



Made in Italy, raggiunti 100 marchi storici: fatturato da quasi 94 mld

Descrizione

(Adnkronos) Il Registro Speciale dei Marchi Storici di Interesse Nazionale ha raggiunto il traguardo dei 1000 Marchi Storici iscritti: un ecosistema composto da 780 imprese titolari che generano un volume d'affari complessivo di 93,6 miliardi di euro e garantiscono l'occupazione di 363.201 addetti. È quanto emerge dal rapporto "Italia dei 1000 Marchi Storici di Interesse Nazionale. Numeri, territori e prospettive di un patrimonio industriale del Made in Italy", presentato oggi a Palazzo Piacentini in occasione della giornata del Made in Italy, alla presenza del Ministro Adolfo Urso. L'evento è stato anche l'occasione per illustrare il nuovo strumento finanziario introdotto con la riforma del Fondo Salvaguardia Imprese, pilastro della nuova strategia della crescita e del consolidamento delle imprese Marchio Storico di Interesse Nazionale.

Celebriamo oggi il lavoro di generazioni di imprenditori che hanno contribuito a costruire l'identità economica e manifatturiera del nostro Paese. Un traguardo significativo aver raggiunto i Mille Marchi Storici di Interesse Nazionale. Un risultato che, peraltro, giunge a ridosso della Giornata nazionale del Made in Italy 2026 e ne rafforza il valore, ha dichiarato il ministro Adolfo Urso. Parliamo, dunque, di un traguardo che va oltre il valore simbolico e conferma la vitalità del nostro patrimonio industriale e manifatturiero, capace di coniugare tradizione, qualità, innovazione e competitività, dimostrando come la storia produttiva italiana non sia un retaggio del passato, ma una leva strategica per affrontare le sfide di un contesto globale sempre più complesso.

Il traguardo dei 1000 Marchi Storici di Interesse Nazionale rappresenta un risultato di grande valore per il sistema produttivo italiano. Non è solo un numero, ma il riconoscimento concreto di un patrimonio industriale che continua a generare occupazione, competitività e identità per il Paese, ha commentato Massimo Caputi, presidente dell'Associazione Marchi Storici d'Italia. In un contesto di tensioni protezionistiche e nuovi accordi internazionali come il Mercosur, i Marchi Storici sono tra gli asset più esposti: senza adeguate clausole di salvaguardia nei trattati europei che ne certifichino l'autenticità, rischiamo un'erosione della nostra identità e del valore del Made in Italy. In questa direzione, la nascita del nuovo Strumento Finanziario che favorisce la crescita dei Marchi Storici segna un cambio di paradigma, trasformandosi da strumento difensivo in leva di sviluppo industriale. Grazie alla possibilità di co-investire per acquisizioni intra-filiera, favoriamo la nascita di poli di Marchi Storici solidi e competitivi, capaci di rafforzare le filiere e mantenere il valore ancorato al

territorio.â?•

Il cuore pulsante di questo sistema Ã" rappresentato dalle â??4 Aâ?• del Made in Italy (Agroalimentare, Automazione, Abbigliamento, Arredo), che da sole valgono 76,1 miliardi di euro (lâ??81,3% del totale economico rilevato), con una netta prevalenza della filiera agroalimentare (53,7 mld euro).

â??Il Rapporto evidenzia con chiarezza che i Marchi Storici non sono solo un patrimonio identitario, ma una componente strutturale dellâ??economia italiana. Parliamo di imprese radicate nei territori, capaci di generare valore economico e occupazione e di presidiare le principali filiere del Made in Italyâ?•, ha aggiunto, Gianluca Brozzetti, consigliere vicepresidente dellâ??Associazione Marchi Storici dâ??Italia. â??Allo stesso tempo, emerge lâ??esigenza di accompagnare questo patrimonio in una nuova fase di sviluppo: le imprese chiedono maggiore visibilitÃ , strumenti di valorizzazione condivisi e una piÃ¹ forte capacitÃ di fare sistema, anche sui mercati internazionali. Ã? su questo passaggio che si gioca la competitivitÃ futura dei Marchi Storiciâ?•.

La distribuzione regionale conferma la forza dei poli manifatturieri del Nord: la Lombardia guida la classifica per fatturato (49,1%) e numero di marchi (28,3%), seguita da Veneto (14,2%) e Piemonte (12,9%). Emerge tuttavia un radicamento profondo in tutto il Paese, con sistemi regionali come lâ??Emilia-Romagna, il Veneto e la Toscana che mostrano unâ??incidenza delle â??4 Aâ?• vicina o superiore allâ??80%. Sotto il profilo settoriale, il Registro ha una natura strutturalmente industriale: lâ??88% delle imprese opera nel manifatturiero, dove lâ??Agroalimentare (44% del totale) e lâ??Automazione-Meccanica (25%) mantengono il ruolo di pilastri economici e numerici.

Lâ??80% delle imprese assegna al Marchio Storico un valore strategico elevatissimo. Il 70% lo integra nei materiali istituzionali e il 46% direttamente sul packaging. Nonostante lâ??uso della versione internazionale â??Italian Historical Trademarkâ?• sia ancora limitato al 25%, quasi la metÃ delle imprese (46%) ne prevede un utilizzo futuro, segnalando una forte volontÃ di crescita sui mercati globali come strumento di contrasto allâ??Italian Sounding.

â??Guardiamo al futuro dei Marchi Storici nel mondo: dobbiamo preservare una tradizione e allo stesso tempo renderla attualeâ?•, conclude Armando De Nigris, vicepresidente vicario dellâ??Associazione Marchi Storici dâ??Italia e presidente gruppo giovani dei Marchi Storici. â??Siamo fiduciosi sullâ??adozione sempre piÃ¹ diffusa dellâ??Italian Historical Trademark cosÃ¬ come auspichiamo un sempre maggior ricambio generazionale che valorizzi lâ??heritage. I giovani imprenditori e manager hanno oggi la responsabilitÃ di trasformare il patrimonio industriale italiano in una leva di sviluppo, con nuove competenze, nuovi linguaggi e una maggiore apertura internazionale. Ã? cosÃ¬ che i Marchi Storici possono continuare a essere protagonisti anche nei prossimi decenniâ?•.

â??

lavoro

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Aprile 15, 2026

Autore

redazione

default watermark