



Camera dei Deputati

XIX Legislatura

VII Commissione Cultura, Scienza e Istruzione

Memoria nell'ambito dell'esame in sede consultiva del Disegno di Legge

**"Disposizioni organiche per la valorizzazione, la promozione e la tutela del
Made in Italy"**

Atto Camera 1341

Roma, 30 ottobre 2023



Signor Presidente, Onorevoli Deputati,

i Marchi Storici italiani hanno accolto con piacere l'invito a sottoporre alla cortese attenzione della VII Commissione Cultura il presente contributo scritto, nell'ambito dell'esame in sede consultiva del Disegno di Legge "Disposizioni organiche per la valorizzazione, la promozione e la tutela del Made in Italy", al fine di consentire alla Commissione di esprimere un parere che possa essere preso in considerazione dalla X Commissione, Attività produttive, commercio e turismo, competente in sede referente.

Ringraziamo, pertanto, sin da ora per averci offerto questa occasione per esprimere valutazioni e suggerimenti su un provvedimento di primaria importanza per il Sistema Italia, presentando alcune proposte ritenute strategiche per la tutela e valorizzazione dei Marchi Storici italiani.

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.

Il Legislatore ha voluto altresì riconoscere il ruolo strategico dei Marchi Storici nella valorizzazione del saper fare italiano anche in occasione del DDL in esame. L'Art. 3 istituisce, infatti, la Giornata nazionale del Made in Italy, che sarà celebrata il 15 aprile di ciascun anno, prevedendo l'organizzazione di iniziative finalizzate alla promozione della creatività in tutte le sue forme e alla difesa e alla valorizzazione del Made in Italy, anche in coordinamento con l'Associazione Marchi Storici d'Italia.



L'Associazione, dunque, non può che esprimere apprezzamento per il riconoscimento del ruolo fondamentale dei Marchi Storici in occasione della celebrazione della Giornata nazionale del Made in Italy, poiché **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.

Ad oggi sono **oltre 600 i Marchi Storici** iscritti al Registro e **oltre 430 le aziende titolari**.



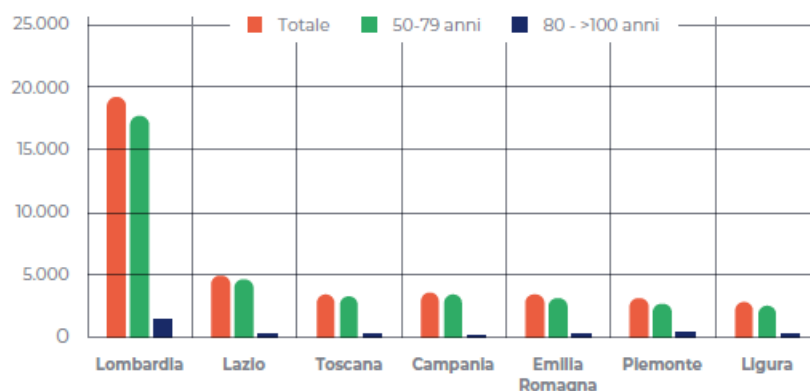
La distribuzione regionale delle aziende con Marchio Storico registrato, pur riflettendo il generale maggior sviluppo imprenditoriale nel centro-nord, restituisce in ogni caso una fotografia di quel **fenomeno tutto italiano che ha visto, soprattutto nel secolo scorso, la crescita, lo sviluppo e la creatività di imprese su tutto il territorio nazionale e oggi ancora attive nei comparti del Made in Italy**. L'insieme di queste storiche realtà, con la loro lunga tradizione di eccellenza, costituisce il tessuto economico che ha plasmato il Paese nel corso dei secoli. In ogni angolo d'Italia le imprese a Marchio Storico rappresentano un legame indelebile tra passato e presente, diffondendo la cultura e l'identità italiana in tutto il mondo.

Da una ricerca dell'Associazione risulta, tuttavia, che sono **oltre 50mila le imprese iscritte alle**



Camere di Commercio da almeno 50 anni e oggi ancora attive; si tratta dunque di una parte importante del tessuto produttivo italiano che potenzialmente presenta i requisiti per essere riconosciuta come Marchio Storico.

Le Regioni che ne contano oltre duemila sono maggiormente situate nel centro-nord, ma sono presenti su tutto il territorio nazionale.



La datazione di una società di capitali o altra forma giuridica registrata nelle Camere di Commercio, non è naturalmente sovrapponibile alla datazione del Marchio d'impresa utilizzato, soprattutto se si considera la continuità dalla data del deposito o dell'uso, come tra l'altro previsto dalla normativa istitutiva del Registro dei Marchi Storici. Ma è un dato che rispecchia la **natura familiare del tessuto imprenditoriale italiano**, in cui il passaggio generazionale interno alla famiglia ha garantito tale longevità, e il Marchio, coincidendo spesso con il cognome dei fondatori, ha subito lo stesso destino, **generando un patrimonio di Marchi Storici in Italia unico al mondo**.

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

È noto che tra le dieci imprese storiche familiari ancora attive più antiche del mondo ben sei sono italiane e vantano dai 7 ai 10 secoli di storia. Ma venendo alle più «giovani», dal XVI al XVII Secolo, i Marchi Storici del Made in Italy popolano ancor di più le classifiche internazionali di longevità.

Una supremazia che non sorprende naturalmente appartenendo alla Nazione che vanta il maggior patrimonio culturale mondiale e uno straordinario e impareggiabile intreccio tra paesaggio e creatività umana, in cui l'impresa storica è un patrimonio culturale per il territorio in cui opera e in modo speculare il territorio lo è per l'impresa che ospita, nutrendosi a vicenda.



La ineguagliabile territorialità del saper fare in Italia è la chiave di lettura della nascita del Registro dei Marchi Storici di interesse nazionale del Ministero delle Imprese e del Made in Italy.

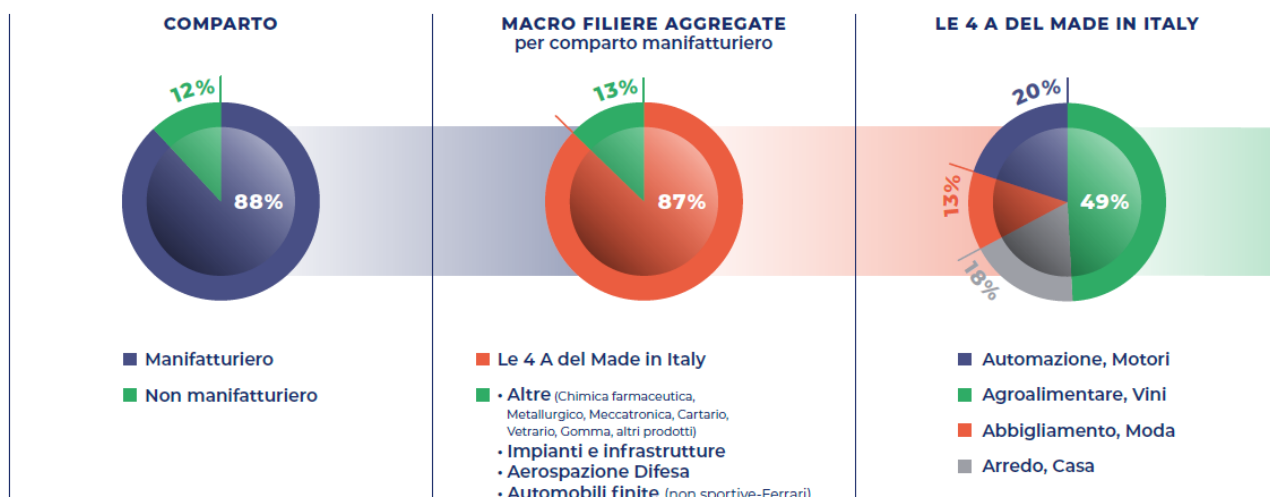
 MARINELLI	1000	 CONTI ZECCA	1580
 BARONE RICASOLI	1141	 CARTIERA MANTOVANA SRL	1615
 Barovier&Toso	1295	 LEONE DE CASTRIS 1665	1665
 TORRINI FIRENZE	1399	 AMARELLI	1731
 ANTINORI	1385	 PIACENZA 1733	1733
 Camuffo	1438	 NARDINI DISTILLERIA A VAPORE	1779
 Granata Marmorata	1500	 ANTICO SETIFICIO FIORENTINO	1786
 BERETTA	1526	 REGISTRO IMPRESE STORICHE	1800 >

Sebbene dunque diversi paesi abbiano un'elevata reputazione produttiva in determinati settori, il Made in Italy, con la sua vocazione tecnica, scientifica, artigianale, 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.

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 circa il 50 per cento siano del settore agroalimentare che può vantare nel nostro Paese la presenza di eccellenze produttive di ogni livello. Riferendoci proprio alle sole **aziende produttive delle 4 A**



del Made in Italy, i Marchi Storici esprimono un **fatturato totale di circa 40,8 miliardi di Euro** con circa 65 mila addetti.



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 dell'esame del Disegno di Legge "*Disposizioni organiche per la valorizzazione, la promozione e la tutela del Made in Italy*" – 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

1. **Miglioramento Fondo Salvaguardia Imprese: Consentire l'accesso al Fondo anche per espansione e sviluppo delle aziende con Marchio Storico**, tramite acquisizioni di imprese, anche a Marchio Storico, non necessariamente in crisi ma comunque appartenenti allo stesso settore dell'impresa acquirente e oggetto di particolare interesse da parte di investitori stranieri;
2. **Rivalutazione Marchi Storici: Proposta di rivalutazione gratuita, per almeno due esercizi successivi, del marchio di impresa iscritto al Registro dei Marchi Storici di interesse nazionale** (art. 185-bis D.lgs. n.30/2005), sul modello della rivalutazione dei beni d'impresa già applicata per i settori alberghiero e termale con l'art. 6-bis del DL n.23/2020 (Decreto Liquidità) che si allega;
3. **Credito d'imposta pubblicità Marchi Storici: Elevare il credito di imposta** (art. 57-bis del D.L. n. 50/2017) **al 100% del valore incrementale degli investimenti effettuati in campagne pubblicitarie su stampa quotidiana e periodica anche online, su emittenti televisive e radiofoniche, anche locali, analogiche e digitali, nel caso di imprese con Marchi Storici** iscritti al Registro (la normativa già prevede il 75% per tutte le imprese che può essere elevato al 90% nel caso di micro, piccole e medie imprese e start up innovative);
4. **Inserimento Marchi Storici nella Fondazione "Imprese e competenze" – rif. Art. 14 Fondazione Imprese e competenze**: Nell'ambito dell'istituzione della Fondazione, si propone di **inserire le imprese titolari di Marchi Storici tra le imprese che possono contribuire con le proprie eccellenze storiche al raccordo previsto dalla norma con i Licei dei Made in Italy**, Le imprese a Marchio Storico costituiscono un patrimonio identitario unico della Nazione che può giocare un ruolo fondamentale nel diffondere la cultura d'impresa italiana tra gli studenti.
5. **Eccellenze produttive e culturali dei Marchi Storici –rif. Art. 15 Istituzione dell'Esposizione Nazionale permanente del Made in Italy: Inserire specificatamente i Marchi Storici di interesse nazionale nel processo di promozione delle eccellenze produttive e culturali italiane previsto con l'istituzione dell'Esposizione Nazionale permanente del Made in Italy**. Le imprese titolari di Marchi Storici costituiscono un patrimonio identitario unico che può contribuire, attraverso l'esposizione permanente dei loro prodotti diventati icone del saper fare italiano, a rappresentare e promuovere la storia del Made in Italy e dell'ingegno italiano.
6. **Digitalizzazione Archivi Marchi Storici – rif. Art. 16 Valorizzazione e tutela del patrimonio culturale immateriale: Individuare strumenti e risorse (Fondo ad hoc) da destinare alla progettazione e allo sviluppo di modelli di fruizione innovativi del patrimonio culturale e documentale delle imprese titolari di Marchi Storici di interesse nazionale, attraverso la digitalizzazione degli archivi aziendali**, con l'obiettivo di ampliare l'accesso ai contenuti e la fruibilità degli spazi e potenziare la divulgazione della loro tradizione imprenditoriale e artigianale, nonché il loro contributo alla produzione culturale dei territori e del Made in Italy.
7. **Inserire salvaguardia anche degli archivi storici delle imprese a Marchio Storico – rif. Art. 20 (Albo delle Imprese culturali e creative di interesse nazionale)**: In vista dell'istituzione dell'Albo delle imprese culturali e creative di interesse nazionale, inserire al comma 2., nell'ambito della registrazione al portale del Sistema archivistico nazionale (SAN) del Ministero della Cultura,



la salvaguardia in particolare anche degli archivi storici delle imprese titolari di Marchi Storici.

8. **Estendere attività di ricognizione dei prodotti industriali e artigianali tipici anche a quelli a Marchio Storico – rif. Art. 32 Attività di ricognizione dei prodotti industriali e artigianali tipici:** Si propone di **inserire il riconoscimento del valore delle produzioni delle imprese titolari di Marchi Storici al pari delle produzioni artigianali e industriali tipiche**, in quanto produzioni di eccellenza del Made in Italy riconosciute per la loro qualità e in quanto storicamente radicate nel territorio. A tal fine si propone **di estendere l'attività di ricognizione dei prodotti industriali e artigianali tipici anche a quelli a Marchio Storico**.
9. **Estendere la manifestazione di interesse per il riconoscimento di prodotto artigianale o industriale tipico anche a quelli a Marchio Storico– rif. Art. 33 Manifestazione di interesse per il riconoscimento di prodotto artigianale o industriale tipico :** Per valorizzare i prodotti artigianali, industriali tipici **e a Marchio Storico, nel caso di imprese titolari di Marchi Storici iscritti al Registro dei Marchi Storici di interesse nazionale di cui all'art. 185 bis del d.lgs. n.30 del 2005** e favorire i processi di tutela degli stessi, secondo quanto previsto dall'articolo 29 del decreto legislativo 10 febbraio 2005, n. 30, le associazioni di produttori operanti in una determinata zona geografica adottano disciplinari di produzione e presentano alla Regione manifestazione di interesse ai fini della ricognizione di cui all'art. XXX
10. **Estendere il disciplinare dei prodotti industriali, artigianali tipici anche a quelli a Marchio Storico – rif. Art. 35 Disciplinare dei prodotti industriali e artigianali tipici:** Inserire specificatamente nell'elenco del disciplinare **gli elementi che possono dimostrare che il prodotto è a Marchio Storico**.
11. **Inserire imprese a Marchio Storico per il Made in Italy nel mondo virtuale e immersivo – rif. Art. 38 (Imprese del made in Italy nel mondo virtuale e immersivo):** Nell'ambito della promozione e del sostegno della transizione digitale dell'industria, **inserire specifico riferimento alla imprese a Marchio Storico per l'utilizzo di ambienti virtuali immersivi e interattivi**, in sinergia con i servizi abilitanti dell'intelligenza artificiale, allo sviluppo dell'e-commerce relativo a beni e servizi, nonché all'efficiente riorganizzazione dei processi produttivi.



1. MIGLIORAMENTO DEL “FONDO PER LA SALVAGUARDIA DEI LIVELLI OCCUPAZIONALI E LA PROSECUZIONE DELL’ATTIVITÀ DELLE IMPRESE” PER IMPRESE TITOLARI DI MARCHI STORICI DI INTERESSE NAZIONALE E PER SVILUPPO AZIENDE

Art. xx-bis

(Modifiche al decreto-legge 19 maggio 2020, n. 34)

1. All'articolo 43 del decreto-legge 19 maggio 2020, n.34, sostituire il comma 2 con il seguente: «2. Il Fondo è finalizzato: a) al salvataggio e ristrutturazione di imprese titolari di Marchi Storici di interesse nazionale iscritte nel registro di cui all'art. 185-bis del decreto legislativo 10 febbraio 2005, n. 30, aventi un numero di dipendenti non inferiore a 20, e delle società di capitali, aventi un numero di dipendenti non inferiore a 250, che si trovino in uno stato di difficoltà economico-finanziaria come individuate sulla base dei criteri stabiliti dal decreto di cui al comma 5, ovvero di imprese che, indipendentemente dal numero degli occupati, detengono beni e rapporti di rilevanza strategica per l'interesse nazionale; **b) all'acquisizione delle imprese in stato difficoltà economico-finanziaria di cui alla lettera a) da parte di imprese titolari di Marchi Storici di interesse nazionale iscritte nel registro di cui all'art. 185-bis del decreto legislativo 10 febbraio 2005, n. 30, indipendentemente dal numero di dipendenti, purché operanti in settore omogeneo a quello dell'impresa acquirente;** c) all'acquisizione, da parte di imprese titolari di Marchi Storici di interesse nazionale iscritte nel registro di cui all'art. 185-bis del decreto legislativo 10 febbraio 2005, n. 30, di imprese non in stato di difficoltà economico-finanziaria ai sensi del decreto di cui al comma 5, aventi un numero di dipendenti inferiore a 250, purché operanti in settore omogeneo a quello dell'impresa acquirente.

Relazione illustrativa

La modifica proposta con la lettera b) intende facilitare l'espansione delle aziende titolari di Marchio Storico eliminando il limite di livello occupazionale minimo nelle imprese target, purché operanti in settore omogeneo a quello dell'impresa acquirente, rafforzando l'intera filiera. L'obiettivo iniziale del Legislatore, attraverso l'istituzione del Fondo, era 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. Nell'ambito di tale casistica potrebbe verificarsi la fattispecie in cui l'acquirente - e non anche l'impresa in difficoltà - si configuri quale impresa titolare di Marchio Storico iscritta nel registro di cui all'art. 185-bis del decreto legislativo 10 febbraio 2005, n. 30.

Tale intervento di modifica si rende dunque necessario per sostenere lo sviluppo e valorizzare le imprese titolari di Marchi Storici, che rappresentano un'eccellenza del tessuto produttivo italiano, manifestazione fondamentale della capacità creativa e imprenditoriale italiana e pilastro della sua immagine nel mondo. Molto spesso, infatti, le imprese italiane titolari di Marchio Storico non riescono a svilupparsi con acquisizioni a causa della pressione di acquirenti esteri con maggiore disponibilità di capitali.



In aggiunta, la lettera c) della presente proposta normativa è orientata a supportare politiche espansive delle aziende titolari di Marchio Storico, tramite acquisizioni di imprese aventi un numero di dipendenti inferiore a 250, non necessariamente in crisi ma comunque appartenenti allo stesso settore dell'impresa acquirente e oggetto di particolare interesse da parte di investitori stranieri.

In definitiva, la fattispecie in esame consente di salvaguardare l'occupazione dell'impresa in difficoltà e contestualmente rafforzare il posizionamento competitivo delle imprese titolari di Marchi storici, simbolo del Made in Italy. Aspetto, quest'ultimo, che si rileva ed è coerente 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.

2. RIVALUTAZIONE MARCHI STORICI

Art. xx-bis.

(Rivalutazione dei marchi storici di interesse nazionale)

1. Al fine di sostenere le storiche eccellenze produttive del Made in Italy, i soggetti indicati nell'articolo 73, comma 1, lettere a) e b), del testo unico delle imposte sui redditi, di cui al decreto del Presidente della Repubblica 22 dicembre 1986, n. 917, titolari di Marchio Storico di interesse nazionale di cui all'art. 11-ter del D.Lgs. 10 febbraio 2005, n. 30 recante il Codice della Proprietà Industriale, iscritto al Registro speciale dei Marchi Storici di interesse nazionale, ai sensi dell'art. 185-bis del medesimo D.Lgs. 10 febbraio 2005, n. 30, che non adottano i principi contabili internazionali nella redazione del bilancio possono, anche in deroga all'articolo 2426 del codice civile e ad ogni altra disposizione di legge vigente in materia, rivalutare il proprio marchio di impresa iscritto al Registro speciale dei Marchi Storici di interesse nazionale, risultanti dal bilancio dell'esercizio in corso al 31 dicembre 2022.
2. La rivalutazione deve essere eseguita in uno o in entrambi i bilanci o rendiconti relativi ai due esercizi successivi a quello di cui al comma 1, e deve essere annotata nella nota integrativa.
3. Sui maggiori valori dei marchi di cui al comma 1 iscritti in bilancio non è dovuta alcuna imposta sostitutiva o altra imposta. Il maggior valore attribuito ai suddetti marchi si considera riconosciuto, ai fini delle imposte sui redditi e dell'imposta regionale sulle attività produttive, a decorrere dall'esercizio nel cui bilancio la rivalutazione è seguita.
4. Il saldo attivo risultante dalle rivalutazioni eseguite deve essere imputato al capitale o accantonato in una speciale riserva designata con riferimento al presente comma, con esclusione di ogni diversa utilizzazione.

Relazione illustrativa

I Marchi Storici italiani rappresentano un'eccellenza del tessuto produttivo italiano, manifestazione fondamentale della capacità creativa imprenditoriale italiana, in particolare nelle quattro filiere trainanti l'intero sistema economico del nostro Paese e del Made in Italy: agroalimentare, abbigliamento, arredo e automazione meccanica.



Al fine, pertanto, di sostenere lo sviluppo e la valorizzare delle imprese titolari di Marchi Storici, iscritti al Registro speciale dei Marchi Storici di interesse nazionale di cui all'art. 185-bis del D.Lgs. 10 febbraio 2005, n. 30 recante il Codice della Proprietà Industriale, come introdotto dall'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, la proposta emendativa mira ad introdurre una rivalutazione gratuita, per due esercizi consecutivi e successivi a quello di cui al comma 1, del marchio di impresa iscritto al Registro speciale dei Marchi Storici di interesse nazionale.

La proposta consentirebbe di incentivare le aziende storiche che rappresentano la radice storica e la memoria attiva del Made in Italy a incrementare il valore patrimoniale del loro know how valorizzandone i propri asset immateriali, al tempo stesso rafforzandosi in ottica di mantenimento delle attività produttive e del capitale umano sul territorio nazionale, in cui sono nate e si sono sviluppate.

La proposta incentiverebbe, altresì, le imprese titolari di Marchio Storico di fatto riconosciuto come tale per continuità d'uso da almeno cinquanta anni dall'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi, a registrarlo come marchio di impresa, qualora non lo sia già, e ad iscriverlo a bilancio.

NOTA:

NORMATIVA GIÀ APPLICATA PER LA RIVALUTAZIONE DEI BENI DI IMPRESA NEL SETTORE ALBERGHIERO E TERMALE - D.L. n. 23/2020 (Decreto Liquidità)

Art. 6-bis. (Disposizioni per il sostegno dei settori alberghiero e termale).

1. Al fine di sostenere i settori alberghiero e termale, i soggetti indicati nell'articolo 73, comma 1, lettere a) e b), del testo unico delle imposte sui redditi, di cui al decreto del Presidente della Repubblica 22 dicembre 1986, n. 917, operanti nei settori alberghiero e termale che non adottano i principi contabili internazionali nella redazione del bilancio possono, anche in deroga all'articolo 2426 del codice civile e ad ogni altra disposizione di legge vigente in materia, rivalutare i beni di impresa e le partecipazioni di cui alla sezione II del capo I della legge 21 novembre 2000, n. 342, ad esclusione degli immobili alla cui produzione o al cui scambio e' diretta l'attività di impresa, risultanti dal bilancio dell'esercizio in corso al 31 dicembre 2019.

2. La rivalutazione deve essere eseguita in uno o in entrambi i bilanci o rendiconti relativi ai due esercizi successivi a quello di cui al comma 1, deve riguardare tutti i beni appartenenti alla stessa categoria omogenea e deve essere annotata nel relativo inventario e nella nota integrativa.

3. Sui maggiori valori dei beni e delle partecipazioni iscritti in bilancio di cui al comma 2 non e' dovuta alcuna imposta sostitutiva o altra imposta. Il maggior valore attribuito ai beni e alle partecipazioni si considera riconosciuto, ai fini delle imposte sui redditi e dell'imposta regionale sulle attività produttive, a decorrere dall'esercizio nel cui bilancio la rivalutazione e' eseguita.

4. Il saldo attivo risultante dalle rivalutazioni eseguite deve essere imputato al capitale o accantonato in una speciale riserva designata con riferimento al presente comma, con esclusione di ogni diversa utilizzazione.

5. Il saldo attivo della rivalutazione puo' essere affrancato, in tutto o in parte, con l'applicazione in capo alla società di un'imposta sostitutiva delle imposte sui redditi, dell'imposta regionale sulle attività produttive e di eventuali addizionali nella misura del 10



per cento, da versare con le modalita' indicate all'articolo 1, comma 701, della legge 27 dicembre 2019, n. 160.

6. Nel caso di cessione a titolo oneroso, di assegnazione al socio o di destinazione a finalita' estranee all'esercizio dell'impresa ovvero al consumo personale o familiare dell'imprenditore dei beni rivalutati in data anteriore a quella di inizio del quarto esercizio successivo a quello nel cui bilancio la rivalutazione e' stata eseguita, ai fini della determinazione delle plusvalenze o delle minusvalenze si considera il costo del bene prima della rivalutazione.

7. Si applicano, in quanto compatibili, le disposizioni degli articoli 11, 13, 14 e 15 della legge 21 novembre 2000, n. 342, del regolamento di cui al decreto del Ministro delle finanze 13 aprile 2001, n. 162, del regolamento di cui al decreto del Ministro dell'economia e delle finanze 19 aprile 2002, n. 86, e dei commi 475, 477 e 478 dell'articolo 1 della legge 30 dicembre 2004, n. 311.

8. Le disposizioni dell'articolo 14, comma 1, della legge 21 novembre 2000, n. 342, si applicano anche ai soggetti che redigono il bilancio in base ai principi contabili internazionali di cui al regolamento (CE) n. 1606/2002 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 19 luglio 2002, anche con riferimento alle partecipazioni, in societa' ed enti, costituenti immobilizzazioni finanziarie ai sensi dell'articolo 85, comma 3-bis, del testo unico delle imposte sui redditi, di cui al decreto del Presidente della Repubblica 22 dicembre 1986, n. 917. Per tali soggetti, per l'importo corrispondente ai maggiori valori oggetto di riallineamento e' vincolata una riserva in sospensione d'imposta ai fini fiscali, che puo' essere affrancata ai sensi del comma 5 del presente articolo.

9. Nel caso in cui i soggetti individuati al comma 1 del presente articolo abbiano esercitato la facoltà di cui all'articolo 1, commi 696 e seguenti, della legge 27 dicembre 2019, n. 160, gli effetti della rivalutazione e dell'eventuale affrancamento del saldo attivo ai fini delle imposte sui redditi e dell'imposta regionale sulle attività produttive si producono a decorrere dall'ultimo bilancio o rendiconto dell'esercizio in corso alla data del 31 dicembre 2020.

10. Alle minori entrate derivanti dal presente articolo, valutate in 0,85 milioni di euro per l'anno 2021, in 2,59 milioni di euro per l'anno 2022, in 1,78 milioni di euro per l'anno 2023, in 1,87 milioni di euro per l'anno 2024 e in 1,81 milioni di euro annui a decorrere dall'anno 2025, si provvede mediante corrispondente riduzione del Fondo di cui all'articolo 1, comma 200, della legge 23 dicembre 2014, n. 190.



3. CREDITO DI IMPOSTA SU INVESTIMENTI PUBBLICITARI INCREMENTALI DI IMPRESE TITOLARI DI MARCHIO STORICO

Art. xx-bis

(Modifiche al decreto-legge 24 aprile 2017, n. 50)

All'articolo 57-bis, comma 1, del D.L. 24 aprile 2017, n. 50, convertito con modificazioni dalla L. 21 giugno 2017, n. 96, dopo le parole «start up innovative,» sono aggiunte le seguenti:

«e al 100 per cento nel caso di imprese titolari di marchio storico iscritto al Registro speciale dei marchi storici di interesse nazionale di cui all'art. 185-bis del D.Lgs. 10 febbraio 2005, n. 30,».

Estendere tra le tipologie di investimenti che possono accedere al credito di imposta anche le campagne su emittenti televisive e radiofoniche, anche locali, analogiche e digitali.

Relazione illustrativa

L'articolo 57-bis del D.L. 24 aprile 2017, n. 50 prevede per le imprese, i lavoratori autonomi e gli enti non commerciali che effettuano investimenti in campagne pubblicitarie sulla stampa quotidiana e periodica anche online, il cui valore superi almeno dell'1 per cento gli analoghi investimenti effettuati sugli stessi mezzi di informazione nell'anno precedente, l'attribuzione di un contributo, sotto forma di credito d'imposta, pari al 75 per cento del valore incrementale degli investimenti effettuati, che può essere elevato al 90 per cento nel caso di micro, piccole e medie imprese e start up innovative.

Escludendo tale riconoscimento dalla normativa europea che regola gli aiuti di Stato "de minimis", si propone di elevare il credito di imposta al 100 per cento del valore incrementale degli investimenti effettuati nel caso di imprese titolari di Marchi Storici iscritti al Registro speciale dei Marchi Storici di interesse nazionale di cui all'art. 185-bis del Codice della Proprietà Industriale, come introdotto dall'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, nonché di estendere tra le tipologie di investimenti che possono accedere al credito di imposta anche le campagne su emittenti televisive e radiofoniche, anche locali, analogiche e digitali. Il credito d'imposta riservato alle imprese titolari di Marchi Storici è utilizzabile esclusivamente in compensazione, ai sensi dell'articolo 17 del decreto legislativo 9 luglio 1997, n. 241, previa istanza diretta al Dipartimento per l'informazione e l'editoria della Presidenza del Consiglio dei ministri.



4. INSERIMENTO MARCHI STORICI NELLA FONDAZIONE “IMPRESE E COMPETENZE PER IL MADE IN ITALY” – RIF. ART. 14

Art. 14

(Fondazione “Imprese e competenze per il made in Italy”)

1. È istituita la fondazione denominata «Imprese e competenze per il made in Italy» con il compito di promuovere il raccordo tra le imprese che rappresentano l'eccellenza del made in Italy, **nonché le imprese che ne hanno fatto la storia, titolari di Marchi Storici iscritti al Registro speciale di cui all'art. 185-bis del D.Lgs. 10 febbraio 2005, n. 30**, e i licei del made in Italy, al fine di diffondere la cultura d'impresa del made in Italy tra gli studenti e favorire iniziative mirate a un rapido inserimento degli stessi nel mondo del lavoro. A tal fine sono autorizzate la spesa in conto capitale di 1 milione di euro per l'anno 2024, per la costituzione della fondazione, nonché la spesa di 500.000 euro annui a decorrere dall'anno 2024, per il funzionamento della stessa.

2. La fondazione di cui al comma 1 conferisce ogni anno il premio di «Maestro del made in Italy» a imprenditori che si sono particolarmente distinti per la loro capacità di trasmettere il sapere e le competenze alle nuove generazioni nei settori di eccellenza del made in Italy anche attraverso iniziative formative e di sensibilizzazione dei giovani. I requisiti e le modalità per l'assegnazione del premio sono disciplinati con decreto del Ministro delle imprese e del made in Italy, di concerto con il Ministro dell'istruzione e del merito, sentito il Ministro del lavoro e delle politiche sociali.

3. La fondazione di cui al comma 1 si correla con gli altri soggetti pubblici e privati che operano nel settore della formazione professionale e del trasferimento tecnologico, in modo da creare sinergie e coordinare competenze e risorse con l'obiettivo di costituire un sistema, a partire dai principali distretti industriali, in cui i licei del made in Italy possano sviluppare i progetti formativi in coerenza con le direttrici di sviluppo economico del Paese.

4. Il Ministero delle imprese e del made in Italy e il Ministero dell'istruzione e del merito sono membri fondatori della fondazione di cui al comma 1 e ne definiscono, d'intesa, gli obiettivi strategici mediante l'adozione di un atto di indirizzo.

5. Con decreto del Ministro delle imprese e del made in Italy, di concerto con il Ministro dell'istruzione e del merito e con il Ministro dell'economia e delle finanze, sono approvati l'atto costitutivo e lo statuto della fondazione di cui al comma 1, nel quale sono definite anche le funzioni di vigilanza sulla stessa, sono nominati gli organi sociali, sono determinati i compensi e sono altresì disciplinati i criteri e le modalità per l'adesione di enti pubblici e soggetti privati alla fondazione e per la loro partecipazione alle attività della stessa. Il patrimonio della fondazione è costituito dall'apporto iniziale di cui al comma 9 e può essere incrementato da ulteriori apporti dello Stato, nonché dalle risorse provenienti da soggetti pubblici e privati.

6. Alla fondazione di cui al comma 1 possono essere concessi in comodato gratuito beni immobili facenti parte del demanio e del patrimonio disponibile e indisponibile dello Stato, ferme restando le disposizioni del regolamento di cui al decreto del Presidente della Repubblica 13 settembre 2005, n. 296. L'affidamento in comodato di beni di particolare valore artistico e storico alla fondazione è effettuato dall'amministrazione competente, d'intesa con il Ministero della cultura, fermo restando il regime giuridico dei beni demaniali, previsto dagli articoli 823 e 829, primo comma, del codice civile.

7. Per lo svolgimento dei propri compiti la fondazione di cui al comma 1 può avvalersi,



mediante convenzione, di personale, anche di livello dirigenziale, a tale scopo messo a disposizione su richiesta della stessa, secondo le norme previste dai rispettivi ordinamenti, da enti e da altri soggetti tra quelli individuati ai sensi dell'articolo 1, comma 2, della legge 31 dicembre 2009, n. 196. La fondazione può avvalersi della collaborazione di esperti e di società di consulenza nazionali ed estere, di università e di istituti di ricerca.

8. Per quanto non espressamente disciplinato dai commi da 1 a 6 e dal decreto di cui al comma 5, la fondazione di cui al comma 1 è regolata dal codice civile. Tutti gli atti connessi alle operazioni di costituzione della fondazione e di conferimento e devoluzione alla stessa sono esclusi da ogni tributo e diritto e sono effettuati in regime di neutralità fiscale ad eccezione dell'imposta sul valore aggiunto.

9. Gli apporti al fondo di dotazione e al fondo di gestione della fondazione di cui al comma 1 a carico del bilancio dello Stato sono accreditati su un conto infruttifero, intestato alla fondazione, aperto presso la Tesoreria dello Stato.

10. Agli oneri complessivi di cui al comma 1, pari a 1,5 milioni di euro per l'anno 2024 e a 500.000 euro annui a decorrere dall'anno 2025, si provvede ai sensi dell'articolo 48.

Relazione illustrativa

Si propone di inserire le imprese titolari di Marchi Storici iscritti al Registro di cui all'art. 185-bis del D.Lgs. 10 febbraio 2005, n. 30, tra le imprese che possono contribuire con le proprie eccellenze storiche al raccordo previsto dalla norma con i Licei dei Made in Italy. Le imprese a Marchio Storico costituiscono un patrimonio identitario unico della Nazione che può giocare un ruolo fondamentale nel diffondere la cultura d'impresa italiana tra gli studenti.

5. ECCELLENZE PRODUTTIVE E CULTURALI DEI MARCHI STORICI - RIF. ART. 15 ISTITUZIONE DELL'ESPOSIZIONE NAZIONALE PERMANENTE DEL MADE IN ITALY

Art. 15

(Istituzione dell'Esposizione Nazionale Permanente del Made in Italy)

1. È istituita l'Esposizione nazionale permanente del made in Italy con l'obiettivo di promuovere e rappresentare l'eccellenza produttiva e culturale italiana attraverso l'esposizione dei prodotti della storia del made in Italy **delle imprese titolari di Marchi Storici iscritti al Registro di cui all'art. 185-bis del d.lgs 30/2005** e dell'ingegno italiano.

2. La cura e la gestione dell'Esposizione sono affidate alla fondazione «Imprese e competenze per il made in Italy», di cui all'articolo 14, che provvede a individuarne la sede, nell'ambito delle proprie attività e delle proprie risorse.



Relazione illustrativa

Si propone di inserire specificatamente i Marchi Storici di interesse nazionale nel processo di promozione delle eccellenze produttive e culturali italiane previsto con l'istituzione dell'Esposizione Nazionale permanente del Made in Italy. Le imprese titolari di Marchi Storici costituiscono un patrimonio identitario unico che può contribuire, attraverso l'esposizione permanente dei loro prodotti diventati icone del saper fare italiano, a rappresentare e promuovere la storia del Made in Italy e dell'ingegno italiano.

6. DIGITALIZZAZIONE ARCHIVI MARCHI STORICI – RIF. ART. 16 VALORIZZAZIONE E TUTELA DEL PATRIMONIO CULTURALE IMMATERIALE

PROPOSTA MARCHI STORICI:

Individuare strumenti e risorse (Fondo ad hoc) da destinare alla progettazione e allo sviluppo di modelli di fruizione innovativi del patrimonio culturale e documentale delle imprese titolari di Marchi Storici di interesse nazionale, attraverso la digitalizzazione degli archivi aziendali, con l'obiettivo di ampliare l'accesso ai contenuti e la fruibilità degli spazi e potenziare la divulgazione della loro tradizione imprenditoriale e artigianale, nonché il loro contributo alla produzione culturale dei territori e del Made in Italy.

7. INSERIMENTO SALVAGUARDIA ARCHIVI STORICI IMPRESE A MARCHIO STORICO – RIF. ART. 20

Art. 20.

(Albo delle imprese culturali e creative di interesse nazionale)

1. Presso il Ministero della cultura è istituito l'albo delle imprese culturali e creative di interesse nazionale.

2. L'iscrizione nell'albo importa anche la registrazione nel portale del Sistema archivistico nazionale del Ministero della cultura, anche al fine di salvaguardare gli archivi storici delle imprese italiane, **in particolare delle imprese titolari di Marchi Storici iscritti al Registro di cui all'art. 185-bis del d.lgs 30/2005** e di valorizzare le imprese culturali e creative.

3. Con decreto del Ministro della cultura, entro novanta giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge, sono definite le modalità di attuazione del presente articolo.

4. Le amministrazioni competenti provvedono all'attuazione del presente articolo nei limiti delle risorse umane, strumentali e finanziarie disponibili a legislazione vigente e, comunque, senza nuovi o maggiori oneri a carico della finanza pubblica.



N.B.: PROPOSTE MARCHI STORICI nn. 8-9-10 TRA LORO COLLEGATE

Rif. Art. 32 Attività di ricognizione dei prodotti industriali e artigianali tipici

Rif. Art. 33 Manifestazione di interesse per il riconoscimento di prodotto artigianale o industriale tipico

Rif. Art. 35 Disciplinare dei prodotti industriali e artigianali tipici

Relazione illustrativa proposte nn. 8-9-10

Si propone di inserire il riconoscimento del valore delle produzioni delle imprese titolari di Marchi Storici al pari delle produzioni artigianali e industriali tipiche, in quanto produzioni di eccellenza del Made in Italy riconosciute per la loro qualità e in quanto storicamente radicate nel territorio. A tal fine si propone di estendere l'attività di ricognizione dei prodotti industriali e artigianali tipici anche a quelli a Marchio Storico, di estendere la manifestazione di interesse per il riconoscimento di prodotto artigianale o industriale tipico anche a quelli a Marchio Storico, infine di estendere il disciplinare dei prodotti artigianali e industriali tipici anche a quelli a Marchio Storico, prevedendo specifico inserimento nel disciplinare degli elementi che possono dimostrare che il prodotto è a Marchio Storico.

8. ESTENDERE ATTIVITÀ DI RICOGNIZIONE DEI PRODOTTI INDUSTRIALI E ARTIGIANALI TIPICI ANCHE A QUELLI A MARCHIO STORICO – RIF. ART. 32

Art. 32

(Attività di ricognizione dei prodotti industriali, artigianali tipici e a Marchio Storico)

1. La Repubblica riconosce il valore delle produzioni artigianali e industriali tipiche **e a Marchio Storico, nel caso di imprese titolari di Marchi Storici iscritti al Registro dei Marchi Storici di interesse nazionale di cui all'art. 185 bis del d.lgs. n.30 del 2005**, tradizionalmente legate a metodi di produzione locali radicati in una specifica zona geografica, e ne promuove la tutela in quanto elementi significativi del complessivo patrimonio culturale nazionale; assicura altresì ai consumatori la disponibilità di informazioni affidabili in ordine alle produzioni artigianali e industriali tipiche e sostiene gli artigiani e i produttori nella preservazione delle tradizioni produttive e della reputazione collegate ai luoghi di origine.

2. In vista della definizione di un sistema di protezione uniforme a livello europeo basato sulle indicazioni geografiche, le regioni possono effettuare, secondo le modalità e nei termini definiti con accordo in sede di Conferenza permanente per i rapporti tra lo Stato, le regioni e le province autonome di Trento e di Bolzano entro novanta giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge, una ricognizione delle produzioni tipiche di cui al comma 1 che sono già oggetto di forme di riconoscimento o di tutela ovvero per le quali la reputazione e la qualità sono fortemente legate al territorio locale.

3. Gli esiti della ricognizione di cui al comma 2 sono trasmessi al Ministero delle imprese e del made in Italy, che, con decreto adottato previa intesa in sede di Conferenza permanente per i rapporti tra lo Stato, le regioni e le province autonome di Trento e di Bolzano, definisce un regime uniformemente valido e applicabile per il riconoscimento e la protezione, a livello



nazionale, dei prodotti tipici.

4. Le amministrazioni competenti provvedono all'attuazione del presente articolo nei limiti delle risorse umane, strumentali e finanziarie disponibili a legislazione vigente e, comunque, senza nuovi o maggiori oneri a carico della finanza pubblica.

9. ESTENDERE LA MANIFESTAZIONE DI INTERESSE PER IL RICONOSCIMENTO DI PRODOTTO ARTIGIANALE O INDUSTRIALE TIPICO ANCHE A QUELLI A MARCHIO STORICO – RIF. ART. 33

Art. 33

(Manifestazione di interesse per il riconoscimento di prodotto artigianale o industriale tipico e a Marchio Storico)

1. Per valorizzare i prodotti artigianali e industriali tipici e a Marchio Storico, nel caso di imprese titolari di Marchi Storici iscritti al Registro dei Marchi Storici di interesse nazionale di cui all'art. 185 bis del d.lgs. n.30 del 2005 e favorire i processi di tutela degli stessi, ai sensi dell'articolo 29 del codice della proprietà industriale, di cui al decreto legislativo 10 febbraio 2005, n. 30, le associazioni di produttori operanti in una determinata zona geografica adottano disciplinari di produzione e presentano alla regione competente la dichiarazione di manifestazione di interesse ai fini della ricognizione di cui all'articolo 32.

10. ESTENDERE IL DISCIPLINARE DEI PRODOTTI INDUSTRIALI, ARTIGIANALI TIPICI ANCHE A QUELLI A MARCHIO STORICO – RIF. ART. 35

Inserire nell'elenco del disciplinare anche “gli elementi che dimostrano che il prodotto è a Marchio Storico”.

Art. 35.

(Disciplinare dei prodotti industriali e artigianali tipici e a Marchio Storico)

1. Il disciplinare di produzione contiene almeno i seguenti elementi:

- a) il nome del prodotto, che può essere il nome geografico del luogo di produzione di un prodotto specifico ovvero il nome usato nel commercio o nel linguaggio comune per descrivere il prodotto specifico nella zona geografica definita;
- b) la descrizione del prodotto e delle materie prime utilizzate;
- c) la delimitazione della zona geografica di produzione;
- d) gli elementi che dimostrano che il prodotto è originario della zona geografica;
- e) **gli elementi che dimostrano che il prodotto è a Marchio Storico;**
- f) la descrizione del metodo di produzione del prodotto ed eventualmente dei metodi tradizionali e delle pratiche specifiche utilizzati;
- g) i particolari che stabiliscono il legame fra una data qualità, la reputazione o un'altra caratteristica del prodotto e l'origine geografica;
- h) le eventuali regole specifiche per l'etichettatura del prodotto.



2. Il disciplinare è depositato dalle associazioni dei produttori presso le camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura del territorio di riferimento.

11. INSERIMENTO IMPRESE A MARCHIO STORICO PER IL MADE IN ITALY NEL MONDO VIRTUALE E IMMERSIVO - RIF. ART. 38

Art. 38

(Imprese e Marchi Storici del made in Italy nel mondo virtuale e immersivo)

1. Il Ministero delle imprese e del made in Italy promuove e sostiene la transizione digitale dell'industria mediante l'utilizzo di ambienti virtuali immersivi e interattivi utili alle imprese, **in particolare per la promozione e valorizzazione delle imprese titolari di Marchi Storici iscritti al Registro speciale di cui all'art. 185-bis del D.Lgs. 10 febbraio 2005, n. 30** in sinergia con i servizi abilitanti dell'intelligenza artificiale, allo sviluppo del commercio elettronico relativo a beni e servizi nonché all'efficiente riorganizzazione dei processi produttivi, formativi e di marketing. A tal fine è autorizzata la spesa di 5 milioni di euro per l'anno 2024.

2. Per le finalità di cui al comma 1 è concesso alle piccole e medie imprese, per l'anno 2024, un contributo per investimenti in progetti per ambienti virtuali da inserire all'interno dello specifico sistema aziendale. Con decreto del Ministro delle imprese e del made in Italy, di concerto con il Ministro dell'economia e delle finanze, da adottare entro sessanta giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge, sono definiti il valore massimo del contributo, i presupposti, le condizioni e le modalità di richiesta e di utilizzo dello stesso nonché l'eventuale attribuzione della gestione della misura a un soggetto gestore, con oneri comunque non superiori all'1,5 per cento dell'ammontare delle risorse di cui al comma 1.

3. Agli oneri derivanti dall'attuazione del presente articolo, pari a 5 milioni di euro per l'anno 2024, si provvede ai sensi dell'articolo 48.

4. Il contributo di cui al presente articolo è concesso nei limiti e alle condizioni previsti dalla normativa europea e nazionale in materia di aiuti di Stato.