

La distilleria milanese ha aperto una filiale negli States, dove il Fernet avanza a doppia cifra. La riorganizzazione con una prima linea di 15 manager e i colloqui per allargare il portafoglio. L'area del Pacifico prossima meta  
Il presidente: l'export ci ha aiutato ad affrontare le crisi. All'Italia dico: serve più consapevolezza per fare bene impresa

La filiale per la vendita diretta negli Stati Uniti, il progetto di espandersi nell'area del Pacifico, dove, se i numeri ancora non ci sono, c'è però la sensazione di un terreno favorevole dove crescere. L'amaro milanese per eccellenza, da sempre, da 175 anni, è il più internazionale di tutti: lo mostra l'agenda per il 2020 delle storiche distillerie meneghine. Del resto, «dove c'era un porto c'era Fernet», dove Fernet sta, naturalmente, per il Fernet Branca, la miscela segreta di 27 erbe aromatiche inventata da Bernardino Branca nel 1845 nel laboratorio di via Broletto: più cuore milanese di così.

Il motto lo ricorda invece Niccolò Branca, quinta generazione alla guida dell'azienda, presidente e amministratore delegato di Branca International, la holding che raggruppa le attività del gruppo. «Questa apertura mentale, questo desiderio di accompagnare le persone e parlare la loro lingua — dice Branca rivolgendosi allo sguardo alle réclame di tempi lontanissimi, che fanno bella mostra nel museo di via Resegone, dove è attiva la fabbrica in cui, dal 1913, si produce il Fernet — l'abbiamo da sempre, è il nostro Dna».

### Passaggio a Ovest

Anche la creazione di Branca Usa, per l'importazione e vendita diretta dei prodotti, con sede a New York, ricalca questo spirito. Ma è anche un ritorno: uffici di Branca sono stati attivi fino al 2001, nel quartiere di Tribeca. «Abbiamo aperto nel 2019, siamo pienamente operativi», dice Branca. L'azienda ha visto crescere la presenza e l'affezione per i suoi prodotti negli States: quelli di punta sono il Fernet-Branca (che cresce a doppia cifra), il vermut Carpano Antica Formula ma anche il brandy Stravecchio Branca, l'ultimo a entrare sul mercato, alla fine del 2019. Gli Usa sono ora la seconda destinazione per i prodotti del gruppo, che realizza il 75% dei ricavi proprio grazie all'export, con l'Argentina primo Paese.

Oltreoceano lavora Edoardo, figlio di Niccolò, 36 anni, dunque la sesta generazione, con la carica di vicepresidente Usa e



**Volti**  
Niccolò Branca è presidente e ad di Branca International

delega al marketing. Anche la sorella Alberta è in azienda, che da sempre è un «affare» di famiglia: tra gli azionisti figurano la sorella di Niccolò, Ilaria, e le cugine Carolina e Maria Teresa Branca.

Ma è dal 2018 che il gruppo sta vivendo una riorganizzazione importante, con l'arrivo di amministratori delegati nelle filiali nazionali: a Milano c'è Patrick Piana, ex Stoli Group (quello della vodka Stolichnaya), ceo di Fratelli Branca Distillerie Italia. Negli Usa Steve Brecher, già presidente dello storico importatore di Branca, Infinium Spirits, e in Argentina Rafael de Gamboa. In totale, la prima linea conta una 15ina di manager. «Stiamo digitalizzando l'azienda e oggi stiliamo dei report trimestrali — aggiunge Branca —. Abbiamo anche partecipato a Elite, il percorso di formazione della Borsa, per vedere se rispondevamo a tutti i requisiti. L'obiettivo è che Branca sia organizzata con il giusto rapporto tra imprenditorialità e managerialità, con lo spirito del *novare serbando* che ha guidato i miei avi e guida noi oggi». La quotazione non è nei piani imminenti ma, in futuro, chissà. Quello a cui Branca non pensa, certamente, è vendere. «Bussano alla porta — spiega —, ma io non lo voglio fare. Non contesto chi lo fa, se c'è la volon-

tà di fare l'impresa più grande».

# IL VOLO DI BRANCA TRA USA E ORIENTE

di Francesca Gambarini



**Storia e radici**  
Un poster pubblicitario di Leonetto Cappiello del 1922. Foto grande: la ciminiera della fabbrica, a Milano

tà di fare l'impresa più grande».

Piuttosto il gruppo, dopo una stagione, a partire dagli anni '80, che l'ha portato ad annettere storici brand degli spirits, la Carpano con il suo vermut e il Caffè Borghetti, e la grappa Candolini, ha proseguito stipulando vari accordi di distribuzione, per diversificare il portafoglio. È di ottobre quello con Templeton Rye whiskey, che si aggiunge a prodotti come lo Champagne Tsarine, il whiskey Bunnahabhain, il Cognac De Luze, oltre a Tobermory e Deanston, e «ci sono altri colloqui in corso», rivela il presidente. Il 2018 si era chiuso a circa 260 milioni di euro di fatturato di gruppo e un utile di quasi 60 milioni di euro. «Il 2019 è andato bene in Nord America e Nord Europa, ma anche in Italia, un mercato maturo dove penso ci sia ancora spazio per rinnovarsi e crescere. L'Argentina oggi è molto critica — dice Branca —. È la seconda grande crisi della mia vita da imprenditore che mi trovo ad affrontare. Dal 1999 ho puntato sull'internazionalizzazione. Così, con coraggio e "stando nel presente" abbiamo superato i momenti duri. Ora vorrei sviluppare l'Estremo Oriente, servono anni per raggiungere risultati».

### Nuovo capitalismo

Branca fretta non ne ha: il suo mantra si chiama consapevolezza, meglio: *Economia della consapevolezza*, che è anche il titolo del suo ultimo libro, uscito da poche settimane. «Dopo il default dell'Argentina, nel 2001, ho cominciato a organizzare l'azienda con questa visione — ricorda Branca, già autore di altri saggi sulla possibilità di un'imprenditoria illuminata e sostenibile —. La finanza ti dice che puoi fare tutto, ma non è così. Consapevolezza vuole dire prendere la responsabilità delle nostre azioni: vale per tutti, politici e imprenditori. All'Italia oggi servirebbe davvero un po' di consapevolezza». Branca cita la lettera firmata dai 180 ceo statunitensi la scorsa estate: un manifesto per un nuovo capitalismo, in cui la dignità dei lavoratori e il sostegno alle comunità sono centrali. «Il consumismo ha avuto il suo momento — conclude —. Ora bisogna trovare nuovi modelli, io faccio delle prove, la chiamo consapevolezza ma è anche il nostro modo di innovare: passa dal trovare un senso al lavoro, che non deve essere altro dalle nostre vite. È così che immagino crescere la Branca del futuro».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

