

FERNET-BRANCA®

FERNET-BRANCA PRESENTA: “AMARO È SOLO L’INIZIO” LA NUOVA CAMPAGNA CHE ELEVA IL GUSTO AMARO IN UN INVITO ALLA SCOPERTA

In occasione del 180° anniversario del brand e dell’azienda, Fernet-Branca rinnova la sua strategia di marca rompendo i preconcetti sull’amaro e raccontando il valore e l’autenticità di un gusto che conquista in 3 sorsi. La campagna nasce per avvicinare anche le nuove generazioni a un gusto adulto e complesso, proponendo un nuovo rituale di consumo capace di guidare l’esperienza passo dopo passo

Milano, 10 dicembre – **Fernet-Branca**, brand milanese e simbolo dell’amaro italiano dal 1845, nell’anno di celebrazione dei suoi **180 anni** annuncia il lancio della **nuova campagna “Amaro è solo l’inizio”**, un nuovo concept che ha l’obiettivo di **guidare il consumatore alla scoperta del gusto iconico del prodotto attraverso un rituale** di degustazione fatto di **tre sorsi** rivelatori:

- il **primo sorso** è un **incontro deciso** con l’amaro autentico delle 27 erbe aromatiche;
- il **secondo sorso** mostra una **complessità avvolgente**, dove spezie e aromi dialogano armonicamente;
- il **terzo sorso** conduce infine al **piacere puro**, con note dolci ed esotiche che rivelano l’equilibrio sorprendente di Fernet-Branca.

Passo dopo passo, i tre sorsi accompagnano il consumatore in un’esperienza sensoriale progressiva che educa, sorprende e conquista con l’amaro delle sue 27 erbe. Proprio come i momenti “amari” della vita che, se accolti, possono trasformarsi in esperienze positive.

Ed è proprio da questo parallelismo che si sviluppa il **film di campagna ideato per Fernet-Branca dall’agenzia creativa LePub**, portando in scena una situazione capitata a tutti almeno una volta: delle persone durante una serata scoprono di essere vestite uguali ma, complice anche una voce fuori campo fresca e ironica che guida il susseguirsi di tre scene, i protagonisti raggiungono un’inaspettata e piacevole intesa. La conclusione? “Non sempre amaro è la fine... a volte, **amaro è solo l’inizio**”.

Il nuovo claim sintetizza il cuore di tutta la nuova campagna 2026: **l’amaro come invito alla curiosità e all’apertura**, un driver di scoperta che porta a qualcosa di nuovo e interessante.

E **Fernet-Branca incarna questo dualismo alla perfezione**: un amaro senza compromessi, che si presenta con un impatto deciso, ma rivela una profondità sorprendente sorso dopo sorso, fino a diventare inconfondibile.

*«In un anno così significativo, che segna i nostri 180 anni, era fondamentale per noi dare il via a una nuova era. E lo abbiamo fatto con una campagna che guarda al futuro senza dimenticare la nostra eredità» – afferma **Martina Cerbone, Marketing Director di Fratelli Branca Distillerie**. «Con “Amaro è solo l’inizio” vogliamo raccontare il gusto del nostro prodotto attraverso un rituale che educa, sorprende e conquista. L’amaro non è più un limite, ma un invito a scoprire qualcosa di nuovo: un’esperienza autentica che, proprio come nella vita, può rivelarsi molto più gradevole di quanto si pensi al primo impatto».*

FERNET-BRANCA®

Lo spot TV, nei formati da 30" e 15", è on air dal 7 al 28 dicembre sulle principali reti nazionali – Rai1, Rai2, Canale 5, Italia 1 e La7. La campagna proseguirà online con una declinazione dedicata da 15" su YouTube e contenuti nativi per i social, con l'obiettivo di coinvolgere un pubblico giovane e curioso. Con *"Amaro è solo l'inizio"*, Fernet-Branca celebra 180 anni di storia continuando a parlare il linguaggio del presente, invitando a vivere l'amaro come esperienza da scoprire nel tempo.

A questo [link](#) il video della campagna su YouTube.

Credits

Azienda: Fratelli Branca Distillerie

Direttore Marketing: Martina Cerbone
Group Brand Manager: Viviana Marmo
Junior Brand Manager: Rina Huang

Credits

Agenzia Creativa: LePub ITALY

Global CEO LePub, CCO LePub Worldwide: Bruno Bertelli
Global CCO LePub: Cristiana Boccassini
CCO: Francesco Poletti
Executive Creative Director: Bruno Vohwinkel
Group Creative Director: Angela Stasolla
Associate Creative Director: Valentino Borghesi
Associate Creative Director: Geo Joseph
Senior Copywriter: Rosario Florida
Senior Copywriter: Alessandro Grillini
Art director: Martina Desantis
Copywriter: Valentina Ferrara
Head of Strategy: Ricardo Coen
Strategy Director: Gabriele Naia
Strategist: Giacomo Maragna
Junior Strategist: Petra Rampazzo
Client Service Director: Claudia Brambilla
Global Account Director: Viktoria Ovtcharenko
Account Manager: Agata Fenaroli
Junior Account Executive: Edoardo Panizzi
Global Chief Production Officer: Francesca Zazzera
Senior Producer: Antonella Capella

GROENLANDIA

Director: Justin Reardon
Dop: Luca Esposito
Executive Producer: Barbara Brown e Leonardo Godano
Production manager: Rocco Marcandino
Stylist: Aurora Zaltieri
Set and Food designer: Martino Bonanomi

Video Post Produzione: PRODIGIOUS VALUE SERVICE

Post Production Supervisor: Alfredo Beretta

FRNET-BRANCA®

Post Producer: Rosa Anna Fullone
Editor: Fabrizio Squeo
Flame Artist: Stefano Moretto
Flame Artist: Davide Maccagni
Vfx compositor: Fabrizio Volpi
Editor online: Silvia Capuana
Colorist: Julien Alary

Music

Titolo: Super Villain

Autori e compositori: Jason Pedder, Ashley Barnes, Gavin Conder, Douglas Brown

Master: Audio Network Rights Limited

Publisher: Audio Network Rights Limited

Sound

Sound Design, Mix e AI Integrations: Disc To Disc Milano

A PROPOSITO DI BRANCA

Fratelli Branca Distillerie è un'azienda leader nel settore dei liquori premium, la cui storia risale al lontano 1845. Grazie ad una gamma di prodotti unica e ad un costante impegno nella produzione di bevande di alta qualità, l'azienda si è affermata come uno dei leader globali nel settore Beverage e Spirits. Nonostante il successo ottenuto, Fratelli Branca Distillerie è rimasta fedele alle proprie radici nazionali ed è ancora oggi una realtà al 100% made in Italy, che si fa portavoce della qualità italiana in tutto il mondo. Sotto la guida del Presidente Niccolò Branca, quinta generazione della famiglia, l'azienda ha esteso significativamente la presenza dei propri marchi in oltre 160 paesi, consolidando la propria posizione di leader del settore. Il portafoglio di marchi di Fratelli Branca Distillerie è caratterizzato da un'ampia gamma di brand premium e super premium tra cui spiccano icone del settore come Fernet-Branca, Brancamenta, Stravecchio Branca, Carpano, Antica Formula di Carpano, Punt e Mes, Borghetti e Grappa Candolini. Il motto aziendale "Novare serbando" sintetizza l'approccio evolutivo dell'azienda, che guarda al futuro senza mai dimenticare i valori che hanno reso solida la realtà industriale e imprenditoriale della famiglia Branca.

Ufficio Stampa Fratelli Branca Distillerie

Havas PR

Martina Luise martina.luise@havaspr.com | +39 342 918 2916

Federica Castagna federica.castagna@havaspr.com | +39 334 645 9430

Sara Bottarelli Sara.bottarelli@havaspr.com