

Economia

IL BILANCIO 2020 DEL GRUPPO AVICOLO CESENATE

Amadori investe e contiene i danni dell'impennata dei costi dei mangimi

Ottanta milioni per ammodernare le strutture produttive con un adeguato sviluppo tecnologico. Il fatturato finale è stato di 1.232 milioni, in lieve flessione rispetto agli 1,3 miliardi di due anni fa

CESENA

GIAN PAOLO CASTAGNOLI

Amadori limita i danni nell'anno nero del Covid e guarda al futuro con investimenti per 80 milioni di euro e un obiettivo ambizioso: garantire la sostenibilità ambientale di una filiera. Una filiera che ha già come punti di forza un lato livello di integrazione e il fatto di essere italiana al cento per cento.

Alla chiusura dei conti del 2020, il fatturato consolidato del colosso avicolo cesenate è risultato pari a 1.232 milioni di euro, in lieve flessione rispetto all'anno precedente, quando aveva toccato quota 1,3 miliardi. Il margine operativo lordo a 91,6 milioni e un patrimonio netto che sfiora i 285 milioni sono gli altri due dati più significativi del bilancio.

Ma soprattutto spiccano gli 80 milioni di euro investiti nell'ammodernamento di un'azienda che ha radici molto tradizionali ma ha capito la necessità di dare una spinta allo sviluppo tecnologico, con un piano che complessivamente vale ben 500 milioni.

«Siamo riusciti ad affrontare il 2020 senza particolari conseguenze - commenta l'amministratore delegato Francesco Berti - Il nostro obiettivo è quello di continuare a creare valore per il settore agroalimentare, guidando in tempi rapidi il Gruppo verso obiettivi di sostenibilità ambientale, sociale ed economica sempre più sfidanti lungo tutta la filiera integrata, dagli allevamenti agli stabilimenti, dalla logistica ai mangimifici».

Ovviamente la crisi pandemica



Francesco Berti, amministratore delegato del Gruppo Amadori, e il quartier generale dell'azienda, a San Vittore di Cesena



ca si è fatta sentire sui consumi fuori casa, compensati solo in parte dall'incremento di quelli domestici. Eppure la produzione complessiva è cresciuta del 1,76%. Il problema è che, anche per il crollo delle esportazioni, c'è stato un sensibile calo dei prezzi. Inoltre, ha inciso sui costi l'impennata dei costi dei mangimi. La crescita della penetrazione dei prodotti avicoli di Amadori nei consumi ha però raggiunto il 78,5%.

Berti si sofferma sul problema a monte della filiera, e cioè quello delle materie prime sempre più care: «La pandemia ha provocato riflessi negativi sui prezzi, aumentati del 22% per il mais e del 26% per la farina di soia. Se vogliamo difendere il

PIÙ PRODUZIONE
MA NON È BASTATA

L'esplosione dei prezzi di mais e farina di soia e la crisi per il Covid delle esportazioni hanno inciso sui conti

L'AD FRANCESCO BERTI
GUARDA AVANTI

Si punta sulla sostenibilità ambientale di una filiera sempre più integrata e italiana al 100%

patrimonio produttivo di uno dei comparti di eccellenza del Made in Italy, occorre che tutti i soggetti della filiera assumano consapevolezza e si impegnino a fronteggiare e gestire questa situazione. Il Gruppo Amadori si è fatto carico di questo impegno nei confronti dei suoi oltre 800 allevatori. E le scelte gestionali sono state orientate alla valorizzazione complessiva dei prodotti, in continuità con l'obiettivo di supportare l'importante piano di investimenti, che mira allo sviluppo strategico delle filiere integrate di qualità, 100% italiane, in armonia con le esigenze dei consumatori e in piena collaborazione con i clienti».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Un colosso con oltre 800 allevamenti

Dalla fondazione nel 1969, Amadori può contare sulla collaborazione di oltre 8.500 persone. Ha una filiera molto articolata, che conta 6 stabilimenti di trasformazione alimentare, 5 incubatoi, 4 mangimifici e 1 in conto lavorazione, oltre 800 allevamenti sia di proprietà che in convenzione, 3 piattaforme logistiche e 19 centri di distribuzione fra filiali e agenzie, che garantiscono una distribuzione capillare in tutta Italia.

[Il bilancio 2020, anno del Covid: accelerazione sugli investimenti e la sostenibilità ambientale](#)

Amadori cala ma resiste: fatturato 1,2 mln

CESENA

Tiene il Gruppo Amadori, che chiude il 2020 con 1,232 milioni di fatturato, in lieve flessione rispetto all'anno precedente (1.304 mln), un margine operativo lordo di 91,6 milioni (da 118), equivalente al 7,4%, e un patrimonio netto sui 285 milioni. Un'annata di forte accelerazione allo sviluppo tecnologico grazie al piano di investimenti complessivo per oltre 500 milioni, di cui 80 milioni investiti lo scorso anno.

«Grazie ad un ambizioso programma di investimenti siamo riusciti ad affrontare il 2020 senza particolari conseguenze», dice l'ad Francesco Berti, che guida il Gruppo verso obiettivi di sostenibilità ambientale, sociale ed economica lungo tutta la filiera integrata, dagli allevamenti agli stabilimenti, dalla logistica ai mangimifici.

La pandemia ha influito negativamente sui consumi fuori casa, solo in parte recuperati con un incremento di quelli domestici. La crescita della produzione complessiva del 1,76%, non è sta-

ta assorbita dai consumi e le disattese aspettative per le esportazioni hanno comportato un calo dei prezzi. Inoltre, l'incremento dei costi delle materie prime mangimistiche, che sta proseguendo nel 2021, ha ridotto fatturati e marginalità. Ciononostante, fa sapere il Gruppo, è aumentata la penetrazione dell'avicolo a tavola con una quota del 78,5%. «La pandemia ha provocato riflessi negativi sui prezzi delle materie prime agricole con l'incremento dei costi fino al +22% per il mais e al +26% per la farina di soia – dice Berti – che ha impattato sulla filiera».

Cesena

Economia e lavoro

Il Gruppo Amadori tiene il passo «Bilancio 2020 ok e investimenti»

Fatturato consolidato di 1.232 milioni di euro, in lieve flessione rispetto all'anno scorso
La crisi pandemica ha influito sui consumi ma l'azienda ha aumentato la produzione

Un anno di tenuta, con aumento della produzione e prosecuzione degli investimenti. Così si sintetizza il 2020 del Gruppo Amadori che ha chiuso il bilancio con un fatturato consolidato 2020 pari a 1.232 milioni di euro, in lieve flessione rispetto all'anno precedente, margine operativo lordo a 91,6 milioni, equivalente al 7,4%, e patrimonio netto che sfiora i 285 milioni. Un quadro valutato positivamente in relazione al contesto generale di crisi dei consumi per via della pandemia. L'azienda sottolinea in una nota che il 2020 è stato caratterizzato da una forte accelerazione allo sviluppo tecnologico, sia zootecnico che industriale, anche attraverso operazioni di natura straordinaria, a supporto dell'importante piano di investimenti per oltre 500 milioni di euro, di cui 80 milioni investiti lo scorso anno.

«Grazie a una solida strategia di sviluppo e ad un ambizioso programma di investimenti siamo riusciti ad affrontare il 2020 senza particolari conseguenze - di-

L'AD FRANCESCO BERTI

«Grazie a una solida strategia di sviluppo e investimenti abbiamo affrontato il 2020 senza problemi»



chiara l'amministratore delegato Francesco Berti - Il nostro obiettivo è quello di continuare a creare valore per il settore agroalimentare, guidando in tempi rapidi il Gruppo verso obiettivi di sostenibilità ambientale, sociale ed economica sempre più sfidanti lungo tutta la filiera integrata, dagli allevamenti agli stabilimenti, dalla logisti-

ca ai mangimifici». L'azienda rileva che l'esercizio 2020 è stato caratterizzato da alcuni fattori che hanno inciso sui risultati dell'intero settore avicolo, con la crisi pandemica che ha influito negativamente sui consumi fuori casa, solo in parte recuperati con un incremento dei consumi domestici. La crescita della produzione complessiva, pari

Francesco Berti, amministratore delegato del Gruppo Amadori che ha il 30% del mercato delle carni avicole

al +1,76%, non è stata assorbita dai consumi e le disattese aspettative, per quanto concerne le esportazioni, hanno comportato un inevitabile calo dei prezzi. Inoltre, l'incremento dei costi delle materie prime mangimistiche, che sta proseguendo nel 2021, ha ridotto fatturati e marginalità per l'intero settore. Nonostante il quadro generale, si è registrata la crescita della penetrazione dell'avicolo nei consumi con una quota del 78,5%, guidata dalla sempre maggiore preferenza di prodotti ad alto contenuto di servizio.

«La pandemia ha provocato riflessi negativi sui prezzi delle materie prime agricole con l'incremento dei costi fino al +22% per il mais e al +26% per la farina di soia - sottolinea Berti -, costi che hanno impattato sulla parte a monte della filiera. Se vogliamo difendere il patrimonio produttivo di uno dei comparti di eccellenza del Made in Italy, occorre che tutti i soggetti della filiera assumano consapevolezza e si www.amadori.it impegnino a fronteggiare e gestire questa situazione. Il Gruppo Amadori si è fatto carico di questo impegno nei confronti dei suoi oltre 800 allevatori».