

[Partnership del Gruppo con la Federazione per promuovere il buon cibo](#)

Amadori, patto coi cuochi

Il Gruppo Amadori, in occasione della sua prima partecipazione alla fiera TuttoFood a Milano con il corporate brand 'Amadori - The Italian Protein Company', ha annunciato la partnership con la Federazione italiana cuochi (Fic). Una collaborazione nata per promuovere la cultura italiana del buon cibo, unendo la qualità dell'offerta del Gruppo all'arte e alla creatività dei professionisti della ristorazione. La Federazione italiana cuochi è un punto di riferimento per moltissimi cuochi professionisti, chef patron e ristoratori. Una rete capillare sul territorio che grazie a 96 associazioni provinciali, 20 unioni regionali e 14 associazioni estere sostiene la valorizzazione della cucina italiana. L'obiettivo della partnership è sottolineare l'importanza di portare in tavola prodotti di alta qualità, provenienti da filiere italiane con-



trollate, come Il Campese, il pollo Amadori allevato all'aperto, protagonista ideale nei menù della grande ristorazione. La collaborazione si propone di esaltare l'eccellenza agroalimentare italiana attraverso interpretazioni culinarie d'autore. **In foto**, Rocco Pozzulo, presidente Federazione italiana cuochi, Flavio e Denis Amadori, e Carlo Bresciani, presidente FIC Promotion.

MACFRUT. AL VIA LA FIERA DEDICATA ALL'ORTOFRUTTA

Il ministro Lollobrigida: «Le nazioni africane sono una grande opportunità»

«Loro possono consolidare la sovranità alimentare, noi possiamo esportare le nostre tecnologie e in futuro mercati per i nostri prodotti»

ROMA
Il settore dell'ortofrutta italiana è un'eccezione, cresce ma potrebbe fare di più e la politica deve giocare il suo ruolo. Leri a Rimini inaugurazione di Macfrut, appuntamento biennale di rilancio del settore, con un'altissima presenza di operatori stranieri: il 40% dei 1.600 espositori. Tutte novità nell'ambito della tecnologia applicata a frutta, orti, serre: sono droni, robot, di intelligenza artificiale. Al taglio del nastro, fra gli altri il ministro dell'Agricoltura e della Sovranità alimentare Francesco Lollobrigida. «Macfrut è una fiera che si apre al futuro. Si apre a nazioni, soprattutto africane, che rappresentano per il sistema agricolo italiano una grande opportunità. In Africa c'è molto terreno e ci sono possibilità di lavorare. Insieme possiamo creare occasioni di sviluppo e creare opportunità per entrambi: loro possono consolidare la loro sovranità alimentare, noi possiamo esportare le nostre tecnologie e in futuro mercati per i nostri prodotti. Macfrut guarda al futuro anche per la gestione delle risorse



Il taglio del nastro al Macfrut con il ministro Francesco Lollobrigida. A destra l'intervento del ministro



Agenda ICE. La rassegna tra la 42a edizione di Macfrut, vetrina della fiera ortofrutta e la 54a edizione di Foodtec, ci ha permesso di realizzare un vero grande hub del settore agricolo in grado di attrarre operatori da tutto il mondo. Macfrut è la vetrina della filiera ortofrutta italiana, settore centrale del nostro Paese con un valore di 19 miliardi che sale a oltre 600 miliardi in estesa filiera filiera». Il presidente dell'Unifruttogruppo Michele De Pascale ha elogiato l'esempio di Macfrut dove realtà come Fiel, Cosena e Rimini hanno lavorato assieme, ognuno per conto dell'esplosione della manifestazione dopo il Covid, grazie anche alla collaborazione con

un miliardo di euro e comprende non solo la produzione agricola, ma anche tutta l'industria connessa: meccanizzazione, trasformazione, ricerca. È un pezzo fondamentale della nostra identità. Tuttavia, dobbiamo dare una risposta, questo è uno dei settori che oggi ha più bisogno di sostegno. Gli ultimi anni sono stati difficili, segnati da eventi climatici estremi e da una perdita di competitività dovuta a costi troppo elevati. Abbiamo bisogno di fare di più sulla gestione per abbattere i costi in tutti gli aspetti, e sulla gestione dell'acqua affinché le opere di difesa idraulica siano anche strumenti per conservare e utilizzare in modo intelligente una risorsa fondamentale».

idriche e per la generazione di energia. Il futuro offre delle opportunità e rappresenta una sfida per l'agricoltura e l'ortofrutta italiana. Qui a Macfrut è un momento di confronto e di lavoro, stile e Franco, e questa fiera internazionale, ormai consolidata, è il luogo ideale dove trovare soluzioni per far crescere l'agricoltura italiana». Il ministro non ha risparmiato critiche all'Unione Europea sulle politiche troppo rigide in materia di agrotecnici, tema sollevato anche dagli espositori del settore. «Noi dobbiamo diminuire l'uso di pesticidi e la produzione e possiamo sostituirli con prodotti naturali dall'Europa dove usano 50 volte di più questi prodotti». Lollobrigida ha comunque riconosciuto un cambiamento di approccio in questa seconda Commissione a guida Von der Leyen. «Sono concen-

E Amadori lancia la collaborazione con i cuochi italiani

Ufficializzato l'accordo con la federazione che sostiene la valorizzazione della cucina italiana

MILANO
LORENZO LUCI
Tira aria di Romagna a Milano. Amadori è infatti tra le aziende protagoniste dell'importante fiera del settore agroalimentare globale, Tattobio, evento ospitato a Rho Fiera, che proseguirà fino a domani. Nella conferenza stampa



Da sinistra, Rocco Pozzo, presidente della Federazione italiana cuochi, Amadori e Carlo Rossetti, presidente Fipromer

che si è tenuta nel podigione numero 5, il gruppo consenziale ha ufficializzato la collaborazione con la Federazione italiana cuochi (FIC). Una rete capillare sul territorio che, grazie a 90 associazioni provinciali, 14 estere e 20 unioni regionali, sostiene la valorizzazione della cucina del Belpaese: «La formazione per noi è fondamentale. I cuochi hanno l'obbligo di aggiornarsi, sui processi e le dinamiche produttive del comparto di riferimento», dice il presidente Rocco Pozzo. È chiarissima anche la filosofia di Amadori, proprio come

spiega l'amministratore delegato Denis (figlio di Francesco): «I metodi per noi è fondamentale. In Italia e noi ci consideriamo portabandiera. È fondamentale valorizzare la filiera 100% italiana, integrato e controllato in ogni fase. In tutto questo però, le origini non possono essere dimenticate. Si po-

trebbero utilizzare, dunque, una citazione di tipo "Romagna Capital" oppure, semplicemente lasciar parlare Denis Amadori: «La Romagna è la nostra base, la nostra forza. E soprattutto, gratissima, rappresenta insomma i nostri valori. Il territorio è meraviglioso e gli alimenti sono solidi, controllati ma

superstato partorisce. Per raccontare l'eccellenza, l'innovazione e l'evoluzione dei prodotti Amadori, è intervenuto anche il direttore centrale marketing, Matteo Conati: «La filiera integrata è il nostro orgoglio. Insieme a nutrizionisti, andiamo a studiare la dieta dell'animale, con un occhio di riguardo verso il loro benessere». Lo scopo di tutto ciò? «Nutrire le comunità di oggi di domani con proteine buone per tutti». Il gruppo romagnolo ha ideato infatti 4 tipi di olii di prosciutto che rappresentano la proposta alimentare "Basso" con protagonista "Il Campese", (prima e più grande filiera italiana del prosciutto all'aperto), il "Sguallo", ovvero le spezie e gli aromi prodotti, il "rossi" del saio, attraverso lo nostro marchio Lanini (parte del Gruppo dal 2022), infine il "verdi" della linea Weggy Amadori, che da inizio 2025 potrà vantare proteine vegetali da legumi 100% italiani.



Gruppo Amadori e Federazione Cuochi: «Promuoviamo il buon cibo»

Il Gruppo Amadori, in occasione della sua prima partecipazione a TuttoFood con il corporate brand "Amadori - The Italian Protein Company", annuncia la partnership con la Federazione italiana Cuochi (Fic) **(nella foto)**. «Una collaborazione – spiega il Gruppo – per promuovere insieme la cultura italiana del buon cibo, unendo la qualità dell'offerta del gruppo all'arte e alla

creatività dei professionisti della ristorazione. La Federazione Italiana Cuochi, coi suoi 16.500 associati, rappresenta un punto di riferimento per cuochi professionisti, chef patron e ristoratori. Ha una rete con 96 associazioni provinciali, 20 unioni regionali e 14 associazioni estere. L'obiettivo è portare in tavola prodotti di alta qualità e gustosi, provenienti da

filieri italiane gestite e controllate, come 'Il Campese' e il pollo Amadori allevato all'aperto. «La partnership si inserisce nel percorso di evoluzione racchiuso dal posizionamento The Italian Protein Company, che riflette l'impegno ad offrire un'ampia offerta proteica animale e vegetale», commenta Matteo Conti, direttore centrale marketing strategico.