



Lo storico brand avvia una catena di monomarca. Il retail affidato a Carlotta Fabbri

Fabbri apre i negozi all'amarena

Dallo spritz ai dolci, prodotti in vendita o da assaggiare

DI CARLO VALENTINI

Nicola Fabbri, che ha ampliato il mini-impero costruito sulle amarene da Gennaro Fabbri a partire dal 1905, ha rotto gli indugi (lui è il pronipote, quarta generazione, ed è l'a.d. dell'azienda) e deciso di avviare una catena monomarca, negozi dove è possibile acquistare i prodotti a catalogo ma anche assaggiarli, a cominciare dagli spritz impreziositi con le amarene o dal gin con distillato (ovviamente) di amarene. Ma tra le novità vi sono anche confetti dal cuore al sapore di amarena, lo zenzero e il caramello salato come ingredienti del gelato. Il primo negozio è stato aperto a Bologna, la città dove l'azienda ha sede. «Abbiamo deciso di scommettere sul retail», dice, «per essere ancora più vicini a chi ci segue. Siamo infatti un'azienda di famiglia che da oltre cento anni porta la dolcezza nelle case degli italiani e che ora apre le porte della propria "casa" per mostrare i suoi tesori dal vivo».

Si tratta del nuovo ex-

plot di questa impresa ancora tutta familiare, con la quinta generazione già nella plancia di comando: **Carlotta Fabbri**, 39 anni, ha assunto la guida del primo negozio e dovrà porre le basi di quelli futuri. Dice: «Puntiamo a crescere in modo organico, ampliando il mercato consumer a fianco di quello di ristoranti, hotel e catering».

Tutto partì da una drogheria dove a Gennaro Fabbri e alla moglie venne l'idea di produrre nel retrobottega Vov e Cognac per i propri clienti. Poi la svolta, con la decisione di proporre anche le amarene sotto alcol in vasi di ceramica bianca e blu, secondo una vecchia ricetta di famiglia. Fu un successo. Tanto che le amarene divennero il core business di questa attività artigianale. Il grande salto è datato 1957, grazie a **Carosello**, dove Salomone pirata pacioccone fece conoscere marchio e prodotto a tutti gli italiani. Adesso i prodotti sono 1.200: alle classiche amarene si sono aggiunti sciropi, creme spalmabili, alcolici e il canale professionale (forniture per pasticce-

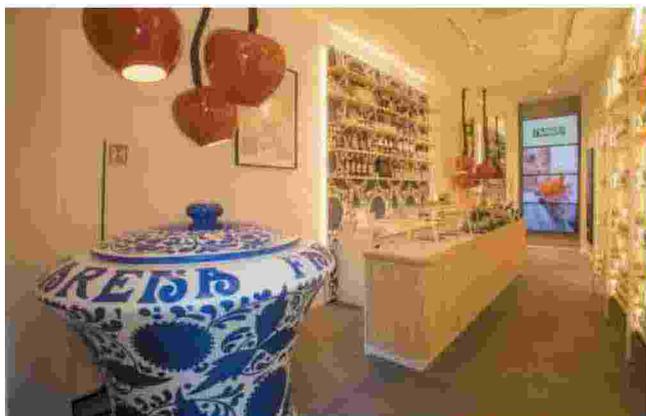
rie, gelaterie, cocktail bar). Ogni anno vengono lavorati (da 250 dipendenti) 150 milioni di frutti, il fatturato è di 100 milioni, la metà dall'export in 110 paesi, tra i primi per importanza è la Cina (vi è una sede a Shanghai). E ora il sogno di ricoprire con gli store di amarena tutta la Penisola.

Inoltre l'azienda per festeggiare l'ingresso nel segmento retail ha fatto nascere la **Foresta Fabbri**. Spiega Nicola Fabbri: «È composta da 1.800 alberi (tra cui: arancio, caffè, anacardo, banano, mangrovia, alloro) ed è realizzata in collaborazione con **Treedom**, realtà italiana che permette di piantare alberi a distanza. Si tratta di un grande cuore verde che batterà in tutto il mondo, dall'America Latina passando per l'Africa e l'Oceania, e che permetterà di assorbire in 10 anni

quasi 450 tonnellate di CO2. A piantare e prendersi cura degli alberi sono infatti comunità di contadini che li planteranno insieme alle proprie colture annuali, come mais o fagioli, per diversificare le proprie fonti di approvvigionamento alimentare e di reddito potenziale e apportare benefici al suolo e all'ambiente. Una speciale etichetta di grande impatto visivo con un'immagine stilizzata di albe-

ri sulle confezioni di Amarena Fabbri coinvolgerà anche i consumatori in questo progetto». Dal 2022 il gruppo pubblica il bilancio di sostenibilità «con l'obiettivo», conclude Nicola Fabbri, «di preparare l'azienda ai futuri obblighi di rendicontazione e di rendere noto l'impegno che la società assume verso una comunicazione sempre più trasparente».

© Riproduzione riservata



Aperto a Bologna il primo store del marchio nato più di cento anni fa. Parte il piano per inaugurare altri negozi



Nicola Fabbri



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

013706