

COMUNICATO STAMPA

MORATO GROUP ACQUISISCE NT FOOD, AZIENDA SPECIALIZZATA NELLA PRODUZIONE DI PRODOTTI SENZA GLUTINE

Continua la crescita del Gruppo guidato da Stefano Maza, che con l'operazione di acquisizione di Nt Food rafforza la sua presenza nel mercato del *gluten free* e dei prodotti salutistici

Altavilla Vicentina (VI), 27 luglio 2022 – Morato, gruppo internazionale nel settore della panificazione industriale, prosegue la propria strategia di crescita per linee esterne con l'acquisizione della maggioranza del capitale di Nt Food, azienda toscana specializzata in prodotti da forno senza glutine e all'avanguardia nell'ambito delle intolleranze e dei regimi dietetici alternativi.

Nicoletta e Giovanna Del Carlo, socie fondatrici di Nt Food, rimangono alla guida della società in collaborazione con Morato e continueranno a detenere una quota di partecipazione.

*“Siamo molto soddisfatti di aver portato a termine questa operazione – dichiara **Stefano Maza, CEO del Gruppo Morato** – che rientra nell'ambito del nostro piano strategico finalizzato allo sviluppo nel mercato dei prodotti bakery, attraverso il consolidamento del presidio in Europa. In particolare, questa acquisizione ci permetterà di creare significative sinergie a livello di innovazione di prodotto, di processo e distributive, aprendo nuove interessanti opportunità in canali e segmenti specializzati e rafforzando la nostra gamma d'offerta a marchio.”*

Con un fatturato di €35 milioni, sviluppato per oltre l'80% dal business a brand, Nt Food rappresenta un punto di riferimento nel settore del *gluten free* e dei prodotti salutistici proprio grazie ai marchi Nutrifree e Nutrisì che, da quasi vent'anni, sono sinonimo di qualità e di grande sensibilità verso le nuove esigenze nutrizionali.

I prodotti di Nt Food sono realizzati all'interno dei 3 stabilimenti produttivi interamente dedicati al senza glutine, situati tra Altopascio (Lu) e Porcari (Lu): oltre 7.000 mq che accolgono le diverse linee produttive, tra cui panificati, fette biscottate, miscele di farine, pangrattato, biscotti, snack salati ma anche lievitati dolci come cornetti, brioche e prodotti da ricorrenza.

“Più volte nel nostro percorso abbiamo scelto di abbracciare il cambiamento e questo ci ha permesso di evolverci, di cogliere nuove opportunità. Il gruppo Morato oggi rappresenta quell'opportunità. E ci sentiamo di coglierla, forti di una visione imprenditoriale e valori condivisi” – ha commentato **Nicoletta Del Carlo, CEO e Co-Founder di Nt Food**. *“In un momento molto positivo per la nostra azienda, l'ingresso nel gruppo Morato è senza dubbio un'occasione per dare ancora più forza e solidità al nostro percorso, consentendoci di accedere a importanti sinergie industriali e dando un nuovo impulso allo sviluppo estero”* – ha concluso **Giovanna Del Carlo, CFO e Co-Founder di Nt Food**.

Morato Group si è avvalso della consulenza di Aliante Partners come *advisor* finanziario e di Giliberti, Triscornia e Associati per l'assistenza legale sull'operazione, seguita da Edoardo Mistretta, Camilla Peri e Federico Fisher. La *due diligence* finanziaria e fiscale è stata seguita rispettivamente da Deloitte Advisory, con il *team* guidato da Luca Zesi, e da STS Deloitte, con il *team* guidato da Giorgio Orlandini.

Le venditrici di Nt Food si sono avvalse della consulenza di Nobel Partners Advisory, sotto la regia di Gabriele Cappellini, Vieri Spadoni e Marina Pratesi, in qualità di *advisor* finanziario, di Deloitte Legal, con Andrea Martellacci e Sergey Orlov, per l'assistenza legale e di Giovanni Bulckaen dello studio Bulckaen come fiscalista dell'operazione.

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 superiore ai 300 milioni di Euro di cui oltre il 40% 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 14 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, può vantare in Italia la leadership all'interno di molti segmenti del bakery salato.

CONTATTI:

Omnicom Public Relations Group Italy

Tommaso Filippi, Giulia Ceriani

tommaso.filippi@omnicomprgroup.com; giulia.ceriani@omnicomprgroup.com

+39 324 0021567; +39 324 9214355