

Il gruppo bolognese arruola la guru della cucina Lidia Bastianich per promuovere il suo catalogo

Fabbri alla conquista degli Usa

L'amarena? Nel bubble tea. Il Superaperitivo sfida lo Spritz

DI CARLO VALENTINI

Alla conquista degli Stati Uniti con **Lidia Bastianich**. Il gruppo **Fabbri**, sede a Bologna, fondato nel 1905, ha firmato un accordo con la guru della cucina italiana negli Usa per promuovere innanzi tutto l'amarena, il suo cavallo di battaglia, ma pure il variegato catalogo dell'azienda che ha chiuso il 2018 con 80 milioni di euro di fatturato, il 50% dall'export, con una crescita a due cifre in Africa, dove sono state poste le prime basi in Sudafrica e Nigeria con l'intento di allargarsi a quasi tutto il Continente.

Dice **Nicola Fabbri**, quarta generazione alla guida del gruppo: «Vent'anni fa fummo tra i primi a sbarcare in Cina. Anche grazie a noi i cinesi sono oggi grandi consumatori di gelato e vicino a Shanghai è stato inaugurato il più grande museo al mondo dedicato al gelato. Ora ripetiamo quell'esperienza con l'Africa, che siamo convinti avrà un sostanzioso sviluppo a breve termine e dove già nei vari Paesi vi è una classe dirigente con un buon potere d'acquisto».



Nicola Fabbri



Alcune proposte **Fabbri** e, a destra in alto, lo spazio del marchio al museo del gelato di Shanghai



Lidia Bastianich

Non solo. Sono in corso campagne promozionali in Australia e Brasile, ma anche nel Nord Europa: «Il maggiore consumo pro-capite di amarene al

mondo è in Danimarca, dove vengono usate pure come ingrediente di alcuni loro dolci, a cominciare dal popolarissimo riso alla mandorla».

Negli States la **Fabbri** è già presente ma ritiene che ci sia ancora molto spazio da conquistare nel retail. «I nostri prodotti», aggiunge **Fabbri**, «sono già ben posizionati nella ristorazione. Ma vogliamo entrare anche nelle case degli americani, convincerli all'uso casalingo dei prodotti a base di

amarena». E questo dovrebbe avvenire appunto con l'aiuto di **Lidia Bastianich**.

L'azienda continuerà a puntare sull'amarena, che caratterizzerà pure il lancio dei nuovi prodotti. Entro l'anno avverrà un'offensiva nei confronti dello spritz, con la rivisitazione di una bevanda che la **Fabbri** produceva negli anni 30 e poi abbandonò. Si chiamava e si chiamerà Superaperitivo. È a base di vino con

una nota di amarena. Spiega **Fabbri**: «Assecondiamo la tendenza, soprattutto dei giovani, che chiedono aperitivi poco alcolici ma di gusto accattivante. Siamo entrati anche nel segmento del bubble tea, diventato di gran moda in Oriente e da lì si sta espandendo negli Stati Uniti ma anche in Europa. Ci sono varie versioni, in pratica si tratta di tea freddo variamente aromatizzato, ricoperto con uno strato di crema a base di ricotta o formaggio e con l'aggiunta di palline di Tapioca. Noi forniamo gli sciroppi per dare a questo tea i vari sapori e pure la crema per farcirlo. Nei bar cinesi, in Italia, è già richiestissimo ma sono certo che incontrerà anche il gusto dei giovani italiani ed europei».

Poi c'è l'e-commerce. «Abbiamo un nostro portale», dice Fabbri, «ma ci stiamo impegnando anche sui siti di cucina, per esempio su Giallo Zafferano e su Chef in camicia proponiamo ricette con l'uso delle amarene».

L'azienda ha la leadership nel settore dei preparati per gelato. Quale sarà il gusto della prossima estate? «Il gelato alla vaniglia nera, ottenuto col carbone attivo»

— © Riproduzione riservata —

