

**RASSEGNA STAMPA**

**NELLA STORIA DEI MARCHI STORICI ITALIANI IL PRESTIGIO E IL  
FUTURO DEL PAESE**

**14 APRILE 2022**

**AGENZIE**



13 aprile 2022

**Made in Italy: firmata intesa tra Marchi Storici e Ice**

(ANSA) - ROMA, 13 APR - L'associazione Marchi Storici d'Italia e l'Ice (Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane) hanno siglato un accordo quadro che punta alla formazione e digitalizzazione delle imprese aderenti all'associazione. L'intesa è stata firmata nel corso dell'evento "Nella storia dei Marchi Storici italiani il prestigio e il futuro del Paese", occasione per illustrare il programma dell'associazione nata nel 2021 che, si legge in una nota, "intende massimizzare le sinergie realizzabili tra le aziende titolari di marchio storico". A oggi sono circa 400 quelle iscritte al Registro speciale istituito nell'estate 2019, a cui durante l'incontro è stato rivolto l'invito a unirsi all'associazione. Nel corso della tavola rotonda è emersa la necessità di rafforzare le misure destinate alla tutela e alla valorizzazione, anche nel quadro del Pnrr, delle imprese titolari di Marchi Storici. Tra gli obiettivi principali della piattaforma dell'associazione l'individuazione e la mobilitazione di risorse per cogliere opportunità economiche sul piano nazionale e internazionale; la promozione di partnership e collaborazioni tra le aziende Marchi Storici; la tutela dell'unicità di ciascuna cultura d'impresa e, in conclusione, la valorizzazione del Made in Italy all'estero anche tramite accordi diretti con Ice, Simest, Sace, Cdp, Invitalia.  
(ANSA)



13 aprile 2022

**+++ ANSA: GLI APPUNTAMENTI DI OGGI +++**

(ANSA) - ROMA, 13 APR - Questi i principali appuntamenti di oggi: ++ POLITICA ++ TIRANA - ore 9.30 Il presidente della Camera Fico sarà in Macedonia del nord: Incontro con il premier Dimitar Kovachevski, poi il trasferimento al Parlamento macedone dove incontrerà il Presidente Talat Xhaferi. Previsto, prima del rientro a Roma, anche un incontro con il Ministro degli Affari Esteri, Bujar Osmani FOTO ROMA - Camera, Sala Stampa ore 14.00 Conferenza stampa di Assosharing "un anno di Assosharing: più sicurezza e accessibilità per utenti e cittadini", con il ministro Giovannini ROMA - Senato, Aula ore 14.30 In video collegamento la vicepremier dell'Ucraina Olha Stefanishyna FOTO ROMA - Online ore 17.00 Il presidente del movimento 5 stelle Giuseppe Conte incontra il mondo scolastico nel seminario all'interno del "Club dei docenti" di Treccani Scuola MESSINA - Il Presidente Sergio Mattarella a Messina per i 70 anni della Gazzetta del sud FOTO E VIDEO ++ ECONOMIA E FINANZA ++ ROMA - Istat, Produzione industriale, di febbraio 2022; Nota mensile sull'andamento dell'economia italiana di marzo 2022 ROMA - Mise Incontro tra Whirlpool e Ministero Sviluppo Economico MILANO - Palazzo Isimbardi ore 09:00 Convegno "PNRR per il lavoro e l'occupazione sui territori - Progetto Garanzia di occupabilità dei lavoratori", con la partecipazione in collegamento del ministro Orlando ROMA - Palazzo Massimo alle Terme sala conferenze ore 11.00 Tavola rotonda "Nella storia dei Marchi Storici Italiani il prestigio e il futuro del Paese", con i ministri Giorgetti e Franceschini ROMA - MAXXI ore 15.30 Il ministro Giovannini presenta il Rapporto sul Programma innovativo nazionale sulla qualità dell'abitare 'Progetti PINQuA' ROMA - Camera, Aula ore 10.00 DI Energia; mozioni sul nucleare di nuova generazione ROMA - Camera, Aula ore 15.00 Question time FOTO ROMA - Commissione Bicamerale Federalismo Fiscale ore 8.15 Audizione del presidente Associazione per lo sviluppo dell'industria nel Mezzogiorno - SVIMEZ, Adriano Giannola ROMA - Senato, Commissione Finanze ore 10.00 DI Contrasto effetti economici e umanitari della crisi ucraina FRANCOFORTE - Bce: Riunione del Consiglio direttivo e conferenza stampa FOTO LONDRA - Gbr: inflazione relativa di marzo NEW YORK - Usa: DoE, dati settimanali su scorte petrolio e produzione ++ MONDO ++ WASHINGTON

- Discorso del Segretario al Tesoro Usa Janet Yellen sull'economia globale dopo l'invasione russa dell'Ucraina FOTO ++ CRONACA ++ PADOVA - Palazzo del Bo ore 11:00 Nell'ambito delle iniziative in programma per la celebrazione del Trentennale della istituzione della Direzione Investigativa Antimafia, convegno dal titolo "Il ruolo della donna nella lotta alle mafie", con Direttore della DIA Dr. Maurizio Vallone e Procuratore Aggiunto presso il Tribunale di Milano, Dr.ssa Alessandra Dolci ++ VATICANO ++ CITTA' DEL VATICANO - Aula Paolo VI ore 9.15 Udienza generale del Papa FOTO ++ CULTURA E SPETTACOLI ++ ROMA - Cinema Quattro Fontane (Sala 5) - Via Quattro Fontane, 23 ore 10.00 Presentazione del film di Giovanni Troilo "Power of Rome", con Edoardo Leo ROMA - Casino dei Principi di Villa Torlonia - Via Nomentana 70 ore 11.00 Presentazione della mostra "Francesco Messina. Novecento Contemporaneo" ++ SPORT ++ ROMA - Salone d'onore del CONI ore 14.00 Consegna Premio Nazionale Enzo Bearzot FOTO LIVERPOOL - Stadio Anfield ore 21.00 Champions League: Liverpool-Benfica ritorno degli ottavi di finale FOTO MADRID - Stadio Wanda Metropolitano ore 21.00 Champions League: Atletico Madrid-Manchester City ritorno degli ottavi di finale FOTO (ANSA).



13 aprile 2022

**Made in Italy: firmata intesa tra Marchi Storici e Ice**

(ANSA) - ROMA, 13 APR - L'associazione Marchi Storici d'Italia e l'Ice (Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane) hanno siglato un accordo quadro che punta alla formazione e digitalizzazione delle imprese aderenti all'associazione. L'intesa è stata firmata nel corso dell'evento "Nella storia dei Marchi Storici italiani il prestigio e il futuro del Paese", occasione per illustrare il programma dell'associazione nata nel 2021 che, si legge in una nota, "intende massimizzare le sinergie realizzabili tra le aziende titolari di marchio storico". A oggi sono circa 400 quelle iscritte al Registro speciale istituito nell'estate 2019, a cui durante l'incontro è stato rivolto l'invito a unirsi all'associazione. Nel corso della tavola rotonda è emersa la necessità di rafforzare le misure destinate alla tutela e alla valorizzazione, anche nel quadro del Pnrr, delle imprese titolari di Marchi Storici. Tra gli obiettivi principali della piattaforma dell'associazione l'individuazione e la mobilitazione di risorse per cogliere opportunità economiche sul piano nazionale e internazionale; la promozione di partnership e collaborazioni tra le aziende Marchi Storici; la tutela dell'unicità di ciascuna cultura d'impresa e, in conclusione, la valorizzazione del Made in Italy all'estero anche tramite accordi diretti con Ice, Simest, Sace, Cdp, Invitalia. (ANSA).



13 aprile 2022

### **Giorgetti, revisione codice proprietà industriale entro anno**

(ANSA) - ROMA, 13 APR - "Il Mise ha, come fulcro della sua attività, la valorizzazione del sistema della proprietà industriale e la difesa dei diritti di esclusiva. Le linee di intervento strategiche sulla proprietà industriale, per il triennio 2021-2023, ne danno una tangibile dimostrazione. L'intervento più importante del Piano è la revisione del codice di proprietà industriale. Dobbiamo approvarlo definitivamente entro la fine di quest'anno". Così il ministro dello Sviluppo economico, Giancarlo Giorgetti, intervenendo all'evento "Nella storia dei marchi storici italiani il prestigio e il futuro del Paese", organizzato dall'associazione marchi storici d'Italia. "Ci sono marchi storici italiani - ha sottolineato - che hanno una radice plurisecolare, dobbiamo difendere questa nostra prerogativa in un'epoca in cui le fake news, la disinformazione, sono ovunque". "Il marchio storico italiano - ha detto Giorgetti - è l'espressione della capacità, dell'estro, dell'impresa italiana, che si congiunge con la simpatia, l'affezione che ovunque c'è verso ciò che è italiano. Dobbiamo sfruttare tutto questo"



13 aprile 2022

**MADE IN ITALY: FRANCESCHINI, 'MARCHI STORICI EVOCANO PAESE DELL'ARTE' =**

MADE IN ITALY: FRANCESCHINI, 'MARCHI STORICI EVOCANO PAESE DELL'ARTE' = Roma, 13 apr. (Adnkronos) - "I MARCHI STORICI rappresentano un pezzo significativo del nostro soft power, ossia la capacità di evocare, nell'immaginario internazionale, il paese dell'arte e del paesaggio, della qualità della vita, del bello e del ben fatto". Così il ministro della Cultura Dario Franceschini all'evento "Nella storia del MARCHI STORICI Italiani il prestigio e il futuro del Paese", in corso a Palazzo Massimo alle Terme. "Coniugando tradizione e innovazione, le realtà che aderiscono alla vostra associazione esprimono un esempio di quella che il grande storico dell'economia Carlo Cipolla definiva una vocazione, l'antica propensione italiana a 'produrre all'ombra dei campanili cose che piacciono al mondo'. Un legame profondo tra i saperi, il saper fare e la cultura e l'identità, che rafforza l'attrattività delle nostre produzioni di qualità e del made in Italy" prosegue Franceschini nel suo saluto. (Val/Adnkronos)



13 aprile 2022

**\*UCRAINA: DI MAIO, 'IMPEGNO GOVERNO PER MITIGARE  
CONSEGUENZE CRISI SU IMPRESE E FAMIGLIE\* =****\*UCRAINA: DI MAIO, 'IMPEGNO GOVERNO PER MITIGARE  
CONSEGUENZE CRISI SU IMPRESE E FAMIGLIE\* =** Roma, 13 apr.

(Adnkronos) - "Il Governo, con la Farnesina in prima linea, è impegnato, in coordinamento con i suoi partner e alleati, a fornire una risposta ferma e coesa all'ingiustificata aggressione russa, ad assicurare sostegno all'Ucraina e alla sua popolazione e, al contempo, a mitigare le conseguenze della crisi su famiglie e imprese italiane". È quanto sottolinea il ministro degli Esteri Luigi Di Maio nel suo saluto all'associazione Marchi storici italiani che oggi ha firmato un accordo quadro con Ice. "L'impegno incessante della Farnesina si è tradotto in misure concrete, anzitutto con l'istituzione di un'Unità di crisi per le imprese italiane che si prefigge di raccogliere le esigenze e assicurare loro assistenza a fronte delle ripercussioni del conflitto cui sono più esposte" ha ricordato il ministro. "I Marchi storici, espressione di quelle competenze e di quell'expertise che rendono i prodotti italiani ambiti nel mondo, sono esempi di successo del Made in Italy ed elementi fondamentali per l'ulteriore sviluppo della competitività e della resilienza delle nostre imprese su mercati internazionali sottoposti a tensioni e trasformazioni. Lo dimostrano i dati relativi alle nostre esportazioni: 516 miliardi di export nel 2021" ha indicato Di Maio. "Una cifra record che le esportazioni italiane hanno raggiunto nonostante le strozzature nelle catene globali di approvvigionamento delle materie prime e dell'energia e nella logistica che, acuite ora dalla crisi russo-ucraina, avevano già iniziato a registrarsi sul finire dello scorso anno". A questo "risultato eccezionale, il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale ha contribuito in particolare attraverso il Patto per l'Export: una strategia innovativa da 5,7 miliardi di Euro, disegnata per fornire risposte immediate nelle fasi più acute della pandemia e che oggi si evolve per proseguire nell'azione di sostegno alla presenza delle aziende italiane sui mercati internazionali" ha concluso. (Val/Adnkronos)



13 aprile 2022

**GOVERNO: GIORGETTI, 'OGGI CDM, CHIAMATI A DARE RISPOSTE NON SEMPLICI, NOSTRO IMPEGNO MASSIMO' =**

GOVERNO: GIORGETTI, 'OGGI CDM, CHIAMATI A DARE RISPOSTE NON SEMPLICI, NOSTRO IMPEGNO MASSIMO' = Roma, 13 apr. -(Adnkronos) - "Abbiamo qualche emergenza e un Consiglio dei Ministri che è stato convocato proprio ora questo pomeriggio". Così il ministro dello Sviluppo Economico Giancarlo Giorgetti alla fine del suo intervento presso l'associazione dei marchi storici annuncia la convocazione odierna del Consiglio dei Ministri. "Siamo a tambur battente chiamati, sotto la pressione dell'emergenza, a dare delle risposte che non sono affatto né semplici e purtroppo nemmeno di soluzione immediata a problemi storici che ci sono posti di fronte , però ci impegniamo al massimo" ha concluso. (Val/Adnkronos)



13 aprile 2022

**Marchi storici: Franceschini, significativi per nostro soft power =**

Marchi storici: Franceschini, significativi per nostro soft power = (AGI) - Roma, 13 apr. - "I Marchi storici rappresentano un pezzo significativo del nostro soft power. Coniugando tradizione e innovazione le imprese che aderiscono alla vostra associazione esprimono un esempio di quello che il grande storico dell'economia, Carlo Cipolla, ha definito una vocazione, cioè l'antica propensione italiana a produrre all'ombra dei campanili cose che piacciono al mondo". Così il ministro della Cultura, Dario Franceschini, in un messaggio indirizzato al convegno 'Nella storia dei Marchi storici il prestigio e il futuro del paese' in corso a Palazzo Massimo alle Terme. (AGI)

**Marchi storici: Franceschini, significativi per nostro soft power (2)=**

Marchi storici: Franceschini, significativi per nostro soft power (2)= (AGI) - Roma, 13 apr. - Il ministro Franceschini, nel suo messaggio indirizzato all'evento sui Marchi storici, ha aggiunto che i Marchi storici realizzano "un legame profondo tra i saperi, il saper fare, la cultura e l'identità che rafforza l'attività delle nostre produzioni di qualità e il made in Italy". (AGI)



13 aprile 2022

**Marchi storici: decolla l'Associazione, firmato accordo con Ice =**

Marchi storici: decolla l'Associazione, firmato accordo con Ice = (AGI) - Roma, 13 apr. - Decolla l'Associazione Marchi storici d'Italia, nata per valorizzare e tutelare il Made in Italy nel mondo. Oggi ha sancito la propria piena operatività con la firma del primo accordo quadro con l'Ice, l'agenzia per la promozione all'estero e la digitalizzazione delle imprese italiane. Punto focale dell'intesa le attività di formazione e digitalizzazione delle imprese italiane. Occasione per inaugurare l'inizio dell'attività è stato l'incontro 'Nella storia dei Marchi storici italiani il futuro è il prestigio del Paese' in corso a palazzo Massimo alle Terme. (AGI)



13 aprile 2022

**Made in Italy: Giorgetti, i marchi storici vanno difesi =**

Made in Italy: Giorgetti, i marchi storici vanno difesi = (AGI) - Roma, 13 apr. - "Dobbiamo sostenere una filiera che ci ha dato un patrimonio ineguagliabile di competenza e lavorare insieme per difendere i marchi storici e impedire che scompaiano, perché sono prodotti unici che fanno parte della nostra storia e della nostra cultura. Sono parte della più bella immagine che l'Italia sta dando nel mondo". Così il ministro per lo Sviluppo economico, Giancarlo Giorgetti, intervenuto a un convegno sui marchi storici italiani. Il ministro ha ricordato che i "marchi non sono solo quelli con più di 50 anni, alcuni hanno una tradizione plurisecolare e dobbiamo far sì che questo elemento che ci contraddistingue e di cui siamo gelosi, si possa diffondere ovunque". (AGI)



13 aprile 2022

**Made in Italy: Di Maio, marchi storici sono esempio di successo =**

Made in Italy: Di Maio, marchi storici sono esempio di successo = (AGI) - Roma, 13 apr. - "I marchi storici sono esempi di successo del made in Italy ed elementi fondamentali per l'ulteriore sviluppo della competitività e della resilienza delle nostre imprese sui mercati internazionali sottoposti a tensioni e trasformazioni". Lo ha affermato il ministro degli Esteri, Luigi Di Maio, nel messaggio indirizzato all'evento sui marchi storici italiani a Palazzo Massimo. "Lo dimostrano i dati relativi alle nostre esportazioni - ha sottolineato il ministro - 516 miliardi di export nel 2021, una cifra record che le esportazioni italiane hanno raggiunto nonostante le strozzature nell'approvvigionamento delle materie prime e dell'energia". Di Maio ha ricordato che "a questo successo il ministero degli Esteri ha contribuito attraverso il Patto per l'export, una strategia innovativa da 5,7 miliardi di euro, disegnata per fornire risposte immediate nelle fasi più acute della pandemia e che oggi prosegue l'azione di sostegno alle aziende italiane sui mercati internazionali". (AGI)



13 aprile 2022

**Made in Italy: ass. Marchi storici firma primo accordo con Ice**

Roma, 13 apr. (LaPresse) - L'Associazione Marchi storici d'Italia, nata per valorizzare il Made in Italy nel mondo, da oggi è pienamente operativa con la firma del primo accordo quadro con Ice, agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane. Al centro dell'intesa, le attività di formazione e digitalizzazione delle imprese aderenti all'Associazione.

L'annuncio arriva nel corso dell'incontro "Nella storia dei Marchi storici italiani, il prestigio ed il futuro del Paese" a Palazzo Massimo a Roma. Fulcro dell'evento, il confronto sul ruolo delle imprese titolari di Marchio Storico nello sviluppo del Paese e la presentazione del programma dell'Associazione, che intende massimizzare le sinergie realizzabili tra le aziende titolari di Marchio Storico (ad oggi sono 400 circa quelle iscritte al Registro Speciale istituito nell'estate 2019), a cui nel corso dell'incontro è stato rivolto l'invito ad unirsi all'Associazione. Tra gli strumenti già operativi illustrati, anche il Fondo Salvaguardia Imprese, che stanZIA in totale un miliardo e 850 milioni di euro - 300 milioni di dotazione iniziale con il decreto-legge del 19 maggio 2020 n.34, 250 milioni di rifinanziamento al 2021 con la legge del 30 dicembre 2020 e 100 milioni per ciascuno degli anni dal 2022 al 2035 - per sostenere l'attività d'impresa, attenuare gli impatti della crisi economico-finanziaria e instaurare partnership tra pubblico e privato.



13 aprile 2022

**Made in Italy: Di Maio, marchi storici esempio di successo**

Roma, 13 apr. (LaPresse) - "I marchi storici sono essenziali, sono espressione delle competenze e dell'expertise dei prodotti italiani nel mondo. Sono esempi di successo del Made in Italy" e per questo sono fondamentali "per lo sviluppo e la resilienza delle nostre imprese". Lo ha detto il ministro degli Esteri, Luigi Di Maio, in un messaggio inviato in occasione dell'incontro "Nella storia dei marchi storici italiani" a Palazzo Massimo a Roma, affermando che il ministero dunque sostiene pienamente questa eccellenza italiana. Che sia un'eccellenza, prosegue Di Maio, "lo dimostrano i dati export: 516 milioni in 2021, una cifra record nonostante le strozzature causate dalle carenze di materie prime ed energia". Un risultato a cui il ministero ha contribuito con una serie di iniziative - come ad esempio il Patto per l'export - che il ministro ha ricordato nel corso del suo intervento.



13 aprile 2022

**Made in Italy: Franceschini, marchi storici centrali per Paese**

Roma, 13 apr. (LaPresse) - "I marchi storici sono importantissimi per il Paese, perché saper coniugare tradizione e capacità di innovazione è esattamente ciò di cui ha bisogno l'Italia". Così il ministro per i Beni e le attività culturali Dario Franceschini, in un messaggio inviato per inaugurare l'incontro "Nella storia dei marchi storici italiani" a Palazzo Massimo a Roma. I marchi storici sono un "pezzo significativo del nostro Soft power" prosegue il ministro, sottolineandone il potere di rievocare nell'immaginario collettivo internazionale l'idea del nostro Paese come "il Paese dell'arte, del paesaggio e del bello". Così, il "legame profondo tra saperi e saper fare rafforza l'attività delle nostre produzioni di qualità e del Made in Italy", ha ribadito Franceschini



13 aprile 2022

**Made in Italy: Giorgetti, marchi storici vanno promossi e difesi**

Roma, 13 apr. (LaPresse) - "È il momento di sostenere una filiera che ci ha dato un patrimonio ineguagliabile di competenza". Lo ha detto il ministro dello Sviluppo economico, Giancarlo Giorgetti, collegatosi all'incontro "Nella storia dei marchi storici italiani" a Palazzo Massimo a Roma, riferendosi appunto a quei marchi storici che, ha sottolineato "vanno promossi di più e difesi" quando necessario."L'Associazione marchi storici porta avanti - ha proseguito il ministro - la promozione delle capacità e dell'estro storico degli italiani, che si congiunge con la simpatia e l'attenzione che ovunque c'è nei nostri confronti. E Quindi - ha ribadito Giorgetti - dobbiamo sfruttare questo incontro tra l'arte, che si esprime attraverso l'economia, con la voglia di ricevere italiano nel mondo". In questo senso, il ministro ha ricordato infatti che i "marchi non sono solo quelli con più di 50 anni, alcuni hanno una tradizione plurisecolare e dobbiamo far sì che questo elemento che ci contraddistingue e di cui siamo gelosi, si possa diffondere ovunque". Il Mise infatti, ha detto Giorgetti, "promuove la crescita ma anche lo sviluppo culturale".



13 aprile 2022

**Ucraina, Giorgetti: Cdm nel pomeriggio per dare risposte urgenti**

Ucraina, Giorgetti: Cdm nel pomeriggio per dare risposte urgenti "Siamo a tamburo battente" Roma, 13 apr. (askanews) - Questo pomeriggio ci sarà un Cdm chiamato a dare risposte urgenti alle emergenze provocate dalla guerra in Ucraina e dall'emergenza pandemica. Lo ha detto il ministro per lo Sviluppo Economico, Giancarlo Giorgetti, intervenendo a un evento sui marchi storici. "Siamo a tamburo battente, sotto la pressione dell'emergenza - ha detto il ministro - a dare risposte urgenti a problemi che hanno anche soluzioni, purtroppo, non immediate. Siamo impegnati al massimo"



13 aprile 2022

**Imprese, Giorgetti: lavorare insieme per difendere marchi storici**

Imprese, Giorgetti: lavorare insieme per difendere marchi storici "È il momento di sostenere patrimonio manifatturiero" Roma, 13 apr. (askanews) - "Dobbiamo lavorare insieme difendendo i marchi storici e impedendo che scompaiano, perché sono prodotti unici che fanno parte della nostra storia e della nostra cultura. Sono parte della più bella immagine che l'Italia sta dando nel mondo". Lo ha detto il ministro per lo Sviluppo economico, Giancarlo Giorgetti, intervenuto a un evento sui marchi storici delle imprese, auspicando la prosecuzione della collaborazione tra pubblico e privato. "Adesso - ha aggiunto il ministro ricordando come il Piano strategico nazionale dia molta attenzione alla tutela della proprietà intellettuale - è il momento di sostenere ulteriormente il nostro patrimonio manifatturiero. Auspico che il lavoro congiunto tra pubblico e privato possa continuare".



13 aprile 2022

**MADE IN ITALY, DI MAIO: "OBIETTIVO CONIUGARE LE DIVERSE ECCELLENZE IN TUTTI I CAMPI"**

MADE IN ITALY, DI MAIO: "OBIETTIVO CONIUGARE LE DIVERSE ECCELLENZE IN TUTTI I CAMPI" (9Colonne) Roma 13 apr - "Il governo, con la Farnesina in prima linea, è impegnato a mitigare le conseguenze delle crisi sofferte da famiglie e imprese italiane. Tra le varie attività del ministero degli Esteri rientra la campagna di comunicazione Belt, che si propone di raccontare i valori che da sempre contraddistinguono la qualità e l'autenticità del Made In Italy, e che ha registrato grande successo. Ma Belt è solo l'apice di una strategia di promozione integrata che si propone di coniugare le diverse eccellenze del made In Italy, che siano in campo scientifico, gastronomico o artigianale". Così Luigi di Maio, ministro degli Affari esteri, in un messaggio inviato in occasione della tavola rotonda sui marchi storici a Roma.



13 aprile 2022

**EXPORT, LUONGO (ICE): ESPORTAZIONI RAPPRESENTANO 30% PIL,  
DOBBIAMO ARRIVARE AL 50%**

EXPORT, LUONGO (ICE): ESPORTAZIONI RAPPRESENTANO 30% PIL, DOBBIAMO ARRIVARE AL 50% (9Colonne) Roma 13 apr - "Quest'anno abbiamo raggiunto un record assoluto di export, in crescita anche rispetto al 2019. L'export rappresenta oltre il 30% del nostro PIL. Il nostro obiettivo, come ICE e come paese, è quello di raggiungere una percentuale simile a quella della Germania, di circa il 50%. L'Italia ha tutto il potenziale per farlo, grazie anche alla forza dei marchi storici". Lo ha spiegato Roberto Luongo, direttore generale di ICE nel corso della tavola rotonda sui marchi storici a Roma.

**QUOTIDIANI**

14 aprile 2022

## Associazione Marchi Storici, intesa con Ice per digitale e promozione

### Made in Italy

**Progetto per realizzare una piattaforma a sostegno dello sviluppo all'estero**

**Già iscritte 420 aziende con oltre 50 anni di vita e marchi leader nel mondo**

**Enrico Netti**

Sono 419 le aziende italiane già iscritte al Registro speciale dell'Associazione Marchi Storici da ieri pienamente operativa per tutelare e valorizzare il meglio del made in Italy nel mondo. Una missione globale sancita dall'accordo quadro con l'Ice che mette al centro dell'intesa le attività di formazione e digitalizzazione delle imprese aderenti.

Il punto di partenza è il Registro speciale dei marchi storici di interesse nazionale a cui si possono iscrivere le aziende presenti sul mercato da almeno 50 anni tra cui, per esempio, Cimballi, Amaro Lucano, Conserve Italia, Gabetti, Terme di Saturnia, Antinori, Zafferano Leprotto, Vinavil e tanti altri brand ben radicati nella memoria storica non solo degli italiani perché ben conosciuti in tutto il mondo.

Il punto è salvaguardare la capacità produttiva, creativa ed innovativa di questi asset del Sistema Paese affinché rimangano italiani e siano difesi evitando che siano aggrediti e svuotati. Tra gli strumenti a disposizione c'è il Fondo salvaguardia imprese, con una dotazione di 1,85 miliardi di cui 300 milioni di dotazione iniziale, 250 milioni rinfianziati al 2021 e 100 milioni tra gli anni dal 2022 al 2035 per sostenere l'attività d'impresa, attenuare gli impatti della crisi economico-finanziaria e instaurare partnership tra pubblico e privato.

Massimo Caputi, presidente dell'associazione e delle Terme di Saturnia, ricorda quando un anno fa lesse di un provvedimento sui marchi storici. «Iniziai a informarmi su come in Francia, Germania, Spagna e in altri Paesi venivano tu-

telate queste imprese - racconta -. Ne parlai con una decina di imprenditori e tutti erano pronti a dare vita all'associazione. Ringrazio il Mise che ha reso organico questo strumento, Invitalia e l'Ice che hanno capito l'importanza del progetto». Da qui la firma dell'accordo quadro con l'Ice per sostenere le aziende dei marchi storici sui mercati internazionali con tantissime iniziative per farle crescere sui mercati internazionali.

Un ulteriore aiuto arriverà dalle risorse del recovery plan e Francesca Mariotti, direttore generale di Confindustria, sottolinea come «Non dobbiamo perdere l'opportunità offerta da questa capacità riformatrice che il Pnrr deve portare in Italia. Occorre molta capacità amministrativa, ma sicuramente sulle riforme non si deve indietreggiare».

Tra i punti chiave dell'associazione c'è l'obiettivo di massimizzare le sinergie realizzabili tra le aziende titolari di marchio storico, la realizzazione di una piattaforma di promozione che, nei gruppi di lavoro riservati ai soci, mira a individuare e mobilitare risorse per cogliere opportunità economiche sul piano nazionale e internazionale, oltre che promuovere partnership e collaborazioni tra le aziende marchi storici. Per finire, si punta a tutelare l'unicità di ciascuna cultura d'impresa e, in conclusione, la valorizzazione del Made in Italy all'estero anche tramite accordi diretti con Ice, Simest, Sace, Cdp e Invitalia. «Ci sono marchi storici italiani che hanno una radice plurisecolare, dobbiamo difendere questa nostra prerogativa in un'epoca in cui le fake news, la disinformazione, sono ovunque - avverte Giancarlo Giordani, ministro dello Sviluppo economico -. Il Mise ha, come fulcro della sua attività, la valorizzazione del sistema della proprietà industriale e la difesa dei diritti di esclusiva. Le linee di intervento strategiche sulla proprietà industriale, per il triennio 2021-2023, ne danno una tangibile dimostrazione. L'intervento più importante del Piano è la revisione del codice di proprietà industriale. Dobbiamo approvarlo definitivamente entro la fine di quest'anno».

enrico.netti@ilssole24ore.com

© Il Sole 24 Ore - 14 aprile 2022

Debutta l'associazione dei marchi registrati da 50 anni. A maggio le proposte per il governo

## Il brand storico guarda al futuro

### Al via l'accordo con Ice per digitalizzazione e formazione

DI MARCO A. CAPISANI

**B**asta parlare al passato, di resilienza e di sola cultura d'impresa, magari legata al museo di qualche pluridecennale brand. Ieri, a Roma, l'Associazione marchi storici d'Italia (Amsi, marchistorici.com) ha debuttato operativamente sul campo lanciando un accordo incentrato su formazione e digitalizzazione insieme con Ice, l'agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, e annunciando a *Italia Oggi* una piattaforma che riunirà, entro fine maggio, le proposte da presentare al governo per supportare lo sviluppo di quelle aziende tricolori con brand registrati da almeno 50 anni. Attualmente, tra gli strumenti disponibili, è già operativo il Fondo di salvaguardia imprese, con una dotazione di quasi 1,9 miliardi, ma «si può andare oltre per sostenere i marchi storici. Sono circa 400 circa quelli iscritti al registro speciale creato nel 2019; eppure nella Penisola ne esistono 3 mila, secondo il censimento che stiamo compiendo. Quindi, un margine di manovra c'è», ha dichiarato **Massimo Caputi**, presidente dell'Associazione marchi storici d'Italia, nonché presidente di Terme di Saturnia, aggiungendo poi che, sempre tra poco più di un mese, sarà presentato anche un pacchetto di servizi per orientarsi nell'accesso alle varie forme di finanziamento. Senza contare

che pure il Pnrr può essere un volano per la valorizzazione di aziende storiche che spaziano in vari settori. Tra di loro infatti, e guardando solo agli otto soci fondatori dell'associazione costituita l'anno scorso, si va da Antinori (vino) a Inghirami

(moda), da Conserve Italia a Gabetti (immobiliare), da Ekaf (caffè) a Benetton, dalle Terme di Saturnia fino all'Amaro Lucano 1894. E, giusto per andare ancora di più nel dettaglio, dentro Conserve Italia ci sono realtà come Cirio (da 165 anni sul merca-

to, prima che esistesse l'Italia unita) e Yoga (età: circa 100 anni). Presto si aggiungerà Valfrutta, prossimo a festeggiare i suoi primi 50 anni.

«Finora il marchio storico è stato sinonimo di passato, di resilienza, qualcosa che destava ricordi legati ai nonni. Invece bisogna guardare al futuro perché i marchi storici sono realtà che non solo hanno resistito nel tempo, per esempio ad acquisizioni da parte di gruppi esteri, ma soprattutto rappresentano attività che continuano a produrre in Italia», prosegue Caputi ricordando come all'estero, tra Spagna e Francia, sono già presenti associazioni analoghe ad Amsi ma che pure in Italia Adi-Associazione per il disegno industriale svolge un'attività simile, organizzando eventi (come la mostra «Italia geniale» a Dubai) e favorendo partnership. Comunque, «ancora oggi si rischia che alcuni marchi storici scompaiano», è intervenuto il ministro dello sviluppo econo-

mico **Giancarlo Giorgetti**. «Contro questo pericolo ma anche contro la disinformazione che porta i consumatori ad acquistare prodotti che sembrano italiani ma non lo sono, il cosiddetto italian sounding è attivo il ministero. Inoltre», ha proseguito Giorgetti, «dobbiamo proseguire lungo le linee di intervento strategiche al 2023 sulla proprietà industriale mentre è nostra intenzione procedere con la revisione del Codice di proprietà industriale». Tra gli obiettivi: rafforzare la competitività tecnologica e digitale delle imprese, tema che sta al centro pure dell'accordo firmato con Ice «in un momento storico in cui l'export italiano continua a crescere, anche rispetto al 2019», ha aggiunto **Roberto Luongo**, d.g. dell'agenzia, «solo che non tutto il made in Italy ha le risorse sufficienti per promuoversi oltreconfine e, spesso, a incontrare difficoltà sono le aziende del Sud. Più in generale ci sono molte pmi che vendono sui mercati stranieri ma con dimensioni assolutamente da rafforzare».

Insomma, «servirebbe una Golden power (lo strumento d'intervento del governo su comparti d'interesse nazionale, ndr) per supportare le aziende e i marchi storici nel dettaglio», ha chiosato **Maurizio Gardini**, presidente Concooperative e di Conserve Italia. Ma sempre cercando di valorizzare «l'aspetto familiare dei marchi storici che, tra l'altro, ne ha permesso la crescita e il rafforzamento a dispetto delle varie crisi», ha concluso **Alessia Antinori**, vicepresidente Marchesi Antinori, per l'appunto 26° generazione alla guida del gruppo.

© Riproduzione riservata



Un'immagine di A. Lucano



Massimo Caputi, presidente Associazione marchi storici d'Italia (Amsi, marchistorici.com) e presidente Terme di Saturnia

**ONLINE**

**Il Sole** **24 ORE**

13 aprile 2022

<https://www.ilsole24ore.com/art/un-cuore-agroalimentare-l-associazione-marchi-storici-AE56cqRB>

## Un cuore agroalimentare per l'Associazione dei marchi storici

C'è il food in tutte le sue declinazioni nell'Associazione marchi storici d'Italia presentata ufficialmente a Roma. **Amaro Lucano 1894**, **Antinori**, **Conserve Italia**, **De Cecco**, **Ekaf** le imprese che hanno già aderito, mentre per **Aceto De Nigris** e **Acqua Lete** l'ingresso è imminente, come annunciato a Il Sole 24 Ore dai loro capitani d'azienda presenti a Roma.

Il minimo comune denominatore è l'iscrizione al **Registro dei marchi storici d'interesse nazionale presso il ministero dello Sviluppo Economico**, uno strumento di grande appeal per l'agroalimentare (il comparto più presente), istituito per tutelare la proprietà industriale di prodotti storicamente collegati al territorio, sulla scia del caso **Pernigotti**. Ne sa qualcosa Nicola **Fabbri**, ad Fabbri 1905 e presidente di Fabbri China e Usa, l'azienda di Bologna specializzata nel settore dolciario e del beverage, celebre per la sua Amarena in sciroppo, che lo scorso anno vinse una controversia contro due competitor asiatici, per un caso di plagio del proprio pack.

«Siamo stati fortunati perché abbiamo trovato ottimi collaboratori in Italia e in Cina, studi legali che hanno lottato e hanno vinto. Molti colleghi italiani non hanno avuto la stessa fortuna», dice Fabbri. Ma non c'è solo questo. L'imprenditore – che a Roma è venuto in veste di osservatore, ma che non ha ancora sciolto le riserve in merito a un eventuale ingresso nell'associazione – rilancia: «Oggi troppi brand vengono venduti all'estero, a grandi gruppi o fondi, che non hanno alcun interesse a promuoverli, ma solo a monetizzare». Da anni la sua azienda è a caccia di piccoli marchi storici da acquisire che abbiano bisogno di essere consolidati «ma – confessa – sono tutti svaniti negli ultimi mesi: abbiamo concorrenti fenomenali che fanno man bassa proprio mentre iniziamo le contrattazioni e che hanno riserve economiche talmente ingenti, da non temere rilanci su aziende che sono ipervalutate».

# Il Messaggero

13 aprile 2022

[https://www.ilmessaggero.it/video/adnkronos/made\\_in\\_italy\\_marchi\\_storici\\_digitalizzazione\\_al\\_centro\\_dell\\_accordo\\_quadro\\_con\\_ice-6627222.html](https://www.ilmessaggero.it/video/adnkronos/made_in_italy_marchi_storici_digitalizzazione_al_centro_dell_accordo_quadro_con_ice-6627222.html)

## Made in Italy, 'Marchi storici': "Digitalizzazione al centro dell'accordo quadro con Ice"

(Adnkronos) - L'Associazione Marchi Storici d'Italia, nata per valorizzare e tutelare il Made in Italy nel mondo, sancisce oggi la propria piena operatività con la firma del primo accordo quadro con Ice – Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane. Punto focale dell'intesa, le attività di formazione e digitalizzazione dirette alle imprese aderenti all'Associazione. Occasione per inaugurare il via all'operatività, l'incontro "Nella storia del Marchi Storici Italiani il prestigio e il futuro del Paese", a Palazzo Massimo alle Terme a Roma.

Fulcro dell'evento il confronto sul ruolo delle imprese titolari di Marchio Storico nello sviluppo del Paese e la presentazione del programma dell'Associazione, che intende massimizzare le sinergie realizzabili tra le aziende titolari di Marchio Storico (ad oggi sono 400 circa quelle iscritte al Registro Speciale istituito nell'estate 2019), a cui nel corso dell'incontro è stato rivolto l'invito ad unirsi all'Associazione. Nata dall'iniziativa di otto brand storici - Antinori, Inghirami, Conserve Italia, Gabetti, Ekaf, Benetton, Terme di Saturnia e Amaro Lucano 1894 - cui si sono immediatamente associati Cannella, De Cecco, Duke, Lampo, Mazzetti D'Altavilla, Modiano e Zacchera Hotels, l'Associazione è lo strumento con cui le imprese danno forza e operatività all'articolo 31 del Decreto Legge del 30 aprile 2019 che ha appunto istituito la creazione del Registro dei Marchi Storici di interesse Nazionale.

Tra gli strumenti già operativi illustrati, anche il Fondo Salvaguardia Imprese, che stanziava in totale un miliardo e 850 milioni di euro - 300 milioni di dotazione iniziale con il decreto legge del 19 maggio 2020 n.34, 250 milioni di rifinanziamento al 2021 con la legge del 30 dicembre 2020 e 100 milioni per ciascuno degli anni dal 2022 al 2035 - per sostenere l'attività d'impresa, attenuare gli impatti della crisi economico-finanziaria e instaurare partnership tra pubblico e privato. Nel corso della tavola rotonda è poi emerso un giudizio unanime in merito alla necessità di rafforzare le misure destinate alla tutela e alla valorizzazione - anche nel quadro del Pnrr - delle imprese titolari di Marchi Storici, ossia di quelle realtà imprenditoriali protagoniste del passato e del futuro dell'economia italiana, che operano sul territorio italiano da oltre cinquant'anni.

## LA STAMPA

13 aprile 2022

<https://www.lastampa.it/politica/2022/04/13/news/giorgetti-di-maio-e-franceschini-in-difesa-dei-marchi-storici-italiani-filiera-che-va-difesa-2999227/>

### Giorgetti, Di Maio e Franceschini in difesa dei marchi storici italiani, "Filiera che va difesa"

Accordo quadro con l'Ice per la formazione digitale

«**S**oft power», ovvero, per dirla con Dario Franceschini, «la capacità di evocare nell'immaginario internazionale il paese dell'arte e del paesaggio, della qualità della vita, dell'arte e del ben fatto». Dunque il «soft power» è il potere evocativo che hanno i «marchi storici» italiani, rilanciati oggi in un incontro a Palazzo Massimo alle Terme a Roma: un convegno sul ruolo delle imprese titolari di Marchio Storico dove è stato presentato il programma dell'Associazione, che intende massimizzare le sinergie realizzabili tra le aziende iscritte al Registro Speciale istituito nel 2019. E dove è stato presentato un accordo quadro con Ice, per la promozione all'estero, attraverso attività di formazione e digitalizzazione dirette alle stesse imprese. Franceschini, ministro della cultura, insieme a Giancarlo Giorgetti, titolare dello Sviluppo Economico e Luigi Di Maio rilanciano il valore di questi marchi storici, «esempi di successo del made in Italy ed elementi fondamentali per l'ulteriore sviluppo della competitività e della resilienza delle nostre imprese sui mercati internazionali sottoposti a tensioni e trasformazioni», è il messaggio del ministro degli Esteri. Che fa notare come, malgrado la pandemia, i 516 miliardi di export nel 2021, siano «una cifra record che le esportazioni italiane hanno raggiunto nonostante le strozzature nell'approvvigionamento delle materie prime e dell'energia».

A definire un perimetro ideale dei marchi storici è Franceschini, «sono tutti quelli che coniugando tradizione e innovazione esprimono un esempio che lo storico dell'economia Carlo Cipolla definiva una vocazione, l'antica propensione italiana a produrre all'ombra dei campanili cose che piacciono al mondo». Da due anni questi marchi sono riuniti in un'associazione, che ne raggruppa finora 400: tra questi, punte di diamante del made in Italy, grandi asset, capaci di valorizzare la cosiddetta «italian way of life» nel mondo, canali naturali di «diplomazia culturale». A dar vita all'associazione nel 2019 marchi come Benetton, Antinori, Inghirami, De Cecco, Modiano, cui se ne aggiungono di continuo altri. Ora, nell'ambito dei fondi del Pnrr, si vorrebbero rafforzare le misure per la tutela e la valorizzazione di realtà che per veder riconosciuto il marchio, devono operare da almeno 50 anni sul territorio italiano. «Ma alcuni - ha ricordato Giancarlo Giorgetti - hanno una tradizione plurisecolare. Dobbiamo sostenere una filiera - dice il ministro dello Sviluppo - che ci ha dato un patrimonio ineguagliabile di competenza e lavorare insieme per difendere i marchi storici e impedire che scompaiano, perché sono prodotti unici che fanno parte della nostra storia e della nostra cultura. Sono parte della più bella immagine che l'Italia sta dando nel mondo».

**ItaliaOggi**

13 aprile 2022

<https://www.italiaoggi.it/news/il-brand-storico-guarda-al-futuro-2559067>

Debutta l'associazione dei marchi registrati da 50 anni. A maggio le proposte per il governo

## **Il brand storico guarda al futuro**

Al via l'accordo con Ice per digitalizzazione e formazione



Basta parlare al passato, di resilienza e di sola cultura d'impresa, magari legata al museo di qualche pluridecennale brand. Ieri, a Roma, l'Associazione marchi storici d'Italia (Amsi, [marchistorici.com](http://marchistorici.com)) ha debuttato operativamente sul campo lanciando un accordo incentrato su formazione e digitalizzazione insieme con Ice.



14 aprile 2022

<https://www.milanofinanza.it/news/il-brand-storico-guarda-al-futuro-2559067>

Debutta l'associazione dei marchi registrati da 50 anni. A maggio le proposte per il governo

## **Il brand storico guarda al futuro**

Al via l'accordo con Ice per digitalizzazione e formazione



Basta parlare al passato, di resilienza e di sola cultura d'impresa, magari legata al museo di qualche pluridecennale brand. Ieri, a Roma, l'Associazione marchi storici d'Italia (Amsi, [marchistorici.com](http://marchistorici.com)) ha

The logo for ANSA.it Economia, featuring the text "ANSA.it" in a smaller font and "Economia" in a larger, bold font, both in white on a green rectangular background.

13 aprile 2022

[https://www.ansa.it/sito/notizie/economia/pmi/2022/04/13/made-in-italy-firmata-intesa-tra-marchi-storici-e-ice\\_8d8bf148-dcc2-45d6-a963-1e4df6a304e6.html](https://www.ansa.it/sito/notizie/economia/pmi/2022/04/13/made-in-italy-firmata-intesa-tra-marchi-storici-e-ice_8d8bf148-dcc2-45d6-a963-1e4df6a304e6.html)

## Made in Italy: firmata intesa tra Marchi Storici e Ice

(ANSA) - ROMA, 13 APR - L'associazione Marchi Storici d'Italia e l'Ice (Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane) hanno siglato un accordo quadro che punta alla formazione e digitalizzazione delle imprese aderenti all'associazione.

L'intesa è stata firmata nel corso dell'evento "Nella storia dei marchi storici italiani il prestigio e il futuro del Paese", occasione per illustrare il programma dell'associazione nata nel 2021 che, si legge in una nota, "intende massimizzare le sinergie realizzabili tra le aziende titolari di marchio storico".

A oggi sono circa 400 quelle iscritte al Registro speciale istituito nell'estate 2019, a cui durante l'incontro è stato rivolto l'invito a unirsi all'associazione. Nel corso della tavola rotonda è emersa la necessità di rafforzare le misure destinate alla tutela e alla valorizzazione, anche nel quadro del Pnrr, delle imprese titolari di marchi storici. Tra gli obiettivi principali della piattaforma dell'associazione l'individuazione e la mobilitazione di risorse per cogliere opportunità economiche sul piano nazionale e internazionale; la promozione di partnership e collaborazioni tra le aziende Marchi Storici; la tutela dell'unicità di ciascuna cultura d'impresa e, in conclusione, la valorizzazione del Made in Italy all'estero anche tramite accordi diretti con Ice, Simest, Sace, Cdp, Invitalia. (ANSA).



13 aprile 2022

[https://www.adnkronos.com/made-in-italy-marchi-storici-digitalizzazione-al-centro-dellaccordo-quadro-con-ice\\_NEPRXPdkzUw5ooLGmsokr](https://www.adnkronos.com/made-in-italy-marchi-storici-digitalizzazione-al-centro-dellaccordo-quadro-con-ice_NEPRXPdkzUw5ooLGmsokr)

**Made in Italy, 'Marchi storici': "Digitalizzazione al centro dell'accordo quadro con Ice"**

Firmato oggi sancisce piena operatività Associazione

L'Associazione Marchi Storici d'Italia, nata per valorizzare e tutelare il Made in Italy nel mondo, sancisce oggi la propria piena operatività con la firma del primo accordo quadro con Ice – Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane. Punto focale dell'intesa, le attività di formazione e digitalizzazione dirette alle imprese aderenti all'Associazione. Occasione per inaugurare il via all'operatività, l'incontro "Nella storia del Marchi Storici Italiani il prestigio e il futuro del Paese", a Palazzo Massimo alle Terme a Roma.

Fulcro dell'evento il confronto sul ruolo delle imprese titolari di Marchio Storico nello sviluppo del Paese e la presentazione del programma dell'Associazione, che intende massimizzare le sinergie realizzabili tra le aziende titolari di Marchio Storico (ad oggi sono 400 circa quelle iscritte al Registro Speciale istituito nell'estate 2019), a cui nel corso dell'incontro è stato rivolto l'invito ad unirsi all'Associazione. Nata dall'iniziativa di otto brand storici - Antinori, Inghirami, Conserve Italia, Gabetti, Ekaf, Benetton, Terme di Saturnia e Amaro Lucano 1894 - cui si sono immediatamente associati Cannella, De Cecco, Duke, Lampo, Mazzetti D'Altavilla, Modiano e Zacchera Hotels, l'Associazione è lo strumento con cui le imprese danno forza e operatività all'articolo 31 del Decreto Legge del 30 aprile 2019 che ha appunto istituito la creazione del Registro dei Marchi Storici di interesse Nazionale.

Tra gli strumenti già operativi illustrati, anche il Fondo Salvaguardia Imprese, che stanziava in totale un miliardo e 850 milioni di euro - 300 milioni di dotazione iniziale con il decreto legge del 19 maggio 2020 n.34, 250 milioni di rifinanziamento al 2021 con la legge del 30 dicembre 2020 e 100 milioni per ciascuno degli anni dal 2022 al 2035 - per sostenere l'attività d'impresa, attenuare gli impatti della crisi economico-finanziaria e instaurare partnership tra pubblico e privato. Nel corso della tavola rotonda è poi emerso un giudizio unanime in merito alla necessità di rafforzare le misure destinate alla tutela e alla valorizzazione - anche nel quadro del Pnrr - delle imprese titolari di Marchi Storici, ossia di quelle realtà imprenditoriali protagoniste del passato e del futuro dell'economia italiana, che operano sul territorio italiano da oltre cinquant'anni.



13 aprile 2022

[https://www.borsaitaliana.it/borsa/notizie/radiocor/economia/dettaglio/marchi-storici-associazione-operativa-con-la-firma-del-primo-accordo-ice-nRC\\_13042022\\_1100\\_248772551.html](https://www.borsaitaliana.it/borsa/notizie/radiocor/economia/dettaglio/marchi-storici-associazione-operativa-con-la-firma-del-primo-accordo-ice-nRC_13042022_1100_248772551.html)

## MARCHI STORICI: ASSOCIAZIONE OPERATIVA CON LA FIRMA DEL PRIMO ACCORDO ICE

(Il Sole 24 Ore Radiocor Plus) - Roma, 13 apr - L'associazione marchi storici d'Italia, nata per valorizzare e tutelare il Made in Italy nel mondo, sancisce oggi la propria piena operatività con la firma del primo accordo quadro con ICE - Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane. Punto focale dell'intesa, le attività di formazione e digitalizzazione dirette alle imprese aderenti all'Associazione. Occasione per inaugurare l'inizio dell'operatività, l'incontro "Nella storia del Marchi Storici Italiani il prestigio e il futuro del Paese", incorso a Roma. Fulcro dell'evento, il confronto sul ruolo delle imprese titolari di Marchio Storico nello sviluppo del Paese e la presentazione del programma dell'Associazione, che intende massimizzare le sinergie realizzabili tra le aziende titolari di Marchio Storico (ad oggi sono 400 circa quelle iscritte al Registro Speciale istituito nell'estate 2019), a cui nel corso dell'incontro è stato rivolto l'invito ad unirsi all'Associazione. Tra gli strumenti già operativi illustrati, anche il Fondo Salvaguardia Imprese, che stanziava in totale un miliardo e 850 milioni di euro - 300 milioni di dotazione iniziale con il decreto legge del 19 maggio 2020 n.34, 250 milioni di rifinanziamento al 2021 con la legge del 30 dicembre 2020 e 100 milioni per ciascuno degli anni dal 2022 al 2035 - per sostenere l'attività d'impresa, attenuare gli impatti della crisi economico-finanziaria e instaurare partnership tra pubblico e privato.



13 aprile 2022

[https://www.borsaitaliana.it/borsa/notizie/radiocor/economia/dettaglio/marchi-storici-associazione-operativa-con-la-firma-del-primo-accordo-ice-2-nRC\\_13042022\\_1100\\_249772551.html?lang=it](https://www.borsaitaliana.it/borsa/notizie/radiocor/economia/dettaglio/marchi-storici-associazione-operativa-con-la-firma-del-primo-accordo-ice-2-nRC_13042022_1100_249772551.html?lang=it)

## **MARCHI STORICI: ASSOCIAZIONE OPERATIVA CON LA FIRMA DEL PRIMO ACCORDO ICE -2-**

(Il Sole 24 Ore Radiocor Plus) - Roma, 13 apr - Nata dall'iniziativa di otto brand storici - Antinori, Inghirami, Conserve Italia, Gabetti, Ekaf, Benetton, Terme di Saturnia e Amaro Lucano 1894 - cui si sono immediatamente associati Cannella, De Cecco, Duke, Lampo, Mazzetti D'Altavilla, Modiano e Zacchera Hotels, l'Associazione è lo strumento con cui le imprese danno forza e operatività all'articolo 31 del Decreto Legge del 30 aprile 2019, n.34, che ha istituito la creazione del Registro dei Marchi Storici di interesse Nazionale. Tra gli obiettivi operativi principali della piattaforma dell'Associazione nei gruppi di lavoro riservati ai Soci, l'individuazione e la mobilitazione di risorse per cogliere opportunità economiche sul piano nazionale e internazionale, la promozione di partnership e collaborazioni tra le aziende Marchi Storici, la tutela dell'unicità di ciascuna cultura d'impresa e, in conclusione, la valorizzazione del Made in Italy all'estero anche tramite accordi diretti con ICE, Simest, Sace, CDP, Invitalia.



13 aprile 2022

[https://www.borsaitaliana.it/borsa/notizie/radiocor/economia/dettaglio/recovery-plan-mariotti-confindustria-non-perdere-opportunita--riformatrice-nRC\\_13042022\\_1205\\_302125234.html?lang=it](https://www.borsaitaliana.it/borsa/notizie/radiocor/economia/dettaglio/recovery-plan-mariotti-confindustria-non-perdere-opportunita--riformatrice-nRC_13042022_1205_302125234.html?lang=it)

## **RECOVERY PLAN: MARIOTTI (CONFINDUSTRIA), NON PERDERE OPPORTUNITA' RIFORMATRICE**

(Il Sole 24 Ore Radiocor Plus) - Roma, 13 apr - "Non dobbiamo perdere l'opportunità offerta da questa capacità riformatrice che il Pnrr deve portare in Italia.

Occorre molta capacità amministrativa, ma sicuramente sulle riforme non si deve indietreggiare". Così Francesca Mariotti, direttore generale di Confindustria, durante l'incontro "Nella storia del Marchi Storici Italiani il prestigio e il futuro del Paese", in corso a Roma.



13 aprile 2022

<https://www.ildenaro.it/decolla-lassociazione-marchi-storici-firmato-laccordo-quadro-con-ice-oltre-400-le-aziende-gia-registrate/>

## Decolla l'Associazione Marchi Storici, firmato l'accordo quadro con Ice. Oltre 400 le aziende già registrate

L'**Associazione Marchi Storici d'Italia**, nata per valorizzare e tutelare il Made in Italy nel mondo, sancisce oggi la propria piena operatività con la firma del primo accordo quadro con ICE – Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane. Punto focale dell'intesa, le attività di formazione e digitalizzazione dirette alle imprese aderenti all'Associazione.

Occasione per inaugurare l'inizio dell'operatività, l'incontro "Nella storia dei Marchi Storici Italiani il prestigio e il futuro del Paese" tenutosi questa mattina a Palazzo Massimo alle Terme a Roma.

Aperto da un saluto del ministro della Cultura Dario Franceschini e chiuso dall'intervento del ministro dello Sviluppo Economico Giancarlo Giorgetti, l'incontro ha ospitato anche un messaggio del Ministro degli Affari Esteri, Luigi Di Maio. Introdotta poi da Massimo Caputi, Presidente dell'Associazione Marchi Storici, e moderata da Nathania Zevi, è seguita una tavola rotonda che ha visto confrontarsi Roberto Luongo, Direttore Generale ICE, Francesca Mariotti, Direttore Generale di Confindustria, Marika Aakesson, Presidente Lazio di ADI – Associazione Design Industriale, con i rappresentanti dell'Associazione: Alessia Antinori, Vicepresidente Marchesi Antinori, Roberto Busso, Amministratore Delegato Gabetti Property Solution e Maurizio Gardini, Presidente di Conserve Italia e di Confcooperative e Luca Bergamo, Direttore dell'Associazione Marchi Storici. Fulcro dell'evento, il confronto sul ruolo delle imprese titolari di Marchio Storico nello sviluppo del Paese e la presentazione del programma dell'Associazione, che intende massimizzare le sinergie realizzabili tra le aziende titolari di Marchio Storico (ad oggi sono 400 circa quelle iscritte al Registro Speciale istituito nell'estate 2019), a cui nel corso dell'incontro è stato rivolto l'invito ad unirsi all'Associazione. Tra gli strumenti già operativi illustrati, anche il Fondo Salvaguardia Imprese, che stanziava in totale un miliardo e 850 milioni di euro – 300 milioni di dotazione iniziale con il decreto legge del 19 maggio 2020 n.34, 250 milioni di rifinanziamento al 2021 con la legge del 30 dicembre 2020 e 100 milioni per ciascuno degli anni dal 2022 al 2035 – per sostenere l'attività d'impresa, attenuare gli impatti della crisi economico-finanziaria e instaurare partnership tra pubblico e privato.

Nel corso della tavola rotonda è poi emerso un giudizio unanime in merito alla necessità di rafforzare le misure destinate alla tutela e alla valorizzazione – anche nel quadro del PNRR – delle imprese titolari di Marchi Storici, ossia di quelle realtà imprenditoriali protagoniste del passato e del futuro dell'economia italiana, che operano sul territorio italiano da oltre cinquant'anni, che costituiscono un tassello importante del patrimonio culturale nazionale e che sono strumento fondamentale della presenza italiana nel mondo e importante veicolo di diplomazia informale; gli altri Paesi Europei da anni hanno una politica attiva verso i Marchi Storici Nazionali.

Nata dall'iniziativa di otto brand storici – Antinori, Inghirami, Conserve Italia, Gabetti, Ekaf, Benetton, Terme di Saturnia e Amaro Lucano 1894 – cui si sono immediatamente associati Cannella, De Cecco, Duke, Lampo, Mazzetti D'Altavilla, Modiano e Zacchera Hotels, l'Associazione è lo strumento con cui le imprese danno forza e operatività all'articolo 31 del Decreto Legge del 30 aprile 2019, n.34, che ha istituito la creazione del Registro dei Marchi Storici di Interesse Nazionale.

Tra gli obiettivi operativi principali della piattaforma dell'Associazione nei gruppi di lavoro riservati ai Soci, l'individuazione e la mobilitazione di risorse per cogliere opportunità economiche sul piano nazionale e internazionale, la promozione di partnership e collaborazioni tra le aziende Marchi Storici, la tutela dell'unicità di ciascuna cultura d'impresa e, in conclusione, la valorizzazione del Made in Italy all'estero anche tramite accordi diretti con ICE, Simest, Sace, CDP, Invitalia

### L'Associazione

L'Associazione Marchi Storici d'Italia è stata costituita nel 2021 ed è l'Associazione delle imprese titolari di Marchio Storico iscritte al Registro dei Marchi Storici d'interesse nazionale presso il Ministero dello Sviluppo Economico, ai sensi dell'art.31 del D.L. 30 aprile 2019 n.34 (cd. Decreto Crescita), convertito in legge, con modificazioni, dall'art.1 della Legge 28 giugno 2019, n.58. L'Associazione si pone quale obiettivi principali la valorizzazione e la tutela del Made in Italy all'estero, nonché la promozione del patrimonio culturale storico dell'imprenditoria italiana. Tra i soci: Amaro Lucano 1894, Antinori, Benetton, Cannella, Conserve Italia, De Cecco, Duke, Ekaf, Gabetti, Inghirami, Lampo, Mazzetti D'Altavilla, Modiano, Terme di Saturnia, Zacchera Hotels.



13 aprile 2022

<https://www.agenziacult.it/homepage/marchi-storici-di-maio-esempi-di-successo-del-made-in-italy/>

## **Marchi Storici, Di Maio: esempi di successo del Made in Italy**

*Rientra in questa prospettiva anche la campagna di comunicazione BeIT, la prima campagna di Nation Branding mai realizzata per l'Italia, lanciata a dicembre scorso. Un'iniziativa con un respiro globale, declinata con speciale attenzione su 26 mercati di rilevanza strategica per le esportazioni italiane, che si propone di raccontare i valori che da sempre contraddistinguono la qualità e l'autenticità del Made in Italy*





13 aprile 2022

<https://www.agenziacult.it/notiziario/marchi-storici-caputi-da-ice-enorme-sensibilita-nella-loro-tutela-nel-mondo/>

### **Marchi Storici, Caputi: da Ice enorme sensibilità nella loro tutela nel mondo**





13 aprile 2022

<https://www.agenziacult.it/economia/associazione-marchi-storici-accordo-quadro-con-ice-per-promozione-allestero/>

### Associazione Marchi Storici, accordo quadro con Ice per promozione all'estero





13 aprile 2022

<https://www.agenziacult.it/notiziario/marchi-storici-giorgetti-dobbiamo-lavorare-per-difenderli-e-impedire-che-scompaiano/>

## **Marchi Storici, Giorgetti: Dobbiamo lavorare per difenderli e impedire che scompaiano**

*"I Marchi Storici sono l'espressione della capacità di fare impresa italiana, dobbiamo sfruttare questa capacità di incontro tra l'arte che si esprime nell'economia e la voglia di ricevere tutto ciò che è italiano"*





13 aprile 2022

<https://it.sports.yahoo.com/notizie/made-italy-marchi-storici-digitalizzazione-131827258.html?guccounter=1>

## **Made in Italy, 'Marchi storici': "Digitalizzazione al centro dell'accordo quadro con Ice"**

(Adnkronos) - L'Associazione Marchi Storici d'Italia, nata per valorizzare e tutelare il Made in Italy nel mondo, sancisce oggi la propria piena operatività con la firma del primo accordo quadro con Ice - Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane. Punto focale dell'intesa, le attività di formazione e digitalizzazione dirette alle imprese aderenti all'Associazione. Occasione per inaugurare il via all'operatività, l'incontro "Nella storia del Marchi Storici Italiani il prestigio e il futuro del Paese", a Palazzo Massimo alle Terme a Roma.

Fulcro dell'evento il confronto sul ruolo delle imprese titolari di Marchio Storico nello sviluppo del Paese e la presentazione del programma dell'Associazione, che intende massimizzare le sinergie realizzabili tra le aziende titolari di Marchio Storico (ad oggi sono 400 circa quelle iscritte al Registro Speciale istituito nell'estate 2019), a cui nel corso dell'incontro è stato rivolto l'invito ad unirsi all'Associazione. Nata dall'iniziativa di otto brand storici - Antinori, Inghirami, Conserve Italia, Gabetti, Ekaf, Benetton, Terme di Saturnia e Amaro Lucano 1894 - cui si sono immediatamente associati Cannella, De Cecco, Duke, Lampo, Mazzetti D'Altavilla, Modiano e Zacchera Hotels, l'Associazione è lo strumento con cui le imprese danno forza e operatività all'articolo 31 del Decreto Legge del 30 aprile 2019 che ha appunto istituito la creazione del Registro dei Marchi Storici di interesse Nazionale.

Tra gli strumenti già operativi illustrati, anche il Fondo Salvaguardia Imprese, che stanziava in totale un miliardo e 850 milioni di euro - 300 milioni di dotazione iniziale con il decreto legge del 19 maggio 2020 n.34, 250 milioni di rifinanziamento al 2021 con la legge del 30 dicembre 2020 e 100 milioni per ciascuno degli anni dal 2022 al 2035 - per sostenere l'attività d'impresa, attenuare gli impatti della crisi economico-finanziaria e instaurare partnership tra pubblico e privato. Nel corso della tavola rotonda è poi emerso un giudizio unanime in merito alla necessità di rafforzare le misure destinate alla tutela e alla valorizzazione - anche nel quadro del Pnrr - delle imprese titolari di Marchi Storici, ossia di quelle realtà imprenditoriali protagoniste del passato e del futuro dell'economia italiana, che operano sul territorio italiano da oltre cinquant'anni.

**yahoo!sport**

13 aprile 2022

<https://it.sports.yahoo.com/video/made-italy-marchi-storici-digitalizzazione-131827541.html>





14 aprile 2022

[https://iusletter.com/oggi-sulla-stampa/associazione-marchi-storici-intesa-con-ice-per-digitale-e-promozione/?utm\\_source=rss&utm\\_medium=rss&utm\\_campaign=associazione-marchi-storici-intesa-con-ice-per-digitale-e-promozione](https://iusletter.com/oggi-sulla-stampa/associazione-marchi-storici-intesa-con-ice-per-digitale-e-promozione/?utm_source=rss&utm_medium=rss&utm_campaign=associazione-marchi-storici-intesa-con-ice-per-digitale-e-promozione)

## Associazione Marchi Storici, intesa con Ice per digitale e promozione

Sono 419 le aziende italiane già iscritte al Registro speciale dell'Associazione Marchi Storici da ieri pienamente operativa per tutelare e valorizzare il meglio del made in Italy nel mondo. Una missione globale sancita dall'accordo quadro con l'Ice che mette al centro dell'intesa le attività di formazione e digitalizzazione delle imprese aderenti.

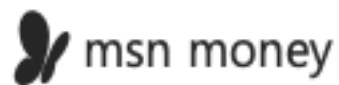
Il punto di partenza è il Registro speciale dei marchi storici di interesse nazionale a cui si possono iscrivere le aziende presenti sul mercato da almeno 50 anni tra cui, per esempio, Cimbali, Amaro Lucano, Conserve Italia, Gabetti, Terme di Saturnia, Antinori, Zafferano Leprotto, Vinavil e tanti altri brand ben radicati nella memoria storica non solo degli italiani perché ben conosciuti in tutto in mondo.

Il punto è salvaguardare la capacità produttiva, creativa ed innovativa di questi asset del Sistema Paese affinché rimangano italiani e siano difesi evitando che siano aggrediti e svuotati. Tra gli strumenti a disposizione c'è il Fondo salvaguardia imprese, con una dotazione di 1,85 miliardi di cui 300 milioni di dotazione iniziale, 250 milioni rifinanziati al 2021 e 100 milioni tra gli anni dal 2022 al 2035 per sostenere l'attività d'impresa, attenuare gli impatti della crisi economico-finanziaria e instaurare partnership tra pubblico e privato.

Massimo Caputi, presidente dell'associazione e delle Terme di Saturnia, ricorda quando un anno fa lesse di un provvedimento sui marchi storici. «Iniziai a informarmi su come in Francia, Germania, Spagna e in altri Paesi venivano tutelate queste imprese - racconta -. Ne parlai con una decina di imprenditori e tutti erano pronti a dare vita all'associazione. Ringrazio il Mise che ha reso organico questo strumento, Invitalia e l'Ice che hanno capito l'importanza del progetto». Da qui la firma dell'accordo quadro con l'Ice per sostenere le aziende dei marchi storici sui mercati internazionali con tantissime iniziative per farle crescere sui mercati internazionali.

Un ulteriore aiuto arriverà dalle risorse del recovery plan e Francesca Mariotti, direttore generale di Confindustria, sottolinea come «Non dobbiamo perdere l'opportunità offerta da questa capacità riformatrice che il Pnrr deve portare in Italia. Occorre molta capacità amministrativa, ma sicuramente sulle riforme non si deve indietreggiare».

Tra i punti chiave dell'associazione c'è l'obiettivo di massimizzare le sinergie realizzabili tra le aziende titolari di marchio storico, la realizzazione di una piattaforma di promozione che, nei gruppi di lavoro riservati ai soci, mira a individuare e mobilitare risorse per cogliere opportunità economiche sul piano nazionale e internazionale, oltre che promuovere partnership e collaborazioni tra le aziende marchi storici. Per finire, si punta a tutelare l'unicità di ciascuna cultura d'impresa e, in conclusione, la valorizzazione del Made in Italy all'estero anche tramite accordi diretti con Ice, Simest, Sace, Cdp e Invitalia. «Ci sono marchi storici italiani che hanno una radice plurisecolare, dobbiamo difendere questa nostra prerogativa in un'epoca in cui le fake news, la disinformazione, sono ovunque - avverte Giancarlo Giorgetti, ministro dello Sviluppo economico -. Il Mise ha, come fulcro della sua attività, la valorizzazione del sistema della proprietà industriale e la difesa dei diritti di esclusiva. Le linee di intervento strategiche sulla proprietà industriale, per il triennio 2021-2023, ne danno una tangibile dimostrazione. L'intervento più importante del Piano è la revisione del codice di proprietà industriale. Dobbiamo approvarlo definitivamente entro la fine di quest'anno».



13 aprile 2022

<https://www.msn.com/it-it/money/storie-principali/made-in-italy-marchi-storici-digitalizzazione-al-centro-dellaccordo-quadro-con-ice/vi-AAWbgjg>

## Made in Italy, 'Marchi storici': "Digitalizzazione al centro dell'accordo quadro con Ice"



<https://www.msn.com/it-it/notizie/mondo/giorgetti-di-maio-e-franceschini-in-difesa-dei-marchi-storici-italiani-filiera-che-va-difesa/ar-AAWbgUx>

## Giorgetti, Di Maio e Franceschini in difesa dei marchi storici italiani, "Filiera che va difesa"



© ANSA Image\_0

«Soft power», ovvero, per dirla con Dario Franceschini, «la capacità di evocare nell'immaginario internazionale il paese dell'arte e del paesaggio, della qualità della vita, dell'arte e del ben fatto». Dunque il «soft power» è il potere evocativo

che hanno i «marchi storici» italiani, rilanciati oggi in un incontro a Palazzo Massimo alle Terme a Roma: un convegno sul ruolo delle imprese titolari di Marchio Storico dove è stato presentato il programma dell'Associazione, che intende massimizzare le sinergie realizzabili tra le aziende iscritte al Registro Speciale istituito nel 2019. E dove è stato presentato un accordo quadro con Ice, per la promozione all'estero, attraverso attività di formazione e digitalizzazione dirette alle stesse imprese. Franceschini, ministro della cultura, insieme a Giancarlo Giorgetti, titolare dello Sviluppo Economico e Luigi Di Maio rilanciano il valore di questi marchi storici, «esempi di successo del made in Italy ed elementi fondamentali per l'ulteriore sviluppo della competitività e della resilienza delle nostre imprese sui mercati internazionali sottoposti a tensioni e trasformazioni», è il messaggio del ministro degli Esteri. Che fa notare come, malgrado la pandemia, i 516 miliardi di export nel 2021, siano «una cifra record che le esportazioni italiane hanno raggiunto nonostante le strozzature nell'approvvigionamento delle materie prime e dell'energia». A definire un perimetro ideale dei marchi storici è Franceschini, «sono tutti quelli che coniugando tradizione e innovazione esprimono un esempio che lo storico dell'economia Carlo Cipolla definiva una vocazione, l'antica propensione italiana a produrre all'ombra dei campanili cose che piacciono al mondo». Da due anni questi marchi sono riuniti in un'associazione, che ne raggruppa finora 400: tra questi, punte di diamante del made in Italy, grandi asset, capaci di valorizzare la cosiddetta «italian way of life» nel mondo, canali naturali di «diplomazia culturale». A dar vita all'associazione nel 2019 marchi come Benetton, Antinori, Inghirami, De Cecco, Modiano, cui se ne aggiungono di continuo altri. Ora, nell'ambito dei fondi del Pnrr, si vorrebbero rafforzare le misure per la tutela e la valorizzazione di realtà che per veder riconosciuto il marchio, devono operare da Pnrr, si vorrebbero rafforzare le misure per la tutela e la valorizzazione di realtà che per veder riconosciuto il marchio, devono operare da almeno 50 anni sul territorio italiano. «Ma alcuni - ha ricordato Giancarlo Giorgetti - hanno una tradizione plurisecolare. Dobbiamo sostenere una filiera - dice il ministro dello Sviluppo - che ci ha dato un patrimonio ineguagliabile di competenza e lavorare insieme per difendere i marchi storici e impedire che scompaiano, perché sono prodotti unici che fanno parte della nostra storia e della nostra cultura. Sono parte della più bella immagine che l'Italia sta dando nel mondo».

# VIRGILIO

13 aprile 2022

[https://www.virgilio.it/italia/napoli/notizielocali/decolla\\_lAssociazione\\_marchi\\_storici\\_firmato\\_laccordo\\_quadro\\_con\\_ice\\_oltre\\_400\\_le\\_aziende\\_gi\\_registrate-68687563.html](https://www.virgilio.it/italia/napoli/notizielocali/decolla_lAssociazione_marchi_storici_firmato_laccordo_quadro_con_ice_oltre_400_le_aziende_gi_registrate-68687563.html)

Decolla l'Associazione  
Marchi Storici, firmato  
l'accordo quadro con Ice.  
Oltre 400 le aziende già  
registrate

**L'Associazione Marchi Storici d'Italia**, nata per valorizzare e tutelare il Made in Italy nel mondo, sancisce oggi la propria piena operatività con la firma del primo accordo quadro con ICE – Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane. Punto focale dell'intesa, le attività di formazione e digitalizzazione dirette alle imprese aderenti all'Associazione.

Occasione per inaugurare l'inizio dell'operatività, l'incontro "Nella storia dei Marchi Storici Italiani il prestigio e il futuro del Paese" tenutosi questa mattina a Palazzo Massimo alle Terme a Roma.

Aperto da un saluto del ministro della Cultura Dario Franceschini e chiuso dall'intervento del ministro dello Sviluppo Economico Giancarlo Giorgetti, l'incontro ha ospitato anche un messaggio del Ministro degli Affari Esteri, Luigi Di Maio. Introdotta poi da Massimo Caputi, Presidente dell'Associazione Marchi Storici, e moderata da Nathania Zevi, è seguita una tavola rotonda che ha visto confrontarsi Roberto Luongo, Direttore Generale ICE, Francesca Mariotti, Direttore Generale di Confindustria, Marika Aakesson, Presidente Lazio di ADI – Associazione Design Industriale, con i rappresentanti dell'Associazione: Alessia Antinori, Vicepresidente Marchesi Antinori, Roberto Busso, Amministratore Delegato Gabetti Property Solution e Maurizio Gardini, Presidente di Conserve Italia e di Confcooperative e Luca Bergamo, Direttore dell'Associazione Marchi Storici. Fulcro dell'evento, il confronto sul ruolo delle imprese titolari di Marchio Storico nello sviluppo del Paese e la presentazione del programma dell'Associazione, che intende massimizzare le sinergie realizzabili tra le aziende titolari di Marchio Storico (ad oggi sono 400 circa quelle iscritte al Registro Speciale istituito nell'estate 2019), a cui nel corso dell'incontro è stato rivolto l'invito ad unirsi all'Associazione. Tra gli strumenti già operativi illustrati, anche il Fondo Salvaguardia Imprese, che stanza in totale un miliardo e 850 milioni di euro – 300 milioni di dotazione iniziale con il decreto legge del 19 maggio 2020 n.34, 250 milioni di rifinanziamento al 2021 con la legge del 30 dicembre 2020 e 100 milioni per ciascuno degli anni dal 2022 al 2035 – per sostenere l'attività d'impresa, attenuare gli impatti della crisi economico-finanziaria e instaurare partnership tra pubblico e privato.

Nel corso della tavola rotonda è poi emerso un giudizio unanime in merito alla necessità di rafforzare le misure destinate alla tutela e alla valorizzazione – anche nel quadro del PNRR – delle imprese titolari di Marchi Storici, ossia di quelle realtà imprenditoriali protagoniste del passato e del futuro dell'economia italiana, che operano sul territorio italiano da oltre cinquant'anni, che costituiscono un tassello importante del patrimonio culturale nazionale e che sono strumento fondamentale della presenza italiana nel mondo e importante veicolo di diplomazia informale; gli altri Paesi Europei da anni hanno una politica attiva verso i Marchi Storici Nazionali.

Nata dall'iniziativa di otto brand storici – Antinori, Inghirami, Conserve Italia, Gabetti, Ekaf, Benetton, Terme di Saturnia e Amaro Lucano 1894 – cui si sono immediatamente associati Cannella, De Cecco, Duke, Lampo, Mazzetti D'Altavilla, Modiano e Zacchera Hotels, l'Associazione è lo strumento con cui le imprese danno forza e operatività all'articolo 31 del Decreto Legge del 30 aprile 2019, n.34, che ha istituito la creazione del Registro dei Marchi Storici di Interesse Nazionale.

Tra gli obiettivi operativi principali della piattaforma dell'Associazione nei gruppi di lavoro riservati ai Soci, l'individuazione e la mobilitazione di risorse per cogliere opportunità economiche sul piano nazionale e internazionale, la promozione di partnership e collaborazioni tra le aziende Marchi Storici, la tutela dell'unicità di ciascuna cultura d'impresa e, in conclusione, la valorizzazione del Made in Italy all'estero anche tramite accordi diretti con ICE, Simest, Sace, CDP, Invitalia

#### L'Associazione

L'Associazione Marchi Storici d'Italia è stata costituita nel 2021 ed è l'Associazione delle imprese titolari di Marchio Storico iscritte al Registro dei Marchi Storici d'Interesse nazionale presso il Ministero dello Sviluppo Economico, ai sensi dell'art.31 del D.L. 30 aprile 2019 n.34 (cd. Decreto Crescita), convertito in legge, con modificazioni, dall'art.1 della Legge 28 giugno 2019, n.58. L'Associazione si pone quale obiettivi principali la valorizzazione e la tutela del Made in Italy all'estero, nonché la promozione del patrimonio culturale storico dell'imprenditoria italiana. Tra i soci: Amaro Lucano 1894, Antinori, Benetton, Cannella, Conserve Italia, De Cecco, Duke, Ekaf, Gabetti, Inghirami, Lampo, Mazzetti D'Altavilla, Modiano, Terme di Saturnia, Zacchera Hotels.



13 aprile 2022

<https://www.zazoom.it/2022-04-13/decolla-lassociazione-marchi-storici-firmato-laccordo-quadro-con-ice-oltre-400-le-aziende-gia-registrate/10706259/>

## Decolla l'Associazione Marchi Storici | firmato l'accordo quadro con Ice Oltre 400 le aziende già registrate

L'Associazione Marchi Storici d'Italia, nata per valorizzare e tutelare il Made in Italy nel mondo, sancisce oggi la propria piena operatività con la firma del primo accordo quadro con ICE – Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane. Punto focale dell'intesa, le attività di formazione e digitalizzazione dirette alle imprese aderenti all'Associazione.

Occasione per inaugurare l'inizio dell'operatività, l'incontro "Nella storia dei Marchi Storici Italiani il prestigio e il futuro del Paese" tenutosi questa mattina a Palazzo Massimo alle Terme a Roma.

Aperto da un saluto del ministro della Cultura Dario Franceschini e chiuso dall'intervento del ministro dello Sviluppo Economico Giancarlo Giorgetti, l'incontro ha ospitato anche un messaggio del Ministro degli Affari Esteri, Luigi Di Maio. Introdotta poi da Massimo Caputi, Presidente dell'Associazione Marchi Storici, e moderata da Nathanla Zevi, è seguita una tavola rotonda che ha visto confrontarsi Roberto Luongo, Direttore Generale ICE, Francesca Mariotti, Direttore Generale di Confindustria, Marika Aakesson, Presidente Lazio di ADI – Associazione Design Industriale, con i rappresentanti dell'Associazione: Alessia Antinori, Vicepresidente Marchesi Antinori, Roberto Busso, Amministratore Delegato Gabetti Property Solution e Maurizio Gardini, Presidente di Conserve Italia e di Confcooperative e Luca Bergamo, Direttore dell'Associazione Marchi Storici. Fulcro dell'evento, il confronto sul ruolo delle imprese titolari di Marchio Storico nello sviluppo del Paese e la presentazione del programma dell'Associazione, che intende massimizzare le sinergie realizzabili tra le aziende titolari di Marchio Storico (ad oggi sono 400 circa quelle iscritte al Registro Speciale istituito nell'estate 2019), a cui nel corso dell'incontro è stato rivolto l'invito ad unirsi all'Associazione. Tra gli strumenti già operativi illustrati, anche il Fondo Salvaguardia Imprese, che stanza in totale un miliardo e 850 milioni di euro – 300 milioni di dotazione iniziale con il decreto legge del 19 maggio 2020 n.34, 250 milioni di rifinanziamento al 2021 con la legge del 30 dicembre 2020 e 100 milioni per ciascuno degli anni dal 2022 al 2035 – per sostenere l'attività d'impresa, attenuare gli impatti della crisi economico-finanziaria e instaurare partnership tra pubblico e privato.

Nel corso della tavola rotonda è poi emerso un giudizio unanime in merito alla necessità di rafforzare le misure destinate alla tutela e alla valorizzazione – anche nel quadro del PNRR – delle imprese titolari di Marchi Storici, ossia di quelle realtà imprenditoriali protagoniste del passato e del futuro dell'economia italiana, che operano sul territorio italiano da oltre cinquant'anni, che costituiscono un tassello importante del patrimonio culturale nazionale e che sono strumento fondamentale della presenza italiana nel mondo e importante veicolo di diplomazia informale; gli altri Paesi Europei da anni hanno una politica attiva verso i Marchi Storici Nazionali.

Nata dall'iniziativa di otto brand storici – Antinori, Inghirami, Conserve Italia, Gabetti, Ekaf, Benetton, Terme di Saturnia e Amaro Lucano 1894 – cui si sono immediatamente associati Cannella, De Cecco, Duke, Lampo, Mazzetti D'Altavilla, Modiano e Zacchera Hotels, l'Associazione è lo strumento con cui le imprese danno forza e operatività all'articolo 31 del Decreto Legge del 30 aprile 2019, n.34, che ha istituito la creazione del Registro dei Marchi Storici di Interesse Nazionale.

Tra gli obiettivi operativi principali della piattaforma dell'Associazione nei gruppi di lavoro riservati ai Soci, l'individuazione e la mobilitazione di risorse per cogliere opportunità economiche sul piano nazionale e internazionale, la promozione di partnership e collaborazioni tra le aziende Marchi Storici, la tutela dell'unicità di ciascuna cultura d'impresa e, in conclusione, la valorizzazione del Made in Italy all'estero anche tramite accordi diretti con ICE, Simest, Sace, CDP, Invitalia

### L'Associazione

L'Associazione Marchi Storici d'Italia è stata costituita nel 2021 ed è l'Associazione delle imprese titolari di Marchio Storico iscritte al Registro dei Marchi Storici d'Interesse nazionale presso il Ministero dello Sviluppo Economico, ai sensi dell'art.31 del D.L. 30 aprile 2019 n.34 (cd. Decreto Crescita), convertito in legge, con modificazioni, dall'art.1 della Legge 28 giugno 2019, n.58. L'Associazione si pone quale obiettivi principali la valorizzazione e la tutela del Made in Italy all'estero, nonché la promozione del patrimonio culturale storico dell'imprenditoria italiana. Tra i soci: Amaro Lucano 1894, Antinori, Benetton, Cannella, Conserve Italia, De Cecco, Duke, Ekaf, Gabetti, Inghirami, Lampo, Mazzetti D'Altavilla, Modiano, Terme di Saturnia, Zacchera Hotels.



14 aprile 2022

<https://rassegnastampa.news/giorgetti-di-maio-e-franceschini-in-difesa-dei-marchi-storici-italiani-filiera-che-va-difesa-1649909708>

Giorgetti, Di Maio e Franceschini in  
difesa dei marchi storici italiani,  
“Filiera che va difesa”



13 aprile 2022

<https://citymilano.com/2022/04/13/giorgetti-di-maio-e-franceschini-in-difesa-dei-marchi-storici-italiani-filiera-che-va-difesa/>

**Giorgetti, Di Maio e Franceschini in difesa dei marchi storici italiani, "Filiera che va difesa"**



13 aprile 2022

<https://flipboard.com/@FlipboardItalia/un-cuore-agroalimentare-per-l-associazione-dei-marchi-storici/a-NbTo76z5SWOqAsIZNDJZSQ%3Aa%3A37092872-a491c38c47%2Filssole24ore.com>

### Un cuore agroalimentare per l'Associazione dei marchi storici



ilssole24ore.com - di Silvia Marzialetti • 19h

C'è il food in tutte le sue declinazioni nell'Associazione marchi storici d'Italia presentata ufficialmente a Roma. Amaro Lucano 1894, Antinori, ...

[Leggi di più su ilssole24ore.com](#)



13 aprile 2022

<https://www.sannioportale.it/articoli/Economia/Adnkronos-com/made-in-italy-marchi-storici-digitalizzazione-al-centro-dellaccordo-quadro-con-ice-4207874.asp>

## Made in Italy, 'Marchi storici': "Digitalizzazione al centro dell'accordo quadro con Ice"

Firmato oggi sancisce piena operatività Associazione

L'Associazione Marchi Storici d'Italia, nata per valorizzare e tutelare il Made in Italy nel mondo, sancisce oggi la propria piena operatività con la firma del primo accordo quadro con Ice – Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane. Punto focale dell'intesa, le attività di formazione e digitalizzazione dirette alle imprese aderenti all'Associazione. Occasione per inaugurare il via all'operatività, l'incontro "Nella storia del Marchi Storici Italiani il prestigio e il futuro del Paese" , a Palazzo Massimo alle Terme a Roma.

Fulcro dell'evento il confronto sul ruolo delle imprese titolari di Marchio Storico nello sviluppo del Paese e la presentazione del programma dell'Associazione, che intende massimizzare le sinergie realizzabili tra le aziende titolari di Marchio Storico (ad oggi sono 400 circa quelle iscritte al Registro Speciale istituito nell'estate 2019), a cui nel corso dell'incontro è stato rivolto l'invito ad unirsi all'Associazione. Nata dall'iniziativa di otto brand storici - Antinori, Inghirami, Conserve Italia, Gabetti, Ekaf, Benetton, Terme di Saturnia e Amaro Lucano 1894 - cui si sono immediatamente associati Cannella, De Cecco, Duke, Lampo, Mazzetti D'Altavilla, Modiano e Zacchera Hotels, l'Associazione è lo strumento con cui le imprese danno forza e operatività all'articolo 31 del Decreto Legge del 30 aprile 2019 che ha appunto istituito la creazione del Registro dei Marchi Storici di interesse Nazionale.



13 aprile 2022

<https://www.ilpezzoimpertinente.it/2022/04/13/made-in-italy-i-marchi-storici-sono-esempi-di-successo-e-vanno-tutelati/>

## Made in Italy, i marchi storici sono esempi di successo e vanno tutelati

“I marchi storici, espressione di quelle competenze e di quell’expertise che rendono i prodotti italiani ambiti nel mondo, sono esempi di successo del made in Italy ed elementi fondamentali per l’ulteriore sviluppo della competitività e della resilienza delle nostre imprese su mercati internazionali sottoposti a tensioni e trasformazioni. Lo dimostrano i dati relativi alle nostre esportazioni: 516 miliardi di export nel 2021. Una cifra record che le esportazioni italiane hanno raggiunto nonostante le strozzature nelle catene globali di approvvigionamento delle materie prime e dell’energia e nella logistica che, acuite ora dalla crisi russo-ucraina, avevano già iniziato a registrarsi sul finire dello scorso anno”. Così il ministro degli Esteri, Luigi Di Maio, nel suo messaggio di saluto all’evento ‘Nella storia del Marchi Storici Italiani il prestigio e il futuro del Paese’, che si è tenuto questa mattina a Palazzo Massimo alle Terme, a Roma. “A questo risultato eccezionale- così ancora Di Maio- il ministero degli Affari esteri e della Cooperazione internazionale ha contribuito in particolare attraverso il Patto per l’Export: una strategia innovativa da 5,7 miliardi di euro, disegnata per fornire risposte immediate nelle fasi più acute della pandemia e che oggi si evolve per proseguire nell’azione di sostegno alla presenza delle aziende italiane sui mercati internazionali. Rientra in questa prospettiva anche la campagna di comunicazione BelT, la prima campagna di Nation Branding mai realizzata per l’Italia, lanciata a dicembre scorso. È una campagna che abbiamo fortemente voluto, da un lato per restituire al pubblico internazionale – soprattutto ai giovani consumatori – un’immagine originale e innovativa dell’Italia, dei suoi valori e dei suoi talenti, dall’altro per mettere al servizio delle imprese un nuovo strumento di sostegno all’export e all’internazionalizzazione. I risultati conseguiti nei primi tre mesi di attività – con un elevato numero di visualizzazioni, oltre 5 miliardi di ‘impressions’ e un crescente trend di interazione con l’utenza – testimoniano la validità di questa impostazione”.



13 aprile 2022

<http://www.areadem.info/adon.pl?act=doc&doc=46030>

**Franceschini: i marchi storici sono significativi del nostro soft power**

13 Aprile 2022



"I marchi storici rappresentano un pezzo significativo del nostro soft power. Coniugando tradizione e innovazione le imprese che aderiscono alla vostra associazione esprimono un esempio di quello che il grande storico dell'economia, Carlo Cipolla, ha definito una vocazione, cioè l'antica propensione italiana a produrre all'ombra dei campanili cose che piacciono al mondo". Così il ministro della Cultura, Dario Franceschini, in un messaggio indirizzato al convegno 'Nella storia dei marchi storici il prestigio e il futuro del paese' in corso a Palazzo Massimo alle Terme.

Il ministro Franceschini, nel suo messaggio indirizzato all'evento sui marchi storici, ha aggiunto che i marchi storici realizzano "un legame profondo tra i saperi, il saper fare, la cultura e l'identità che rafforza l'attività delle nostre produzioni di qualità e il made in Italy".

## ULTIMENOTIZIE OGGI

13 aprile 2022

<https://ultimenotizieoggi.it/2022/04/13/un-cuore-agroalimentare-per-lassociazione-dei-marchi-storici/>

### Un cuore agroalimentare per l'Associazione dei marchi storici



Aceto De Nigris e Acqua Lete i prossimi marchi ad aderire dopo Amaro Lucano 1894, Antinori, Conserve Italia, De Cecco, Ekaf ...

fonte : <https://www.ilsole24ore.com/art/un-cuore-agroalimentare-l-associazione-marchi-storici-AE56cqRB>



13 aprile 2022

[https://pressitalia.net/2022/04/made-in-italy-marchi-storici-digitalizzazione-al-centro-dellaccordo-quadro-con-ice\\_neprxpdkzuw5oolqmsokr.html](https://pressitalia.net/2022/04/made-in-italy-marchi-storici-digitalizzazione-al-centro-dellaccordo-quadro-con-ice_neprxpdkzuw5oolqmsokr.html)

## Made in Italy, 'Marchi storici': "Digitalizzazione al centro dell'accordo quadro con Ice"

L'Associazione Marchi Storici d'Italia, nata per valorizzare e tutelare il Made in Italy nel mondo, sancisce oggi la propria piena operatività con la firma del primo accordo quadro con Ice – Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane. Punto focale dell'intesa, le attività di formazione e digitalizzazione dirette alle imprese aderenti all'Associazione. Occasione per inaugurare il via all'operatività, l'incontro "Nella storia del Marchi Storici Italiani il prestigio e il futuro del Paese", a Palazzo Massimo alle Terme a Roma.

Fulcro dell'evento il confronto sul ruolo delle imprese titolari di Marchio Storico nello sviluppo del Paese e la presentazione del programma dell'Associazione, che intende massimizzare le sinergie realizzabili tra le aziende titolari di Marchio Storico (ad oggi sono 400 circa quelle iscritte al Registro Speciale istituito nell'estate 2019), a cui nel corso dell'incontro è stato rivolto l'invito ad unirsi all'Associazione. Nata dall'iniziativa di otto brand storici – Antinori, Inghirami, Conserve Italia, Gabetti, Ekaf, Benetton, Terme di Saturnia e Amaro Lucano 1894 – cui si sono immediatamente associati Cannella, De Cecco, Duke, Lampo, Mazzetti D'Altavilla, Modiano e Zacchera Hotels, l'Associazione è lo strumento con cui le imprese danno forza e operatività all'articolo 31 del Decreto Legge del 30 aprile 2019 che ha appunto istituito la creazione del Registro dei Marchi Storici di interesse Nazionale.

Tra gli strumenti già operativi illustrati, anche il Fondo Salvaguardia Imprese, che stanziava in totale un miliardo e 850 milioni di euro – 300 milioni di dotazione iniziale con il decreto legge del 19 maggio 2020 n.34, 250 milioni di rifinanziamento al 2021 con la legge del 30 dicembre 2020 e 100 milioni per ciascuno degli anni dal 2022 al 2035 – per sostenere l'attività d'impresa, attenuare gli impatti della crisi economico-finanziaria e instaurare partnership tra pubblico e privato. Nel corso della tavola rotonda è poi emerso un giudizio unanime in merito alla necessità di rafforzare le misure destinate alla tutela e alla valorizzazione – anche nel quadro del Pnrr – delle imprese titolari di Marchi Storici, ossia di quelle realtà imprenditoriali protagoniste del passato e del futuro dell'economia italiana, che operano sul territorio italiano da oltre cinquant'anni.



13 aprile 2022

<https://panathlonclubmilano.it/video-adnkronos/made-in-italy-marchi-storici-digitalizzazione-al-centro-dellaccordo-quadro-con-ice/>

## Made in Italy, ‘Marchi storici’: “Digitalizzazione al centro dell’accordo quadro con Ice”

(Adnkronos) – L’Associazione Marchi Storici d’Italia, nata per valorizzare e tutelare il Made in Italy nel mondo, sancisce oggi la propria piena operatività con la firma del primo accordo quadro con Ice – Agenzia per la promozione all’estero e l’internazionalizzazione delle imprese italiane. Punto focale dell’intesa, le attività di formazione e digitalizzazione dirette alle imprese aderenti all’Associazione. Occasione per inaugurare il via all’operatività, l’incontro “Nella storia del Marchi Storici Italiani il prestigio e il futuro del Paese”, a Palazzo Massimo alle Terme a Roma.

Fulcro dell’evento il confronto sul ruolo delle imprese titolari di Marchio Storico nello sviluppo del Paese e la presentazione del programma dell’Associazione, che intende massimizzare le sinergie realizzabili tra le aziende titolari di Marchio Storico (ad oggi sono 400 circa quelle iscritte al Registro Speciale istituito nell’estate 2019), a cui nel corso dell’incontro è stato rivolto l’invito ad unirsi all’Associazione. Nata dall’iniziativa di otto brand storici – Antinori, Inghirami, Conserve Italia, Gabetti, Ekaf, Benetton, Terme di Saturnia e Amaro Lucano 1894 – cui si sono immediatamente associati Cannella, De Cecco, Duke, Lampo, Mazzetti D’Altavilla, Modiano e Zacchera Hotels, l’Associazione è lo strumento con cui le imprese danno forza e operatività all’articolo 31 del Decreto Legge del 30 aprile 2019 che ha appunto istituito la creazione del Registro dei Marchi Storici di interesse Nazionale.

Tra gli strumenti già operativi illustrati, anche il Fondo Salvaguardia Imprese, che stanziava in totale un miliardo e 850 milioni di euro – 300 milioni di dotazione iniziale con il decreto legge del 19 maggio 2020 n.34, 250 milioni di rifinanziamento al 2021 con la legge del 30 dicembre 2020 e 100 milioni per ciascuno degli anni dal 2022 al 2035 – per sostenere l’attività d’impresa, attenuare gli impatti della crisi economico-finanziaria e instaurare partnership tra pubblico e privato. Nel corso della tavola rotonda è poi emerso un giudizio unanime in merito alla necessità di rafforzare le misure destinate alla tutela e alla valorizzazione – anche nel quadro del Pnrr – delle imprese titolari di Marchi Storici, ossia di quelle realtà imprenditoriali protagoniste del passato e del futuro dell’economia italiana, che operano sul territorio italiano da oltre cinquant’anni.



13 aprile 2022

<https://www.yougonews.com/2022/04/13/un-cuore-agroalimentare-per-l'associazione-dei-marchi-storici/>

## Un cuore agroalimentare per l'Associazione dei marchi storici

C'è il food in tutte le sue declinazioni nell'Associazione marchi storici d'Italia presentata ufficialmente a Roma. **Amaro Lucano 1894, Antinori, Conserve Italia, De Cecco, Ekaf** le imprese che hanno già aderito, mentre per **Aceto De Nigris** e **Acqua Lete** l'ingresso è imminente, come annunciato a Il Sole 24 Ore dai loro capitani d'azienda presenti a Roma.

Il minimo comune denominatore è l'iscrizione al **Registro dei marchi storici d'interesse nazionale presso il ministero dello Sviluppo Economico**, uno strumento di grande appeal per l'agroalimentare (il comparto più presente), istituito per tutelare la proprietà industriale di prodotti storicamente collegati al territorio, sulla scia del caso **Pernigotti**. Ne sa qualcosa Nicola **Fabbri**, ad Fabbri 1905 e presidente di Fabbri China e Usa, l'azienda di Bologna specializzata nel settore dolciario e del beverage, celebre per la sua Amarena in sciroppo, che lo scorso anno vinse una controversia contro due competitor asiatici, per un caso di plagio del proprio pack.

«Siamo stati fortunati perchè abbiamo trovato ottimi collaboratori in Italia e in Cina, studi legali che hanno lottato e hanno vinto. Molti colleghi italiani non hanno avuto la stessa fortuna», dice Fabbri. Ma non c'è solo questo. L'imprenditore – che a Roma è venuto in veste di osservatore, ma che non ha ancora sciolto le riserve in merito a un eventuale ingresso nell'associazione – rilancia: «Oggi troppi brand vengono venduti all'estero, a grandi gruppi o fondi, che non hanno alcun interesse a promuoverli, ma solo a monetizzare». Da anni la sua azienda è a caccia di piccoli marchi storici da acquisire che abbiano bisogno di essere consolidati «ma – confessa – sono tutti svaniti negli ultimi mesi: abbiamo concorrenti fenomenali che fanno man bassa proprio mentre iniziamo le contrattazioni e che hanno riserve economiche talmente ingenti, da non temere rilanci su aziende che sono ipervalutate».

Gruppo De Nigris 1889 – che solo pochi giorni fa ha conquistato il marchio storico di interesse nazionale – sarà la prossima azienda ad aderire all'associazione. Lo conferma il presidente **Armando De Nigris**, che commenta: «Le nostre sono aziende di antiquariato, un antiquariato che va valorizzato e il cui heritage deve essere portato all'estero». Dello stesso avviso **Nicola Arnone (presidente di Sgam)**, che con orgoglio mostra il marchio storico riconosciuto alla sua Acqua Lete. Valorizzazione e tutela del Made in Italy sono i concetti più ricorrenti durante la presentazione. Come ricorda anche **Alessia Antinori**, vicepresidente dell'associazione e dell'azienda vinicola di famiglia che ha le sue radici nel 1385: «L'obiettivo è fare sistema per essere più forti in Italia e oltreconfine».

<https://www.notizie.today/post/giorgetti-di-maio-e-franceschini-in-difesa-dei-marchi-storici-italiani-filiera-che-va-difesa-439090.html>



«Soft power», ovvero, per dirla con Dario Franceschini, «la capacità di evocare nell’immaginario internazionale il paese dell’arte e del paesaggio, della qualità della vita, dell’arte e del ben fatto». Dunque il «soft power» è il potere evocativo che hanno i «marchi storici» italiani, rilanciati oggi in un incontro a Palazzo Massimo alle Terme a Roma: un convegno sul ruolo delle imprese titolari di Marchio Storico dove è stato presentato il programma dell’Associazione, ....



13 aprile 2022

<https://it.advfn.com/mercati/notizie/87823086/pnrr-mariotti-non-fare-passi-indietro-nonostante>

## **Pnrr: Mariotti, non fare passi indietro nonostante shock**

"Questo shock che colpisce l'economia italiana, che soffre più di altre economie di altri Paesi europei, crea degli interrogativi di tenuta, di tipo qualitativo e quantitativo ma anche sui tempi" del Pnrr.

Lo ha detto il dg di Confindustria, Francesca Mariotti, intervenendo in videocollegamento a un convegno dei Marchi Storici Italiani a Palazzo Massimo, parlando di "situazione di enorme difficoltà" col prezzo del gas che è cresciuto del "1200% rispetto al pre-Covid". "Non si deve rallentare, non si devono fare passi indietro", ha sottolineato l'esponente di viale dell'Astronomia.

"Non dobbiamo perdere l'opportunità del Pnrr - ha aggiunto Mariotti -, la capacità riformatrice, sulle riforme non si deve indietreggiare".

TV



13 aprile 2022

[http://bancadati.datavideo.it/media/20220413/20220413-RAI\\_2-TG2\\_1815-183930010m.mp4](http://bancadati.datavideo.it/media/20220413/20220413-RAI_2-TG2_1815-183930010m.mp4)

