



**PROBIOS PRESENTA A CIBUS IL PROPRIO REBRANDING.
UNA NUOVA IMMAGINE CHE COMUNICA INNOVAZIONE, RICERCA E NATURALITÀ:
PER UN'OFFERTA BIOLOGICA SEMPRE PIÙ INCLUSIVA E AMPIA**

L'azienda toscana - leader da oltre 45 anni nell'alimentazione biologica e salutistica - rinnova veste grafica, logo e packaging. Con un look&feel che vuole parlare sempre di più a un target di consumatori trasversale, comincia una nuova fase del brand per comunicare il proprio dna healthy e free from, 100% bio.

Fiere di Parma, 8 maggio 2024. *Una tappa importante la 22ª edizione di Cibus per Probios, la realtà toscana che dal 1978 coniuga l'eccellenza delle materie prime biologiche con ogni esigenza e stile alimentare grazie ai suoi prodotti healthy e free-from, sempre 100% bio. L'azienda sceglie Cibus, la vetrina di riferimento per l'agroalimentare in Italia, per la presentazione della nuova veste grafica che mira a dare ancora più valore all'esperienza di acquisto delle oltre 850 referenze firmate Probios.*

*La nuova veste grafica scelta per logo e linee prodotto, rinnovando totalmente la **visual identity** aziendale, riflette la visione strategica dell'azienda toscana che mira a diventare ancora più incisiva e accattivante sugli scaffali. Packaging dai colori naturali danno risalto al logo, grande protagonista di ogni confezione. Ogni linea diventa immediatamente riconoscibile e graficamente appealing grazie ai claim e ai diversi colori utilizzati: "Biologico", "Protein", "Keto", "Senza Glutine", "Senza Zuccheri". Una veste grafica che rende riconoscibile il design dei packaging, migliorando il family feeling e la navigabilità dell'offerta da parte del consumatore.*

La nuova visual identity racchiude in sé sia l'heritage, sia il percorso di evoluzione che il biologico ha vissuto in questi ultimi anni. Un biologico che è sempre più presente nel carrello della spesa degli italiani e che oggi è una caratteristica imprescindibile per racchiudere in un prodotto benessere, sostenibilità e gusto. Un'evoluzione d'immagine che vuole trasmettere l'alta qualità, l'innovazione e la ricerca che da sempre caratterizzano l'offerta Probios, nata per soddisfare ogni stile ed esigenza alimentare.

*«Abbiamo voluto sfruttare un palcoscenico di prestigio come quello di Cibus per mettere sotto i riflettori il progetto di rebranding a cui abbiamo lavorato intensamente nell'ultimo anno», spiega **Renato Calabrese**, amministratore delegato di Probios. «La nuova immagine di Probios vuole raggiungere sempre più consumatori curiosi di provare nuovi prodotti, salutari e gustosi, consapevoli che "siamo ciò che mangiamo". Non è un semplice restyling, ma una rinnovata identità che, partendo dalla storia ed eredità del marchio, mira a valorizzare l'essenza dell'azienda, e si pone tre ambiziosi obiettivi: acquisire maggiore presenza sugli scaffali dei punti vendita posizionandoci come brand di riferimento per il benessere; aumentare la riconoscibilità del marchio, facilitando così il percorso d'acquisto dell'utente; trovare la chiave di comunicazione corretta per trasmettere il gusto del benessere che solo i nostri prodotti, buoni e sostenibili, sanno offrire. Nel segno di un biologico ricco di sapore, capace di sorprendere ogni giorno».*

*La nuova visual identity che mette al centro il ruolo dell'azienda e delle sue caratteristiche in qualità di main player dell'alimentazione salutistica, mira a conquistare un target sempre più trasversale che strizza l'occhio non solo a chi da sempre è consapevole dell'importanza di **mangiare sano** ma anche ai nuovi responsabili d'acquisto che sempre di più negli ultimi anni si sono avvicinati al biologico. Consumatori alla ricerca di marche coerenti con i propri valori, sensibili alla sostenibilità ambientale e al benessere mentale e fisico, e consapevoli dell'importanza degli ingredienti di alta qualità, preferibilmente biologici, e a una filiera che rispetta l'individuo e l'ambiente che lo ospita.*

PROBIOS

1978

IL RESTYLING: CARATTERISTICHE E PECULIARITÀ DI UN PROGETTO CHE TRACCIA UNA NUOVA TRAIETTORIA



Il primo a cambiare veste è il design del logo, che si rinnova totalmente pur rimanendo fedele allo stile del brand. Dallo storico pantone verde acceso si passa a un codice colore più tenue, che richiama i toni del verde salvia, conferendo al marchio un'eleganza raffinata. La scelta non è casuale: il verde salvia evoca un senso di

benessere e naturalezza, oltre a trasmettere un'immagine di equilibrio e rigenerazione, perfettamente in linea con i valori di Probios. Anche il lettering si alleggerisce e diventa più distintivo, mantenendo allo stesso tempo degli elementi di continuità e riconoscibilità. L'iconica immagine del brand, la mano che tocca la foglia, acquista uno spazio centrale all'interno di una delle O della parola Probios. L'aggiunta dell'anno di fondazione, il 1978, contribuisce a trasmettere la lunga tradizione che caratterizza la storia e l'esperienza di un'azienda nata quando il concetto di biologico era una nicchia riservata a pochi.

Il vero cambiamento, però, spetta al packaging con un restyling completo, coerente e armonico di tutte le linee proposte da Probios. L'elemento protagonista che spicca in primo piano nelle nuove confezioni è senz'altro il logo, mentre l'intera gamma è organizzata per linee distinte – Biologico, Senza Glutine, Senza Zuccheri e Protein/Keto – evidenziati con colori intensi e diversi, così da semplificare la navigabilità dell'offerta per il consumatore.

Biologico



*La linea dei prodotti tradizionali di Probios adotta il pantone del logo per garantire una maggiore riconoscibilità del marchio e delle referenze. La struttura dei nuovi packaging è organizzata in modo chiaro e ordinato, con il logo in alto seguito dal nome della linea di riferimento, la descrizione del prodotto, e infine l'immagine o finestra prodotto. Questo design offre ai consumatori un focus diretto sui claim chiave, concentrandosi sull'elemento distintivo della gamma base dell'azienda. Must della linea, il **Farro cake**, dolce merendina senza latte formulata con l'utilizzo di sola farina di farro.*

Protein / Keto Friendly

A dimostrazione dell'impegno di Probios nel lanciare prodotti unici sul mercato, sempre all'avanguardia e precursori di tendenze, una delle linee della nuova veste grafica è dedicata ai prodotti Protein o Keto Friendly. Con un nuovo pack nero brillante e rosso vermiglio, questa linea è stata realizzata per veicolare i prodotti più innovativi, che rispondono alle nuove tendenze del mercato come i prodotti Proteici oppure Keto Friendly.

*Di questa linea, sotto i riflettori dello stand l'azienda porta l'ultima new entry Keto Friendly: le **Keto granole** realizzate senza l'utilizzo di cereali, adatte a coloro che desiderano ridurre l'assunzione di carboidrati e seguono stili alimentari a basso contenuto di zuccheri. Disponibile in pratici formati da 200g e proposta in due gusti distinti: Cocco e Lamponi, oppure Cocco, Nocciole e Cacao*



PROBIOS

1978



Senza Glutine

Probios presenta al Salone Internazionale dell'alimentazione anche *la nuova veste grafica scelta per la linea senza glutine, fiore all'occhiello della realtà toscana che conta più di 490 prodotti di cui 187 mutuabili dal Sistema Sanitario Nazionale. Qui il pantone adottato è un viola scuro melanzana, accogliente, che combina elementi di prestigio, fiducia, affidabilità. Tra i best seller della gamma spiccano le Penne di riso integrale, ottima fonte di fibre gluten free e rimborsabile dal SSN.*



Senza Zuccheri

Un blu fresco e avvolgente identifica il nuovo packaging di un'altra gamma di punta di Probios. *Si tratta della linea senza zuccheri che utilizza dolcificanti 100% naturali, senza calorie e con indice glicemico pari a zero. Allo stand dell'azienda, non poteva certo mancare il claim che dà il nome a una delle linee free-from più innovative sul mercato. Tra i numerosi prodotti, emergono le Ciambelline limone e zenzero, deliziosi biscotti dal gusto fresco e agrumato, studiati per accompagnare la prima colazione o un dolce break della giornata.*

Probios

Probios, azienda leader in Italia nell'alimentazione salutistica e biologica, ha sede a Calenzano, a pochi chilometri da Firenze ed è presente in 50 paesi nel mondo. Dal 1978 promuove un'idea innovativa: proporre alimenti esclusivamente biologici, con l'utilizzo di materie prime prevalentemente italiane e vegetali, coniugando linee di prodotti dal contenuto altamente salutistico, clean label e free from, ideali per chi segue specifici stili alimentari (gluten free, proteico, vegan, senza zuccheri). L'azienda affianca alla ricerca e selezione delle materie prime biologiche di alta qualità anche l'attenzione all'equilibrio e all'originalità delle ricette. Il risultato ottenuto assieme alla vasta gamma d'offerta, garantisce ai propri consumatori prodotti bilanciati e gustosi, in grado di soddisfare i palati più esigenti.

Ufficio Stampa – DAG Communication | [Website](#) | [LinkedIn](#) | [Facebook](#) | [Instagram](#)

Sara Gugliotta | sugliotta@daqcom.com | 339 8179632

Ilaria Sibella | isibella@daqcom.com | 391 1057231



Probios.it



[Probios](https://www.facebook.com/Probios)



[@Probios1978](https://www.instagram.com/Probios1978)



shop.probios.it



[@Probios](https://twitter.com/Probios)