



Mercoledì 26 Gennaio 2022

BOTTA E RISPOSTA

«Il 2022 ha tutti gli elementi per essere un anno record»

Nel **reparto ortofrutta** della distribuzione moderna i **prodotti servizio** hanno chiuso un anno brillante sotto il profilo delle performance di vendita. Secondo gli ultimi dati elaborati dal Monitor Ortofrutta di Agroter, il progressivo gennaio-novembre per la IV e V Gamma mostra un perentorio +9,1% a valore e +7,5% a volume. Un mercato in salute, dunque, che analizziamo con **Fiero Innocenzi**, presidente di **Annatura**, azienda con sede a Monterotondo (Roma) specializzata nel segmento delle verdure cotte 100% Made in Italy.

Presidente, il 2021 per i prodotti servizio è stato positivo. Quali sono i fattori che hanno trainato i consumi?

Ormai assistiamo al consolidamento di un trend, dovuto al cambiamento in atto nella società quindi nei consumatori: ricerca della qualità in tavola ma senza l'onere di lavorazioni e tempi che non si adattano più allo stile di vita contemporaneo.

E Annatura come interpreta il mercato? Che risultati avete raggiunto?

Annatura ha continuato nel 2021 ad accrescere la sua offerta, proponendo nuove linee e nuovi articoli, orientandosi sempre alla ricerca della qualità e registrando risultati in linea con la crescita del mercato per i cosiddetti prodotti servizio. Se il 2020 era stato un anno di crescita moderata se non di stasi, a causa dell'impatto iniziale della pandemia, il 2021, nonostante il perdurare dell'emergenza sanitaria, ha riscontrato una crescita sostenuta sia in quantità che in valore.

i LEGUMI





Un consumatore che negli ultimi due anni ha modificato le sue abitudini, ma al servizio non rinuncia. Come cavalcare questa opportunità?

Continuando ad estendere l'offerta dei prodotti Annatura, forti della consapevolezza che la qualità unitamente al servizio porteranno ancora ad accrescere l'apprezzamento da parte del consumatore.

All'interno del vostro mercato di riferimento ci sono delle nicchie che si stanno sviluppando e su cui ponete attenzione?

Una realtà che va ormai consolidandosi è quella della distribuzione mediata da app per smartphone che, nelle città più dinamiche e moderne, offre un servizio di consegna, in pochi minuti, di prodotti che prima era possibile acquistare solo recandosi fisicamente in un supermercato oppure attendendo ore se non giorni per la consegna.

Che prospettive intravede per l'anno appena iniziato? Criticità e opportunità?

Ha tutti gli elementi per essere un anno importante se non record per Annatura che alla crescente domanda dovrà rispondere sempre con una qualità parimenti crescente. Questo è il nostro impegno per l'anno da poco iniziato.

i GRANI



Ci sono novità in vista per la gamma Annatura? L'innovazione di prodotto che strada seguirà?

Il 2022 non passerà certo senza la presentazione di nuovi prodotti, perché nonostante la nostra sia ormai una gamma

estremamente varia, l'innovazione è uno degli elementi cardine di Annatura. Crediamo sempre che alla grande varietà della biodiversità italiana debbano corrispondere altrettanto varie abitudini alimentari.

In questi mesi l'aumento dei costi produttivi è un tema all'ordine del giorno. Per un'azienda come la vostra cosa vuol dire? E quali strategie state mettendo in atto?

Quello che stiamo registrando ormai da mesi, nell'approvvigionamento di materie prime e di energia, è un fenomeno molto preoccupante che è difficile da comprendere appieno senza ipotizzare anche un elemento speculativo dei mercati. Quindi, accanto all'auspicabile intervento pubblico per calmierare questi fenomeni, stiamo lavorando per tentare di concordare con i fornitori il contenimento di questi aumenti che, fino ad ora, siamo stati capaci di non trasformare in aumenti da parte nostra, che si ripercuoterebbero sul consumatore finale.

Copyright 2022 IFN Italiafruit News

© Italiafruit News. Tutti i diritti riservati.