

LABRENTA ACQUISISCE ANACORKS, AZIENDA BOUTIQUE PORTOGHESE

written by Marco Salvaterra | 27 aprile 2022

SPECIALIZZATA IN TAPPI DI SUGHERO NATURALE PER DISTILLATI

L'azienda vicentina procede nel piano di internazionalizzazione attraverso l'incorporazione del produttore lusitano. +60% il fatturato da inizio anno



Gruppo Labrenta, azienda con base a Breganze (Vicenza) specializzata in soluzioni di chiusura per il settore wine&spirits, **rileva il 100%** dell'impresa portoghese **Anacorks**, specializzata nella **produzione di tappi in sughero naturale per distillati**.

L'azienda fondata nel 1998 a Lobão, nel nord del paese, ha chiuso il 2021 con un **fatturato di circa 3 milioni di euro**. Anacorks conta oggi su due siti produttivi con 20 addetti ai quali si aggiungerà un terzo stabilimento entro l'estate, così da supportare la crescita nei mercati di Messico, Stati Uniti, Regno Unito, Sudafrica e Singapore. Per quanto riguarda la gestione dell'azienda, continuerà la collaborazione con Miguel, Sergio e Carlos Castro, nipoti dei fondatori Ana Pinto e Manuel Castro.

L'acquisizione è uno dei tasselli fondamentali dell'importante piano di internazionalizzazione e verticalizzazione per il controllo della filiera intrapreso da Labrenta, che oggi presenta due siti produttivi nelle Americhe (Brasile e Messico) oltre al polo produttivo di Breganze.

"Abbiamo iniziato a lavorare il sughero 51 anni fa ma, oggi più che mai, lo riteniamo un materiale estremamente attuale e sostenibile - afferma **Gianni Tagliapietra**, AD di Labrenta - Pensiamo che il trend attuale porterà il sughero naturale a essere sempre più apprezzato e utilizzato nel settore degli spirits per i prodotti premium, per questo quella di Anacorks è un'acquisizione strategica".

La verticalizzazione della produzione rientra nella strategia disegnata dal progetto **Labrenta Green Deal 2030**, attraverso il quale l'azienda si impegna a utilizzare materiali sempre più sostenibili e a scegliere siti produttivi più vicini ai propri clienti per ridurre il carbon footprint dei propri prodotti.

Innovazione, sostenibilità e internazionalizzazione sono i cardini di sviluppo del gruppo Labrenta, i cui volumi puntano a superare i **30 milioni di euro** di fatturato entro la fine dell'anno con un **piano di crescita 2023-2025** ambizioso. Il successo del gruppo è frutto del lavoro di squadra che a oggi conta su **quasi 180 unità**, con particolare merito al management team che ha saputo raccogliere la sfida e vedere oltre le difficoltà contingenti, scommettendo nell'acquisizione del know how fondamentale per continuare la crescita.

Dopo l'exploit nei mercati americani ed europei del 2021, che aveva portato il gruppo vicentino a raddoppiare il fatturato rispetto all'anno precedente, **nel primo trimestre 2022** si conferma un trend di ulteriore crescita, registrando un aumento di **oltre il 60%**. Nell'ultimo anno l'**organico** è stato potenziato di oltre 50 addetti tra Italia, Brasile e Messico e si prevede l'assunzione di altri 20 profili specializzati entro l'anno in corso per rafforzare tutte le business units.

In quest'operazione il Gruppo Labrenta è stato affiancato dall'Advisor strategico Circle Brain, da Minyanabeltran Avvocati e Commercialisti sul piano fiscale e dall'M&A team del gruppo.

Labrenta, fondata nel 1971 a Breganze (Vicenza), produce chiusure per il settore alimentare. Provide the right closure è il motto con cui si muove alla ricerca del tappo ideale per ciascuna esigenza, attraverso prodotti in grado di unire design e funzionalità. Sin dalla sua fondazione Labrenta ha destinato grande attenzione alla ricerca e allo sviluppo. L'obiettivo è di fornire a ogni cliente la propria chiusura dedicandogli un servizio tailor made. L'anima creativa e scientifica di Labrenta vive in D.Vision, la sezione interna in cui opera un team professionale giovane e altamente qualificato dedicato esclusivamente allo sviluppo di nuovi progetti: ascoltare i clienti, le loro esigenze e trasformare ogni loro intuizione in realtà. Idee che, grazie all'impiego di una stampante 3D, si materializzano in tempi brevissimi. Perché in Labrenta ogni cliente, con il suo prodotto, viene gestito con la consapevolezza della loro unicità. Perché un prodotto comunica il suo valore, a partire da ciò che lo contiene.