



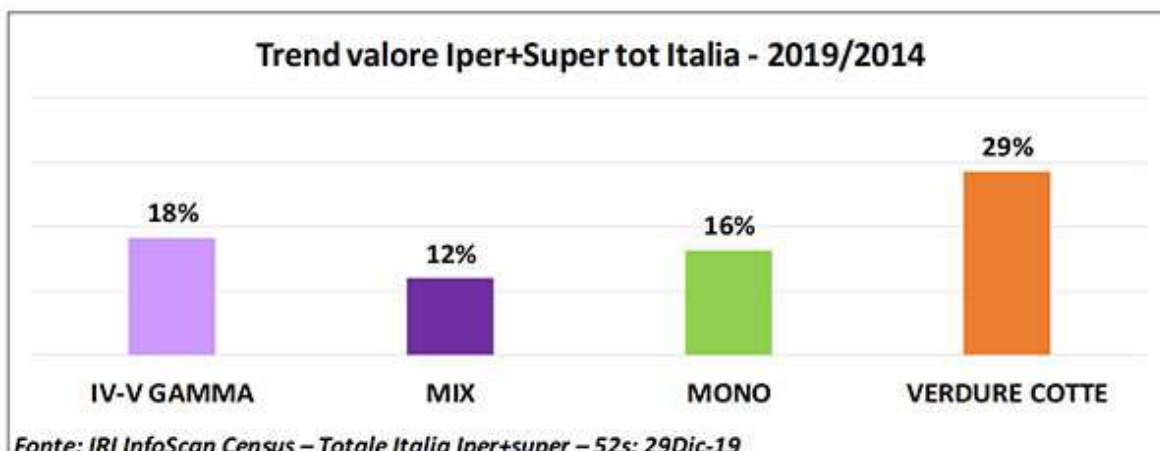
Giovedì 20 Febbraio 2020

IN PRIMO PIANO

Sboccia l'amore tra le verdure già cotte e gli italiani

In uno scenario di mercato contraddistinto dal continuo sviluppo della categoria dei prodotti servizio in Gdo ([clicca qui per leggere l'analisi di Alfonso Bendi](#)), le **verdure cotte** rappresentano una delle famiglie della IV e V gamma che registra – secondo i dati Iri InfoScan Census elaborati da AgroTer – i più significativi incrementi a valore, crescendo del **29%** negli ultimi cinque anni (*si veda il grafico sottostante, ndr*).

Una crescita eloquente che testimonia come tra la popolazione italiana e le verdure già cotte sia sbocciato l'**amore**. E a svolgere un ruolo decisivo nella definizione di questo legame è stata sicuramente l'azienda **Annatura** di Monterotondo (Roma), che dal 2017 commercializza le proprie vaschette da 300 grammi presso primari gruppi della Gdo italiana: da **Coop** a **Conad** a **Selex**, solo per citarne tre.



"La nostra azienda sta raggiungendo risultati davvero straordinari nel mercato italiano", dichiara soddisfatto a Italiafruit News **Fiero Innocenzi, presidente di Annatura** (nella foto di apertura). "Nel 2017 abbiamo prodotto e commercializzato 200mila vaschette, nel 2018 600mila e l'anno scorso ben **1,2 milioni**. Siamo molto orgogliosi di queste performance, perché fino a pochi anni fa c'erano operatori della filiera ortofrutticola che mi prendevano per folle quando gli presentavo la mia idea; oggi, invece, il marchio Annatura è molto conosciuto e i nostri prodotti sono altamente apprezzati".

Per il 2020, l'azienda si aspetta di produrre almeno **due milioni di confezioni**, suddivise fra le tre linee **Al Naturale**, **Alla Griglia** e **Lena Ture Bio**. "Presto presenteremo la novità del **bi-pack** (clicca qui per leggere il nostro recente articolo) ai tutti i nostri clienti della Gdo - prosegue Innocenzi - Siamo fortemente convinti che il formato con doppio comparto da 150 grammi abbia un futuro assicurato in Italia e che possa riuscire, nel lungo periodo, anche a superare il valore di mercato delle tradizionali vaschette di verdure cotte".



Bi-pack di Annatura

In soli tre anni, il progetto Annatura si è dimostrato **vincente** perché l'azienda gestita dalla famiglia Innocenzi è stata in grado di strutturare una **gamma completa** e assolutamente **unica** nel panorama europeo. Una proposta di alto valore aggiunto che si fonda su quattro aspetti: appeal visivo, qualità, italianità e lunga shelf life (30 giorni).

"I consumatori - sottolinea ancora il presidente - vanno sempre più alla ricerca di prodotti ortofrutticoli che siano in grado di abbinare l'alto contenuto di servizio alla qualità. Noi gli proponiamo proprio questo: oltre a conservarsi in frigorifero per più di quattro settimane, grazie alla nostra **tecnologia di processo brevettata**, le verdure cotte Annatura sono fresche, 100% italiane e completamente naturali. Non contengono alcun tipo di conservante, additivo o di oli che ne alterano il gusto".





"La qualità viene assicurata anche dalle **persone**: senza i nostri operatori, che lavorano in tutte le fasi di produzione, sarebbe infatti difficile garantire prodotti di altissima qualità come i nostri. Oggi, tra l'altro, siamo gli unici produttori di verdure e legumi di V gamma in Italia ad avere inserito spontaneamente la **Regione di provenienza** sulle confezioni. Questo è un aspetto decisivo che dimostra la nostra **piena trasparenza** nei confronti dei cittadini", conclude Innocenzi.

Copyright 2020 Italiafruit News



Daniele Bianchi
Deputy Editor
daniele@italiafruit.net

© Italiafruit News. Tutti i diritti riservati.