

Amadori oltre il miliardo con i polli no-Ogm

Il gruppo romagnolo ha girato la boa dei primi mille milioni di ricavi, i dipendenti sono oltre 6.500 e si sta rafforzando anche con nuove strategie di diversificazione. Come l'energia da fonti rinnovabili, che copre il 50% della bolletta elettrica. E in azienda è arrivata al timone la terza generazione

FRANCESCO JORI

Padova

Per dirla con una battuta, a dargli del pollo gli si fa un complimento. Perché ne ha fatto un business di assoluto rilievo. E perché è da una sessantina d'anni che Francesco Amadori (volto popolare in Tv, avendo spese la propria immagine in una felice campagna pubblicitaria) ha a che fare con i polli: un'avventura cominciata negli anni Quaranta con papà Agostino, mamma Ondina e i due fratelli, con mezzi e strutture assolutamente artigianali. Ma rapidamente cresciuta fino ad approdare ai grandi numeri di oggi, e arrivata ormai alla terza generazione: Flavio, figlio di Francesco, è direttore generale di un gruppo da oltre un miliardo di fatturato e oltre 6.500 collaboratori. Con una caratteristica che il dg tiene a sottolineare: «Ci produciamo tutto in casa: dalla gallina al pulcino, dall'alimentazione alla distribuzione. E in un settore integrato verticalmente quale è l'avicoltura, operiamo su una filiera cortissima: i capi che macelliamo que-

sta mattina, domattina sono già nel punto-vendita. Diciamo che siamo i più integrati tra gli integrati».

Con queste premesse, Amadori affronta senza preoccupazione gli sviluppi di un mercato che comunque tradizionalmente vede l'Italia al di sotto della media europea per quanto riguarda i consumi pro capite di carni bianche, con quotazioni peraltro attualmente in modesta flessione per un esubero di offerta sulla domanda.

Preoccupa di più semmai l'innalzamento del costo delle materie prime (principalmente cereali e soia), dovuto in particolare ai devastanti incendi della scorsa estate in Russia, che hanno comportato e comportano una riduzione degli stock: giusto per fare un esempio, il grano è passato dai 150 ai 220 euro a tonnellata. E se per il 2010 è comunque garantita un po' di copertura pregressa, l'anno prossimo i costi dei cereali sono destinati a salire, mediamente attorno al 30 per cento.

Il gruppo si sta comunque attrezzando da tempo non solo per far fronte alle emergenze, ma per sfruttare al meglio l'andamento generale dei mercati e il trend dei consumi, sempre più orientati alla qualità e genuinità del prodotto. Il fiore all'occhiello è senza alcun dubbio quello che Amadori ha battezzato "il pollo della nonna": il Campese, nel catalogo dell'azienda, il cui must è quello di venire allevato all'aperto, in un'ottantina di allevamenti tutti in Puglia per le favorevoli condizioni climatiche, con un ciclo di produzione che ha un minimo di 56 giorni, e con un'alimentazione rappresentata da almeno il 70 per cento di cereali (oltre a soia e sali minerali) tut-

ti rigorosamente no-ogm.

Il mercato ne ha decretato il pieno successo: Amadori era partito nel 2001 con 250 mila capi, oggi è arrivato a 8 milioni e mezzo l'anno, per un fatturato che lo scorso anno era giunto a 21 milioni, e che a fine 2010 toccherà i 25.

Sempre sul piano dell'accoppiata qualità-mangiarsano, l'azienda sta investendo notevoli risorse anche di comunicazione su una linea molto promettente, quella dei cosiddetti "cuor leggeri": filetti di pollo impanati, non fritti, con il 50 per cento di grassi in meno rispetto alla media della categoria, e che possono essere preparati sia al forno che nel tostapane: facili e veloci da servire in tavola, in grado di abbinare gusto e leggerezza. «Noi puntiamo sui prodotti innovativi per rispondere alle esigenze di un consumatore che chiede sempre più alimenti salubri e facili da preparare».

A fare la differenza, nella strategia del gruppo, c'è anche il capitolo delle energie rinnovabili, nell'interesse sia dell'ambiente che dei bilanci (il risparmio dei costi ottenibile grazie alle nuove tecnologie). Non è una scoperta dell'oggi: Amadori ha imboccato questa strada già da una decina d'anni, con risultati significativi, se si considera che di fatto metà dei fabbisogni elettrici è coperta da autoproduzione da fonti rinnovabili, il che equivale al consumo di 35 mila famiglie.

Ci saranno presto ulteriori sviluppi, assicura Flavio Amadori: «Siamo intenzionati ad aumentare il numero di impianti fotovoltaici in-

stallati sui tetti dei nostri allevamenti, e a sperimentare processi che mirino alla valorizzazione delle biomasse». Va ricordato tra l'altro, a questo riguardo, che i soci del gruppo Amadori, unitamente ad altre aziende del Consorzio Romagna Energia, attraverso la società Ren, Romagna Energia Spa, hanno contribuito allo sviluppo e crescita del gruppo Fortore Energia Spa, socio operatore nazionale per la produzione di energia rinnovabile (eolica, fotovoltaica, biomasse) con oltre 220 megawatt di impianti in produzione ed altri 600 megawatt in sviluppo. L'energia prodotta viene gestita attraverso un Consorzio di autoproduzione di energia elettrica da fonti rinnovabili denominato Consorzio Fortore Energia. Il gruppo Amadori fa parte di questo Consorzio, da cui viene rifornito coprendo circa il 50% del proprio fabbisogno elettrico globale.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Integrazione verticale e una filiera cortissima un giorno dalla macellazione alla vendita

L'anno prossimo i prezzi sono destinati a salire per le alte quotazioni dei cereali

La crescita di Amadori

Ricavi in milioni di euro

