

# Amadori amplia la sua offerta: il fatturato del 2021 cresce del 10,5 %

Il risultato finale è pari a 1.362 milioni di euro con un incremento di 130 milioni rispetto all'anno precedente

## CESENA

Il Consiglio di Amministrazione di Amadori Spa ha predisposto e approvato il bilancio 2021, con un risultato finale di fatturato a 1.362 milioni di euro e un incremento di 130 milioni rispetto all'anno precedente. Ebitda a 86 milioni, patrimonio netto a 296 milioni, investimenti per 95 milioni e utile netto pari a 18,7 milioni.

«Il trend positivo è stato guidato dalle vendite nel canale moderno (+4,7%) e da una ripresa (+0,6%) del canale tradizionale, che tuttavia non è ancora tornato ai numeri pre-pandemia - ha commentato Francesco Berti, amministratore delegato Gruppo Amadori. Il fuoricasa ha registrato una importante accelerazione (+16,9%), anche se non ha recuperato il ritardo accumulato nel periodo delle chiusure 2020».

Il Gruppo nel 2021 si è presentato sul mercato con importanti novità di prodotto, entrando nel segmento della colazione e della merenda con i nuovi impasti fre-

sci per pancake, e sedimentando la sua leadership nel segmento degli impanati snack con il lancio delle nuove Birbe Pops.

«Per il nostro Gruppo, il 2021 è stato un anno di soddisfazione. Il fatturato ha segnato una crescita del +10,5% rispetto al consuntivo 2020, confermando l'ottimo lavoro portato avanti lungo tutta la filiera, con particolare attenzione ai temi dell'innovazione e della sostenibilità - ha dichiarato Flavio Amadori, presidente di Amadori Spa. Abbiamo intrapreso, con convinzione e successo, un percorso di sviluppo che possiamo definire, senza esitazione, responsabile sia rispetto al nostro ruolo all'interno del settore sia nei confronti dei nostri stakeholder, con i quali condividiamo oggi questi risultati».

Sono stati fissati obiettivi di crescita in diversi ambiti, con grande interesse al settore delle proteine non solo bianche, ma anche rosa e di origine vegetale. A questo proposito, l'acquisizione di Lenti è stato un primo passo di integrazione della filiera delle proteine rosa e il recente lancio



Lo stabilimento Amadori a San Vittore di Cesena

della nuova linea "Ama, Vivi e Gusta" ha invece segnato l'ingresso di Amadori nel comparto delle proteine verdi, segmento di mercato in forte ascesa e in linea con le più nuove abitudini del consumatore moderno.

Per i prossimi anni, il Gruppo conferma le linee guida strategiche di ampliamento dell'offerta di prodotti a base proteica e il conseguente piano strategico di investimenti con l'obiettivo di medio periodo di raggiungere 1,7 miliardi di fatturato, consoli-

dando il modello di filiera 100% italiana, integrata e sostenibile.

Rispetto alle previsioni, il 2022 mostra diverse incognite, dall'aumento generalizzato dei costi di produzione all'emergenza aviaria. Nonostante ciò il Gruppo Amadori conferma gli obiettivi di crescita anche attraverso maggiori investimenti in comunicazione.

«La strategia di sviluppo e di investimenti è funzionale al raggiungimento di importanti obiettivi di sostenibilità economi-

ca e ambientale lungo tutta la filiera, dagli allevamenti agli stabilimenti, dai mangimifici alla logistica - ha dichiarato l'amministratore delegato Francesco Berti -. A partire dalle nostre linee premium Il Campese, Bio e Qualità 10+, continueremo a puntare su qualità e innovazione per rispondere alle esigenze in costante evoluzione dei consumatori, portando valore a una cultura agroalimentare che nasce dal saper fare e sa guardare al futuro».