



17/12/2025

Annatura: un 2025 di successi e nuovi orizzonti per il 2026

Verdure fresche e naturali conquistano i consumatori, con espansione nella Gdo e collaborazioni inedite

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

Il 2025 è stato un anno da ricordare per Annatura: consumatori sempre più affezionati a verdure semplici, fresche e pratiche con crescita delle vendite nei supermercati italiani e apertura in nuovi mercati esteri. Con l'attenzione alla sostenibilità e nuove collaborazioni, l'azienda si prepara a brillare anche a Marca di gennaio. Per capire meglio l'andamento del 2025, approfondiamone i dettagli.

Alfonso Bendi - Com'è andata per voi l'annata 2025?

Annatura - Il 2025 per Annatura è stato sicuramente un anno molto positivo sotto molteplici aspetti. Innanzitutto, abbiamo confermato il trend positivo degli ultimi due anni, consolidando e aumentando la nostra presenza nei punti vendita dei nostri clienti presenti nella Grande distribuzione nazionale. In secondo luogo, grazie anche alla nostra costante partecipazione alle fiere di settore in Italia e all'estero, abbiamo iniziato un interessante incremento delle vendite sui mercati internazionali. Infine, anche dal lato MDD, la crescita dei nostri prodotti di V Gamma sta evolvendo verso una significativa presenza nel mercato con interessanti sviluppi futuri. Volendo dare qualche numero e considerando che i dati di fine anno sono ancora parziali, dovremmo chiudere quest'anno con circa un + 14,7% a valore e un + 10,8% a volume.

Bendi - Quali prodotti sono cresciuti di più e cosa stanno cercando oggi i consumatori?

Annatura - Le referenze al naturale come gli Spinaci, la Bieta e i Friarielli sono stati tra i prodotti con più alto margine di crescita ma anche tutta la categoria dei cavoli-broccoli ha realizzato complessivamente numeri notevoli. In generale possiamo sicuramente dire che i consumatori stanno apprezzando moltissimo quelle che sono le caratteristiche essenziali dei nostri prodotti: naturalità, freschezza e qualità, oltre una buona dose di praticità. Avere una verdura cotta al naturale e senza alcun condimento, abbinata a un'ottima qualità, sono sicuramente i fattori che più apprezzano i nostri consumatori. A tutto ciò si aggiunge la praticità della confezione, che si può avere nel formato monopack o bipack da 300 gr, oltre a una shelf life consistente del prodotto stesso. Insomma, sembra scontato, ma in un mondo di prodotti super processati e pieni di additivi, la semplicità di una vaschetta di verdure semplicemente cotte è forse quello che più desidera il consumatore di oggi.



Bendi - Sul fronte sostenibilità, sono stati fatti dei passi avanti quest'anno?

Annatura - Annatura proprio per sua natura, a parte il gioco di parole, dà un importante contributo alla sostenibilità: il nostro prodotto così come si offre al cliente finale dà la possibilità di ridurre gli sprechi in termini di consumo d'acqua e di energia e il formato bipack permette di consumare solo la quantità di verdura necessaria in un dato momento e conservare il resto comodamente in frigo.

Bendi - Sul fronte retail, come sta cambiando la presenza di Annatura nei supermercati italiani?

Annatura - Ormai Annatura è presente a macchia di leopardo in quasi tutte le regioni italiane, dal Trentino alla Sicilia. Oltre che in tutte le cooperative di Coop, la nostra presenza si è consolidata in alcune cooperative di Conad e in varie società che fanno parte di gruppi come Selex e Vegè, oltre che in singole realtà territoriali molto importanti. Inoltre, già a partire dall'inizio del prossimo anno, sono previste alcune aperture significative in nuovi gruppi della Gdo nazionale.

Bendi - A Marca a gennaio cosa porterete di nuovo? Ci saranno nuove linee, prodotti aggiornati o collaborazioni da lanciare con le marche dei distributori?

Annatura - La partecipazione a Marca inaugurerà la nostra stagione delle Fiere del 2026 che, oramai, costituiscono un appuntamento imprescindibile per Annatura. In particolare, a questa fiera sul Private Label parteciperemo forti di tante nuove collaborazioni nell'ambito della Marca del distributore e chissà che non ne nascano altre altrettanto interessanti.

L'anno si chiude quindi con numeri positivi e grandi prospettive per l'azienda, pronta a continuare il suo percorso di crescita e innovazione nel 2026.

Annatura augura a tutti i lettori di Italiafruit buone feste, all'insegna di salute, gusto e verdure di qualità. (lg)