

Sapori



IN EVIDENZA | VINO | RISTORANTI | TRATTORIE | RICETTE | ITINERARI | TUTTI GLI ARGOMENTI

Dai liquori all'amarena, dal gelato agli sciroppi: la dolce storia della Fabbri



Più di un secolo di vita per un'azienda segnata dall'intraprendenza di uomini e donne visionari. Creatori del marketing ante litteram, con gli iconici vasi bianchi e blu. [Seguici anche su Facebook](#)

di GIULIA MANCINI

👤 persone prodotti

ABBONATI A **Rep:**

30 agosto 2019

Nonno Gennaro, in realtà il bisnonno ma parlando di una persona di famiglia è più semplice raccontarlo con il nome che si affibbia agli anziani, da giovane aveva svolto mille lavori, da manovale a impagliatore di sedie, prima di acquistare una bottega con vnaia a **Portomaggiore**, nel **1905**. Racconta **Nicola Fabbri** che "fu la crisi economica e la necessità di mandare avanti la famiglia a fargli scegliere il modo meno costoso per farlo, anche forse il meno precario: comperare una drogheria nel centro di un piccolo paese agricolo". Impegno economico che assolse con trasparenza e onestà, restituendo al fratello Antonio quanto gli aveva dato in prestito senza interessi. L'intenzione era quella di rendere la vnaia una distilleria, così sulla piazza di quel piccolo paese agricolo comparve la targa "Premiata Distilleria G. **Fabbri**".

LE GUIDE AI SAPORI E AI PIACERI DI REPUBBLICA



Ristoranti, trattorie, itinerari
botteghe del gusto e molto altro



La selezione delle amarens, foto d'archivio della [Fabbrì](#)

Condividi

Era l'alba del nuovo secolo, quello che aveva fatto dimenticare le fatiche del precedente, gli anni che brindavano con entusiasmo alla nuova Italia non da molto unita. Anni in cui i messaggi iniziavano a correre veloci più che nel passato e si portavano nuovi valori: nacque così il **Cordiale Primo Maggio**, la cui etichetta riportava due operai che impugnavano uno la falce e l'altro il martello, liquore pensato per il proletariato e, come si direbbe oggi, posizionato in una fascia di mercato a buon prezzo. Poi venne l'**Amaro Carducci** per onorare la memoria del poeta e premio Nobel scomparso in quegli anni e che legò la sua vita da cattedratico a Bologna; infine il **Virov**, un energetico a base di uova, zucchero e Marsala.

"Il bisnonno Gennaro era un visionario per quei tempi, un uomo dal piglio di ferro appoggiato dalla moglie **Rachele**: il suo intuito da commerciante lo aveva portato a capire l'importanza dell'immagine", accostata alla qualità della produzione, ciò che in tempi moderni si chiamerebbe brand identity e marketing. Dai nomi dei liquori alle immagini sulle etichette, fino a capire quanto lasciare un segno nelle case fosse importante: quando fosse finita la bottiglia doveva rimanere qualcosa negli stipi delle cucine o sulle credenze dei clienti che inducesse un nuovo acquisto, qualcosa che facesse riecheggiare il nome fra le mura domestiche. Così il Virov era confezionato con un piccolo servizio in porcellana, una caraffa con tazzine e piattini giallo uovo, prodotto dalla Richard-Ginori. Le case così si facevano testimonial di un marchio, non solo testimoni di un gusto e di una scelta in acquisto; la zona di distribuzione di questi liquori era però ancora ridotta per l'intraprendenza e la spumeggiante voglia commerciale di Gennaro. Così la nuova intuizione si accese nella mente del fondatore, all'epoca imprenditore: rendere la famiglia stessa promotrice. Regalando ai figli Romeo e Aldo una delle macchine più agognate per quei tempi, una Isotta-Fiaschini, li spronava a girare l'Italia. "Andavano in visita dai negozianti, questi non resistevano alla curiosità per la vettura e potevano anche fare un giro in macchina"; entrando così in una sorta di amichevole conoscenza, sceglievano e

Il catalogo e lo shop online

Condividi

IL MESTIERE DELLA TAVOLA
 LICIA GRANELLO



Mille di queste notti:
 il Gargano tra cibo e magia

Condividi

MANGIA E BEVI
 GIANNI E PAOLA MURA



Da Napoli a Milano
 qui regna la bufala

IL VENERDI: QUATTRO ANNI DI RECENSIONI



LE GUIDE AI SAPORI E AI PIACERI DI REPUBBLICA

Ristoranti, botteghe del gusto e molto altro

STORIE DI GUSTO
 GIUSEPPE CERASA



LE RICETTE DI D



Rose di sfoglia super veloci
 di [Imma Di Domenico](#)



Cornetti black and white
 di [Imma Di Domenico](#)

ordinavano i prodotti [Fabbri](#).



L'oggettistica è sempre stata un veicolo di marketing per la Fabbri

 Condividi

In pochi anni il successo della produzione e l'espansione della rete commerciale portò Gennaro a valutare di trasferirsi, di lasciare la campagna per spingersi su una strada di comunicazione più ampia, vicino a una stazione ferroviaria che avrebbe favorito le spedizioni. La scelta cadde sulla nuova allora zona industriale di **Bologna**, a **Borgo Panigale** dove nel **1914** acquistò un'intera palazzina appena costruita. Servirono gli anni del primo conflitto mondiale e la fortuna che entrambi i figli tornassero indenni dal fronte per completare il trasferimento nel 1919 e l'anno successivo l'ampliamento della terra su cui erigere i capannoni per la nuova linea di produzione. La "casa e bottega" che fece la fortuna degli italiani e dell'Italia imprenditoriale. "Il carattere principale della nostra azienda è la presenza attiva della famiglia, oggi siamo arrivati alla quinta generazione e le avventure di questa azienda sono dipese molto - se non in tutto - dalla creatività di uno di noi"; del capostipite Gennaro in primis, "che è stata messa poi in opera da eccellenti manager cui i familiari si sono sempre affidati, sapendo scegliere le persone giuste per la loro azienda", sottolinea Nicola [Fabbri](#) ponendo l'attenzione su quanto sia necessario che si insaturi un certo feeling generale nel lavoro, un po' come la sinergia che si viene a creare nelle famiglie nei momenti di decisione.



Melanzane ripiene di riso
 di [Donatella Simeone](#)

Per segnalazioni di eventi, nuove aperture, pubblicazioni e prodotti, scrivete a [L'indirizzo email è offuscato per motivi di sicurezza](#). Attiva javascript nel browser per visualizzarla



Albicocche, yogurt e sciroppo all'orzata: solo tre ingredienti per dei ghiaccioli gustosissimi!

Clicca sul link per scoprire tutta la ricetta 😊

<https://bit.ly/2K4Gxwi>

👍 897 💬 14 ➡ 65

“Dalla creatività istintiva dei membri della famiglia sono cambiati i consumi in casa ma anche in fuori casa” racconta Nicola pensando a quando, appena giunti a Bologna, si mise in atto la nuova idea di produrre gli sciroppi. “Nascevano come ingredienti per i gassosari: prima della Seconda Guerra mondiale non c’era la Coca-Cola in Italia, si bevevano le bibite gasate dai gassosari che, avendo fonti di acqua, aggiungevano anidride carbonica e sciroppi per dare sapore. Così il bisnonno all’ora ebbe un’idea di ‘licensing’” estremamente innovativa per quei tempi, non solo forniva gli sciroppi ma anche le bottiglie, che avevano una forma speciale molto riconoscibile, e il marchio da esporre”. Proseguendo così il lavoro di identità e riconoscibilità anche sui nuovi prodotti, così come aveva fatto con i liquori.



👍 4 💬 Commenta ➡ Condividi

"C'erano quindi le bibite naturali **Fabbi**, non la produzione di bibite ovunque ma era in vendita un concentrato disponibile in vari posti", quello che poi i chioschi al dettaglio o i produttori di bibite avrebbero allungato con acqua, liscia o gassata, dissetando grandi e bambini degli anni '20. "Dai gasosari ai caffè, poi nei bar e infine nei supermercati, quando nacquero con la generazione dei miei genitori, fino ad arrivare a oggi." La bisnonna Rachele non era donna da stare a guardare, aveva lo spirito di seguire il marito stando un passo indietro ma fungendo da colonna portante per la famiglia, come le donne silenziose e operose. "L'amarena (allora marena, in una forma fra il dialettale e l'arcaico) nasce dalla normale vita familiare: abbiamo cercato una data di riferimento nel 1915, ma non si sa bene da quanto tempo la nonna producesse le sue amarene in casa". È uno di quei prodotti estivi delle case di campagna, ma anche di città, un gesto antico che richiede la pazienza e la sapienza del saper aspettare che il sole faccia il suo lavoro sullo zucchero che ricopre le amarene. "Il nonno Gennaro vendeva quello che la nonna faceva con i frutti degli alberi intorno alla casa così, come usanza casalinga e familiare". Un'idea che profuma di gesto antico, che racconta di una donna mentre preparava le conserve estive in grandi contenitori per poi farle vendere dal marito nella sua bottega. "Prodotto in damigiane grandi si vendeva a peso. Fu sempre del nonno l'idea di omaggiare l'operosità della moglie con un barattolo speciale". Ad onorarla, prima il **ceramista bolognese Minghetti**, poi il famoso **Riccardo Gatti di Faenza**, che produsse il barattolo bianco porcellana con i decori blu, di stile floreale che si rifaceva ai decori dell'Estremo Oriente.



Condividi

Ampliamenti e successi imprenditoriali, fatiche e riconoscimenti portarono Gennaro **Fabbi** a lasciare nelle mani dei figli l'azienda, così nel **1933** il nome subì il cambiamento in **Ditta G. Fabbi di Aldo e Romeo Fabbi**. La prima generazione a seguire diversificò la produzione introducendo "le marmellate, la cui produzione si è interrotta anni fa, destinate sia alla produzione sia al consumo domestico, ma ciò che portò quel tipo di produzione fu una nuova intuizione: i semilavorati per fare i gelati, cremolati, nel Dopoguerra. L'artigiano ai tempi aveva quindi tutto il necessario per fare il gelato, apriva il barattolo lo metteva dentro la macchina - contemporaneamente i fratelli Carpigiani mettevano l'elettricità dentro le loro macchine - e le due aziende insieme danno vita alla gelateria italiana moderna, che avrà uno sviluppo velocissimo. Con i barattoli delle paste si toglieva ai piccoli artigiani il problema di lavorare la frutta fresca, erano anni in cui lo zucchero subiva il razionamento, anni in cui tutta l'Italia chiedeva ai suoi cittadini di rimboccarsi le mani e riprendere possesso delle loro vite, industriandosi e ingegnandosi per dimenticare le nefandezze

della Grande Guerra. "Qui di fianco al nostro stabilimento c'è la Ducati, la nostra fabbrica fu prima requisita e poi bombardata; la mira era la Ducati che in quei tempi era stata destinata allo sforzo bellico con produzione di cannoni e armi, fu colpita duramente e arrivarono anche da noi, facendoci subire grossi danni", racconta Nicola mischiando la storia dell'azienda ai racconti ascoltati da bambino. Ma è la fierezza di adulto che lo induce a sottolineare l'importanza di condividere un vecchio annuncio pubblicato su un giornale locale dei tempi in cui le parole non suonano come monito, ma come promessa: "Saremmo lieti se, alla fine del conflitto potrete tutti tornare al vostro posto di lavoro". Il che avrebbe significato che tutte le maestranze sarebbero tornate salve dal fronte, che la vita avrebbe ripreso a scorrere e che l'azienda si sarebbe ricompattata come produzione e come famiglia allargata.



Condividi

Il **gelato** era un prodotto fresco e dolce, non solo freddo, ma portava con sé la freschezza della novità che poteva far dimenticare la tristezza e la ristrettezza del conflitto, addolciva gli sforzi della ricostruzione. "C'erano furgoncini che giravano, portavano sulla fiancata il nome, e bussavano alle porte dei bar anche dove non c'erano le gelaterie: l'idea era di andare dai baristi e insegnare loro come fare il gelato velocemente, fornendogli quello di cui avevano bisogno: la macchina Carpigiani o Cattabriga e i preparati **Fabbri**", in una partnership non ufficiosa. Piccoli laboratori ambulanti che mostravano quanto potessero essere semplice, utilizzando i semilavorati, produrre gelato ovunque e non solo nelle città che avevano la vocazione tradizionale. Il tempo scorre e porta ingrandimenti insieme a nuovi membri **Fabbri**, iniziano ad affacciarsi in azienda le nuove generazioni con i figli di Aldo e Romeo, un nuovo stabilimento produttivo ad **Anzola dell'Emilia** e nuove forme di pubblicità. Percorrendo la vocazione del nonno Gennaro che faceva in modo che il nome-marchio parlasse di sé senza parlare da solo, fu la volta di **Carosello** e del **Pirata Salomone**, entrando definitivamente nelle famiglie italiane attraverso la televisione. In ogni puntata la ciurma di pirati catturava chi non voleva svelare dove fosse nascosto il tesoro, così il Pirata Salomone sanciva la fine e la confessione del luogo segreto annunciando: "Ma cosa vuoi torturare, porta pazienza, so ben io come fargli aprire la bocca". Ingolosendolo ovviamente.

"Negli anni Settanta abbiamo deciso di non fare più alcolici, trasformando la nostra azienda in qualcosa più diretta alle famiglie e ai bambini, mantenendo sempre attiva una parte destinata alla business unit. Negli ultimi anni c'è stata, soprattutto all'estero, una rifioritura di interesse verso i grandi marchi storici italiani. La capacità del **made in Italy** è presente nel mondo dei cocktail con i

famosi marchi, ma passeggiando nel nostro museo ho pensato che anche noi - intesi come famiglia e azienda **Fabbi** - abbiamo un passato glorioso nel mondo della distilleria", spiega Nicola con occhi scintillanti di entusiasmo, retaggio ed eredità del bisnonno.



Nicola **Fabbi** e il Marendry, la riproposizione di un bitter anni '50

 Condividi

"Così ho convinto, non senza difficoltà e ritrosia, i miei cugini e i manager a riaprire figurativamente le porte della distilleria, iniziando con la riedizione di un bitter degli anni '50, il **Marendry**. Abbiamo anche pensato di non volerci mettere in concorrenza con i prodotti del mondo degli spirits italiani, così anche questo contiene il succo dell'amarena **Fabbi**, che ci contraddistingue", portando con sé il sapore dolce del senso di appartenenza e il lieve retrogusto amarostico del ricordo, per un gusto complessivo rotondo e morbido. "Nasce due anni fa e questo anno sbarca negli Stati Uniti. Sempre nel 2019 tornerà in vita il **Super Aperitivo**, registrato fra i marchi storici. Non ne esiste una bottiglie integra, deduciamo fosse un liquore a base di vino, un vermouth, anche se in quegli anni, nel 1928, con l'autarchia non si potevano usare nomi che suonavano stranieri. Speriamo di poter lanciare proprio in questo anno il Super Aperitivo, di nuovo" così, per chiudere il cerchio ideale che lega il passato con il presente, passando per la mani di chi si avvicenda e succede nelle famiglie. "È un liquore a base di vino, fortificato, sempre con una nota di amarena, un bel modo per riportare alla luce piccole gemme della produzione italiana storica", nonché frammenti di famiglia.

"La Repubblica si batterà sempre in difesa della libertà di informazione, per i suoi lettori e per tutti coloro che hanno a cuore i principi della democrazia e della convivenza civile"

Carlo Verdelli

ABBONATI A REPUBBLICA

© Riproduzione riservata

30 agosto 2019

ARTICOLI CORRELATI