Aperol torna a Padova con Casa Aperol per difendere L’Originale

9284e03e-1499-4582-9aab-b5833468eec4

Padova comincia dall’alto. O meglio, dall’orologio: quello della Torre dell’Orologio in Piazza dei Signori, il primo orologio astronomico al mondo ancora in funzione, costruito nel 1344. Da qui parte tutto, o quasi. Scendi verso Piazza delle Erbe, dove i venditori di frutta e verdura tengono banco come ai tempi della Serenissima, e poi arrivi in Piazza della Frutta, dove campeggia il Palazzo della Ragione: la più grande sala medievale d’Europa senza colonne portanti, costruita per ospitare tribunali e contrattazioni della città. Ed è qui, in questo angolo di Padova patrimonio Unesco, che Aperol ha scelto di tornare a casa. Al civico 35 di Piazza della Frutta ha aperto **Casa Aperol**, pop-up immersivo dedicato al brand padovano nato nel 1919, aperto da giovedì a sabato per tutti i mesi di maggio e giugno.

1919: una storia padovana

I fratelli Luigi e Silvio Barbieri erano padovani doc, imprenditori con la visione di chi sa che un buon prodotto ha bisogno anche di una buona storia. Il 5 giugno 1919 presentano Aperol alla prima Fiera dei Campioni d’Italia, tenutasi proprio nel Palazzo della Ragione che oggi Aperol contribuisce a restaurare. Undici gradi di alcol, un colore arancione inconfondibile, una ricetta segreta che non è mai cambiata.
Ma i Barbieri capiscono subito che il prodotto, da solo, non basta. Serve costruire un immaginario. E in questo si rivelano pionieri della comunicazione: già negli anni Venti tappezzano i bar di poster pensati per gli sportivi, sostenendo che il basso contenuto alcolico non fosse un limite ma un vantaggio.

Negli anni Trenta arriva una campagna dedicata alle donne. Sui principali quotidiani nazionali appare una sarta che misura il girovita di una cliente e le dice: “Signora! L’Aperol mantiene la linea.”

Marketing ante litteram. Negli anni Cinquanta, nel frattempo, era già nata la ricetta destinata a cambiare tutto: lo Spritz veneto trova nell'Aperol il suo completamento definitivo: tre parti di Prosecco, due di Aperol e uno spruzzo di soda. Il colpo decisivo lo dà Carosello. Negli anni Sessanta, Tino Buazzelli porta la mano alla fronte e pronuncia il celebre "Ah, Aperol!" davanti a milioni di italiani incollati alla televisione. La frase entra rapidamente nel linguaggio comune dei bar italiani.

Da allora, Aperol e Spritz diventano quasi inseparabili. Dopo l'acquisizione da parte di Campari Group nel 2003, l'Aperol Spritz si afferma come il cocktail più ordinato in Italia e poi nel mondo.

Padova, un legame che si rinnova nel tempo

Il punto è che Aperol non ha mai smesso di essere padovano, nemmeno quando è diventato globale. E lo ha dimostrato con una serie di iniziative sul territorio. Nel 2019, per il centenario del brand, Aperol commissiona Grazie Veneto: tre opere di arte urbana posizionate in punti strategici della città. Nel 2022 sostiene i lavori di manutenzione e restauro dei Quattro Ponti di Prato della Valle, uno dei simboli più amati dai padovani. Nel 2026, con l'inaugurazione di Casa Aperol, arriva il finanziamento del rifacimento dell'intonaco del Palazzo della Ragione, lo stesso edificio dove nel 1919 tutto era cominciato.

Quote

Il rapporto tra soggetti privati e istituzioni può essere costruito in modo serio e utile alla cura del patrimonio pubblico.

Antonio Bressa, vicesindaco di Padova

A Casa Aperol questo legame prende anche forma creativa: il collettivo The Padovaner, illustratori, graphic designer e creativi legati alla città, ha realizzato una linea di merchandising esclusivo che reinterpreta storia e identità padovana in chiave contemporanea. È proprio per questo che Padova è stata scelta come punto di partenza del progetto L'Originale. Perché è qui che il prodotto ha le sue radici e i locali padovani custodiscono un rito che da questa città si è diffuso nel mondo.

Quote

Con Casa Aperol celebriamo le nostre origini e rafforziamo il legame con Padova, città in cui Aperol è nato. Un progetto che racconta la nostra identità e il valore dell'autenticità, oggi più che mai centrale

nel momento dell’aperitivo.

Alberto Ponchio, Senior Marketing Director Italy Campari Group

Il problema dell’arancione

Aperol Spritz è arrivato ovunque. Ha colorato il cielo sopra il Bacino di San Marco alla Festa del Redentore, è approdato al Primavera Sound di Barcellona ed è sbarcato a Coachella, nel cuore della California. Il cocktail più ordinato in Italia è diventato un’icona globale dell’aperitivo. E proprio questa diffusione ha generato il problema che molti brand di successo si trovano prima o poi ad affrontare: quando diventi sinonimo di una categoria, qualunque cosa arancione rischia di essere scambiata per te (leggi qui). Secondo una ricerca Ipsos Doxa del 2025, nel 70% dei casi chi ordina uno Spritz si aspetta un Aperol Spritz. Eppure, non sempre è quello che arriva nel bicchiere. Da questa consapevolezza nasce la campagna “Non basta che sia arancione per essere l’Originale Aperol Spritz” e il progetto operativo che la accompagna.

Il giro con i locali de L’Originale

Noi il giro l’abbiamo fatto davvero. Accompagnati da una guida abbiamo visitato alcuni dei locali padovani che hanno aderito al progetto L’Originale, l’iniziativa di Campari Group dedicata ai bartender e agli esercenti che servono Aperol Spritz seguendo la ricetta originale. E il fatto che sia partita da Padova, e non da Roma o Milano, è perfettamente coerente con il progetto. Il meccanismo è semplice: i locali aderiscono, si impegnano a rispettare la ricetta originale e ottengono la certificazione con vetrofania riconoscibile, fisica e digitale. In palio, per chi si qualifica, fino a 50.000 euro per il rinnovamento degli spazi.

Da Al Mercà, vinoteca storica sotto le volte medievali del Palazzo della Ragione, la risposta è netta: tre cubetti di ghiaccio, arancione perfetto, niente improvvisazioni. Al Caffè V la cura è quasi filologica: prosecco selezionato, proporzioni rispettate. Al Venexino e al Frida Tapas Bar il rito dell’aperitivo viene trattato con la consapevolezza di chi custodisce qualcosa di autentico.

A fine giro, la serata si è spostata in Piazza della Frutta, animata dalle 18.30 da un DJ set pensato per celebrare lo spirito conviviale di Aperol: musica, intrattenimento, cittadini e visitatori mescolati nella

stessa piazza dove tutto, più di un secolo fa, era cominciato.