

## Alimentare leader dei marchi storici

Silvia Marzialetti a pag. 26

# Marchi storici, l'alimentare domina il nuovo registro

**Made in Italy.** Sono del food il 50% delle aziende che così non solo certificano il legame con il territorio, ma possono anche accedere al fondo di salvaguardia per imprese in crisi

**Silvia Marzialetti**

**C**inquantaquattro marchi storici di interesse nazionale su 107: dal 16 aprile 2020, giorno in cui si sono aperte le iscrizioni al registro speciale istituito dal ministero dello Sviluppo economico, l'alimentare ha conquistato il 50% dei "patentini" concessi alle eccellenze produttive del Paese, per tutelare la proprietà industriale di prodotti storicamente collegati al territorio.

Tessile, edilizia, chimica, cosmesi: c'è di tutto tra le 219 richieste complessive pervenute all'Ufficio brevetti e marchi del Mise. Di queste 104 sono ancora in corso di istruttoria e otto sono state respinte. Secondo una ricognizione effettuata in esclusiva dal Sole 24Ore, il fronte dei 54 marchi dell'alimentare riconosciuti - su 103 richieste presentate - è ampio e trasversale: olio (Carli e Sasso), salumi (Rigamonti), biscotti e dolci (Walcor e Krumiri Rossi), caffè (Ekaf e Vicerè), Sella, tra i tanti. Presente anche il beverage, in tutte le sue declinazioni: acqua San Benedetto, Amaro Lucano, Birra Forst, Antinori, Ferrari. Il tratto comune a tutte le aziende iscritte al registro è la titolarità - o la licenza esclusiva - su marchi d'impresa registrati (o per i quali sia possibile dimostrare l'uso continuativo) da almeno cinquanta anni.

La corsa al marchio storico vede in prima linea aziende con fatturati tra 100 e 250 milioni di euro (come Sperlari, ultima iscritta in ordine di tempo), mentre più ristretta è la rosa delle pic-

cole imprese con un giro d'affari sotto i 50 milioni. Tre su tutti i big: Conserve Italia (900 milioni), Acqua San Benedetto (980 milioni) e Despar Italia che, con il fatturato di tutte le sette società associate, arriva a 3,9 miliardi. Perché una realtà così consolidata abbia sentito l'esigenza di iscriversi al registro, lo spiega il direttore generale, Filippo Fabbri: «Per noi è motivo di orgoglio, perché attesta decenni di lavoro fondati sulla valorizzazione di eccellenze enogastronomiche Dop-Igp e su una filiera di fornitori al 98% italiani».

Il successo del marchio storico tra le aziende del food non stupisce Ivano Vacondio, presidente di Federalimentare: «In questo comparto - commenta - il brand è lo strumento attraverso cui avviene la fidelizzazione del cliente e su cui imprese che traggono una forte marginalità dall'export investono tutto». Secondo il presidente, la spinta a rafforzare la propria territorialità prevarrebbe anche sulle tutele offerte dal registro. L'iscrizione infatti costituisce uno (su tre) dei presupposti per accedere al fondo di salvaguardia delle imprese (300 milioni di euro di dotazione), che acquisisce partecipazioni dirette di minoranza nel capitale di rischio di aziende in difficoltà economico-finanziaria, per fornire soluzioni alle crisi aziendali, attraverso nuovi processi di ristrutturazione.

La genesi del registro risale alla volontà dell'allora ministro del Mise, Luigi di Maio, di blindare Pernigotti, storica realtà dolciaria piemontese, pericolosamente vicina alla delocalizzazione della produzione in Turchia, per mano della proprietà Toksoz. A conti fatti

l'azienda di Novi Ligure non ha mai usufruito del marchio (la norma introdotta con il decreto Crescita non ha valore retroattivo), ma l'obiettivo di salvaguardia perseguito è diventato un baluardo per tutti gli attori della filiera. Nel frattempo la delocalizzazione di Pernigotti è stata scongiurata grazie a un processo di reindustrializzazione, nell'estate del 2019.

«Condividiamo la scelta del Governo di tutelare questi marchi storici, che rappresentano un valore indiscutibile del made in Italy e che non dovrebbero mai finire in mani straniere», commenta Pier Paolo Rosetti, direttore generale di Conserve Italia. A Conserve appartengono quattro brand tra i primi ad aver tagliato il traguardo del registro: Cirio, Yoga, Derby e Jolly. «Siamo una filiera cooperativa tre volte italiana: lavoriamo prodotto italiano conferito dai nostri soci agricoltori locali, abbiamo stabilimenti in Italia che danno lavoro a oltre 3mila persone e paghiamo le tasse nel nostro Paese - commenta Rosetti -. Per noi è motivo di orgoglio vedere riconosciute la storicità e la longevità dei nostri marchi, patrimonio dell'eccellenza agroalimentare italiana».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Dir. Resp.: Fabio Tamburini

**FONDO DI SALVAGUARDIA**

**Dotazione di 300 milioni**

Il Fondo acquisisce partecipazioni di minoranza, nel capitale di imprese in difficoltà economico-finanziaria che propongono un piano di ristrutturazione per garantire la continuità di impresa e salvaguardare l'occupazione e finanzia programmi di

ristrutturazione. Si rivolge a imprese che soddisfano almeno una delle seguenti condizioni: titolari di marchi storici di interesse nazionale; società di capitali con numero di dipendenti superiore a 250; chi ha beni e rapporti di rilevanza strategica per l'interesse nazionale.



Nelle immagini, i manifesti di alcune réclame originali

2292 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE



