

COMUNICATO STAMPA

MORATO PANE COMPLETA UNA NUOVA ACQUISIZIONE IN SPAGNA, IN PARTNERSHIP CON IL GRUPPO CASALINI

Il Gruppo Morato porta a termine la sua seconda acquisizione all'estero: l'operazione rientra nel piano strategico di espansione in Europa, e conferma la volontà dell'azienda di concentrare il proprio business sul mercato del bakery.

Altavilla Vicentina (VI), 30 Luglio 2021 – Dopo la prima acquisizione di un'azienda spagnola specializzata nella produzione di pani confezionati siglata nel 2020, il Gruppo Morato compie un altro importante passo verso il consolidamento del suo ruolo di player in Spagna, rilevando da Cerealto-Siro un plant produttivo nel nord della Spagna, a Briviesca.

“Lo sviluppo del business spagnolo– dichiara Stefano Maza, CEO del Gruppo Morato – è una delle nostre priorità strategiche e rappresenta un mercato estremamente potenziale, che oggi già presidiamo in qualità di fornitore di Mercadona per alcune categorie di prodotto. L'operazione è stata possibile grazie alla partecipazione del Gruppo Casalini, primaria realtà industriale con un importante know-how nel mercato dei prodotti da forno che contribuirà in modo sostanziale alla crescita dell'azienda spagnola”.

L'azienda di Briviesca, con le sue 10 linee produttive su 34.000mq di stabilimento, è in grado di produrre svariate tipologie di prodotti da forno, con un giro d'affari che oggi si attesta intorno ai 35 milioni di euro e che porta il Gruppo Morato ad un fatturato consolidato in Spagna di 65 milioni. Questa operazione segue per Morato la direzione di arrivare a sviluppare almeno il 50% del suo fatturato all'estero, rafforzando la presenza sui mercati in cui l'azienda è già presente ma soprattutto aprendo altre opportunità in Europa.

Il Gruppo Morato Pane e il Gruppo Casalini si sono avvalsi della consulenza di Aliante Partners come advisor strategico e dello Studio Chiomenti per l'assistenza legale. La due diligence finanziaria e fiscale è stata seguita da Deloitte.

Gruppo Morato

Il Gruppo Morato oggi è una realtà internazionale e rappresenta il secondo player nel mercato della panificazione industriale in Italia e in Spagna, con un fatturato consolidato di circa 250 milioni di Euro, di cui oltre il 30% sviluppato all'estero.

La posizione nel mercato italiano è sostenuta da un portfolio di brand storici e da un'offerta di prodotto in grado di coprire tutti i segmenti all'interno della categoria del bakery salato, a cui si aggiunge il presidio del mondo business B2B e Private Label in partnership con i maggiori retailer europei.

Nei suoi 12 stabilimenti dislocati tra Italia e Spagna, il Gruppo produce pani a fette (sandwich, cassetta, tramezzini), bruschette, panini dolci e salati e piadine; inoltre, produce sostituti del pane croccanti, tra cui in primis grissini e crostini.

Considerando sia il business a marca che le private label, in Italia il gruppo detiene una quota di mercato a volume di oltre il 30% sui pani industriali e del 10% nel segmento dei grissini; inoltre, con le sue marche principali, Morato e Roberto può vantare in Italia la leadership all'interno di molti segmenti del bakery salato.

CONTATTI:

Omnicom Public Relations Group

Tommaso Filippi, Francesco Zanardo

tommaso.filippi@omnicomprgroup.com; francesco.zanardo@omnicomprgroup.com

+39 324 0021567