



Marchi storici, un piano per contrastare le imitazioni

Il progetto

Formazione avanzata e blockchain per garantire la tracciabilità dei prodotti

Enrico Netti

Una strategia per valorizzare e difendere dei marchi storici. È quella varata dall'Ice insieme all'Associazione Marchi Storici d'Italia che punta a difendere la cultura d'impresa storica all'estero con il varo di due progetti contro l'italian sounding. Il primo prevede la tracciabilità con la blockchain in collaborazione con il progetto Ice TrackIt a cui si aggiunge il programma di formazione avanzata su Heritage marketing per i Marchi Storici e nuovi strumenti digitali curato dal Team export Digital Academy dei servizi formativi del-

l'Agenzia. Si tratta di progetti già avviati dall'Ice a cui l'Associazione è convenzionata. «I due progetti che stiamo lanciando con Ice rispondono a due priorità assolute nel panorama attuale di accelerazione all'export del made in Italy - anticipa al Sole-24 Ore Massimo Caputi, presidente dell'Associazione -. Parlo della tutela dei marchi con la blockchain a cui si aggiunge la formazione con temi prioritari per le aziende come il social media e il community building, nuovi strumenti digitali per comunicare l'heritage oltre all'intelligenza artificiale, l'e-commerce e il web marketing con focus mirati per la generazione Z. Partecipare a questi progetti strategici non comporta costi per le imprese perché compresi nella convenzione siglata con l'Ice lo scorso anno».

Con questa collaborazione pubblico-privato il piano punta a difendere le 4A del Made in Italy (agroalimentare, abbigliamento, arredo casa e automazione) che complessiva-

mente valgono un fatturato di oltre 40 miliardi l'anno e finiscono per essere penalizzate dalle contraffazioni e dall'italian sounding.

«TrackIt Ice introduce per la prima volta nella blockchain la certificazione di marchio storico ottenuta con l'iscrizione al Registro dei marchi storici d'interesse nazionale presso l'Ufficio italiano brevetti e marchi del Mimit - continua il Presidente -. Con la blockchain basta inquadrare un Qr code per controllare l'autenticità del prodotto. Con lo stesso strumento si valorizza la comunicazione delle origini dell'azienda, dei suoi prodotti, la storia del marchio aumentando la fiducia nei consumatori». Invece il programma della Digital export academy è più legato ai valori del marchio facendo lega sui valori del patrimonio storico che dovrà creare nei clienti quel senso di appartenenza rafforza l'unicità aziendale.

enrico.netti@ilssole24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA