



Camera dei Deputati

XIX Legislatura

X Commissione Attività produttive, commercio e turismo

Audizione nell'ambito dell'indagine conoscitiva

**“Made in Italy: valorizzazione e sviluppo dell'impresa italiana nei suoi
diversi ambiti produttivi”**

Roma, 21 febbraio 2023



Signor Presidente, Onorevoli Deputati,

i Marchi Storici italiani hanno accolto con piacere l'invito e il coinvolgimento nell'indagine conoscitiva sul Made in Italy, un'occasione di approfondimento e confronto su una tematica di primaria importanza per il Sistema Italia.

Come noto l'art. 31 del D.L. 30 aprile 2019, n. 34 (cd. Decreto Crescita) convertito in legge, con modificazioni, dall'art. 1 della L. 28 giugno 2019, n. 58, ha introdotto l'art.185-bis al D.Lgs. 10 febbraio 2005, n. 30 recante il Codice della Proprietà Industriale, istituendo il **Registro speciale dei Marchi Storici di interesse nazionale** presso la Direzione Generale per la Tutela della Proprietà Industriale-Ufficio Italiano Brevetti e Marchi del Ministero delle Imprese e del Made in Italy.

Nella fattispecie, la normativa prevede che i titolari o licenziatari esclusivi di **marchi d'impresa registrati o per i quali sia possibile dimostrare l'uso continuativo da almeno cinquanta anni**, utilizzati per la commercializzazione di prodotti o servizi realizzati in un'impresa produttiva nazionale di eccellenza storicamente collegata al territorio nazionale, possono ottenere l'iscrizione del marchio nel Registro. Con Decreto ministeriale del 10 gennaio 2020 è stato poi introdotto il logo "Marchio Storico di interesse nazionale" che le imprese iscritte al Registro possono utilizzare per le finalità commerciali e promozionali.

Con tali atti normativi, **il Legislatore ha riconosciuto ai Marchi Storici italiani il valore di patrimonio culturale e industriale del Paese**, che non solo racconta una cultura imprenditoriale dotata di un eccellente bagaglio di talenti, competenze, obiettivi, storia e organizzazione, ma costituisce una leva per lo sviluppo e l'internazionalizzazione dell'economia e della società italiana.

Sulla scia dell'istituzione del Registro si è costituita l'Associazione Marchi Storici d'Italia, quale unica realtà rappresentativa delle aziende titolari di Marchi Storici. Ad oggi sono oltre 500 i Marchi Storici iscritti al Registro e circa 360 le aziende titolari.

Il fine principale dell'Associazione è di giungere finalmente nel nostro Paese al **riconoscimento dei Marchi Storici quale categoria e settore a sé stante** che possa essere destinatario di misure ad hoc di promozione, tutela e valorizzazione.

Il progetto associativo – cui hanno aderito importanti realtà imprenditoriali, eccellenze storiche di diversi settori produttivi – mira a **fare della trasversalità il proprio punto di forza**, generando opportunità di sviluppo del business dei Marchi Storici e rappresentando al meglio gli interessi delle imprese iscritte al Registro, contribuendo a potenziare l'immagine e il ruolo dell'imprenditoria italiana nel mondo.

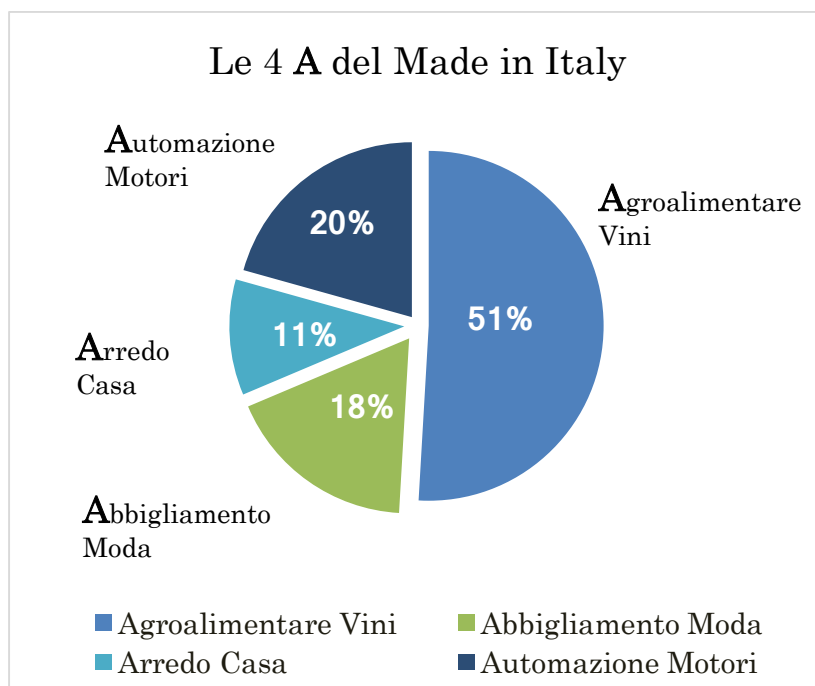


I Marchi Storici: radice storica e memoria attiva del Made In Italy

Sebbene diversi paesi abbiano un'elevata reputazione produttiva in determinati settori, il Made in Italy è ormai universalmente riconosciuto in tutto il mondo come Marchio distintivo di prodotti strettamente associati all'immagine del nostro Paese e dell'*italian Way of life*, testimonianza di cultura di impresa e di eccellenza produttiva.

L'insieme di tali eccellenze con un'altissima vocazione tecnica, scientifica, artigianale e manifatturiera ha contribuito allo sviluppo delle imprese titolari di Marchi Storici, così apprezzate da far considerare il Made in Italy uno dei simboli più importanti a livello globale.

In effetti, le “quattro A” del Made in Italy, identificative delle quattro categorie merceologiche – Abbigliamento-Moda, Arredo-Casa, Automazione-Meccanica, Alimentare – sono ormai ampiamente rappresentate all'interno del Registro dei Marchi Storici, sebbene più del 50 per cento siano del settore agroalimentare che può vantare nel nostro Paese la presenza di eccellenze produttive di ogni livello.



Se tuttavia è vero che negli ultimi anni, con mercati più attenti ed esigenti, è divenuto sempre più importante riuscire a declinare ciò che si cela dietro ad un marchio di qualità, il riconoscimento della sua “storicità” pone in evidenza l'eccellenza che ha saputo unire passato con futuro, tradizione con innovazione in un *trait d'union* che fa della sostenibilità e responsabilità, nelle loro varie declinazioni, la vera sfida per la valorizzazione del Made in Italy.



Dal punto di vista storico la crescita, lo sviluppo e la creatività delle imprese attive nei comparti del Made in Italy nel secolo scorso, hanno rappresentato un'esperienza unica, ancora mai replicata nel mondo, che ha portato queste realtà imprenditoriali a raggiungere posizioni di leadership in tutti i settori produttivi. In tal modo, il Made in Italy da semplice “marchio di origine” è diventato un vero e proprio *brand* con caratteristiche e identità ben definite e ormai riconosciute in tutto il mondo.

Oggi queste imprese costituiscono un patrimonio di credibilità che occorre preservare da fenomeni di screditamento e imitazione, come la contraffazione e l'Italian Sounding, che danneggiano fortemente il vero Marchio Italiano.

In questo quadro l'Associazione – in occasione di questa importante indagine conoscitiva– intende portare all'attenzione della Commissione alcune proposte per l'elaborazione di misure e provvedimenti ad hoc per le aziende titolari di Marchio Storico, con il fine di favorire lo sviluppo e la crescita dell'imprenditoria storica italiana, asse portante del Made in Italy.

Ciò su cui si intende porre primariamente l'accento è che sulla spinta della globalizzazione, negli ultimi vent'anni decine di Marchi Storici, simbolo di eccellenza nel mondo dei nostri settori produttivi, sono stati acquisiti da grandi gruppi stranieri, talvolta senza grandi risultati in termini di rilancio e promozione dell'azienda sui mercati e senza una forte tutela dei propri occupati e del proprio management.

Per questo, si ritiene necessario **introdurre provvedimenti che tutelino le imprese con Marchio Storico da acquisizioni straniere finalizzate solo a sfruttarne il posizionamento e la reputazione sui mercati**, nonché prevedere strumenti e incentivi esistenti e nuovi, iniziative di partenariato pubblico-privato e associative che perseguano il fine di **sostenerle nelle attività di sviluppo**, sia attraverso **investimenti ed espansione della capacità produttiva e commerciale**, che attraverso la **tutela dei Marchi**, la loro **promozione sui mercati internazionali** e il **contrasto dell'Italian Sounding**.

Negli ultimi anni sono state introdotte articolate misure per assicurare la capacità produttiva, innovativa e competitiva delle imprese operanti sul territorio nazionale e contrastare iniziative mirate ad utilizzare l'eccezionale situazione di crisi per acquisizioni ostili o speculative finalizzate ad impoverire l'apparato produttivo nazionale.

L'introduzione di tali strumenti, che proponiamo di migliorare, si radica nel riconoscimento della rilevanza strategica, per lo sviluppo economico e sociale del Paese, delle imprese titolari di Marchio Storico che sono, al tempo stesso, radice storica e memoria attiva del Made in Italy.



PROPOSTE

Miglioramento del Fondo per la Salvaguardia dei livelli occupazionali e la prosecuzione dell'attività delle imprese

I Marchi Storici italiani necessitano di uno strumento che li **sostenga nello sviluppo e nella crescita**, al fine di **prevenire situazioni di crisi** e **contrastare**, nel rispetto delle normative nazionali ed europee in materia di concorrenza del mercato, **iniziative mirate a sfruttare tali crisi per acquisizioni ostili o speculative** finalizzate ad impoverire l'apparato produttivo nazionale.

La perdita di capitale umano, di conoscenza e di accesso ai processi decisionali a causa dei soggetti che acquisiscono Marchi Storici solo ai fini del loro sfruttamento commerciale, costituisce una ferita alla capacità competitiva del Paese e un potenziale danno allo sviluppo della ricerca scientifica e tecnologica applicata in settori strategici. L'eventuale affermazione nei mercati di prodotti e servizi di minore qualità commercializzati con Marchi Storici rinomati per la loro storia, provoca uno screditamento dell'immagine dei prodotti italiani sui mercati esteri.

Attualmente le aziende titolari di Marchi Storici possono accedere allo strumento di sostegno finanziario del Fondo Salvaguardia Imprese, ex art. 43 del D.L.19 maggio 2020, n.34, convertito in legge, con modificazioni, dalla L. 17 luglio 2020, n. 77, con una dotazione di circa 1 miliardo di Euro fino al 2035.

L'obiettivo iniziale del Legislatore, attraverso l'istituzione del Fondo, era di supportare le imprese in difficoltà economico finanziaria, prevedendo anche la cessione dell'impresa a favore di terzi soggetti, al fine di salvaguardare i livelli occupazionali.

Molto spesso, tuttavia, le imprese italiani titolari di Marchio Storico non riescono a crescere attraverso acquisizioni a causa della pressione di acquirenti esteri con maggiore disponibilità di capitali.

Si ritiene ormai necessario, per le motivazioni di cui sopra, **intervenire per migliorare il Fondo** consentendo l'accesso a tale strumento sia per l'acquisizione, da parte di imprese titolari di Marchi Storici di interesse nazionale, delle imprese in stato difficoltà economico-finanziaria indipendentemente dal numero di dipendenti, purché operanti in settore omogeneo a quello dell'impresa acquirente, che all'acquisizione da parte di imprese titolari di Marchi Storici di imprese non in stato di difficoltà economico-finanziaria, aventi un numero di dipendenti inferiore a 250, purché operanti in settore omogeneo a quello dell'impresa acquirente.



Tale proposta consente di **promuovere politiche espansive** delle aziende titolari di Marchio Storico, di **rafforzare l'intera filiera**, di **salvaguardare il patrimonio di proprietà intellettuale e occupazionale**, di **preservare il loro legame con il territorio** che si è tradotto in un forte fattore identitario, sinonimo di qualità che ha portato centinaia di imprese italiane a godere di grande prestigio nel mondo.

Aspetti, questi, coerenti con l'iniziale volontà del Legislatore che ha destinato al "Fondo per la salvaguardia dei livelli occupazionali e la prosecuzione dell'attività d'impresa" le risorse dell'abrogato "Fondo per la tutela dei marchi storici di interesse nazionale" di cui all'articolo 185-ter del DLgs 10 febbraio 2005, n. 3.

Estensione del Fondo per il potenziamento delle politiche industriali di sostegno alle filiere produttive del Made in Italy ai Marchi Storici

La Legge di Bilancio 2023 (L. 29 dicembre 2022, n. 197) ha istituito, nello stato di previsione del Ministero delle imprese e del Made in Italy, all'articolo 1, comma 402, il Fondo per il potenziamento delle politiche industriali di sostegno alle filiere produttive del Made in Italy, dotandolo di 5 milioni di euro per l'anno 2023 e di 95 milioni per il 2024. Scopo del Fondo è di sostenere lo sviluppo e la modernizzazione dei processi produttivi e di accrescere l'eccellenza qualitativa del Made in Italy.

L'introduzione del Fondo è stata salutata favorevolmente dalle aziende titolari di Marchi Storici, in quanto considerato un'opportunità e un intervento necessario per tracciare una nuova linea di politica industriale.

Tuttavia, le incertezze e le difficoltà che le aziende del Made in Italy si trovano ad affrontare da molti mesi, in particolare a causa delle conseguenze negative dell'aggressione russa all'Ucraina, sono tante e stanno mettendo in discussione la forte ripresa registrata dalla nostra manifattura e dalle esportazioni degli ultimi due anni.

Il Fondo potrebbe consentire di adottare misure strategiche che consentano al Made in Italy e alle aziende con Marchio Storico di **resistere alla crisi in corso e di mantenere i livelli di produttività e competitività attuali**, mettendo a disposizione fonti di approvvigionamento alternative per il rifornimento di materie prime e semilavorati fondamentali per l'industria nazionale, solitamente rifornite dai Paesi coinvolti.

In considerazione, pertanto, dello spirito originario del "Fondo per la tutela dei marchi storici di interesse nazionale" (art. 185-ter del D.Lgs. 10 febbraio 2005, n. 30) abrogato dal Decreto



“Rilancio” (DL 19 maggio 2020, n. 34) che a causa della pandemia aveva indirizzato le risorse alla salvaguardia dei livelli occupazionali, si propone di **estendere la denominazione e dunque le finalità del Fondo Made in Italy** – che si configura come un’ottima opportunità per programmi e progetti che potranno adottarsi a seguito della emanazione Decreti attuativi – anche ai Marchi Storici, al fine di tutelarli e valorizzarli per la posizione di primaria importanza che rivestono nell’economia italiana con il proprio contributo determinante alla performance nell’export, inserendoli così nella logica di sistema in cui le eccellenze del Made in Italy vengono coniugate e ottimizzate.

La proposta mira a **salvaguardare il patrimonio di proprietà intellettuale e occupazionale delle imprese con Marchio Storico**, evitando così che queste diventino oggetto di particolare interesse da parte di investitori stranieri e di rafforzarne il posizionamento competitivo, in ragione anche delle strategie europee per la sostenibilità che richiedono alle imprese di cambiare il proprio modello di business.

Il contributo dei Marchi Storici ai lavori del Comitato Interministeriale per il Made in Italy nel mondo

Con il D.L. 11 novembre 2022, n. 173 “Disposizioni urgenti in materia di riordino delle attribuzioni dei Ministeri”, convertito in legge con modificazioni dalla L. 16 dicembre 2022, n. 204, è stato istituito dal Governo il Comitato interministeriale per il Made in Italy nel mondo.

Si ritiene questa un’importante innovazione che può consentire, grazie ad una concertazione rafforzata tra le Istituzioni coinvolte, un miglior coordinamento delle attività di sostegno all’internazionalizzazione delle imprese del nostro Paese.

L’Associazione si propone dunque di **supportare, con il prezioso contributo di conoscenza ed eccellenza delle Aziende Marchio Storico, il Comitato**: a) nella definizione delle strategie e dei progetti per la valorizzazione, la tutela e la promozione del Made in Italy nel mondo; b) nell’individuazione di meccanismi di salvaguardia del tessuto industriale rappresentato dai Marchi Storici, di incentivazione e di rafforzamento della presenza dei Marchi Storici nei mercati esteri, anche prevedendo procedure negoziate e/o dirette per aziende titolari di Marchio Storico e/o per associazione di imprese che valorizzino il Made in Italy attraverso il Marchio Storico; c) nella definizione di iniziative necessarie allo sviluppo tecnologico e alla diffusione dell’utilizzo di nuove tecnologie da parte delle imprese titolari di Marchi Storici nei processi di internazionalizzazione.



Proprietà Industriale, sostegno all'internazionalizzazione, lotta alla contraffazione e Italian Sounding

Secondo uno studio del Censis del 2021 il fatturato totale della contraffazione nel 2020, ossia la spesa complessiva degli italiani in prodotti contraffatti, è stimato in 6,3 miliardi di euro. Sono soprattutto le aziende del Made in Italy ad essere colpite da tale fenomeno, in particolare dei settori dell'abbigliamento e dell'alimentare. Allo stesso modo, la mancata difesa del Made in Italy alimentare, a causa del fenomeno dell'Italian Sounding, provoca 79 miliardi di euro di mancato business (Rapporto 2022 The European House-Ambrosetti per Assocamerestero).

Le PMI risultano spesso molto deboli nella difesa dei loro Marchi e in generale della loro Proprietà Industriale, a causa della complessità e della lunghezza dei procedimenti, nonché degli elevati costi, di eventuali azioni legali internazionali. Fenomeno che colpisce molte realtà imprenditoriali titolari di Marchio Storico e che, pertanto, costituendo eccellenze produttive del Sistema Italia, non possono non essere tutelate nell'ottica di un rafforzamento del saper fare italiano nel mondo.

Si ritiene necessario, dunque, per le imprese titolari di Marchio Storico, un **incremento delle agevolazioni previste per le spese da queste sostenute per la tutela legale dei propri prodotti colpiti dal fenomeno dell'Italian Sounding**, stabilizzando nel tempo le risorse previste, collegando altresì gli incentivi sul deposito del Marchio anche ad incentivi su Proprietà Industriale collegati al Marchio come suo imprescindibile know-how, includendo spese di consulenza per le ricerche di anteriorità e brevettabilità, stesure domande, deposito ed estensione all'estero, nonché **incrementando le risorse per la realizzazione di campagne informative e di comunicazione** che abbiano il fine di consentire un'identificazione immediata del **prodotto italiano Marchio Storico** rispetto ad altri prodotti.

L'Associazione non può che valutare positivamente la recente campagna BeIT lanciata dal MAECI e dall'Agenzia ICE per il sostegno delle esportazioni italiane e dell'internazionalizzazione del sistema economico nazionale. Si ritiene utile soprattutto in quei mercati dove occorre tutelare i Marchi Storici dai casi frequenti di Italian Sounding.

In particolare, tali campagne di comunicazione, unite ad iniziative di promozione presso i buyers esteri, con sostegno alla partecipazione a fiere e l'organizzazione di B2B nei paesi target, nonché all'assistenza garantita alle imprese dal Sistema Italia, possono agevolare una tutela maggiore dei Marchi Storici in quei mercati dove storicamente l'Italian Sounding è già molto diffuso. Per questo, le Ambasciate e le sedi estere dell'Agenzia ICE sono fondamentali per strutturare collaborazioni con gli attori pubblici e privati dei paesi partner.

Allo stesso tempo, si ritiene necessario **incrementare il supporto alla presenza delle imprese con**



Marchio Storico sui mercati digitali, con accesso alle principali piattaforme marketplace, al fine di facilitare la tutela e la promozione della propria autenticità. Anche per questo l'Associazione ha programmato iniziative di formazione delle imprese con Marchio Storico, ritenuta fondamentale per l'aggiornamento di quelle competenze necessarie ad esempio per accedere efficacemente a strumenti finanziari come quelli proposti da SIMEST e SACE.

Come noto, inoltre, la Legge 23 luglio 1999 n. 99, ha istituito, presso il Ministero delle Imprese e del Made in Italy, il Consiglio Nazionale per la Lotta alla Contraffazione e all'Italian Sounding (CNALCIS), organismo interministeriale con funzioni di "impulso e coordinamento delle azioni strategiche intraprese da ogni amministrazione, al fine di migliorare l'insieme dell'azione di contrasto della contraffazione a livello nazionale e della falsa evocazione dell'origine italiana" (art. 145 del D.Lgs. 10 febbraio 2005, n. 30).

In virtù di quanto previsto dall'art. 145, comma 2, ultimo periodo, del CPI ("Il Consiglio può invitare a partecipare ai propri lavori, in ragione dei temi trattati, rappresentanti di altre amministrazioni pubbliche nonché delle categorie di imprese, lavoratori e consumatori.") si propone, quando ritenuto opportuno per le materie trattate, la **partecipazione dell'Associazione Marchi Storici d'Italia ai lavori del CNALCIS** per il tramite di un'Azienda aderente titolare di Marchio Storico del settore agroalimentare, al fine di contribuire alla definizione di azioni finalizzate a potenziare il contrasto della contraffazione e della falsa evocazione dell'origine italiana, in particolar modo per i prodotti di Aziende titolari di Marchi Storici.

Istituzione della Giornata Nazionale dei Marchi Storici

I Marchi Storici italiani costituiscono allo stesso tempo **hard e soft power del Paese**, un dualismo perfettamente espresso dall'Art. 9 della Costituzione, dove alla promozione tecnico-scientifica viene paritariamente affiancata in sinergia quella valoriale-culturale.

In attuazione dell'Articolo 9 della Costituzione, infatti, **i Marchi Storici italiani rappresentano a pieno titolo quello sviluppo e quella ricerca scientifica e tecnica che la Repubblica promuove**, costituendo, anche per il loro **radicamento territoriale**, un presidio prezioso per la tutela del paesaggio e del patrimonio storico e artistico della Nazione. I Marchi Storici italiani tutelano le conquiste della creatività e della libertà di ricerca e divulgazione, tramandano la ricchezza artistica, artigianale ed ambientale italiane e sono quindi manifestazione della cultura italiana che merita strumenti attivi di tutela e di valorizzazione, nell'interesse del Paese e della sua comunità. L'uso di questa terminologia sottolinea anche il contributo dei Marchi Storici alla cultura italiana contemporanea e alla sua percezione all'estero, non limitata all'arte e all'archeologia.



Con la volontà di divulgare il valore fondante dei Marchi Storici italiani nel patrimonio sociale, culturale e ambientale nazionale, si propone dunque l'istituzione della Giornata Nazionale dei Marchi Storici, unica iniziativa che può **far crescere** – grazie alla sua risonanza mediatica, al coinvolgimento di tanti soggetti pubblici e privati, alla comunicazione verso cittadini di diverse età e diversi contesti sociali – **la consapevolezza del contributo della Storia dei nostri Marchi, e delle produzioni di cui sono simboli identitari, alla promozione del Made in Italy e alla crescita, non solo economica, ma civile e democratica del Paese.**

Lo scopo non è quello di varare una nuova ricorrenza celebrativa, ma di promuovere un'osmosi di idee ed esperienze attraverso iniziative organizzate in tutto il territorio nazionale e con almeno un evento centrale rivolto alle Istituzioni, con **molteplici obiettivi**: elevare il livello di attenzione e di analisi sul ruolo dei Marchi Storici; promuovere la conoscenza del Registro dei Marchi Storici di interesse nazionale presso le aziende storiche; promuovere il dibattito pubblico sull'efficacia delle politiche di tutela e internazionalizzazione del Made in Italy e del contrasto all'Italian Sounding, che ha nella valorizzazione dei Marchi Storici un caposaldo strategico; attrarre, quale megafono amplificatore della narrazione storica "Be-Italy", le giovani generazioni anche attraverso porte aperte aziendali e visite esperienziali; attivare collaborazioni con i soggetti stranieri sul territorio (ambasciate e istituti culturali esteri in Italia); rafforzare il legame con le comunità locali.

In conclusione, con questa proposta si persegue il fine di allargare la rete di sostegno ai valori intrinseci della democrazia italiana nel campo delle buone pratiche imprenditoriali, dando la maggiore visibilità possibile al meglio che l'Italia sa esprimere sul proprio territorio e nel mondo.