Il Mannarino diventa un gruppo. E prepara una nuova acquisizione a Milano

Da macelleria con cucina nata nel 2019 a piattaforma multibrand della ristorazione. Come racconta **Pambianco Wine&Food**, Filippo Sironi e Gianmarco Venuto hanno dato vita a PG Food Brands, gruppo che riunisce Il Mannarino, Rosita Galletto e Birra e Veramente Abitudini Italiane e che, contestualmente alla nascita, è entrato con una quota di minoranza in Casamare, format presente tra Versilia e Liguria. Ma l'operazione più interessante potrebbe essere la prossima: a ottobre è prevista l'acquisizione di uno storico brand milanese, il cui nome per ora resta riservato. I numeri danno la misura dell'accelerazione: Il Mannarino conta oggi 25 sedi e il nuovo gruppo punta a 60 milioni di euro di fatturato nel 2026, contro i 42 milioni del 2025. In sette anni, quindi, il progetto è passato dalla crescita di un singolo format alla costruzione di un portafoglio che comprende fast casual, fine dining e ristorazione contemporanea sul mare. Più che l'ennesima operazione di M&A nella ristorazione, vale la pena seguire il modello che PG Food Brands sta provando a costruire: aggregare insegne riconoscibili senza necessariamente uniformarle sotto un unico format. E soprattutto aspettare ottobre: capire quale storico marchio milanese entrerà nel gruppo dirà molto sulla direzione che Sironi e Venuto intendono prendere.