

*La resurrección del fernet*

# Amarga pero exitosa

*El singular renacimiento de una bebida alcohólica que pasó del botiquín de los remedios a la barra de los bares*

**Lic. Amalie Ablin**

*Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca*



El fernet es una bebida alcohólica amarga de color oscuro y aroma intenso, elaborada a partir de varios tipos de hierbas (*mirra, rui-barbo, manzanilla, cardamomo y azafrán, entre otras*)<sup>1</sup>, que son maceradas en alcohol de uva, filtradas y añejadas en toneles de roble durante un período que oscila entre 6 y 12 meses, y cuya graduación suele rondar los 45%.

El Código Alimentario Argentino (CAA), define al fernet como la bebida “con una graduación alcohólica de 0,5% a 54% vol. a 20 °C, que contiene ciertos principios amargos y/o aromáticos a los cuales se les puede atribuir la propiedad de ser estimulantes del apetito, obtenidos a partir de extractos de uno o más vegetales o partes de ellos permitidos”.

Inicialmente el fernet era solo una bebida de las denominadas “*digestivas*”, traída a la Argentina por los inmigrantes italianos. Hoy suele servirse indistintamente como aperitivo antes de una comida, o como digestivo después de la misma, acompañando el café y el café expreso. Si bien puede consumirse puro, dado su sabor y contenido alcohólico lo más usual es beberlo combinado con soda, con agua mineral o mezclado en cócteles como el compuesto por la mezcla de *fernet* con gaseosa, popularizado a fines de la década de 1980.

## Producción y consumo

De acuerdo con la información provista por la Cámara Argentina de Destiladores Licoristas, en el rubro de “*amargos, bitters y fernets*”, el fernet se ha convertido en el producto estrella de la categoría en los últimos 10 años.

El consumo de *fernet* se encuentra muy arraigado en el país, especialmente en la provincia de Córdoba, donde se inició su elaboración en la Argentina para difundirse luego en todo el territorio. La provincia concentra el 30% del consumo nacional.

1 Básicamente se utilizan partes de hierbas aromáticas y especias desecadas. Pueden combinarse tanto las flores, hojas, raíces, rizomas, estigmas de flores, cortezas, frutos y semillas, junto con proporciones adecuadas de exudados vegetales.

Producción de amargos, bitters y fernets en la Argentina	
Años	Litros (miles)
1990	3.827
1991	4.555
1992	4.811
1993	5.236
1994	5.993
1995	5.659
1996	6.188
1997	7.006
1998	7.807
1999	8.639
Total ( '90 - '99)	59.721
2000	8.542
2001	9.011
2002	9.062
2003	11.151
2004	13.600
2005	14.490
2006	16.645
2007	20.581
2008	23.619
2009	24.876
2010	31.218
Total ( '00 - 10)	182.795
Total global	242.516

Fuente: Cámara Argentina de Destiladores Licoristas

No se dispone de información que permita evaluar el estado y perspectivas actuales del producto, pero puede tomarse como punto de partida que el panorama general del mercado interno de bebidas destiladas crecía un 18,1% en volumen entre 2003 y 2004, período en que pasó de 47,4 millones de litros a 56 millones de litros, registrando asimismo un crecimiento del 17,8% en facturación, con un salto desde 349 hasta 411 millones de pesos.

Un estudio producido por una consultora privada demostró que en ese período se verificó un aumento tanto en volumen como en precio de los *amargos, bitters y fernets*, junto a los aperitivos y vermouths, marcando un reverdecimiento de su consumo y su retorno al hábito

de consumir bebidas alcohólicas.

Según el informe, el 92% del total de la producción de bebidas destiladas se dirigía por entonces al mercado interno, por lo que fue golpeado por la situación económica recesiva desde 1997 hasta 2002, período en el cual se retrajo a una tasa del 7% anual hasta acumular una caída del 40% respecto del año base, para volver a recuperarse a partir de 2003. Así, la producción retrocedió de 75 millones de litros en 1997 a menos de 50 en 2002, para volver a incrementarse hasta alcanzar en 2004 algo más de 55 millones de litros.

Cabe destacar, que en 2004 el país registraba un consumo de bebidas destiladas de aproximadamente 1,3 litros anuales por habitante, con una demanda directamente relacionada con la recuperación del consumo y subsecuentemente de los ingresos.

De hecho, la demanda de *fernet* mantenía en el año citado una tendencia creciente, sumando nuevos consumidores tanto en los grandes conglomerados urbanos como en los pequeños, y se estimaba que el consumo alcanzaba los 5 millones de litros por año. La principal plaza fue siempre la provincia de Córdoba, seguida por Mendoza y Tucumán.

En el canal supermercadista el consumo de *fernet* de todo el país alcanzaba los 2,5 millones de litros, pero si se le adicionaban las ventas en bares y lugares de consumo público, el nivel de ventas práctica-

mente se duplicaba.

De esta forma, entre 2003 y 2004 la comercialización de *amargos*, *bitters* y *fernets* creció en conjunto de 11,4 millones de litros y \$ 87,25 millones de pesos de facturación, a 12,9 millones de litros y \$98,64 millones de pesos .

### Nace una estrella

En 2004, otro informe privado sostenía que la marca *Fernet Branca*, -líder del mercado de los últimos 20 años- no debía disputar con ningún competidor de relevancia la plaza comercial. Sin embargo, esta situación estaba cambiando drásticamente desde que el consumo de *fernet* se difundió en todas las clases sociales: en tan solo 5 años pasó de ser una bebida que acompañaba la ginebra en bocas de expendio periféricas a constituirse en la estrella de reuniones y sitios de elevados precios.

En cualquier caso, hasta entonces la “*categoría fernet*” en la Argentina se encontraba liderada por la marca Branca con el 50% del mercado, escoltada por nuevas marcas que si bien tenían precio inferior (casi el 50% de los niveles fijados por el líder), en ningún caso superaban el 10% de participación en el conjunto.

Según datos de la consultora Nielsen, entre julio del 2002 y el mismo mes del año 2003 el consumo del *fernet* creció un 45%, aumentando un 50% la facturación en todos los canales de comercialización, junto con un incremento del 4% en los

precios. Por entonces, el volumen anual de consumo de *fernet* del país se estimaba en 4,5 millones de litros, lo que representaba una facturación anual total de 55 millones de pesos.

Cabe destacar que hasta los primeros años de la década de los '90 el *fernet*, con una graduación alcohólica más elevada que el *whisky* o el *vodka*, era considerado una suerte de “*vermouth*” para gente de cierta edad. Por lo contrario, al presente ha evolucionado hacia el segmento de las “*espirituosas*”, logrando instalarse en el cuadro de consumo habitual de los jóvenes.

De esta forma, una bebida que décadas atrás estaba en la casa de los abuelos italianos -más cerca del botiquín que de la despensa- no sólo superó el entorno de las mesas familiares y de los bares, que lo tenían como uno de sus principales aperitivos, sino que se instaló como componente de distintas combinaciones, hasta ganar un espacio importante inclusive en la barras de las discotecas.

Como corolario de este fenómeno surgieron asimismo las versiones “*listas-para-tomar*”, de modo tal que por nivel de consumo y presencia en la vida nocturna el ex digestivo se transformó en una nueva bebida nacional, y el consumo anual per capita de 1,6 litros de bebidas destiladas fue acompañado por un nítido incremento de la producción de *fernet*.

En el caso del *fernet*, no cabe enfatizar el volumen producido, sino el

crecimiento del consumo, que acumuló un alza del 251% desde 2001, contra un 60% de las cervezas, aunque ambas bebidas son los grandes ganadores de la década en el rubro de bebidas alcohólicas.

Así, según los datos recopilados por el sector privado, en el año 2010 se consumieron a nivel nacional 60 millones de litros de amargos o *fernets*, aperitivos y *vermouths*, *whiskies*, *vodkas* y demás bebidas “blancas” (gin, ron, ginebra, etc.). En tal sentido cabe destacar que en el marco de la composición del mercado de bebidas alcohólicas, el rubro de los *amargos*, *bitter* y *fernets* ha crecido ininterrumpidamente desde 2002 y parece no haber sufrido el impacto de las crisis de 2001 ni de 2009. Finalmente, en 2010, el consumo *per capita* registró un máximo histórico al alcanzar los 0,76 litros anuales, superando también por primera vez al consumo de aperitivos.

Cuando se evalúa el consumo por franja de edades se observan fenómenos interesantes. En la franja de los consumidores menores de 20 años, el *fernet* creció explosivamente, pasando de 11 consumidores cada 100 desde 2007 a 17 al presente. Ello determina que el vino -y en menor medida la cerveza- perdieran posiciones entre los más jóvenes. Sin embargo, en el tramo etéreo situado entre los 20 a 24 años, el consumo de *fernet* se retrae en una proporción similar. Al mismo tiempo, se observa un aumento del consumo femenino, que entre 2007 y 2010 pasó del 30 al 35% del total.

## Hierro pulido

El *fernet* apareció a mediados del siglo XIX y existen diversas versiones sobre su origen. Una sostiene que fue creado en Francia, otras se inclinan por la ex Checoslovaquia, pero la mayoría concuerda que fue en Italia -concretamente en Lombardía-, donde su fórmula más difundida fue creada por un boticario austríaco de apellido Fernet. Sin embargo, alguna hipótesis atribuye la receta original a un Dr. Fernet, de origen sueco, dato ciertamente no confirmado.

Una de las firmas elaboradoras de *fernet* más antiguas -Fratelli Branca- atribuye la invención a la joven María Scala, de Milán, quien contrajo matrimonio con el farmacéutico Bernardino Branca, surgiendo de allí la denominación comercial del licor. Actualmente sigue produciéndolo en esa ciudad la empresa Distillerie Fratelli Branca.

Según la tradición, el término Fernet deriva de la locución milanesa “fer-

net”, o “hierro pulido”, por la placa de hierro al rojo vivo que originalmente se utilizaba para preparar el licor. A su vez, en Italia con la palabra “fernet” se hace referencia solo a la bebida de marca Branca, aún cuando otros productos italianos análogos de las marcas Martini o Luxardo son exportados con esa denominación.

En la República Checa, conviven el “Fernet Stock” -en dos versiones, el natural y el denominado “citrón”, por su ligero sabor a limón, que suelen consumirse en “tragos o coctéles”, o mezclados con hielo y agua tónica, trago conocido como “Bavorské Pivo” (Cerveza Bávara) o “Bavorák”.

Otra singular forma de consumir *fernet* se ha popularizado en la ciudad californiana de San Francisco, donde se bebe puro, servido en tragos, seguido por otro “shot” de ginger ale como para alivianar el impacto alcohólico.

## Variedades y mezclas

Aún cuando se registra una importante concentración del mercado entre sólo dos marcas, son varias empresas las que fabrican esta bebida en nuestro medio, al margen de las tradicionales Branca y Porta. Algunas son en realidad marcas manejadas como segunda alternativa por las propias líderes, tales como *Mastrolorenzo*, *Vittone* y *Venetto* de *Fratelli Branca*, o *Fernet 1882* de *Porta Hnos* (Córdoba).

Por su parte, *Cinzano* y *Lusera* de *Cepas Argentinas* (San Juan), *Capri* y *Ramazzotti* de *Pernod Ricard*, *Pini e Imperio* de *Licores Argentinos*, *Ottone* de *Peters*, *El Abuelo* de *Sáenz Briones*, *Cazalis* de *Cinba*, *Viterbo* de *Bebidas Miguel Bizzarri* y *Bari* de *Servamsur SA*, exploran pequeños nichos de mercado a medida que el consumo se expande.

En este sentido, cabe destacar que los productores de *fernet* desarrol-

**(Fernet, continuación)**

laron nuevas variedades con la finalidad de expandir el producto y alcanzar nuevos consumidores, entre las cuales puede mencionarse como ejemplo al *Fernet Menta*.

Según datos oficiales, cada argentino consume por año en promedio 0,76 litros de bebidas en el rubro de los *amargos, bitter y fernets*.

De acuerdo con los datos de la Cámara Argentina de Destiladores Licoristas el rubro elaboró en 2010 alrededor de 31 mil litros, incrementando sensiblemente (+ 29%) una producción que en 2009 rondaba los 24 mil litros. Al respecto cabe destacar que dentro del rubro citado, la producción de *amargos, bitters y fernets* exhibió un relevante crecimiento anual, superior al de los demás rubros incluidos en dicha categoría.

El incremento que muestran los principales indicadores señala que la producción de estas bebidas atraviesa uno de los períodos más favorables de su historia desde el año 2000.

En ese contexto el principal productor nacional de *fernet* continúa siendo la empresa italiana *Fratelli Branca*, cuya propia información destaca que la Argentina es uno de los países de mayor consumo de la bebida fuera de Italia. Mezclada con otros componentes tales como las bebidas colas, aquella inicial adopción como digestivo ha dado una virtual vuelta de campana y en discotecas y barras le disputa la supremacía al whisky y otros tradicionales monarcas de la noche.