

PROBIOS CRESCE, DIVENTA B CORP E ORA COLTIVERÀ LE STARTUP

Controllato dal fondo Agreen capital, il gruppo, nato a Firenze, fattura 120 milioni e punta ai 130

Con la piattaforma dedicata ha aperto un programma di venture capital con cui acquisire aziende ad alto potenziale. L'export è ancora poco rilevante e può diventare una leva importante

di VALENTINA IORIO

Probios, gruppo italiano con 48 anni di esperienza nel settore dell'alimentazione salutistica, prosegue nella strategia di diversificazione del portafoglio e, dopo aver chiuso il 2025 con 120 milioni di euro di fatturato, quest'anno punta ai 130. «Crediamo di aver creato una piattaforma unica in Italia, con una specializzazione molto chiara nell'healthy food, un portafoglio di brand di qualità e una presenza commerciale diversificata. E vogliamo continuare in questa direzione», dice Renato Calabrese, amministratore delegato del gruppo.

Probios è nata a Firenze nel 1978 dall'iniziativa di una farmacista, Elvira Rigo de Righi, pioniera nell'importazione di prodotti macrobiotici in Italia. Oggi il gruppo, che comprende altri marchi, ha sede a Calenzano ed è controllato da Agreen Capital, club deal internazionale specializzato nel settore agroalimentare. L'ingresso del fondo nel 2023 ha dato impulso a una fase di forte espansione. Nel 2024 il gruppo ha portato a termine l'acquisizione di cinque marchi italiani del biologico (Baule Volante, Fior di Loto, ViviBio, Zerò, La Finestra sul Cielo), a cui si sono aggiunte lo scorso anno l'acquisizione del 30% di Vegetal e il rafforzamento della partecipazione nel Nutrimento. «Vegetal è specializzata nella produzione di prodotti vegetali, senza glutine e biologici, alternativi a prodotti caseari e a base di carne. Mentre Nutri-

mento produce sughi, salse e conserve, un asset produttivo complementare al nostro portfolio commerciale», racconta Calabrese. Vegetal è la prima startup su cui il gruppo ha investito attraverso il programma di venture capital aziendale, Probios Ventures, lanciato lo scorso anno.

Il modello

«Su stimolo del nostro investitore finanziario abbiamo cercato di proporre un modello in cui il programma di venture capital è sotto l'azienda produttiva. Non ci limitiamo a offrire capitali, ma anche competenze strategiche e l'accesso alla rete di partner e fornitori che abbiamo acquisito in 48 anni di esperienza nel settore del cibo salutare», sottolinea il manager. «Da quando è nata Probios Ventures abbiamo ricevuto moltissime richieste di adesione al programma e stiamo valutando altre startup su cui investire nel corso di quest'anno e in quelli successivi», aggiunge.

Il portafoglio del gruppo Probios è pensato per coprire tutti i pasti, dalla colazione alla cena. I prodotti per la colazione, in larga parte prodotti nello stabilimento di Spoleto di Bms, uno dei marchi del gruppo, rappresentano circa il 30% del volume d'affari, gli snack dolci e salati un altro 20%. Poi ci sono farine, legumi e cereali secchi, provenienti dagli stabilimenti di Bms e Il Nutrimento, che rappresentano circa il 16% del giro d'affari, seguiti dai prodotti freschi a base ve-



Al vertice

Renato Calabrese è amministratore delegato di Probios, B Corp specializzata nell'alimentazione salutistica. L'azienda è stata fondata nel 1978 a Firenze

getale (10%) e da pasta e riso prevalentemente gluten free. Il gruppo distribuisce i propri prodotti sia attraverso la grande distribuzione che tramite punti vendita specializzati, farmacie ed e-commerce. «Questa varietà per noi è importante sia per la qualità dei brand che in termini di prospettive di crescita», dice Calabrese. Il marchio Probios è una delle realtà di riferimento per l'alimentazione funzionale: oltre il 75% dei prodotti sono free-from, ovvero formulati senza alcuni ingredienti come glutine, lattosio o zucchero. Prodotti pensati per chi ha delle allergie o intolleranze o semplicemente vuole evitare questi ingredienti per motivi di salute o scelta alimentare.

L'azienda ha un centinaio di dipendenti ed è presente in 47 Paesi. «La quota di export è ancora piccola, ma ci siamo dati

un obiettivo di crescita importante: il 2026 sarà un anno di passaggio. Rafforzeremo la squadra manageriale già strutturata e stiamo valutando di poter accelerare questo processo di internazionalizzazione tramite delle partnership all'estero», spiega Calabrese. «Guardiamo soprattutto all'area Dach, ovvero Germania, Austria e Svizzera, dove ci sono delle opportunità interessanti. E ai Paesi nordici dove ci sono meno consumatori ma la spesa pro capite è più alta».

Dallo scorso novembre Probios è diventata una B Corp. «Questo riconoscimento rappresenta l'evoluzione di un percorso iniziato nel 2021 con la trasformazione

Per la crescita oltre i confini nazionali, guardiamo soprattutto a Germania, Austria e Svizzera dove ci sono opportunità interessanti

ne in Società Benefit, attraverso cui abbiamo formalizzato il nostro impegno a generare un impatto positivo per le persone e il pianeta — conclude Calabrese —. L'healthy food per noi non è solo un modello produttivo ma uno strumento per promuovere il benessere attraverso un'alimentazione consapevole, che coniuga salute, gusto e attenzione all'ambiente».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il piano del gruppo per innovare nel mondo della moda

Hi-tech e sinergie: il laboratorio di Pattern

di IRENE CONSIGLIERE

Per rimanere sempre competitivi sul mercato della moda, bisogna continuare a innovare senza sosta. È il gruppo Pattern, azienda da 125 milioni di euro di ricavi dalle vendite fondata nel 2000 da Franco Martorella e Fulvio Botto, specializzata nella progettazione, ingegneria e produzione di capi d'abbigliamento per i più importanti brand del fashion, non si ferma mai.

La società, diretta dal 2012 da Luca Sburlati e quotata in Borsa dal 2019, è oggi il primo polo italiano di ingegneria e produzione per il fashion luxury. E ha appena lanciato il nuovo programma d'innovazione dall'ambizioso titolo «Changing the rules of the game», a cui collabora un team di corporate innovation, che vede il diretto coinvolgimento della seconda generazione dei soci fondatori, con le loro nuove competenze e la loro visione orientata al futuro.

«Il settore del lusso si trova oggi a gestire un profondo cambiamento, sia nel ridefinire la propria identità in un nuovo equilibrio tra la forza dell'heritage e la spinta dell'innovazione, sia per la pressione esterna proveniente princi-



La squadra Da sinistra: Luca Sburlati, ceo di Pattern, Francesco Botto, innovation development manager, Alessio Martorella, strategic manager

palmente dal cambiamento della normativa europea in tema Esg — spiegano Francesco Botto, innovation development manager, e Alessio Martorella, strategic manager —. In questo scenario non è più sufficiente sperimentare: è necessario creare innovazione in modo strutturato. La nostra risposta è un «Programma di innovazione sistemica», che coinvolgerà in maniera sinergica molteplici strutture del gruppo».

Il cuore del nuovo ecosistema sarà D-House, Dual Innovation Lab, la piattaforma attraverso cui Gruppo Pattern intende anticipare le evoluzioni del mercato e trasformare tecnologie emergenti, nuovi materiali e modelli di sviluppo in soluzioni industriali concrete e applicabili alle diverse esigenze del brand del lusso. D-House intende operare secondo un modello di innovazione aperta.

Approcci e collaborazioni

Il nuovo approccio consente di sviluppare soluzioni su misura per le diverse griffe, trasformando la sperimentazione in applicazioni industriali. «D-House vuole intercettare le esigenze di un mercato in cambiamento, con una particolare attenzione alle future generazioni di creativi, e trasformarle in progetti concreti — dice Sburlati —. La nuova collocazione offrirà ai brand un accesso privilegiato alle tecnologie, competenze e opportunità di sviluppo riducendo i tempi e i costi di ricerca e sviluppo, agevolando nuove attività realizzate in collaborazione con i poli produttivi di Pattern».

Insieme all'implementazione di D-House si unisce anche la collaborazione con Magnolab,

di cui è partner. Si tratta di un network di imprese della filiera tessile, con sede nel biellese, che condivide infrastrutture, competenze per accelerare la transizione verso l'economia circolare. Una sinergia per supportare i brand nelle tre grandi sfide introdotte dalle nuove normative europee: la tracciabilità integrale, in linea con il Digital Product Passport, l'obbligo di contenuto riciclato nei prodotti e la responsabilità estesa del produttore (Epr).

È in questo contesto che si inserisce lo sviluppo da parte di Pattern di uno spin-off industriale all'interno di Magnolab, dedicato alla prototipazione dei prodotti realizzati con materiali riciclati e tracciabili, destinati a essere industrializzati successivamente dal gruppo.

Altro tassello importante della strategia di innovazione sarà l'integrazione dell'intelligenza artificiale, con nuove tecnologie e i «digital twin», modelli digitali che riproducono processi e sistemi reali nella produzione a supporto della gestione dell'analisi dei dati richiesti, dalle normative europee in materia di sostenibilità e tracciabilità. Un'attività che verrà contestualizzata nell'headquarter di Collegno in provincia di Torino.

© RIPRODUZIONE RISERVATA