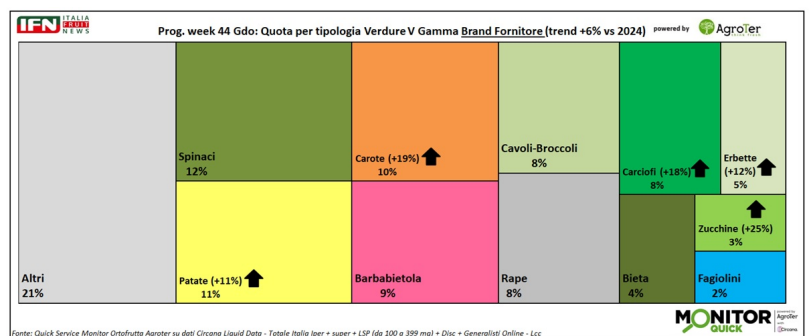
Alfonso Bendi - Rispetto alla V Gamma nella Gdo, come sono i trend di annatura?
Giovanni Palermo - Il 2025 al momento della nostra analisi e cioè ad Ottobre, risulta un anno molto positivo per la nostra linea di prodotti di V Gamma. Il complessivo delle nostre vendite rispetto ai dati nazionali della GDO (+9,2% a valore), ci vedono crescere di un +14,5% (+10,35% a volume), un trend in linea con la crescita degli ultimi anni e che conferma sempre più la bontà della nostra scelta per un prodotto al naturale, senza condimenti e senza conservanti, consolidandoci nei riguardi di una clientela sempre più attenta al valore della qualità e della naturalità delle verdure cotte italiane e di stagione. D'altro canto è evidente la direzione che il mercato sta prendendo negli ultimi anni verso un crescente interesse ed utilizzo dei prodotti convenience food. Non mi stupisce che anche nel settore dei Discount, i dati nazionali (+13,3% a valore) dimostrino che, pur non essendo tra i prodotti più economici in termini di acquisto, le referenze di V Gamma hanno un trend di crescita che è sotto gli occhi di tutti.



[Clicca qui per ingrandire](#)

Bendi - E rispetto alla MDD? Come performa?

Palermo - Anche dal lato dei prodotti MDD la crescita è evidente. Quest'anno i dati registrano che le nostre referenze prodotte a marchio del distributore hanno avuto una crescita di +12,70% a valore (+ 13,60% a volume). Oltre al dato in se, già molto positivo, quello che ci ha stupito quest'anno è constatare da parte dei category della MDD, un crescente interesse nella progettazione di linee nazionali nel settore della V Gamma, tanto che nel corso del 2025 abbiamo iniziato altre due collaborazioni e per la fine di quest'anno siamo in procinto di chiudere un altro interessante accordo.



[Clicca qui per ingrandire](#)

Bendi - A livello di prodotti/referenze vi trovate nei trend del mercato? Quali sono quelli che performano meglio?

Palermo - A livello generale i prodotti ai primi posti nelle nostre vendite in ordine decrescente sono gli spinaci, la Bietola, i Friarielli, le Carote, i Broccoli, il Cavolfiore e la Verza, tutte referenze disponibili sia nel formato monopack che in quello Bipack da 300 gr. Andando un po' più nel dettaglio, nel corso del 2025 abbiamo avuto trend di crescita rispetto al 2024 molto interessanti su Spinaci con +16,7% e su tutta la categoria dei Cavoli-Broccoli con + 13,9%, che rappresentano dati più alti rispetto a quelli nazionali rispettivamente del +12% e del +8%. Ad ogni modo la nostra filosofia è di continuare ad abbracciare e fornire ai nostri clienti un'ampia gamma di verdure annuali e stagionali in grado di soddisfare l'intero panorama nazionale. Non a caso nella nostra linea delle verdure al naturale tra le 17 referenze disponibili abbiamo prodotti che vanno dal Broccolo Romanesco alla Cicoria, dal Cavolo nero al Finocchio, dal Cavolo Cappuccio alla Scarola. Senza dimenticare le altre nostre linee di prodotto dei grigliati, dei legumi, dei grani, delle zuppe e della linea Professionale da Kg per un totale complessivo di ben 72 referenze diverse tra tipologia e formati.

Foto apertura: Giovanni Palermo, responsabile commerciale Annatura