"Ho visto l'Imperatore - quest'anima del mondo - uscire dalla città per andare in ricognizione. È veramente una sensazione meravigliosa vedere un simile individuo che, concentrato qui su un punto, seduto a cavallo, si estende sul mondo e lo domina", scriveva Hegel dopo che Napoleone gli era passato dinanzi.

Napoleone a cavallo, Napoleone che guarda il mare, all'Elba o Sant'Elena, Napoleone con la mano nel panciotto, Napoleone e il suo cappello. Il personaggio storico più conosciuto al mondo dopo Gesù Cristo, un mito che valica i secoli e arriva intatto sino a noi, dalla letteratura all'arte, dalla poesia alla moda, dal cibo sino alle assicurazioni!

È da sempre Napoleonmania, anche perché il creatore di questo mito è nessun altro che lui stesso!

Sin dalla Prima Campagna d'Italia straordinaria sarà la sua capacità di comunicare e comunicarsi, fondando, nel 1797 il *Courrier del'armée d'Italie* e la *France vue de l'armée d'Italie* per arrivare al cuore dei francesi e costruire la sua fama di condottiero e di eroe vincitore di mille battaglie. Egli inizia così a far diffondere la sua immagine, grazie alla propaganda efficacemente organizzata da Vivant Denon: pittori, scultori e incisori, scrittori e poeti avranno moltissimo materiale per lavorarci.

La "N" il vero primo brand della storia, tutto viene marcato con l'iniziale dell'Imperatore, come ovunque c'è l'Imperatore: libri, quadri, oggetti, quasi un embrione di quello che sarà poi il logo per il mondo pubblicitario! E accanto ci sono l'aquila e l'ape, simboli che guardano alla Roma dei Cesari e al grande passato dei francesi, scelti in modo accurato da una commissione appositamente creata, come è stato creato il mito.

Grandi operazioni di comunicazione le tele che fa realizzare dai più importanti pittori dell'epoca: Gros, Girodet e David - quest'ultimo verrà chiamato a dipingere uno dei capolavori della storia dell'arte moderna mondiale, immortalando Napoleone che varca trionfante le Alpi, il simbolo della Seconda Campagna d'Italia, creandone un'icona perfetta.

Un mito costruito ad hoc che vuole Napoleone, è sicuro del suo ruolo, è saldo sull'animale, un purosangue focoso, come è saldo alla testa dei suoi soldati, incurante della neve. In realtà ciò non avvenne, perché tale destriero mai avrebbe potuto affrontare quelle asperità e - a quanto ci ricorda Chateaubriand nelle sue Memorie d'Oltretomba - il tempo era assolutamente bello!

Un'immagine che oggi è fra le sue più conosciute, tra le più modificate, tra le più utilizzate! La pubblicità, la satira, e la fantasia hanno sostituito il famoso "cavallo bianco di Napoleone" con una rombante motocicletta, un tirannosauro, o letteralmente sostituito con un gatto.

Ciò accade perché Napoleone ha sempre affascinato, perché lui ha voluto sapientemente così. Uno dei suoi tratti caratteriali è certamente il potere della fascinazione: i suoi generali ne rimangono soggiogati, diplomatici, soldati, amici e avversari impressionati, persino a Sant'Elena i rari viaggiatori che vi giungevano e potevano incontrarlo, erano incuriositi e colpiti dallo charme del prigioniero.

Migliaia di libri - il Memoriale di Sant'Elena sarà il libro più venduto di tutto il XIX secolo - migliaia di quadri, centinaia di film su un uomo solo, e di lui si impadronisce anche la pubblicità, da sempre attenta a cavalcare l'onda e proporre "testimonial" di sicuro effetto!

Ed ecco che ritroviamo Napoleone a brindare con il Re del Vermouth grazie al genio di Armando Testa, ma anche propagandare di tutto: formaggi, biscotti, assicurazioni o siti dei giochi on line, automobili e catene di fast food! Egli diventa il promotore della contemporaneità.

Napoleone oggi come allora è la Francia, immagine della sua nazione e dei suoi prodotti immediatamente identificabile non solo in patria, ma ovunque. Lo ritroviamo nelle cantine per promuovere cognac, champagne, birre, sigari e sigarette (lui che non fumava e beveva poco), ma anche marche di abbigliamento, basta che il negozio sia in una delle vie che ricordano una delle sue battaglie - Rivoli Veronese - camicie, mutande, orologi, servizi finanziari, fondi europei (lui grande europeista... a modo suo).

La mano nel panciotto, suo gesto inconfondibile, viene declinato nel mondo della pubblicità in maniera sorprendente, dalla più naturale promozione di un medicamento per lo stomaco alle cravatte di alta moda, sino alla Coca Cola!

Medicine, giochi dai Playmobil agli immancabili soldatini, e come non poteva essere altrimenti? E questa passione, questa mania si tramuta in collezione, in bramosia di possedere qualcosa che a lui sia appartenuto, o che almeno lo evochi. Aste infuocate, ricerche di anni per possedere un cimelio dell'*Empereur*, assicurarsi un frammento, in certi casi, nel vero senso della parola, del mito. E lo aveva ben capito il medico corso Antonmarchi, che era stato incaricato di realizzare il calco del volto di Napoleone una volta spirato: egli ne fece più copie oggi esposte in musei di mezzo mondo, vendendone una persino a sua madre Letizia Ramolino.

Oggi come allora basta poco per evocarlo, un cappello, ma anche solo il suo nome o vedere le sue iniziali, o persino sognarlo, come fece Silvio Pellico, che nel corso della sua prigionia allo Spielberg immagina che egli venga a confortarlo infondendogli il coraggio che lui stesso aveva avuto esule a Sant'Elena.

"Un bicorne, un manteau gris, deux bottes… et voilà! … Napoléon! ..."
Jean Tulard