

BOWLPROS.

CHIUSO IL PRIMO *ROUND* DI INVESTIMENTO E RACCOLTO MEZZO MILIONE DI EURO

La start-up si prepara a sbarcare in Germania e Spagna

Obiettivo: diventare leader in europa per le “breakfast bowl” e raggiungere quota 25 milioni di ricavi nel 2025.

Bowlpros, *start up* nata nel 2020 che commercializza attraverso il proprio marchio proprietario e canale *online bowl* realizzate con materiali 100% naturali e tutti gli ingredienti per realizzarle, ha chiuso il suo **primo round di investimento** raccogliendo mezzo milione di euro. Il round è stato guidato da un gruppo di *business angels* e imprenditori italiani tra cui Club degli Investitori, i fondatori di SweetGuest e il veicolo Delirus di Riccardo Pozzoli, solo per citare alcuni esempi.

Bowlpros nasce dall'idea dei suoi tre fondatori - **Davide Petruzzi, Ioannis Stivis e Carlo Eroini** - di offrire ai consumatori un'esperienza unica gustando in piena libertà un prodotto (la bowl) versatile e salutare. L'offerta, pensata per una colazione o uno snack appetitoso e genuino, si basa su un'ampia scelta di ingredienti come creme, granola, frutta secca e porridge che consentono di realizzare smoothie bowls, porridge bowls e yogurt bowls totalmente personalizzabili, grazie ai topping che Bowlpros crea e sviluppa da zero con marchio proprietario.

La start-up, che chiuderà il suo primo anno di attività con 1,5 milioni di euro di ricavi e mira a superare i 3,5 milioni di euro nel 2022, quando registrerà già Ebitda positivo, utilizzerà i fondi raccolti per sostenere la sua vision e il suo percorso di crescita: sia adottando un approccio multicanale, sbarcando sui canali di vendita di GDO e Food Service, sia inaugurando un laboratorio interno per produrre e testare nuove linee di prodotto made in Italy da lanciare sul mercato italiano ma non solo. L'obiettivo della Società infatti è **espandersi in nuovi mercati a livello europeo**, come dimostrano i piani di apertura in Germania e Spagna previsti entro il 2022.

«L'idea di lanciare Bowlpros è legata al nostro vissuto di viaggiatori per paesi tropicali, dove il consumo di cibi all'interno di bowl è molto comune. In Italia, anche per la sempre maggiore centralità della colazione, pasto ormai irrinunciabile, il fenomeno delle bowl sta diventando sempre più popolare - tant'è che sono nate e cresciute anche delle vere e proprie community come la nostra. Siamo convinti si tratti di un mercato in forte espansione e con grandi potenzialità grazie alla maggiore attenzione e propensione da parte dei consumatori nel prediligere piatti e ingredienti salutaris, bilanciati dal punto di vista nutrizionale e facili da preparare. Un trend in costante crescita che sta contribuendo a far emergere nuovi stili di vita e abitudini alimentari e che a nostro avviso diventerà in futuro un caposaldo dell'alimentazione mediterranea. La nostra ambizione? Aprire delle “bowlserie” proprietarie a marchio Bowlpros, dove acquistare e assaggiare direttamente le nostre Bowl»- ha commentato **Davide Petruzzi, Co-founder di Bowlpros**.

L'operazione è stata assistita da Francesco Pezcoller lato Bowlpros e dallo Studio Corti-Fumagalli Associati lato investitori.