

I grandi marchi italiani - 77 Branca



L'elisir creato in famiglia fra alambicchi e mortai conquista Milano e il mondo

Una ricetta segreta con 27 **erbe e radici** (ma altri dicono 40).

È iniziata così, alla metà dell'Ottocento, la storia di una bevanda poi affiancata da altri amari e digestivi: un catalogo che ha fatto la fortuna di un'azienda diventata oggi "un organismo vivente"

di Enrico Mannucci

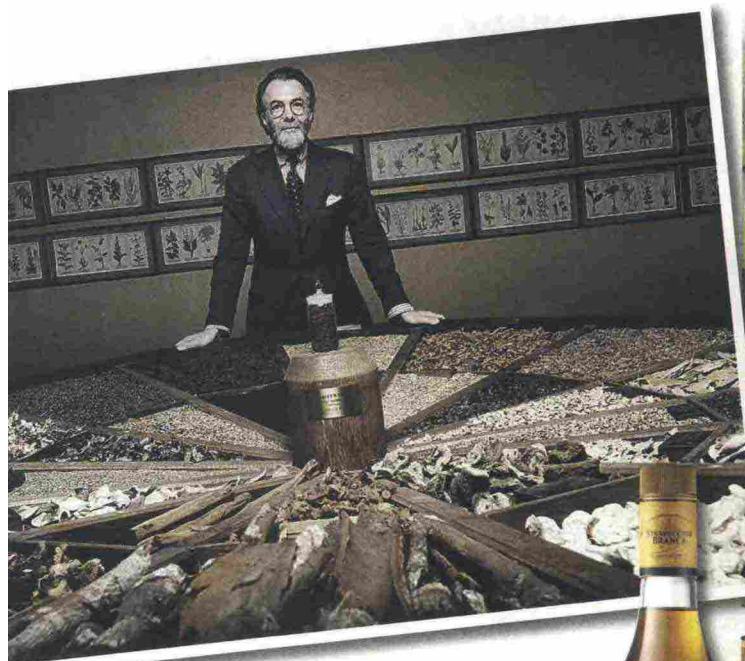
Un'azienda antica, uno degli stabilimenti che hanno fatto di Milano la capitale operosa del Paese: grande, imponente, una cattedrale dell'industria come più facilmente capita di vederne in Gran Bretagna. Oggi, praticamente nel cuore della città: un intero isolato, fra viale Jenner e viale Stelvio, con gli ingressi in via Resegone. Neppure quando nacque, però, si trovava in una sperduta campagna. Attorno, un'aura di primati. Nel prodotto, innanzitutto, ma poi anche nella comunicazione connessa. In più, oggi, uno

dei rari marchi italiani con un presidente – e maggior azionista – che non bada solo ai bilanci e alle manovre finanziarie ma si propone quasi come *maitre-à-penser*, attento alle filosofie, orientali e no (in più, autore di un libro che raccoglie le sue idee, *Per fare un manager ci vuole un fiore*, pubblicato da Mondadori, ma di questo parleremo in seguito). È la Fratelli Branca, nata nel 1845 a opera di Bernardino

e dei suoi tre figli, Luigi, Giuseppe e Stefano. Viene da Pallanza, il capostipite, è uno speciale autodidatta e si è stabilito a Milano aprendo un primo laboratorio, quell'anno,

in viale di Porta Nuova. È lì che, fra mortai, alambicchi e caldaie di rame, comincia a produrre e vendere un elisir benefico già ideato e sperimentato in famiglia. Una bevanda che piace subito ai milanesi e che viene

La pubblicità con i manifesti o sui giornali ha sempre avuto un ruolo chiave. A cominciare dalla prima, pubblicata già nel 1865



presto affiancata da altri amari e digestivi, fino a comporre un catalogo sterminato, ricostruibile oggi attraverso le etichette: Alchermes, Chartreuse, Menta Verde, Elisir China, Erba China, Fiori Alpini, Tamarindo, Crema Moka, Vermouth, Dry Gin, Prunella, Anisetta, Maraschino, Vieux Cognac Supérieur...

L'anima del commercio. Intanto, sono attenti al mondo, i Branca, e colgono subito l'importanza di un sistema per incrementare i commerci che arriva da Parigi – e che a lungo manterrà il nome francese – cioè la pubblicità, la *réclame*, per ora coi manifesti e sui giornali. Il primo annuncio conservato nell'archivio della Fratelli Branca risale al 14 febbraio 1865, pubblicato sul quotidiano moderato milanese *La perseveranza*. Scrive Giorgio Fioravanti, in un saggio sulla pubblicità Branca all'interno di un bel volume celebrativo *Novare serbando 1845*: «In questo annuncio, formato 10x10, si leggono molte cose curiose. Intanto che il Fernet-Branca si chiamava soltanto "Fernet" e che era un "rinomato liquore", "febrifugo, vermifugo, tonico, corroborante, calefacente, e anti-colerico", in più "sorprendente nel guarire in poche ore quel malessere prodotto dal 'spleen', patema d'animo", e viene anche citato un presunto inventore: "il dottor Fernet, svedese, vissuto 104 anni". Quando, nel 1876, esce il primo numero di quello che diverrà il massimo quotidiano milanese, il *Corriere della Sera*, le sue pagine ospiteranno da subito molti annunci che propagandano il Fernet-Branca (la bevanda ha già preso il nome che conserva tuttora), alcuni giocati anche sulla recrudescenza del colera per mettere in rilievo le



Uomini e produzione

- 1 - Stabilimento di Saint Louis, in Francia, aperto nel 1925. 2 - Il fondatore Bernardino Branca (1802 - 1886). 3 - Una stampa che riproduce la fabbrica che si trova in via Resegone a Milano. 4 - Il presidente e amministratore delegato di Fratelli Branca Distillerie Srl, Niccolò Branca, di fronte a un tavolo che contiene parte delle erbe e radici usate per la produzione. 5 - Una bottiglia di Stravecchio, in produzione dal 1888. 6 - La botte madre in rovere di Slavonia di Stravecchio Branca.

proprietà curative della bevanda, con l'uso di "testimonial", cioè primari di ospedali, per esempio col "certificato elogiativo" firmato da Padre Nappi, direttore del Fatebenefratelli.

Nel bel museo aziendale (anche questo un primato, visto che la Fratelli Branca si è dedicata alla conservazione della propria memoria fin dai primi anni) si segue l'evoluzione della comunicazione che ricorre presto a firme illustri per affiche e manifesti, da Leonetto Cappiello a Marcello Dudovich.

Fondamentale, poi, è la collaborazione con Leopoldo Metlicovitz, illustre cartellonista triestino, che disegna l'incisivo marchio aziendale (ne farà anche altri, ad esempio per Ricordi) che compare per la prima volta nel 1893 e viene consacrato sul calendario 1895: l'aquila che sorvola il mondo con la bottiglia fra gli artigli. Nel 1903, poi, la Fratelli Branca pubblica il primo libro aziendale d'artista attribuito, da un esperto bibliofilo come Andrea Tomasetig, a Plinio Codognato. Passando da calendari, agendine, figurine pubblicitarie, sponsorizzazioni sportive e tanti altri manifesti firmati da grandi artisti, si arriva alle forme di comunicazione più moderne, a partire dal Carosello, dove Fernet Branca partecipa proponendo una sequenza di immagini con la tecnica del cartoon, con sculture di plastilina che si muovono e si animano a ritmo incalzante. Torniamo indietro, i figli di Bernardino si sposano bene, entrano nei salotti milanesi e nella vita pubblica della città. Stefano, insieme a Giovanni Pirelli, organizza nel 1881 la grande Expò cittadina. Nel 1910, viene inaugurato lo stabilimento attuale. Sarà, poi, il nipote del fondatore – un altro Bernardino, detto Dino – a consolidare l'azienda dopo la Prima guerra mondiale, aprendo stabilimenti e filiali in Francia e oltreoceano, a New York, in Argentina (a Tortuguitas, un'ora di macchina da Buenos Aires). E sempre lui riceve, nel 1929, la furba lettera di Gabriele d'Annunzio che ringrazia di una fornitura, ovviamente gra-



Manifesti d'autore

1 - Poster Fernet-Branca del 1901 per il mercato americano (logo di Leopoldo Metlicovitz). 2 - "Donna con cesto" di Marcello Dudovich (Anni 30). 3 - Poster "Il Re degli Amari", di Leonetto Cappiello, del 1922. 4 - Annuncio pubblicitario "Uomo su chaise longue".

tuita (fra i commercianti non solo italiani, il Comandante si fece una certa fama di cliente insolvente): "Caro collega ed emulo, io sono bevitore d'acqua, come tutti sanno; e per ciò ho un senso del gusto tanto squisito che potrei farmi giudice inappellabile in una esposizione enologica. Questa Vostra Kina-Kina è deliziosissima. Un secentista direbbe che è 'un liquido velluto'. Anche il colore è stupendo. Grazie del dono...".

L'asso nella manica. La Seconda guerra mondiale mette in ginocchio la Branca. Nel 1943 le bombe distruggono la sede di via Broletto e lo stabilimento di via Resegone. Forse ancora più grave, il blocco dei beni oltreoceano, in Usa e in Argentina, per la cui restituzione la casa madre dovette ingaggiare lunghe e impegnative battaglie legali. Risorge però rapidamente, restringendo la gamma dei prodotti e puntando forte, appena possibile, sui mercati americani. L'asso nella manica è sempre il Fernet, con quell'alone di mistero sulla miscela che dura ancor oggi: "Un sapere ultracentenario che si tramanda di gene-

razione in generazione: solo chi occupa gli alti vertici aziendali conosce la formula... Alcuni nomi delle ventisette (ndr.: altrove si parla di una quarantina, e comunque fra il Fernet italiano e quello argentino gli ingredienti sono i medesimi ma i dosaggi sono diversi...) erbe e radici che ne costituiscono gli ingredienti sono ormai familiari a noi tutti, come la camomilla, il lauro, l'aloë, la genziana, l'arancio amaro, lo zafferano, la cannella. Altri hanno un suono decisamente meno consueto, che ne rivela l'origine esotica, come la galanga, la mirra, il Colombo, la zedoaria", così, nel suo libro, ne parla Niccolò Branca, presidente e ad del Gruppo Branca International dal 1999. Ma per lui c'è anche un'altra formula importante, più generale: "Personalmente io vedo l'azienda come un organismo vivente, dove ogni unità organica è formata da singole parti che hanno una coscienza,

un'identità e una finalità... L'azienda manageriale, nata negli anni Ottanta-Novanta, era terribilmente fredda, le persone erano considerate dei mezzi, si parlava solo di strike price e di stock options e il bonus era l'unico termometro positivo o negativo. Tutto questo ha portato gelo, cinismo e una visione a breve termine... Quando alla fine degli Anni 90 sono rientrato in azienda, uno dei miei primi obiettivi è stato cercare di comprendere il sogno del mio trisavolo, il fondatore della Branca... Immaginavo il mio avo, nella prima metà dell'Ottocento, affacciarsi nel suo laboratorio da speziale intorno ad alambicchi, pipette, mortai, imbuto, fornelli, recipienti di vetro e di coccio di ogni dimensione. Le erbe officinali erano utilizzate insieme a essenze, polveri e spezie. Perciò quel luogo, una via di mezzo tra un'erboristeria e una farmacia odierne, era odoroso di erbe essiccate, pepe, zenzero, senape, zafferano, ma anche di cera di api, pece, allume, piombo e mille altre sostanze ancora".

Magie tradotte in successi di mercato, progredito costantemente negli ultimi anni, con l'azienda che, nelle classifiche mondiali del settore alcolici, avanza regolarmente e con l'amaro che spesso è l'unico nelle prime posizioni. Senza contare una fama planetaria, certificata da citazioni come quella di Simone Signoret in *La nostalgia non è più quella di un tempo*: "Fernet Branca... il digestivo raffinato... Almeno per chi era stato in Italia".

77 - continua

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IL SALVATAGGIO DELLA TORRE

La Torre Branca nel Parco Sempione, a Milano, nacque in occasione della V Mostra Triennale delle Arti Decorative e faceva parte di un progetto a largo raggio che prevedeva anche strutture effimere (fra cui gli Archi di Sironi). Era illuminata, e anche per questo fece subito furore: "Spiccava come un'antenna trionfale". Nel 1972, però, a causa della precaria stabilità, venne dichiarata inagibile. Nel 1985, una convenzione fra la Fratelli Branca Distillerie e il Comune di Milano ha dato il via al ripristino che ha portato anche all'installazione di un ascensore con cui si raggiunge la cabina belvedere.

