



FOODAFFAIRS.IT,  
LA  
COMUNICAZIONE  
NEL  
FOOD&BEVERAGE

HOME

FOOD TREND

FOOD INFLENCER & BLOGGER

NEWSLETTER

CHI SIAMO

PARTNERSHIP E ADV

CONTATTI

PRIVACY



HOME / 2019 / NOVEMBRE / 26

/ NICOLA **FABBRI** INCONTRA GLI STUDENTI DELLO IULM DI MILANO.  
L'AZIENDA INVESTE SUI GIOVANI "CERVELLI" ITALIANI CON INCONTRI  
E STAGE RETRIBUITI COME PREMI DI LAUREA

# NICOLA **FABBRI** INCONTRA GLI STUDENTI DELLO IULM DI MILANO. L'AZIENDA INVESTE SUI GIOVANI "CERVELLI" ITALIANI CON INCONTRI E STAGE RETRIBUITI COME PREMI DI LAUREA

PUBLISHED ON 26 NOVEMBRE 2019 BY FOODAFFAIRS.IT



## — MEDIA PARTNER



## — ADV

Una mattinata intensa quella di venerdì 22 novembre per gli studenti del Corso di Laurea sui Musei d'Impresa diretto dal Professor Domenico Liggeri che allo IULM\* prepara i futuri Direttori e Responsabili dell'enorme patrimonio Museale che le aziende di lunga tradizione del nostro Paese detengono.

Ospite della mattinata il dottor Nicola **Fabbri** che con il fratello Umberto e il cugino Paolo è oggi alla guida dell'azienda bolognese delle Amarene, protagonista di un successo che si rinnova continuamente da 114 anni.

L'invito rivolto a **Fabbri** dal Prof. Liggeri aveva l'obiettivo di offrire agli studenti il racconto di una fase cruciale della vita di un'azienda, quella della progettazione di un Museo d'Impresa, per cercare di capire quali ragioni

spingono un'azienda prestigiosa a mettere a disposizione la propria storia e la propria reputazione per le generazioni future con quello che il Prof. Liggeri ha definito "un gesto di lungimiranza culturale oltre che di marketing".

La lunga storia **Fabbri** 1905 è già da tempo oggetto da parte dell'azienda di un accurato recupero di testimonianze, prodotti d'epoca, immagini pubblicitarie, fotografie seppiate, Caroselli d'autore, pubblicazioni, memorabilia, cariche di grande interesse anche sotto il profilo socio-culturale. L'intento è recuperare non solo la storia di un'impresa per raccontarla ancora meglio al mondo e ai giovani in particolare, ma la storia di un'Italia ammirevole per coraggio e ingegno. Resiliente, potremmo dire.

Il risultato di questo lavoro certosino di recupero e catalogazione ha già portato alla creazione di un'imponente collezione nella sede storica di Borgo Panigale, quartiere di Bologna reso famoso dalle moto Ducati, vicine di casa e di bombardamenti durante la seconda guerra mondiale.

A questa straordinaria collezione, "la più ricca del nostro settore" afferma Nicola **Fabbri** "si avvicinano ammirati i molti ospiti anche stranieri della nostra azienda ed è già il nucleo originale di quello che sarà il nostro

Museo d'Impresa", anche se la collezione raccolta a Bologna dall'azienda, secondo il Prof. Liggeri che l'ha visitata, "è già un Museo perché nel suo essere raccolta amorevole di oggetti consentono a chi la visita di leggerli secondo la propria storia ed esperienza personale".

Perché quindi un Museo d'Impresa? "E' dovere dei leader rendere disponibile il passato per anticipare il futuro. Oggi non basta produrre e vendere un prodotto: è fondamentale raccontare la storia dell'azienda, a tutti gli effetti un pezzo del più grande puzzle della memoria collettiva di un Paese. E' attraverso la cultura e il racconto delle radici delle nostre eccellenze che passa il miglior contributo alla crescita futura che innova, cambia, evolve, ma non perde l'identità" ha spiegato Nicola Fabbri agli studenti ripercorrendo la storia dell'azienda sotto un angolo di visuale particolare: la capacità di innovare.

Innovazione nell'idea imprenditoriale innanzi tutto, fin dalla nascita come drogheria che "il nonno Gennaro con spirito visionario battezzò Premiata Distilleria Gennaro Fabbri & C". Innovazione nel battezzare i prodotti dell'epoca con nomi legati all'attualità (Liquore 1° Maggio, Amaro Carducci) o funzionali ante litteram come il Marsala all'uovo Virov. Innovazione nata dall'inventiva della moglie di

Gennaro, Rachele, che nel 1915 addolciva le ristrettezze del tempo di guerra “scioppando” le amarene del giardino di casa con spezie rendendole deliziose, tanto da far nascere in Gennaro l’idea di venderle conservandole in damigiane.

Innovazione nel packaging, con l’intuizione di passare dalle damigiane alla confezione pratica e preziosa in ceramica creata a Faenza, ben presto divenuta il simbolo dell’azienda che nel frattempo è cresciuta e ha iniziato a diversificare, dai liquori, alle marmellate, agli sciroppi.

“Nonno Gennaro era fortunatamente un megalomane” sorride Nicola **Fabbi**, ricordando la portentosa idea di marketing di promuovere la vendita dei prodotti attraverso due meraviglie dell’industria automobilistica italiana dell’epoca, una Isotta Fraschini e una Itala, che i figli Aldo e Romeo guidavano per l’Emilia e poi in Italia “conquistando” i clienti con giri su quelle prodigiose vetture.

Innovazione anche nei costumi con l’apertura del Bar Centrale a Bologna, di fronte alla Borsa Merci, che segna svolte da ricordare: caso allora unico di apertura 24 ore su 24, è il primo bar in città a consentire anche alle donne la consumazione al banco.

E qui matura un’altra innovazione, il

gelato entra nell'offerta del bar mentre avvengono due fatti decisivi. In **Fabbri** vengono messi a punto prodotti già pronti per la preparazione del gelato e nascono con l'elettricità le macchine per prepararli. Da allora nei bar può diffondersi anche l'offerta di gelato.

La crescita in quegli anni è supportata ancora una volta con idee di marketing fuori dagli schemi: le prime pubblicità su giornali e affissioni, il vaso Amarena come regalo immediato per i clienti, i Carosello che coinvolgono autori e protagonisti emergenti allora, ma di grande successo in seguito, il personaggio di Salomone il pirata Paciocco che, anziché torturare il malcapitato, risolveva con la dolcezza di Amarena **Fabbri**, e così via.

"Da quel momento e ancora oggi la nostra missione è creare felicità" continua Nicola **Fabbri** "perché i nostri prodotti accompagnano momenti felici della nostra vita, sono ingredienti insostituibili per veri comfort food. Il Museo ci consentirà di trarre dal nostro passato ancora più spunti per il futuro. Sempre più spesso ci capita di trovare nella nostra storia risposte a bisogni e tendenze attuali, come è accaduto per esempio per il nostro Marendry, un bitter all'Amarena **Fabbri** molto in voga negli anni '50-'60 e che oggi sta conoscendo un nuovo successo sull'onda della diffusione nel mondo del rito dell'aperitivo

italiano” ha concluso **Fabbri**.

Il Museo d’Impresa **Fabbri** sarà ovviamente anche un museo “virtuale” disponibile in formato digitale su piattaforme, sui social, su app in modo da annullare distanze: l’azienda è presente infatti in 11 Paesi ed è stata tra le prime, 20 anni fa, ad inoltrarsi nel mercato cinese dove oggi è molto apprezzata e insediata con una propria filiale a Shanghai e un ufficio di rappresentanza a Pechino. Il museo digitalizzato aiuterà ad avvicinare il pubblico più giovane che anche allo IULM si è mostrato molto interessato e curioso di apprendere da questi giacimenti della nostra memoria storica nazionale.

L’incontro con gli studenti milanesi si inserisce in un percorso che vede l’azienda bolognese investire sul patrimonio intellettuale dei giovani “cervelli” italiani.

Proprio ai giovani **Fabbri** 1905 si è rivolta nell’ambito dei Premi di Laurea 2019 del Comitato Leonardo, mettendo a disposizione uno stage retribuito presso l’azienda per la migliore tesi di laurea inerente al titolo del bando “Il museo d’impresa come leva di valorizzazione. Creazione di un museo virtuale per **Fabbri** 1905: cento anni e più di storia tra tradizione e innovazione”.

Un'occasione per valorizzare le idee delle nuove generazioni, offrendo una concreta esperienza formativa e lavorativa. "Fabbri ha particolarmente a cuore questo Premio – spiega Nicola Fabbri – che ci consente di supportare giovanissimi che gettano non solo le basi per il loro futuro professionale, ma danno anche un contributo concreto alla crescita del nostro Paese con il loro fresco apporto di creatività e innovazione al servizio delle imprese. Inoltre, nel concreto impegno di Fabbri in campo sociale, il sostegno alla formazione riveste un ruolo fondamentale".

Il Premio di Laurea Fabbri 1905 è riservato a laureati magistrali in discipline economiche, marketing digitale, televisione cross media, cinema e nuove tecnologie, new media e arte digitale o ingegneria e architettura con votazione non inferiore a 105/110. Il bando di partecipazione si è chiuso lo scorso 8 novembre e la premiazione si svolgerà nel corso della prossima Giornata Qualità Italia alla presenza del Presidente della Repubblica.

Per condividere l'iniziativa "Premi di Laurea" sui social #Leonardo4Talent @ItalianQuality @Fabbri1905

\* Libera Università di Lingue e Comunicazione