Sopra tutto Fernet-Branca. Inimitabile

branca-itl-final-tumbler-b3436735

È il claim della nuova campagna Fernet-Branca, brand per il quale l'azienda milanese ha un piano di comunicazione molto forte per il 2017. Lo scorso febbraio è partita la nuova campagna di Fernet-Branca che ha permesso al brand di esprimere a pieno l'autenticità e la passione che caratterizzano il prodotto. "Abbiamo iniziato con il lancio dello spot l'8 febbraio, in occasione del Festival di Sanremo – spiega Margherita Vaschetto, Corporate Relations Manager di Fratelli Branca Distillerie – Dopo questo debutto speciale l'intera campagna ha preso avvio il 19 febbraio, con un'ampia pianificazione sui vari mezzi di comunicazione con un grande ritorno in radio. Per il nostro prodotto di punta abbiamo voluto fare un ulteriore passo per una comunicazione innovativa che appassionasse i consumatori. In generale, questa campagna ci ha permesso di esprimere a pieno l'autenticità e la passione che caratterizzano il nostro prodotto e da sempre sono tra i principi cardine della nostra azienda".

Entriamo nel vivo della campagna di comunicazione. Abbiamo inizialmente visto uno spot che puntava sui botanicals di Fernet-Branca per poi arrivare a un prodotto con contenuti extra. In comune il claim che riprende il vecchio slogan 'sopra tutto', con l'aggiunta 'inimitabile'. Ce ne parli…

In effetti la campagna prevede uno spot e un long video tv. Il progetto dello spot si può considerare in parte "home made" e rispecchia tutta la sapienza artigianale e le complesse tecniche di produzione da cui ha origine Fernet-Branca. Nasce infatti dalla collaborazione di Branca con il noto fotografo inglese Martin Wonnacott, specializzato nei racconti fotografici sul mondo dei drink. L'incontro della sua arte con Fernet-Branca ha dato alla luce prima uno scatto, poi un film, che esprimono tutto il carattere e l'autenticità che contraddistinguono il nostro brand. Il film è stato poi realizzato dall'agenzia statunitense H&L Partners e mette in scena una vera e propria esplosione di ingredienti: le erbe e spezie che compongono Fernet-Branca. Oltre alla campagna tradizionale, Publitalia ha realizzato anche un long video con contenuti extra, che si integra con lo spot illustrando in maniera più approfondita le diverse modalità di consumo di Fernet-Branca. "Sopra tutto" è il claim storico di Fernet-Branca e non poteva mancare nella nuova campagna, in quanto parte integrante della sua

brand identity. Il concetto di “Inimitabile” invece è legato alla formula segreta di Fernet-Branca: inimitabile, dal gusto unico e inconfondibile.

Fernet-Branca è anche l’amaro protagonista delle migliori performance nell’ultimo anno a livello mondiale. Un risultato davvero importante. Di che numeri stiamo parlando?

Fernet-Branca è da sempre il nostro prodotto porta bandiera e negli ultimi anni sta raccogliendo i frutti di investimenti portati avanti da parte dell’azienda, raggiungendo grandi traguardi. Nel 2015 ha conquistato il quarto posto assoluto, affermandosi come primo brand italiano, nella classifica internazionale “Shanken’s Impact Databank” dedicata ai 100 principali marchi di liquori che hanno registrato la crescita più veloce tra il 2009 e il 2014. In generale il marchio ha sempre avuto un trend positivo sul mercato degli amari e sta riportando ottimi risultati anche sui mercati internazionali. Lo scorso ottobre alla decima edizione del “Bar Convent Berlin”, una delle principali manifestazioni del settore beverage a livello mondiale a cui Branca partecipa dalla prima edizione, il Brand Ambassador di Fernet-Branca Sebastian Schneider ha vinto il titolo di *Brand Ambassador of the Year*, il premio più prestigioso nei paesi di lingua tedesca per un brand ambassador. Inoltre, Fernet-Branca sta avendo successo anche in Cina: nel novembre 2016 infatti si è svolta a Shanghai la prima edizione dei “The DRiNK Magazine Bar Awards 2016” e il nostro amaro ha vinto nella categoria Bartender Brand. Inoltre, Fernet-Branca si è recentemente aggiudicato la Silver Medal all’ “International Spirits Challenge 2017”, la più autorevole competizione del mondo per il settore *spirits*. Non ultimo, Fernet-Branca è 14° nella classifica “Top 100 Spirits Brand Worldwide” redatta da Impact Databank a marzo 2017.

Il 19 febbraio è stato lanciato il nuovo sito Fernet-Branca. Presentiamolo…

In concomitanza con l’avvio ufficiale della nuova campagna abbiamo voluto rinnovare e rinforzare anche la presenza sul web. Il sito, frutto della creatività dell’agenzia ProCommerce, si presenta con un look fresco e giovane ed è ricco di contenuti inediti e funzionalità che rendono la navigazione più agevole e coinvolgente per gli appassionati e per chi ancora non conosce il nostro prodotto, per scoprirne tutti i segreti, con uno sguardo sempre teso al futuro. L’home page, di grande impatto, è ambientata in un’isola sospesa sulla quale spicca la bottiglia di Fernet-Branca. Da qui si arriva a una ruota con alcuni dei suoi principali ingredienti, sui quali è possibile cliccare per scoprirne le origini, i benefici e le leggende. Si procede poi verso una sezione completamente dedicata ai cocktail, dai grandi classici alle nuove tendenze mixology, in cui viene riprodotto in modo efficace e divertente un insolito bancone da bar. Da quest’area si accede anche a una time line interattiva che illustra la storia di Fernet-Branca, dalla nascita a oggi.

State facendo anche un nuovo lavoro con Carpano che lo avvicina ancora di più al mondo della mixability…

Branca da sempre dedica un'attenzione speciale ai bartender e alle nuove tendenze nel mondo della Mixability e la gamma di prodotti Carpano sta registrando un trend in continua crescita anche grazie all'apprezzamento da parte dei migliori bartender internazionali. Oltre che in Italia, sta ampliando le sue quote di mercato in molti altri Paesi, dall'Inghilterra alla Germania, dalla Grecia alla Svezia fino all'Australia, grazie al lavoro di Fratelli Branca Distillerie che ha saputo mantenere inalterate tutte le qualità e l'eccellenza del prodotto. A gennaio Antica Formula ha ottenuto un nuovo grande successo a livello internazionale, posizionandosi al primo posto nella classifica stilata dalla rivista inglese specializzata "Drinks International". Nell' "Annual Bar Report" dedicato alla categoria vermouth, è risultato primo in classifica sia come "Best selling Brand" che come "Top Trending Brand". Di recente Carpano ha ottenuto un ottimo risultato anche nella sezione dedicata alla categoria vermouth della guida spagnola "Guía Peñín", in cui per il secondo anno consecutivo Antica Formula e Punt e Mes hanno ottenuto i punteggi più alti. Anche Carpano ha ottenuto un ottimo risultato all' "International Spirits Challenge 2017", in cui Punt e Mes si è aggiudicato la Gold Medal. Lavoriamo molto per valorizzare la grande versatilità dei nostri prodotti e, ad esempio, a marzo abbiamo partecipato con uno stand tutto dedicato a Carpano ad Aperitivi&Co Experience, il più grande evento dedicato al mondo della tradizione liquoristica che ha riunito a Milano tutto il meglio del trade italiano ed internazionale. Riconoscimenti internazionali e partecipazioni e eventi di questo genere segnano un nuovo importante traguardo per la storia di Carpano e quella di Branca, due realtà italiane affini per tradizione, qualità del prodotto, attenzione al territorio e al consumatore.

In vista dell'estate, parliamo di Brancamenta. Novità o particolari strategie per questo brand?

Per l'estate ci saranno sicuramente nuove iniziative legate a Brancamenta e nuovi buzz nel mondo digital.

Su quali altri prodotti state focalizzando la vostra attenzione e cosa ci dobbiamo ancora aspettare per il 2017?

La nostra strategia è in continua evoluzione e cerchiamo di lavorare, anche se su fronti diversi, su tutti i prodotti del nostro portafoglio. Puntiamo a conquistare un target sempre più vasto e a comunicare i valori del brand, non solo gli aspetti funzionali: la passione e l'attenzione per la produzione, la ricerca dell'eccellenza e il gusto dato dall'artigianalità autentica. L'alta qualità dei nostri prodotti e il "fare italiano" sono tra i punti fondamentali su cui ci basiamo per promuovere i nostri prodotti, questo li rende apprezzati dai consumatori di tutto il mondo. Per il futuro, il nostro Presidente e Amministratore

Delegato Niccolò Branca pone sempre la massima attenzione alle opportunità che offre il mercato, nei prossimi mesi abbiamo in programma altre attività di restyling di alcuni brand, ma potremo svelarvi i particolari solo più avanti.