



Fabbi, cinque generazioni di amarene con una punta di zenzero

di **Marco Bettazzi**
a pagina 7

Intervista a Nicola **Fabbi**, consigliere delegato di **Fabbi 1905**

“Cinque generazioni di amarene dal liquore Primo Maggio allo zenzero”

di Marco Bettazzi

Sono alla quinta generazione e hanno stretto un “patto di fuoco”, con «regole ferree per gestire l'ingresso dei più giovani»: a dirlo è Nicola **Fabbi**, consigliere delegato di **Fabbi 1905**, quella dell'Amarena.

Cominciamo dalla fine, avete lanciato lo zenzero, non vorrete cambiare gusti?

«No, però è un prodotto evocativo del passaggio generazionale in azienda. Lo zenzero oggi è entrato nella dieta comune, un prodotto giovane e internazionale fin da subito. Del resto abbiamo 1.300 articoli diversi, tutti prodotti nella nostra fabbrica di Anzola: diamo eleganza italiana a ingredienti da tutto il mondo, dalla papaya al cioccolato».

Una storia iniziata nel 1905, come ve la raccontate in famiglia?

«Papà da piccolo mi sguinzagliava tra le linee di produzione mentre andava in ufficio, nella sede storica di Borgo Panigale, e sono stato allevato dalle nostre donne meravigliose, mangiavo le amarene prese dai dischi di produzione allungate con l'acqua. Conosco tutti gli anfratti dell'azienda. Ma tutto nasce da mio bisnonno Gennaro, che a 43 anni si

fece prestare i soldi per comprare una drogheria tra Ferrara e Bologna in cui preparare i liquori».

Non c'era ancora l'amarena Fabbi...

«Non ancora, ma lui era un precursore del marketing. Erano i tempi dei movimenti operai e uno dei

primi liquori lo chiamò Primo Maggio, con tanto di falce, martello e sole nascente. Poi l'amaro Carducci, dedicato al poeta che nel 1906 vinse il Nobel, e poi il Virow, un liquore a base di uovo energetico. L'amarena la inventa la moglie Rachele. Ma non le vendono in damigiane, si fanno creare un vaso dal più bravo ceramista di Faenza e con quello arriva sui banchi di tutti i bar, fino al Moma di New York. Nascono poi gli sciroppi e le bibite, messe in una bottiglia per cui la Coca-Cola ci ha fatto causa, che abbiamo vinto, poi nel secondo Dopoguerra inizia la rivoluzione del gelato coi nostri prodotti semi-lavorati, assieme a Carpigiani che produceva le macchine. È una storia di creatività, indispensabile per tenere in piedi un'azienda per 116 anni».

Oggi Fabbi 1905 cos'è?

«Oggi produciamo al 50% prodotti per i consumatori e per il 50% professionali, siamo presenti in 120 Paesi e quest'anno torneremo al fatturato 2019, circa 85 milioni, dopo aver perso circa il 30% nel 2020. Stiamo ancora cavalcando la ripresa ma purtroppo, soprattutto all'estero, è un po' più complicato».

Ma come viene gestito il passaggio generazionale?

«Io faccio parte della quarta generazione, i 10 azionisti sono tutti membri della famiglia, sia interni che esterni all'azienda. I ragazzi della

quinta generazione sono entrati seguendo un decalogo che ci siamo dati 15 anni fa circa, sviluppato col professor Corbetta della Bocconi: una sorta di patto di fuoco tra generazioni. Regole abbastanza ferree, che prevedono la frequenza dell'università, la conoscenza di almeno due lingue, due anni di esperienza al di fuori dell'azienda che devono essere cercati dal giovane, senza la telefonata dei genitori. Solo dopo se vogliono possono entrare in **Fabbi** ma con un periodo di prova e dal livello più basso, anche se hanno lauree importanti, girando tutti i settori».

Un percorso complicato. Ce ne sono altre di aziende così?

«Non è proprio normale, siamo anche un caso di studio. Però è un modo per gestire il ricambio generazionale, un problema molto sentito nelle aziende familiari. Questo nonostante **Fabbi** sia una delle aziende più managerializzate del settore. Ma mentre il manager guarda soprattutto anno per anno, l'imprenditore familiare guarda alle generazioni successive».

Chi è già entrato dei giovani?

«Tantissimi. Stefania, la maggiore, si occupa come il padre di acquisti e retail, Carlotta è direttrice marketing del professionale, poi Pietro è direttore commerciale della gelateria, Federico si occupa di estero, poi c'è Giovanni, che è il supervisore per la famiglia in



fabbrica. E entrato anche Fabio, che ha 28 anni ed è figlio di mia sorella, che sta imparando. Abbiamo convinto anche il figlio di mia cugina Alessandra, Michele Magli, che aveva una sua azienda di consulenza, a prendere la direzione generale».

Ma il sistema funziona?

«Molto bene, anche se è certamente complicato da gestire. Non abbiamo mai messo ai voti le decisioni importanti, che vengono prese solo all'unanimità: è una regola d'oro che forse ci ha impedito di fare qualche progetto ma che ci ha consentito di andare avanti per così tante

generazioni. Anche se ci sono fondi d'investimento che bussano ogni giorno per entrare».

Non avete la tentazione di vendere?

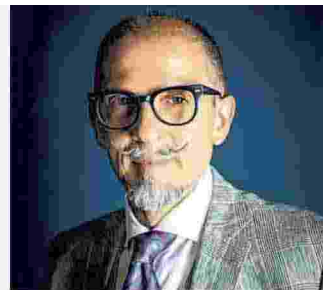
«No, al contrario, siamo noi che cerchiamo aziende da acquisire».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La scheda

Quel vaso bianco e blu con 300 dipendenti

Fabbri 1905 è un'azienda storica italiana, con due sedi a Bologna: a Borgo Panigale e a Anzola. Controllata dalla famiglia, oggi ha 300 dipendenti e produce 1.300 articoli diversi, tra prodotti per il consumatore e professionali.



▲ Il manager Nicola Fabbri

— 66 —
Quest'anno torneremo al fatturato del 2019, 85 milioni, dopo aver perso circa il 30%
— 99 —

