

FTSE MIB -0,37% FTSE IT All Share -0,36% CAC 40 +0,35% DAX 40 +0,22% FTSE 100 -0,12% Dow Jones -0,21% NASDAQ +0,27% Spread BTP-Bund 114,00 >

CORRIERE DELLA SERA

L'Economia

ABBONATI

LOGIN

RISPARMI, MERCATI, IMPRESE

FINANZA BORSA E FONDI RISPARMIO TASSE CONSUMI CASA LAVORO PENSIONI IMPRESE MODA OPINIONI EVENTI PROFESSIONISTI EURACTIV

Cashback Manovra 2021 Casa, mutui e affitti Ecobonus

15:55 Alitalia: Assaeroporti a Governo, crediti per oltre 100 mln, urge intervento

15:44 Bce: in ultima settimana acquisti Pepp per 15,62 mld (da 8,2)

15:16 Fed: crisi settore immobiliare cinese "pone rischi per sistema

14:41 Usa: +0,6% prezzi alla produzione a ottobre, +8,6% annuale,



AZIENDE



Amarena Fabbri, entra la quinta generazione (ma dopo una gavetta di 10 anni)



di Alessandra Puato | 09 nov 2021



Nicola e Carlotta Fabbri

L'amarena Fabbri — ma anche lo zenzero Fabbri, appena lanciato — va alla conquista dell'America e lo fa con l'ecommerce, a cavallo della quinta generazione. Il gruppo alimentare, sotto il cappello della capogruppo Fabbri 1905, ha resistito alla frenata del Covid e ora ha un doppio obiettivo: espandersi Oltreoceano, con testimonial come Lidia Bastianich, madre di Joe, ristoratrice a New York, ex giudice di Masterchef e conduttrice del programma tv Lidia's Kitchen; e accelerare con le vendite sul web, dopo il nuovo accordo con Amazon per cui Fabbri è sia vendor (venditrice diretta con una pagina propria sullo store Amazon Usa) sia seller (venditrice attraverso il canale di Amazon Italia). «**Abbiamo resistito alla tormenta — dice Nicola Fabbri, consigliere delegato —. Ora puntiamo a crescere in modo organico, con mezzi propri,**

GUIDA ALLE NUOVE REGOLE

Nuovo codice della strada, dai parcheggi allo smartphone al volante: cosa cambia

TASSE

Taglio Irpef, è la volta buona? Come cambia la busta paga con la riduzione delle aliquote

LE MODIFICHE ALLE MANOVRA

Bonus casa, resta lo sconto in fattura: perché gli «altri» sgravi battono il Superbonus

RISPARMIO

Btp Futura o Cct? Il derby dei titoli anti inflazione L'Economia oggi gratis

CORRIERE TV



Quando l'innovazione ridefinisce lo spazio e il tempo (con Domenicali, Gresta, Massa, May, Cevolini)

ampliando il mercato consumer a fianco di quello di ristoranti, hotel e catering. Anche attraverso acquisizioni nei prossimi due anni. Per questo abbiamo avanzato offerte ad aziende italiane in settori complementari».

MADE IN ITALY

Alberto Alessi: «Siamo ripartiti con il buon senso e un fondo», in arrivo un museo del design in Piemonte

di



Selezione

Dietro la spinta di questa «multinazionale bonsai», come Nicola Fabbri la chiama, c'è una famiglia numerosa, la Fabbri appunto, dove la quinta generazione lavora a fianco della quarta. Fra i giovani emergenti c'è Carlotta Fabbri, 37 anni, direttrice marketing della business unit professional. Figlia di Paolo Fabbri, che è presidente, e nipote di Nicola, che è consigliere delegato con Umberto e Stefania Fabbri, Carlotta è laureata in Scienze della comunicazione, ama la fotografia. È una dei sette giovani (su 17) della quinta generazione operativi. Dopo selezione, però. «Quando entriamo abbiamo un percorso di gavetta di circa dieci anni in cui capiamo le logiche dell'azienda — dice —. Cambiamo ufficio ogni sei mesi, per parlare tutti la stessa lingua domani». Prima di fermarsi nella sede della Fabbri a Bologna, Carlotta ha lavorato al Resto del Carlino da cronista ed è stata in Argentina, nel 2015, per l'azienda. Sua l'idea di ripescare, l'anno scorso, la campagna «Porta Pasiensa» di Fabbri, con il pirata Paciocco del Carosello. Ora aspetta un bimbo. «Sto lavorando anche alla sesta generazione, sono al settimo mese», dice.

Incarichi

Con Carlotta ci sono gli altri giovani Fabbri: il fratello Pietro (gelateria e pasticceria), 33 anni; Stefania (retail e amministrazione), 40 anni, figlia di Andrea (fratello di Paolo); Federico (export), 36 anni, figlio di Gianluca (fratello di Nicola e Umberto); Giovanni Quattrocchi (logistica), 30 anni, figlio di Rita Fabbri (sorella di Paolo); Fabio Macri (acquisti), 27 anni, figlio di Cristiana Fabbri (sorella di Nicola e Umberto). Più Michele Magli, 44 anni, figlio di Alessandra (sorella di Paolo), neo direttore generale. «Già in quattro, oltre a Michele, abbiamo finito il percorso — dice Carlotta —: Stefania, Pietro, Federico e io. Sappiamo come si produce, come funziona l'ufficio acquisti, come si promuove il prodotto». La linea è tenere la famiglia compatta. «Due metodi — dice Carlotta —. Il primo è sentirci tutti i giorni, noi e i senior: un aggiornamento quotidiano, con report scritti. L'altro è una cena solo noi giovani ogni due mesi, per restare in sintonia». Un passaggio generazionale organizzato, insomma, che consente alla Fabbri (che appartiene alla famiglia, ha 250 dipendenti e aderisce all'Aidaf, l'associazione delle aziende familiari) di pensare al futuro senza l'innesto, per ora, di azionisti esterni. Così il gruppo conta di chiudere l'anno con ricavi a 85 milioni, come nel 2019, recuperando dal calo a 60 milioni del 2020, l'anno della pandemia.



«L'Economia del futuro»: due giorni di convegno e giovedì il numero speciale gratis

di Andrea Bonafede



Dazn, addio ai due dispositivi per ogni abbonamento: la modifica a metà dicembre

di Redazione Economia



Batterie elettriche con il grafene: la scommessa della comasca Directa Plus

di Fabrizio Massaro



Iva, cedolare secca su affitti, rottamazione cartelle: le 233 scadenze fiscali di novembre

Manager

«La nostra è naturalmente un'azienda manageriale — dice Nicola **Fabbri** —, ma per noi è importante formare la quinta generazione della famiglia per il ruolo imprenditoriale che dovrà ricoprire. L'azienda familiare deve dare l'esempio, solida e attenta alle diversità. La nostra è un simbolo di qualità e affidabilità, perciò avere una quinta generazione attiva e preparata è essenziale». A maggior ragione dopo il Covid: «Abbiamo rinunciato a investimenti come le fiere. Abbiamo dovuto riorganizzarci per rifornire i clienti. Da maggio abbiamo avuto una splendida ripresa, il mercato è tornato a muoversi. Oggi siamo a pieno ritmo ma il mondo è cambiato, i clienti sono più selettivi, la distribuzione più accurata». Due i dossier sul tavolo: l'estero, anche con investimenti garantiti da Sace — è di quest'anno la costituzione della **Fabbri** Canada che porta a dieci le sedi commerciali del gruppo, dopo la chiusura del Messico — e l'e-commerce con l'innovazione digitale.

Cocktail e Internet

«L'obiettivo è proseguire l'espansione, oltre che in Italia, negli Stati Uniti, già lievitati quest'anno — dice Nicola **Fabbri** —. Poi stiamo crescendo in Brasile e da oltre vent'anni siamo presenti sul mercato cinese, dove l'amarena è un best seller. L'estero copre il 50% dei ricavi e se tutto va bene salirà». Internet è lo strumento: «Abbiamo personalizzato un'app di e-commerce per i clienti italiani. Oggi il commercio elettronico vale già due milioni, saremo felici di un raddoppio nel 2022 su ricavi oltre gli 85 milioni. Ma dobbiamo essere cauti, la pandemia non è alle spalle. L'esempio dell'Italia è aureo, speriamo sia seguito».

Zenzero

Oltre alla campagna con Lidia Bastianich c'è la novità dello zenzero, in un vaso simile a quello dell'amarena. L'idea è poterlo aggiungere a piatti o cocktail. «Pepite di radice di zenzero in uno sciroppo di zenzero e curcuma, rivisitazione italiana di una spezia orientale: è un rilancio», dice Carlotta. Tra le novità anche lo Sbritz, aperitivo a base di birra: progetto fermato per il Covid, ora ripreso.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LEGGI I CONTRIBUTI

SCRIVI

ULTIME NOTIZIE DA L'ECONOMIA >

MANOVRA

di Fausta Chiesa

■ Taglio dell'Irpef, è la volta buona? Come cambia la busta paga con la riduzione delle aliquote



Bonus terme 2021 da 200 euro al via: come si prenota e le 186 strutture in cui utilizzarlo

di Alessia Conzonato



Bonus terme: sito in tilt, troppe prenotazioni. Invitalia rinvia tutto di 24 ore

di Alessia Conzonato

■ Bonus terme 2021 da 200 euro: come si prenota e le 186 strutture in cui utilizzarlo



Bitcoin, la Svizzera e il referendum per inserire la criptovaluta in Costituzione

di Gabriele Petrucciani