



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.