



La presentazione della nuova linea di prodotti "veggy" lanciati da Amadori

Amadori scommette sulle proteine veggy con tre nuovi prodotti

Diversificazione dell'attività cavalcando un settore in crescita impetuosa

CESENA

Dalle carni "vere" a prodotti a base di proteine vegetali, esattamente di pisello e senza soia. È l'evoluzione fatta da Amadori, che ovviamente non abbandona la sua vocazione avicola ma la arricchisce con una nuova linea di prodotti "plant based" denominata "Ama vivi e gusta", con tre referenze: le Birbe, cotolette e burger.

È stata presentata l'altro ieri nel "Food Loft" dello chef Simone Rugiati. Per il colosso con base a San Vittore questo è l'ingresso in un mercato che negli ultimi tre anni ha registrato una crescita costante, con un incremento del +25% a valore e del +23% a volume, raggiungendo 113 milioni di euro di fatturato nel 2021.

Il ragionamento fatto da Amadori è semplice: «L'evoluzione delle scelte di acquisto e consumo, sempre più orientate a diete variegata ed equilibrate sotto il

profilo nutrizionale e a premiare l'alto contenuto di servizio, è al centro del crescente successo dei prodotti a base di proteine vegetali oggi presenti sulle tavole di 5,2 milioni di italiani. Una scelta che non è però da intendersi come esclusiva. Infatti il 92% di questo target consuma regolarmente carne, confermando l'interesse per un regime alimentare vario e bilanciato, in cui le proteine provenienti da più fonti hanno un ruolo centrale, coerente con un approccio salutistico e green che orienta in maniera sempre maggiore lo stile di vita».

Attualmente Amadori è anche in tv con una nuova campagna di comunicazione che racconta la sua gamma. Una gamma che descrive come «sempre più varia e innovativa, in linea con l'evoluzione dei consumi e caratterizzata da qualità, gusto e alto contenuto di servizio, e l'impegno per la sostenibilità della sua filiera integrata, rendicontato nel Report di sostenibilità Amadori, la cui seconda edizione è di prossima uscita». La campagna è in onda su tutte le principali reti tv nazionali ed è affiancata da una pianificazione digital e social.