

Il Made in Italy in formato francobollo

**Un viaggio tra eccellenze italiane
per la Giornata Nazionale del Made in Italy**



Con il patrocinio di



**Ministero delle Imprese
e del Made In Italy**

Sommario

Giornata Nazionale del Made in Italy	3
Ducati	8
Moto Guzzi	13
Luiss Guido Carli	19
Confindustria	24
Il Sole 24 Ore	29
Poste Italiane S.p.A.	34
70° Anniversario Estensione del Diritto al voto alle donne	40
70° Anniversario Costituzione della Repubblica Italiana	45
Pattuglia Acrobatica Nazionale	50
Il giro del mondo della Nave Amerigo Vespucci	55
Olimpiadi e Paralimpiadi invernali di Milano Cortina 2026	60
Bronzi di Riace	65
Pino Daniele	70
Pineider	75
Luigi Lavazza	80
Nutella	87
Guccio Gucci S.p.A.	90
Thun	96
Linea ferroviaria ad Alta Velocità Torino-Salerno	101
Martini & Rossi S.p.A.	104





Giornata Nazionale del Made in Italy

**Le Eccellenze del Sistema Produttivo
ed Economico**



Emissione di un francobollo ordinario appartenente alla serie tematica "le Eccellenze del sistema produttivo ed economico" dedicato alla Giornata Nazionale del Made in Italy





Poste Italiane comunica che il Ministero delle Imprese e del Made in Italy ha emesso, il giorno 15 aprile 2024, un francobollo ordinario appartenente alla serie tematica "le Eccellenze del sistema produttivo ed economico" dedicato alla Giornata Nazionale del Made in Italy, tariffa A zona 3.

Il francobollo è stampato dall'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A., in rotocalcografia, su carta bianca, patinata neutra, autoadesiva, non fluorescente;

grammatura: 90 g/mq;

supporto: carta bianca, Kraft monosiliconata da 80 g/mq;

adesivo: tipo acrilico ad acqua, distribuito in quantità di 20 g/mq (secco);

formato carta e formato stampa: 30 x 40 mm;

formato tracciatura: 37 x 46 mm;

dentellatura: 11 effettuata con fustellatura;

colori: cinque;

tiratura: duecentocinquantamilaventi esemplari.

Caratteristiche del foglio: quarantacinque esemplari più la riproduzione del logo MIMIT monocromatico sulla cimosa;

colori: uno.

La vignetta riproduce il logo della Giornata Nazionale del Made in Italy, celebrata ogni anno il 15 aprile, raffigurante l'Uomo Vitruviano di Leonardo da Vinci, rappresentativo del suo genio universale e dell'opera dell'ingegno, personalizzato con i colori della bandiera italiana nel lettering "GIORNATA NAZIONALE MADE IN ITALY" e nelle due figure geometriche, il cerchio e il quadrato, che racchiudono la figura.

Completano il francobollo la legenda "15 APRILE", la scritta "ITALIA" e l'indicazione tariffaria "A ZONA 3".

Bozzetto: a cura del Ministero delle Imprese e del Made in Italy e ottimizzato dal Centro Filatelico della Produzione dell'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A.

Roma, 15 aprile 2024.

Filatelia

Giovanni Machetti



Questo primo francobollo dedicato alla Giornata Nazionale del Made in Italy intende celebrare quell'insieme di valori sociali, culturali e tecnici che hanno contribuito a rendere l'Italia un Paese unico al mondo, sinonimo di qualità, design ed innovazione.

Un patrimonio comune che dobbiamo non solo preservare, ma condividere e celebrare, in quanto parte fondante della nostra storia e identità nazionale.

La creatività pionieristica che ha dato forma al made in Italy, frutto della capacità di talenti artigiani e delle nostre manifatture, ha consentito al nostro Paese di conseguire importanti traguardi in termini di sviluppo sociale, crescita culturale ed economica.

Una storia ricca di successi, costellata di protagonisti diversi tra loro, ma accomunati dall'aspirazione a creare qualcosa di bello, di innovativo e unico, in grado di essere immediatamente riconoscibile e fonte di ispirazione.

Un tema sicuramente centrale dell'azione di questo Governo, la cui missione è quella di tutelare e rafforzare la competitività internazionale dell'Italia e del nostro sistema produttivo.

Nell'istituire la Giornata Nazionale del Made in Italy si è pertanto deciso di ricollegarsi alla nascita di Leonardo da Vinci, l'italiano che più di ogni altro ha saputo fare sintesi delle diverse sfaccettature che contraddistinguono la genialità dell'essere umano, ed in particolare di quello rinascimentale.

Il simbolo del genio totale che ci si augura possa essere di ispirazione anche per le generazioni future, con l'augurio che possano realizzare i propri sogni e le proprie aspirazioni senza porsi limiti e con un approccio fiducioso al futuro.

Buona Giornata del Made in Italy con una citazione dello stesso Leonardo: *"Quando camminerete sulla terra dopo aver volato, guarderete il cielo perché là siete stati e là vorrete tornare."*!



€ 9,00



1060015714



Ducati

Francobollo Celebrativo





Emissione di un francobollo ordinario appartenente alla serie tematica "le Eccellenze del sistema produttivo e del Made in Italy" dedicato alle imprese storiche: Ducati, nel centenario della fondazione





Poste Italiane comunica che il Ministero delle Imprese e del Made in Italy ha emesso, il giorno 9 aprile 2026, un francobollo ordinario appartenente alla serie tematica "le Eccellenze del sistema produttivo e del Made in Italy" dedicato alle imprese storiche: Ducati, nel centenario della fondazione, tariffa B.

Il francobollo è stampato dall'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A., in rotocalcografia, su carta bianca, patinata neutra, autoadesiva, con imbiancante ottico;
grammatura: 90 g/mq;
supporto: carta bianca, Kraft monosiliconata da 80 g/mq;
adesivo: tipo acrilico ad acqua, distribuito in quantità di 20 g/mq (secco);
formato carta e stampa: 40 x 30 mm;
formato tracciatura: 46 x 37 mm;
dentellatura: 11 effettuata con fustellatura;
colori: cinque;
tiratura: duecentocinquantamilaventi esemplari.

Caratteristiche del foglio: quarantacinque esemplari più la riproduzione del logo MIMIT monocromatico sulla cimosa.

La vignetta riproduce con un tratto stilizzato una moto Ducati, simbolo di un'eleganza sportiva unica al mondo. Su uno sfondo rosso, l'immagine si fonde con il tricolore, valorizzando l'emblema del Made in Italy. In alto spicca il logo realizzato per il Centenario, completato in basso dal claim "UN SECOLO DI STORIA".

Completano il francobollo la scritta "ITALIA" e l'indicazione tariffaria "B".

Bozzetto: progetto grafico a cura di Ducati Motor Holding S.p.A. e ottimizzato dal Centro Filatelico dell'Officina Carte Valori e Produzioni Tradizionali dell'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A.

Roma, 9 aprile 2026.

Filatelia
Giovanni Machetti



Fondata nel 1926 a Bologna, Ducati celebra nel 2026 un traguardo straordinario: cento anni di storia, innovazione e passione.

Un percorso che, dagli esordi dedicati allo sviluppo di tecnologie radio, ha portato l'Azienda a diventare oggi una realtà di riferimento nel panorama motociclistico internazionale e nel Motorsport.

I valori di Style, Sophistication e Performance guidano da sempre le scelte di Ducati e prendono forma nelle sue moto: linee essenziali, tecnologia all'avanguardia e un carattere sportivo italiano riconoscibile in tutto il mondo.

Questo francobollo rende omaggio ad un secolo di eccellenza. Il bozzetto della moto è attraversato dai colori del Tricolore, che rappresentano l'identità, l'appartenenza e il legame con la tradizione creativa italiana.

Un simbolo che rende omaggio a una storia centenaria segnata da tecnologia sofisticata, successi sportivi e design Made in Italy, pilastri del primo secolo di Ducati.

Ducati One Hundred. A Century Made of Seconds.



€ 6,00



1060018027



Moto Guzzi

**Le Eccellenze del Sistema Produttivo
ed Economico**



Bollettino Filatelico





Emissione di un francobollo ordinario appartenente alla serie tematica "le Eccellenze del sistema produttivo ed economico" dedicato alla Moto Guzzi, ne centenario della fondazione





Poste Italiane comunica che il Ministero dello Sviluppo Economico ha emesso, il giorno 11 settembre 2021 un francobollo ordinario appartenente alla serie tematica "le Eccellenze del sistema produttivo ed economico" dedicato alla Moto Guzzi, nel centenario della fondazione, tariffa B zona 1

Il francobollo è stampato dall'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A., in rotocalcografia, su carta bianca, patinata neutra, autoadesiva, non fluorescente;

grammatura: 90 g/mq;

supporto: carta bianca, Kraft monosiliconata da 80 g/mq;

adesivo: tipo acrilico ad acqua, distribuito in quantità di 20 g/mq (secco);

formato carta: 48 x 40 mm,

formato stampa: 44 x 36 mm;

formato tracciatura: 54 x 47 mm;

dentellatura: 9 effettuata con fustellatura;

colori: cinque;

tiratura: un milione di esemplari;

foglio: ventotto francobolli.

La vignetta rappresenta l'evoluzione delle motociclette della Moto Guzzi lungo l'arco della sua storia secolare e riproduce due moto tra le più rappresentative: la "Normale" del 1921 e la "V7 Stone Livrea Centenario" del 2021. In alto è riprodotto il logo del centenario della Moto Guzzi e, sullo sfondo, il disegno del classico motore bicilindrico Moto Guzzi a V di 90° raffreddato ad aria.

Completano il francobollo la scritta "ITALIA" e l'indicazione tariffaria "B ZONA 1"

Bozzetto: a cura della Piaggio & C. S.p.A. e ottimizzato dal Centro Filatelico della Direzione Operativa dell'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A.

Roma, 11 settembre 2021

Corporate Affairs Filatelia
Fabio Gregori



Un secolo di storia, di splendide motociclette, di vittorie, di avventure, di personaggi straordinari hanno costruito il mito di Moto Guzzi.

Da 100 anni ogni singola Moto Guzzi è costruita nello stabilimento di Mandello del Lario con cura artigianale, ogni modello è creato nel rispetto di una identità unica e autentica, bilanciando sapientemente lo stile classico con la tecnologia di avanguardia.

La "Società Anonima Moto Guzzi" nasce il 15 marzo 1921

In memoria di un compagno d'armi, i fondatori Carlo Guzzi e Giorgio Parodi vollero l'aquila ad ali spiegate, emblema del Servizio Aereo della Regia Marina durante la Prima Guerra Mondiale, come simbolo della nuova società.

Iniziava così dalla sede operativa di Mandello del Lario un'impresa industriale che ha segnato la storia del motociclismo mondiale, attraverso moto che sono entrate nell'immaginario collettivo, come la grande viaggiatrice GT 500 Norge 1928), l'Airone 250 (1939), il Galletto (1950) che contribuì alla motorizzazione di massa nel dopoguerra. In quegli anni venne inaugurata la galleria del vento voluta da un team di tecnici straordinari come Umberto Todero, Enrico Cantoni e Giulio Cesare Carcano, padre dell'incredibile Otto Cilindri da 285 km/ora (1955) e dei prototipi che tra il 1935 e il 1957 si sono aggiudicati ben 14 titoli mondiali velocità e 1 Tourist Trophy. Negli anni 60 Moto Guzzi dette vita al motore bicilindrico a V di 90° con trasmissione finale a cardano, destinato a diventare il simbolo stesso della Casa di Mandello attraverso modelli mitici come la V7 Special, V7 Sport, California e Le Mans. Su questa architettura il propulsore viene costantemente evoluto fino a motorizzare, supportato dalla più avanzata dotazione di controlli elettronici, le più apprezzate Moto Guzzi contemporanee come la gamma V7 V9 nelle versioni Roamer e Bobber e la V85 TT

Il secolo di Moto Guzzi rappresenta un momento di grande orgoglio per tutta l'industria italiana e quello che si festeggia è una storia vissuta guardando sempre avanti, con la capacità di innovare restando fedele ai propri talenti e alle proprie tradizioni. Moto Guzzi ha firmato vittorie sui circuiti di tutto il mondo, è stata un simbolo di crescita di un Paese rivolto al futuro, è stata la moto delle Forze dell'Ordine, dell'Esercito e ha esteso questa sua vocazione anche all'estero equipaggiando la Polizia californiana e, in tempi più recenti, quella di Berlino e di molte città d'Europa ed è, da sempre, la moto dei Corazzieri, il corpo di élite che scorta il Presidente della Repubblica Italiana. Moto Guzzi è stata protagonista nelle riprese postbelliche, ha accompagnato l'Italia nella sua crescita economica e sociale, le sue motociclette sono diventate patrimonio della cultura popolare del nostro Paese. E oggi Moto Guzzi continua a muovere la più autentica passione di migliaia di motociclisti nel mondo.

Roberto Colaninno

Presidente e Amministratore Delegato di Piaggio & C. S.p.A.



€ 5,00



1 0 6 0 0 1 3 0 0 0

La cartella filatelica contiene
1 bollettino illustrativo



Luiss Guido Carli

Francobollo Celebrativo





Emissione di un francobollo ordinario appartenente alla serie tematica "Scuole e Università" dedicato alla Luiss Guido Carli

(Autorizzata con Decreto 27 febbraio 2002 pubblicato nella Gazzetta Ufficiale n. 130 del 5 giugno 2002)

Poste Italiane comunica l'emissione, per il giorno 23 aprile 2003, di un francobollo ordinario appartenente alla serie tematica "Scuole e Università" dedicato alla Luiss Guido Carli, nel valore di € 2,58.

Il francobollo è stampato dall'Officina Carte Valori dell'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato, in rotocalcografia, su carta fluorescente, non filigranata; formato carta: mm 48 x 40; formato stampa: mm 44 x 36; dentellatura: 14; colori: quadricromia; tiratura: tre milioni e cinquecentomila esemplari; foglio: venticinque esemplari, valore "€ 64,50".

La vignetta raffigura, a sinistra, un ritratto di Guido Carli e, a destra, la sede dell'omonima Libera Università Internazionale degli Studi Sociali, che si trova all'interno di un parco settecentesco nel centro di Roma.

Completano il francobollo la leggenda "UNIVERSITÀ LUISS GUIDO CARLI", la scritta "ITALIA" ed il valore "€ 2,58".

Bozzettista: Anna Maria Maresca.

Roma, 23 aprile 2003

Questo 23 aprile 2003 ricorre il primo decennale della scomparsa di Guido Carli, alla memoria del quale, dal 1994, è intitolata la Luiss - Libera Università Internazionale degli Studi Sociali.

In questi dieci anni la Luiss Guido Carli ha accompagnato, in un percorso certo non privo di ostacoli, il processo di sviluppo economico e di rinnovamento culturale dell'Italia, contribuendo alla formazione di un gruppo dirigente sensibile ai valori della cultura d'impresa e alle regole di una democrazia moderna.

La Luiss Guido Carli è un ateneo autonomo che ha origine dalla trasformazione di una preesistente istituzione romana, l'Università "Pro-Deo", costituita nel 1966 e che si distingueva per l'attenzione prestata a tematiche moderne non ancora del tutto considerate dalle Università tradizionali (dalle scienze dell'informazione agli studi sui media e sull'opinione pubblica). Erano gli anni '70, e più precisamente il 1974, quando un gruppo di imprenditori guidato da Umberto Agnelli decide di investire risorse umane e finanziarie in un innovativo progetto di formazione della classe dirigente che posiziona la Luiss nell'ambito degli Atenei internazionali di eccellenza.

Ai fondatori si uniscono negli anni successivi altri importanti gruppi industriali privati e pubblici e aziende di credito che portano nel Consiglio di Amministrazione una qualificata rappresentanza di imprenditori.

Nel 1977 l'Università cambia ufficialmente il nome in Luiss - Libera Università Internazionale degli Studi Sociali. Un anno dopo, l'allora Presidente di Confindustria Guido Carli diventa Presidente dell'Università. In questo periodo si vanno sempre più evidenziando gli elementi costitutivi del progetto formativo Luiss: una rigorosa selezione di ingresso, il numero programmato degli studenti, i piani di studio in linea con le esigenze del mercato e della continua innovazione tecnologica e, dunque, in stretto collegamento con il mondo delle imprese, lo studio delle lingue straniere e dell'informatica.

Nel 1982 la Luiss amplia la sua offerta formativa. A Economia e Scienze Politiche si aggiunge la facoltà di Giurisprudenza.

Guido Carli rimarrà Presidente della Luiss fino alla sua morte avvenuta nel 1993.

Nel 1994 il Consiglio di Amministrazione dell'Ateneo, decide di intitolare l'Università alla sua memoria.

La Luiss Guido Carli si è sempre ispirata ai principi della libertà e del pluralismo delle idee, nonché della continua innovazione. Con le sue tre facoltà, la Luiss, promossa da Confindustria, offre un modello formativo avanzato, orientato - per qualità della didattica, livello elevato dell'ambiente studentesco, collegamento con il mondo delle imprese - all'eccellenza e alla cultura di impresa, volto a selezionare i migliori studenti e a preparare la futura classe dirigente del Paese.

A ciò si aggiunge un'offerta formativa post-laurea di elevata qualità che concerne, per quanto riguarda la Facoltà di Economia, l'MBA - Master in Business Administration e il Master in Studi internazionali strategico-militari; per la Facoltà di Giurisprudenza, la Scuola di specializzazione per le professioni legali; per Scienze Politiche: la Scuola di specializzazione in Giornalismo, il Corso di preparazione al Concorso per la Carriera Diplomatica, il Corso di preparazione ai Concorsi delle Istituzioni Comunitarie e il Corso di Perfezionamento in Discipline Parlamentari.

Il rigore dell'apprendimento accademico nella Luiss Guido Carli è integrato con l'efficacia dell'esperienza sul campo di cui possono usufruire gli studenti, sia attraverso lezioni tenute da top manager di azienda e da docenti di livello internazionale, sia con la possibilità di effettuare stage in azienda già durante il proprio percorso di studio.

Con il servizio di orientamento e formazione - il Placement Office - e forte del legame con Confindustria e con le principali aziende, multinazionali, banche, istituzioni pubbliche e private, la Luiss Guido Carli offre ai suoi laureandi e neolaureati un accesso privilegiato al mondo del lavoro.

Grazie a questa impostazione, la storia della Luiss è la storia di una Università di élite che in trent'anni di vita ha compiuto un lungo cammino nella società italiana e nel sistema dell'alta formazione.

La Luiss Guido Carli si è andata, infatti, via via caratterizzando, nel panorama universitario italiano, per un'impostazione nuova sia nel metodo sia nel contenuto degli studi. Dal primo punto di vista, si decide di programmare il numero degli studenti, in modo da garantire la qualità degli studi e un ottimale rapporto fra docenti e studenti. La selezione all'interno avviene attraverso una rigorosa pro-

va di ammissione, basata su criteri oggettivi e meritocratici. Come ulteriore valore aggiunto, la Luiss garantisce che i piani di studio siano in linea con le esigenze del mercato e che, di conseguenza, sia stretto il collegamento con il mondo delle imprese. Ciò avviene anche e soprattutto attraverso servizi personalizzati diretti a facilitare l'inserimento degli studenti, dopo la laurea, nel mondo del lavoro. Quanto ai contenuti, proprio per rispondere alle esigenze del mercato, la Luiss si è caratterizzata per la rapidità con cui, rispetto alle altre università, ha favorito i processi di internazionalizzazione e informatizzazione della didattica e della ricerca.

Anche dal punto di vista della selezione dei docenti, la Luiss si è contraddistinta per aver scelto i docenti più autorevoli e i ricercatori più attivi nei campi di sua competenza.

I Rettori che hanno consentito all'Ateneo di intraprendere questo processo di creazione di una Università di élite - strettamente interrelata con la società e il mercato del lavoro, grazie anche a strumenti e conoscenze teorici e applicativi adeguati alle strategie di modernizzazione del Paese - sono in successione Rosario Romeo (dal 1978 al 1984), Carlo Luigi Scognamiglio (dal 1984 al 1992), Mario Arcelli (dal 1992 al 2002) e (dal 1° ottobre 2002) Adriano De Maio. Proprio in questi ultimi mesi l'Università ha avviato un nuovo progetto culturale e organizzativo, per esaltare i risultati raggiunti e per attrezzarsi alla competizione in un mondo sempre più globale e internazionalizzato.

La Luiss Guido Carli vuole affermarsi, infatti, come università con un profilo di eccellenza e un'identità ben riconosciuta anche a livello internazionale, operando in modo sinergico con tutti gli attori che operano nel proprio sistema:

- per gli studenti, tutto avviene all'insegna del "diritto al successo" e della capacità di premiare i meriti individuali indipendentemente dalle condizioni sociali;
- per la comunità in cui opera, l'università costituisce, per il suo riconosciuto valore, un luogo di attrazione per il territorio;
- per il management interno, l'università rappresenta un collante di appartenenza forte e un luogo dove poter svolgere nel modo migliore attività intellettualmente gratificanti;
- per chi vi investe risorse, la Luiss Guido Carli si propone di offrire un ritorno adeguato rispetto alle stesse.

In prima istanza, è in corso di definizione un progetto didattico e formativo diretto non solo a razionalizzare l'offerta esistente, ma anche ad attivare nuovi corsi. Il tutto all'insegna dell'internazionalizzazione degli studi e dell'interdisciplinarietà, creando corsi in cui le competenze si giochino a cavallo di più discipline e siano in grado di preparare in modo coerente alle esigenze di un mondo sempre più rapido e flessibile.

Sono in via di perfezionamento politiche di sviluppo ai vari livelli perché la Luiss diventi centro di attrazione, sia per gli studenti (del primo come del secondo ciclo previsti dalla riforma), sia per i migliori docenti.

E' infine in corso di definizione una politica della ricerca, non solo "finalizzata" ma anche "di curiosità", nella consapevolezza che è il livello qualitativo della ricerca che delinea in ultima istanza l'immagine esterna di una università, fungendo in conseguenza anche come il principale fattore di attrazione per ricercatori e docenti di valore e anche per gli studenti di livello più elevato.

Il tutto avverrà collaborando attivamente con altre istituzioni esterne, internazionali o radicate nel territorio ed anche prestando particolare attenzione alle fonti di finanziamento e all'attrazione di capitali.

Anche in questo senso la Luiss Guido Carli vuole esaltare lo spirito imprenditoriale: promuovendo un modello formativo di imprenditorialità finalizzata alla conoscenza e orientata all'innovazione.

Prof. Adriano De Maio
 Rettore dell'Università Luiss Guido Carli

N. 18/2003

In vendita presso gli Sportelli Filatelici
delle Filiali di Poste Italiane S.p.A.

€ 1,03



Confindustria

Francobollo Celebrativo





Emissione di un francobollo celebrativo di Confindustria, nel centenario della fondazione

(Autorizzata con D.P.R. 4 dicembre 2009 pubblicato nella G.U. n. 56 del 9 marzo 2010)

Poste Italiane comunica l'emissione, per il giorno 5 maggio 2010, di un francobollo celebrativo di Confindustria, nel centenario della fondazione, nel valore di € 1,40.

Il francobollo è stampato dall'Officina Carte Valori dell'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A., in rotocalcografia, su carta fluorescente, non filigranata; formato carta: mm 30 x 40; formato stampa: mm 26 x 36; dentellatura: 13¼ x 13; colori: quadricromia; tiratura: quattro milioni di esemplari; foglio: cinquanta esemplari, valore "€ 70,00".

La vignetta riproduce, su fondo celeste, il tricolore, al cui centro campeggia il logo del centenario di Confindustria dal quale si dirama un ideale vortice di frecce.

Completano il francobollo la leggenda "CENTENARIO FONDAZIONE CONFINDUSTRIA", la scritta "ITALIA" e il valore "€ 1,40".

Bozzettista: Luca Vangelli.

Roma, 5 maggio 2010

La Confindustria nacque il 5 maggio 1910 a Torino. La sua fondazione rappresentò il primo passo verso il riconoscimento delle potenzialità industriali di un Paese che fino ad allora aveva creduto di poter contare esclusivamente sull'agricoltura. Luigi Einaudi - considerato uno dei padri della Repubblica Italiana - ebbe parole di elogio, definendo l'associazione un emblema dell'Italia che lavora e che produce; quattro anni prima era nata pure la Confederazione generale del lavoro. Il celebre economista intravide nel parallelismo di questi due eventi la possibilità di dar vita finalmente anche nel nostro Paese a un moderno sistema di relazioni industriali.

La storia della Confindustria - inizialmente denominata Confederazione italiana dell'Industria - si è dipanata lungo un secolo denso di avvenimenti importanti, sia sotto il profilo nazionale che internazionale.

Una delle prime azioni promosse fu l'introduzione in Italia dei principi del taylorismo, che consentì una razionalizzazione del lavoro e un miglioramento della produttività. Lo scoppio della prima guerra mondiale, l'avvento del fascismo e la difficile situazione economica determinatasi con la crisi del '29, ebbero inevitabili ripercussioni sull'industria e sul Paese nel suo complesso: furono infatti anni caratterizzati da una politica protezionista e da una forte ingerenza dello Stato nel sistema finanziario e industriale.

Concluso il secondo conflitto mondiale e ripristinate le libertà civili e politiche, la Confindustria - durante la presidenza di Angelo Costa - sostenne con forza i principi del libero mercato e si impegnò profondamente affinché questi valori trovassero sempre più spazio anche nella compagine degli associati.

Nel 1957 l'Italia aderì al Mercato Comune europeo. Per il Paese si aprì una nuova fase storica: il clima di speranza e la volontà di archiviare definitivamente il ricordo della guerra, entrambi uniti a un'accresciuta produttività del sistema industriale, misero in moto quello che sarebbe stato definito il "miracolo economico".

La Confindustria, tuttavia, è stata testimone non soltanto di periodi felici della nostra storia, ma anche di fasi più delicate che a partire dagli anni Settanta videro crescere nel Paese la conflittualità sociale, in un contesto di progressiva recessione economica internazionale innescata dalla crisi petrolifera. Fu in questo periodo che l'Associazione diede il via a una riorganizzazione del sistema confederale, puntando a un rinnovamento della percezione del mondo imprenditoriale da parte dell'opinione pubblica. Il simbolo di questo cambiamento fu la "Riforma Pirelli". Ulteriore prova di un'apertura alle nuove istanze che venivano dall'esterno si ebbe nel 1975, quando la Confindustria e le Confederazioni sindacali raggiunsero un accordo sull'indicizzazione dei salari. Purtroppo ciò non bastò a interrompere l'offensiva del terrorismo che caratterizzò la fine degli anni Settanta.

Nel frattempo, all'interno dell'Associazione erano maturate altre necessità: si auspicava, in particolare, lo sviluppo di un sistema paese complessivamente più favorevole al mondo dell'industria, senza quei "lacci e laccioli" sia politici che burocratici che ne limitavano la libertà di manovra. In questo contesto nacque la proposta di uno "Statuto dell'Impresa".

Gli Anni Ottanta registrarono il peso crescente delle piccole e medie aziende e il fenomeno dei distretti industriali superò i confini tradizionali dei territori del Nord. Tra gli eventi principali di quel periodo, è da ricordare nel 1984 la disdetta del sistema di indicizzazione dei salari dal quale era scaturita una crescente inflazione.

Gli accordi raggiunti da Confindustria, governo e sindacati in tema di politiche dei redditi così come la ristrutturazione di molte industrie sotto il profilo organizzativo, permisero all'Italia di non perdere l'appuntamento, nel 1993, con l'entrata in vigore del Mercato unico europeo che sanciva la libera circolazione di merci e capitali. Nello stesso anno fu firmato il protocollo d'accordo con i sindacati sulla determinazione della dinamica salariale entro un tetto di inflazione programmata, accordo che segnò il passaggio dal modello consociativo al metodo della concertazione fra le parti sociali e il governo.

Alla fine degli anni Novanta la Confindustria ha promosso - non solo al suo interno - un dibattito approfondito sull'Italia ed ha evidenziato le aree in cui sarebbe più necessaria un'opera di riforma. L'avvio dell'Unione economica e monetaria europea nel 1998 (con la successiva adozione dell'euro a partire dal 2002), l'avvento della globalizzazione e il grande sviluppo delle tecnologie informatiche hanno infatti modificato il terreno nel quale si muovono le imprese. Pertanto, da parte

della Confindustria è cresciuta l'attenzione verso la competitività e l'internazionalizzazione, attraverso un potenziamento delle missioni all'estero e del dialogo con i maggiori partner stranieri.

Con oltre 140 mila iscritti e un totale di addetti superiore ai 5 milioni, la Confindustria oggi costituisce la principale organizzazione rappresentativa delle imprese manifatturiere e dei servizi e si pone come istituzione capace di conciliare la tutela dei propri associati con gli interessi del Paese.

Emma Marcegaglia
Presidente di Confindustria

In vendita presso gli Uffici Postali, gli Sportelli Filatelici
del territorio nazionale, gli "Spazio Filatelia" di Roma, Milano, Venezia,
Napoli, Trieste e online sul sito internet www.poste.it

€ 1,03



1060004817



Il Sole 24 Ore

**le Eccellenze del Sistema Produttivo
e del Made in Italy**



Emissione di un francobollo ordinario appartenente alla serie tematica "le Eccellenze del sistema produttivo e del Made in Italy" dedicato a Il Sole 24 Ore





Poste Italiane comunica che il Ministero delle Imprese e del Made in Italy ha emesso, il giorno 9 novembre 2025, un francobollo ordinario appartenente alla serie tematica "le Eccellenze del sistema produttivo e del Made in Italy" dedicato a Il Sole 24 Ore, tariffa B.

Il francobollo è stampato dall'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A., in rotocalcografia, su carta bianca, patinata neutra, autoadesiva, con imbiancante ottico;

grammatura: 90 g/mq;

supporto: carta bianca, Kraft monosiliconata da 80 g/mq;

adesivo: tipo acrilico ad acqua, distribuito in quantità di 20 g/mq (secco);

formato carta e stampa: 40 x 30 mm;

formato tracciatura: 46 x 37 mm;

dentellatura: 11 effettuata con fustellatura;

colori: tre;

tiratura: duecentomilaventicinque esemplari.

Caratteristiche del foglio: quarantacinque esemplari più la riproduzione del logo MIMIT monocromatico sulla cimosa.

La vignetta riproduce la testata del quotidiano Il Sole 24 Ore, fondato nel 1865, in evidenza su un fondino che richiama il colore della carta del giornale e raffigura una raffinata filigrana neoclassica, ispirata ai motivi ornamentali diffusi nella seconda metà dell'Ottocento.

Completano il francobollo la legenda "FONDATO NEL 1865", la scritta "ITALIA" e l'indicazione tariffaria "B".

Bozzetto: progetto grafico a cura di Lorenzo Petrantoni e ottimizzato dal Centro Filatelico dell'Officina Carte Valori e Produzioni Tradizionali dell'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A.

Roma, 9 novembre 2025.

Filatelia

Giovanni Machetti



Il Sole 24 Ore nasce dalla fusione di due gloriosi giornali milanesi: "Il Sole" (1865) e "24 Ore" (1946). È il quotidiano economico più antico d'Italia. Il tempo passa in fretta, ma 160 anni sono davvero tanti. Significano una presenza che affonda le radici in due secoli fa, la fine dell'Ottocento, fa i conti con le attese di cambiamento che hanno caratterizzato l'inizio del Novecento, passa attraverso le due guerre mondiali e gli anni tragici del nazifascismo, gli anni del boom economico che hanno portato l'industria manifatturiera italiana a conquistare la seconda posizione nella classifica europea dietro la Germania e quelli in cui l'innovazione tecnologica ha travolto le nostre vite, nel bene e nel male, a partire dall'entrata in campo dell'intelligenza artificiale, con i confini del cambiamento ancora tutti da scoprire.

Il debutto de "Il Sole" nelle edicole è a Milano nell'agosto 1865: il giornale "Il Sole", dedicato all'economia, è l'espressione di una borghesia liberale e innovatrice. Il "24 Ore" nasce il 12 settembre 1946, nella stessa giornata in cui riapre la Fiera di Milano dopo la guerra, giorno simbolico a testimonianza della volontà di ripresa dell'economia italiana. I due giornali, "Il Sole" e "24 Ore" erano sempre più vicini nella linea editoriale e nelle battaglie ispirate dalle liberalizzazioni nell'economia.

Il processo di fusione tra le due testate avvenne in modo naturale e il primo numero de Il Sole 24 Ore venne distribuito nelle edicole italiane il 9 novembre 1965. A partire dagli anni Ottanta Il Sole 24 Ore accompagna la profonda trasformazione dell'economia e della società italiane. Tra crisi globali, innovazioni tecnologiche e scenari economici instabili, il quotidiano si è progressivamente trasformato in un sistema multimediale integrato, capace di coniugare la solidità dell'analisi economica con l'apertura ai nuovi canali di comunicazione e all'uso delle tecnologie digitali. Una crescita che ha avuto come costante la volontà di offrire informazione di qualità, utile a interpretare i cambiamenti e a orientare le decisioni di imprese, professionisti e cittadini.

Fabio Tamburini
Direttore de Il Sole 24 Ore



€ 6,00



1060017645



Poste Italiane S.p.A.

**Le Eccellenze del Sistema Produttivo
ed Economico**



Emissione di un francobollo ordinario appartenente alla serie tematica "le Eccellenze del sistema produttivo ed economico" dedicato a Poste Italiane S.p.A., nel 160° anniversario della fondazione





Poste Italiane comunica che il Ministero dello Sviluppo Economico ha emesso, il giorno 5 maggio 2022, un francobollo ordinario appartenente alla serie tematica "le Eccellenze del sistema produttivo ed economico" dedicato a Poste Italiane S.p.A., nel 160° anniversario della fondazione, tariffa B.

Il francobollo è stampato dall'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A., in rotocalcografia, su carta patinata gommata, fluorescente non filigranata;

grammatura: 100 g/mq;

formato carta: 40 x 30 mm;

formato stampa: 36 x 24 mm;

dentellatura: 13 x 13½;

colori: sei.

La vignetta riproduce il logo del 160° anniversario della fondazione di Poste Italiane S.p.A.

Completano il francobollo la legenda "DAL 1862", la scritta "ITALIA" e l'indicazione tariffaria "B"

Bozzetto: a cura del Centro Filatelico della Direzione Operativa dell'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A.

Caratteristiche del foglietto

Il francobollo è racchiuso al centro di un foglietto tra sei chiudilettera dislocati su due righe che riproducono, ognuno, alcuni dei loghi storici più rappresentativi di Poste Italiane che si sono succeduti negli anni.

In ogni chiudilettera è riportata la rispettiva data di riferimento del logo "1862", "1947" "1967", "1986" "1994" e "2005"

Completano il foglietto loghi dei chiudilettera ripetuti a tappeto sullo sfondo dell'intera superficie e, in alto, la legenda "160 ANNI DALLA FONDAZIONE DELLE POSTE ITALIANE".

Colori: sei;

formato del foglietto: 140 x 110 mm;

tiratura: centosessantamila foglietti.

Roma, 5 maggio 2022.

Condirettore Generale Poste Italiane
Giuseppe Lasco



Il 5 maggio del 1862 nascono le Regie Poste in cui confluiscono le Amministrazioni postali degli Stati preunitari. Da allora le Poste hanno contribuito allo sviluppo sociale, economico e culturale dell'Italia facilitando gli italiani a comunicare tra loro, a conoscersi e a parlare una lingua comune.

Nelle due guerre mondiali lettere, pacchi e cartoline sono stati l'unico filo diretto fra soldati e famiglie. Con il vaglia, le Poste hanno favorito le transazioni commerciali e i pagamenti, anticipando i moderni sistemi di trasferimento di denaro e con i libretti di risparmio postale e con i buoni postali fruttiferi hanno educato al risparmio gli italiani, contribuendo al finanziamento di opere pubbliche. Con i propri uffici postali mobili e le proprie persone le Poste sono state vicine alla comunità in momenti di spensieratezza come le Olimpiadi di Roma del 1960 e in momenti drammatici come l'alluvione di Firenze (1966), il terremoto del Belice (1968), il terremoto in Irpinia (1980).

Anche oggi Poste Italiane S.p.A. continua ad essere al fianco del Paese.

Negli ultimi due anni Poste Italiane ha dimostrato la forza della sua rete mettendosi a disposizione del sistema Paese per fronteggiare l'emergenza sanitaria da COVID-19. Anche nei momenti più difficili dell'emergenza, Poste Italiane ha mantenuto attivi i servizi al cittadino, garantendo la sicurezza dei suoi clienti e dei suoi addetti e, in accordo con l'Arma dei Carabinieri erogando e consegnando a domicilio le pensioni ai cittadini fragili, sostenendo così le misure straordinarie dello Stato di sostegno al reddito.

Poste Italiane ha inoltre partecipato attivamente alla campagna vaccinale, offrendo supporto logistico per la distribuzione dei vaccini ed implementando una piattaforma informatica per la loro tracciatura e somministrazione che ha permesso ai cittadini la prenotazione online, dallo sportello automatico e tramite i portalettere e il call center.

Oggi come allora un filo indelebile unisce Poste Italiane allo Stato Italiano. Quando ancora la Rete non esisteva, le Poste mettevano in rete l'Italia ed oggi Poste Italiane offre il suo sostegno alla digitalizzazione del Paese.

Ma non solo. La strategia aziendale improntata alla responsabilità sociale dell'impresa ha dato vita a numerosi progetti di sostegno delle realtà locali e ad una politica di contenimento dell'impatto ambientale, con una attenzione particolare alla sicurezza lavorativa e alla parità di genere, divenendo un esempio concreto di imprenditorialità sostenibile ed inclusiva oltre che una delle più solide realtà imprenditoriali italiane. La politica di de-carbonizzazione di tutta la sua filiera produttiva per contribuire al raggiungimento della neutralità climatica, l'attività di sostegno alla mobilità sostenibile e di sensibilizzazione dei suoi addetti, le iniziative sociali contro ogni forma di discriminazione e contro la violenza di genere, le politiche attive a sostegno della maternità e del lavoro di cura, fanno di Poste Italiane un modello da seguire per l'imprenditorialità italiana ed internazionale.



L'emissione di un francobollo dedicato al 160° anniversario della fondazione di Poste Italiane è la conferma dell'imprescindibile legame con lo Stato, la celebrazione del ruolo centrale di questa Azienda, la più grande infrastruttura d'Italia, nella costruzione del tessuto sociale italiano e nello sviluppo del Paese ed il riconoscimento del valore della sua politica d'impresa.

Giuseppe Lasco
Condirettore Generale Poste Italiane





70° Anniversario Estensione del Diritto al voto alle donne

Francobollo Celebrativo



Emissione di francobolli celebrativi del 70° anniversario della Repubblica e delle Pari Opportunità, nel 70° anniversario dell'estensione del diritto al voto alle donne e nel 40° anniversario della nomina del primo ministro donna

Poste Italiane comunica che il Ministero dello Sviluppo Economico emetterà, il giorno 2 giugno 2016, tre francobolli celebrativi del 70° anniversario della Repubblica e delle Pari Opportunità, nel 70° anniversario dell'estensione del diritto di voto alle donne e nel 40° anniversario della nomina del primo ministro donna, del valore di € 0,95 per ciascun soggetto.

I francobolli sono stampati dall'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A., in rotocalcografia, su carta bianca, patinata neutra, autoadesiva, non fluorescente; grammatura. 90 g/mq; supporto: carta bianca, autoadesiva Kraft monosiliconata da 80 g/mq; adesivo: tipo acrilico ad acqua, distribuito in quantità di 20 g/mq (secco); colori: quattro; tiratura: ottocentomila esemplari per ciascun francobollo; fogli: ventotto esemplari, valore "€ 26,60"

Caratteristiche del francobollo dedicato al 70° anniversario della Repubblica

formato carta: mm 40 x 48; formato stampa. mm 36 x 44; formato tracciatura: mm 47 x 54; dentellatura: 11 effettuata con fustellatura.

Caratteristiche del francobollo dedicato al suffragio femminile

formato carta e formato stampa. mm 48 x 40; formato tracciatura: mm 54 x 47; dentellatura. 11 effettuata con fustellatura.

Caratteristiche del francobollo dedicato al primo ministro donna

formato carta e formato stampa. mm 40 x 48; formato tracciatura: mm 47 x 54; dentellatura: 11 effettuata con fustellatura.

Vignette:

il francobollo dedicato al 70° anniversario della Repubblica raffigura una veduta del monumento dedicato a Vittorio Emanuele II, conosciuto anche come Vittoriano e Altare della Patria, sorvolato dalle Frecce Tricolori, la Pattuglia Acrobatica dell'Aeronautica Militare Italiana; in alto a sinistra è riprodotto lo stemma della Repubblica Italiana;

il francobollo dedicato al suffragio femminile riproduce un'immagine d'epoca che raffigura una donna nell'atto di inserire nell'urna la propria scheda elettorale nel corso delle elezioni amministrative del marzo e aprile 1946, le prime in Italia in cui fu esteso il diritto di voto alle donne;

il francobollo dedicato al primo ministro donna riproduce il verbale di giuramento del 30 luglio 1976 dell'On.le Tina Anselmi nominata Ministro per il Lavoro e la Previdenza Sociale dall'allora Presidente della Repubblica Giovanni Leone in occasione del terzo governo Andreotti, il trentatreesimo della Repubblica Italiana ed il primo a comprendere tra i propri membri una donna.

Completano i francobolli le rispettive leggende "70° ANNIVERSARIO DELLA REPUBBLICA ITALIANA" "70° ANNIVERSARIO ESTENSIONE DEL DIRITTO DI VOTO ALLE DONNE" e "40° ANNIVERSARIO PRIMA NOMINA DELLA DONNA A MINISTRO" la scritta "ITALIA" e il valore "€ 0,95"

Bozzettisti. Anna Maria Maresca per il francobollo dedicato al 70° anniversario della Repubblica, Luca Vangelli per i francobolli dedicati al 70° anniversario dell'estensione del diritto di voto alle donne e al 40° anniversario della nomina del primo ministro donna.

Note: il monumento dedicato a Vittorio Emanuele II è raffigurato su concessione del MiBACT © Polo Museale del Lazio;

le Frecce Tricolori sono raffigurate su concessione dell'Aeronautica Militare Italiana;

l'immagine riprodotta sul francobollo dedicato al suffragio femminile è tratta da un filmato d'epoca di proprietà dell'Istituto Luce;

l'immagine riprodotta sul francobollo dedicato al primo ministro donna è di proprietà dell'Archivio Storico della Presidenza della Repubblica.

Roma, 2 giugno 2016

Questo 2016 è un anno particolarmente importante e significativo per il nostro Paese, per tutti gli italiani. Settant'anni fa, con il referendum del 2 giugno 1946, è nata la nostra Repubblica. Settant'anni fa, con le elezioni per l'Assemblea Costituente di quello stesso giorno e prima ancora con le consultazioni amministrative che si tennero in primavera, le donne conquistarono il diritto al voto e fecero il loro pieno ingresso nella vita politica.

La lunga e travagliata battaglia per il suffragio femminile, iniziata all'indomani dell'Unità d'Italia, ebbe dunque il suo coronamento: la partecipazione al voto delle donne fu massiccia ed anche grazie alla loro volontà le consigliere comunali furono circa duemila e ventuno furono le deputate elette alla Costituente. Cinque di loro fecero parte della "Commissione dei 75" che redasse la Costituzione della Repubblica. Poche, è vero. Ma capaci di far sentire la loro voce e di rappresentare quella di tutte le donne italiane.

È anche grazie all'impegno di quelle "madri" costituenti che maturò il riconoscimento costituzionale della pari dignità sociale e politica fra i sessi, radicata nel terzo articolo della Carta fondamentale, che promuove l'uguaglianza anche sostanziale fra cittadini e cittadine.

Quelli compiuti tra il 1946 e il 1948 furono dunque dei passi storici. Solo i primi, però. Perché il lungo cammino dell'emancipazione femminile è continuato e continua ancora, ha tagliato altri traguardi e altri ne taglierà.

Fra i primi, c'è quello raggiunto esattamente quarant'anni fa, nel 1976, quando Tina Anselmi diventò la prima donna a ricoprire la carica di Ministro della Repubblica. E non un ministero qualunque, ma quello del Lavoro. Fu lei, l'anno seguente, a dare all'Italia la prima legge sulla parità di trattamento tra donne e uomini nel campo del lavoro.

E sempre a proposito di anniversari, il 2016 segna anche i vent'anni dall'istituzione, all'interno di una compagine governativa, di un Ministro delle Pari opportunità, di una figura chiamata a rappresentare l'impegno dello Stato per difendere e promuovere i diritti delle donne, in nome dell'uguaglianza di genere.

Si tratta di una missione in continuo divenire, che personalmente vivo con grande senso di responsabilità ed emozione. A darmi conforto è l'esempio delle straordinarie figure che hanno aperto con fierezza, per noi tutte, le porte strette della Storia. Ed è la consapevolezza di quanto la forza delle donne debba ancora esprimersi in pieno – e abbia quindi tanto da dare – nel mondo del lavoro, nella vita politica, nel garantire il buon funzionamento e la credibilità delle nostre istituzioni.

Maria Elena Boschi

Ministro per le riforme costituzionali e i rapporti con il Parlamento

N 0282/2999

In vendita presso gli Uffici Postali abilitati,
gli "Spazio Filatelia" di Roma, Milano, Venezia,
Napoli, Trieste, Torino, Genova e sul sito www.poste.it

€ 3,50



1 0 6 0 0 8 4 8 8



70° Anniversario Costituzione della Repubblica Italiana

Francobollo Celebrativo



Emissione di un francobollo celebrativo del 70° anniversario della promulgazione della Costituzione della Repubblica Italiana

(Autorizzata con D.P.R. 25 luglio 2017

pubblicato nella G.U. n. 207 del 5 settembre 2017)

Poste Italiane comunica che il Ministero dello Sviluppo Economico emetterà, il giorno 27 dicembre 2017 un francobollo celebrativo del 70° anniversario della promulgazione della Costituzione della Repubblica Italiana, del valore di € 0,95

Il francobollo è stampato dall'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A., in rotocalcografia, su carta bianca, patinata neutra, autoadesiva, non fluorescente; grammatura: 90 g/mq; supporto: carta bianca, autoadesiva Kraft monosiliconata da 80 g/mq; adesivo: tipo acrilico ad acqua, distribuito in quantità di 20 g/mq (secco); formato carta: mm 48 x 40; formato stampa: mm 44 x 36; dentellatura: 11 effettuata con fustellatura; colori: sei; tiratura: quattrocentomila francobolli

La vignetta raffigura l'atto di promulgazione della Costituzione della Repubblica Italiana firmato a Roma a Palazzo Giustiniani il 27 dicembre del 1947 dal Capo provvisorio dello Stato Enrico De Nicola, affiancato, a sinistra, dal Presidente del Consiglio Alcide De Gasperi e, a destra, dal Presidente dell'Assemblea Costituente Umberto Terracini.

Completano il francobollo la leggenda "70° ANNIVERSARIO DELLA PROMULGAZIONE DELLA COSTITUZIONE DELLA REPUBBLICA ITALIANA" la scritta "ITALIA" e il valore "€ 0,95"

Caratteristiche del foglietto: il francobollo è impresso in un riquadro perforato posto al centro del foglietto in cui sono riprodotte la prima e l'ultima pagina della Costituzione Italiana, delimitate, in alto a destra e in basso a sinistra, rispettivamente dallo stemma della Repubblica Italiana e dal logo ufficiale delle celebrazioni del 70° anniversario della Costituzione Italiana.

Formato del foglietto: cm 10 x 7

Bozzettista: Maria Carmela Perrini.

Note: le pagine della Costituzione Italiana sono riprodotte su concessione dell'Archivio Storico della Presidenza della Repubblica; il logo ufficiale delle celebrazioni del 70° anniversario della Costituzione Italiana è riprodotto su concessione della Presidenza del Consiglio dei Ministri – Struttura di Missione per gli Anniversari di interesse nazionale; © Archivi Luigi Leoni / Archivi Alinari, per la foto da cui è tratta la raffigurazione dell'atto di promulgazione della Costituzione della Repubblica Italiana.

Roma, 27 dicembre 2017

Poste Italiane SpA
Corporate Affairs Filatelia
Fabio Gregori

La Costituzione della Repubblica Italiana fu approvata dall'Assemblea Costituente il 22 dicembre del 1947. Il documento venne firmato dal Capo provvisorio dello Stato Enrico De Nicola a Palazzo Giustiniani il 27 dicembre 1947. Il testo fu controfirmato dal Presidente del Consiglio dei Ministri Alcide De Gasperi e dal Presidente dell'Assemblea Costituente Umberto Terracini e sottoposto al visto del Guardasigilli Giuseppe Grassi.

Il Progetto di Costituzione era stato redatto dalla "Commissione per la Costituzione" istituita nell'ambito dell'Assemblea Costituente il 15 luglio 1946 con l'incarico di "elaborare e proporre il Progetto di Costituzione".

Presieduta da Meuccio Ruini, composta di 75 membri scelti fra i componenti dell'Assemblea Costituente e organizzata in 3 sottocommissioni (la prima, "Diritti e doveri dei cittadini" presieduta da Umberto Tupini, la seconda, "Ordinamento costituzionale dello Stato" presieduta da Umberto Terracini; la terza, "Lineamenti economici e sociali" presieduta da Gustavo Ghidini), la "Commissione dei 75" tenne 362 sedute e protrasse i suoi lavori sino al 31 gennaio 1948.

La Commissione, all'avvio dei suoi lavori, espresse in modo esplicito l'esigenza di comunicare e trasmettere i contenuti complessi della Costituzione – principi fondamentali, diritti e doveri dei cittadini, architettura costituzionale dello Stato – con un linguaggio di larga accessibilità. "La Costituzione deve essere, più che è possibile, *breve, semplice e chiara, tale che tutto il popolo la possa comprendere*" scrisse Meuccio Ruini.

Al Comitato di redazione (detto "Comitato dei 18"), formato dall'Ufficio di presidenza della Commissione dei 75 allargato ai rappresentanti di tutti i gruppi politici, fu affidato il compito di coordinare ed armonizzare il lavoro prodotto dalle tre sottocommissioni.

Il 6 febbraio 1947 Meuccio Ruini presentò alla Presidenza dell'Assemblea Costituente la "Relazione al progetto di Costituzione della Repubblica italiana" articolata in titoli – "Disposizioni generali" "Diritti e Doveri dei Cittadini" "Ordinamento della Repubblica" – che rappresentavano le partizioni del "Progetto di Costituzione". Seguirono poi la discussione e l'approvazione in Aula.

L'Archivio Storico della Presidenza della Repubblica conserva uno dei tre originali della Costituzione firmati da Enrico De Nicola.

L'Archivio storico della Camera dei Deputati e l'Archivio centrale dello Stato conservano gli altri due originali.

La conservazione della Costituzione, documento fondante dell'Italia Repubblicana, riveste un forte valore simbolico.

La tutela di documenti che rappresentano una parte rilevante della storia del nostro Paese risponde all'esigenza di conoscenza espressa dalla società civile ed è indispensabile per custodire e tramandare la memoria collettiva del nostro passato.

I documenti costituiscono infatti la memoria di un Paese, sedimentano l'identità di una comunità che si riconosce e si integra attraverso la conoscenza della storia e delle storie che ne hanno segnato il passato.

N 2141/2500

In vendita presso gli Uffici Postali,
gli "Spazio Filatelia" di Firenze, Genova, Milano, Napoli, Roma,
Roma 1, Torino, Trieste, Venezia, Verona e sul sito poste.it

€ 1,00



1 0 6 0 0 1 0 1 3 2



Pattuglia Acrobatica Nazionale

Francobollo Celebrativo



Emissione di un francobollo celebrativo della Pattuglia Acrobatica Nazionale

Poste Italiane comunica l'emissione, per il giorno 11 settembre 2010, di un francobollo celebrativo della Pattuglia Acrobatica Nazionale, nel valore di € 0,60.

Il francobollo è stampato dall'Officina Carte Valori dell'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A., in rotocalcografia, su carta fluorescente, non filigranata; formato carta: mm 40 x 30; formato stampa. mm 36 x 26; dentellatura: 13 x 13¼; colori. cinque più oro; tiratura: quattro milioni di esemplari; foglio: cinquanta esemplari, valore "€ 30,00"

La vignetta raffigura, in basso a sinistra, un lembo della bandiera italiana da cui, idealmente, sfreccia la squadriglia della Pattuglia Acrobatica Nazionale, nella caratteristica formazione a cuneo; a destra, è riprodotto il logo del 50° anniversario della costituzione della Pattuglia Acrobatica Nazionale.

Completano il francobollo le leggende "AERONAUTICA MILITARE" e "PATTUGLIA ACROBATICA NAZIONALE" la scritta "ITALIA" e il valore "€ 0,60"

Bozzettista: Maria Carmela Perrini.

Roma, 11 settembre 2010

La tradizione acrobatica di altissimo livello espressa oggi dalle Frecce Tricolori trae spunto da un glorioso passato fatto di uomini e di macchine che sin dagli anni '30 iniziarono a praticare il volo acrobatico per rappresentare l'Italia e l'Aeronautica Militare in manifestazioni aeree in Patria ed all'estero con programmi di volo acrobatico collettivo.

Agli inizi degli anni '50 l'Aeronautica Militare decise di affidare a turno ad un Reparto da caccia di prima linea il compito di costituire una pattuglia acrobatica.

La prima individuata, anni 1950 – 1952, fu la pattuglia della 4^a Aerobrigata "Cavallino Rampante" con un programma, della durata di circa 30 minuti, che vedeva la formazione volare principalmente a "rombo di quattro" per eseguire le figure acrobatiche classiche (looping, tonneau e rovesciamenti). Al termine del programma la formazione simulava un attacco al campo ed eseguiva un passaggio alla minima velocità di sostentamento.

I vasti consensi e l'entusiasmo suscitati in Italia e all'estero dalla pattuglia del "Cavallino Rampante" indussero l'Aeronautica Militare a proseguire questo genere di attività favorita, tra l'altro, dall'entrata in linea di velivoli più moderni e veloci quali il Republic F-84G "Thunderjet"

Nel periodo 1953 – 1955 la 5^a Aerobrigata svolse tale attività acrobatica con la formazione "Guizzo" nominativo mutato nel 1955 in "Getti Tonanti" su velivolo F-84G.

Nel periodo 1955 – 1956 le "Tigri Bianche" della 51^a Aerobrigata vennero chiamate a rappresentare l'Aeronautica Militare. Memorabile la loro partecipazione alla Manifestazione Aerea di Fiumicino del 1956, svoltasi in occasione dell'inaugurazione del nuovo scalo intercontinentale italiano.

Negli anni 1956 – 1957 la Pattuglia acrobatica rappresentativa fu nuovamente quella del "Cavallino Rampante" della 4^a Aerobrigata con il velivolo F-86E "Sabre" Mk. 4 dotato, per la prima volta, di un impianto fumogeno regolabile.

Anche i "Diavoli Rossi" della 6^a Aerobrigata diventarono la pattuglia acrobatica rappresentativa dell'Aeronautica Militare negli anni 1955 – 1957 e 1959 con una formazione che da quattro F-84F diventerà ben presto a sei velivoli con l'ultimo velivolo "fanalino" che inizia la funzione di "solista" volta a catturare l'attenzione del pubblico durante l'assenza della formazione sul cielo campo. Venne inserita per la prima volta la "bomba" con apertura verso il basso e sulla base di Soesterberg (Olanda) i "Diavoli Rossi" si classificarono al primo posto in una competizione riservata alle pattuglie acrobatiche della NATO, battendo le formazioni di Belgio, Gran Bretagna, Grecia, Portogallo, Stati Uniti e Turchia. Nel 1959 i "Diavoli Rossi" furono protagonisti di una tournée negli Stati Uniti dove si esibirono in cinque differenti manifestazioni.

Nelle stagioni 1958 – 1959 il compito di pattuglia venne affidato ai "Lanceri Neri" della 2^a Aerobrigata con numerose esibizioni in Italia, Francia, Gran Bretagna e Germania e nel 1959, su invito dello Scià di Persia, a una grande manifestazione aerea a Teheran.

Nello stesso anno, tornarono i "Getti Tonanti" della 5^a Aerobrigata con gli F-84F i cui aeroplani, in vista delle Olimpiadi di Roma del 1960, vennero decorati con i cinque anelli olimpici sulla deriva accoppiati a colori sgargianti. Figure di rilievo del programma acrobatico dei "Getti Tonanti" erano il doppio tonneau e la bomba che, secondo la tradizione della 5^a Aerobrigata, veniva effettuata verso l'alto con il successivo incrocio a bassissima quota. Tali manovre, difficili quanto spettacolari, sono tutt'oggi patrimonio della PAN

Nel 1960, sulla scorta delle esperienze maturate negli anni precedenti ed al fine di razionalizzare sia l'impiego delle risorse umane che dei velivoli, l'Aeronautica Militare decise di interrompere la pratica dell'assegnazione di detta attività a rotazione tra le varie Aerobrigate. Viene pertanto costituito un Reparto espressamente dedicato all'addestramento acrobatico in grado di perfezionare la preparazione dei piloti evitando così di disperderne le preziose esperienze. Il 1° luglio 1961 viene ufficialmente costituito, sull'aeroporto di Rivolto, il 313° Gruppo Addestramento Acrobatico nel quale confluiscono piloti già appartenuti alle altre pattuglie acrobatiche.

I velivoli in dotazione sono i Sabre con una livrea blu scuro, le superfici inferiori tricolori e un grande rombo azzurro in fusoliera contenente una freccia nera. I Sabre cambiano poi la loro colorazione ed adottano le tre celebri frecce bianco-rosso-verdi sulla fiancata e delle lettere giallo-oro in coda sostituite successivamente da un numero progressivo dello stesso colore. Infine, collocata alla base della deriva, compare la scritta "FRECCE TRICOLORI" in bianco.

Il 28 dicembre 1963 le "Frecce Tricolori" per la prima volta dalla fine della seconda guerra mondiale, ricevono un velivolo da combattimento di progettazione e costruzione interamente italiano, il caccia Fiat G.91 opportunamente modificato per l'addestramento acrobatico denominato G.91 PAN

Vengono definiti due distinti programmi di volo – uno alto e uno basso, quest'ultimo adottato in caso di avverse condizioni meteorologiche – nei quali vengono inserite figure celebri come il cardoide, il doppio tonneau, l'Arizona, la bomba e l'Apollo 313

Nel 1982 il G.91 PAN viene sostituito dall'MB339 PAN, un altro velivolo dell'industria nazionale utilizzato per l'attività di addestramento al volo degli allievi piloti L'MB339 PAN è una macchina più facile ed agile della precedente, consente di avere la formazione più vicina al pubblico. I tempi morti sono sempre colmati dall'esibizione del "solista"

Nel corso degli anni il programma delle Frecce Tricolori è stato costantemente perfezionato ed arricchito di nuove figure la cui impostazione, oltre alle esigenze di spettacolarità, tiene conto anche della sicurezza. Le Frecce Tricolori hanno raggiunto paesi e genti lontane effettuando lunghe ed impegnative tournée.

Nel contempo hanno mantenuto la capacità operativa a concorrere alle operazioni di supporto aereo offensivo in appoggio alle forze terrestri.

50 anni di storia quindi non solo dell'Aeronautica ma anche delle capacità professionali e tecnologiche dei suoi uomini e dell'industria italiana.

Generale S.A. Giuseppe BERNARDIS
Capo di Stato Maggiore dell'Aeronautica Militare

In vendita presso gli Uffici Postali, gli Sportelli Filatelici
del territorio nazionale, gli "Spazio Filatelia" di Roma, Milano, Venezia,
Napoli, Trieste e online sul sito internet www.poste.it

€ 1,03





Il giro del mondo della Nave Amerigo Vespucci

Francobollo Celebrativo



Emissione di un francobollo celebrativo dedicato al *viaggio*: il giro del mondo della Nave Amerigo Vespucci





Poste Italiane comunica che il Ministero delle Imprese e del Made in Italy ha emesso, il giorno 17 giugno 2024, un francobollo celebrativo dedicato al *viaggio*: il giro del mondo della Nave Amerigo Vespucci, tariffa B zona 2.

Il francobollo è stampato dall'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A., in rotocalcografia, su carta bianca, patinata neutra, autoadesiva, non fluorescente;

grammatura: 90 g/mq;

supporto: carta bianca, Kraft monosiliconata da 80 g/mq;

adesivo: tipo acrilico ad acqua, distribuito in quantità di 20 g/mq (secco);

formato carta: 40 x 30 mm;

formato stampa: 36 x 26 mm;

formato tracciatura: 46 x 37 mm;

dentellatura: 11 effettuata con fustellatura;

colori: quadricromia;

tiratura: duecentocinquantamilaventi esemplari.

Caratteristiche del foglio: quarantacinque esemplari più la riproduzione del logo MIMIT monocromatico sulla cimosa.

La vignetta riproduce, sullo sfondo di un nastro tricolore, la Nave Scuola Amerigo Vespucci, protagonista dal 2023 al 2025 del Tour Mondiale che la vedrà toccare i porti dei cinque continenti.

In alto a destra, è riprodotto lo stemma araldico della Marina Militare formato da uno scudo contenente gli stemmi delle quattro Repubbliche Marinare (Venezia, Genova, Amalfi e Pisa) sormontato da una corona triturrata.

Completano il francobollo la legenda "AMERIGO VESPUCCI TOUR MONDIALE 2023 – 2025", la scritta "ITALIA" e l'indicazione tariffaria "B ZONA 2".

Bozzetto: a cura della Marina Militare e ottimizzato dal Centro Filatelico dell'Officina Carte Valori e Produzioni Tradizionali dell'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A.

Roma, 17 giugno 2024.

Filatelia

Giovanni Machetti



Nave Scuola Amerigo Vespucci. Basterebbe già solo leggere questo nome per evocarne la storia, la tradizione, la cultura, i valori, le gesta.

Il suo viaggio è iniziato il 22 febbraio del 1931, quando è stata varata a Castellammare di Stabia e imponente ha preso il largo verso la gloria.

I suoi legni hanno solcato mari e oceani, le sue vele sono state gonfiate dai venti di ogni dove, ha accompagnato migliaia di allievi nelle campagne d'istruzione, ha attraversato burrasche, una guerra mondiale, ha incrociato imprese olimpioniche e vissuto manovre al limite dell'impossibile.

Lei è la "Signora dei Mari", la "Nave più bella del Mondo", è il luogo senza tempo dove navigare tra le onde e orientarsi con le stelle.

"Non chi comincia ma quel che persevera" è il suo motto, a prora si trova la polena di bronzo dorato che rappresenta il celebre navigatore ed esploratore toscano da cui ha ereditato il nome e l'immortalità.

Il 1° luglio 2023 Nave Vespucci ha armato la sua prora e da Genova è salpata verso il mondo, per portare l'istruzione, l'economia, la formazione, la sapienza italiana in un tour che la vedrà approdare in oltre 30 porti di altrettanti Paesi dislocati nei 5 continenti, per far poi ritorno in Patria nel 2025.

Nel segno della tradizione dell'antica arte marinaresca e dell'innovazione dei suoi sistemi orientati alla tutela ambientale, già ambasciatrice UNESCO e UNICEF, Nave Vespucci durante il suo giro del mondo sarà il mezzo per sviluppare e consolidare anche collaborazioni nel campo della ricerca scientifica e della salvaguardia del sistema marino.



The Amerigo Vespucci is a true icon of Italian maritime history, tradition, and culture. Just reading her name evokes a sense of grandeur, adventure, and unwavering determination.

Her journey began on February 22, 1931, when she was launched in Castellammare di Stabia and set sail to write her glorious legacy. Her sturdy timbers have braved the seas and oceans of the world, her sails inflated by winds from every corner of the globe. She has accompanied countless naval cadets on their educational campaigns, weathering storms, a world war, and feats that pushed the boundaries of the impossible.

Rightfully dubbed the “Lady of the Seas” and the “Most Beautiful Ship in the World,” the Amerigo Vespucci is a timeless vessel, a place to sail through the waves and orient oneself by the stars. Her motto, “Not those who begin but those who persevere,” reflects the unwavering spirit of her crew and the legacy she carries.

At her bow stands the gilded bronze figurehead, a representation of the famous Tuscan navigator and explorer from whom she derives her name and immortality.

On July 1, 2023, nave Vespucci, rigged her bow and set sail from Genoa to bring education, economic ties, training, and the wisdom of Italy to over 30 ports across 5 continents. This global tour, which will last until 2025, is a testament to the ship’s enduring relevance and her role as an ambassador for UNESCO and UNICEF.

The Amerigo Vespucci’s round-the-world voyage will not only showcase the timeless art of seamanship but also the innovative systems on board that are oriented towards environmental protection. This voyage will be a platform to develop and consolidate collaborations in the field of scientific research and the safeguarding of the marine ecosystem.

The Amerigo Vespucci is a living testament to the enduring spirit of exploration, education, and cultural exchange that has defined Italy’s maritime legacy. Her journey continues to inspire and captivate all who are fortunate enough to witness her majesty.

€ 6,00



1 0 6 0 0 1 5 8 9 0



Olimpiadi e Paralimpiadi invernali di Milano Cortina 2026

Francobollo Celebrativo



Emissione di francobolli celebrativi dedicati alle Olimpiadi e Paralimpiadi invernali di Milano Cortina 2026

**GIOCHI OLIMPICI
E PARALIMPICI INVERNALI
MILANO CORTINA 2026**

Official Licensed Product

© Fondazione Milano Cortina 2026, All Rights Reserved.
© IOC - All Rights Reserved.

© Fondazione Milano Cortina 2026, All Rights Reserved.
© IPC - All Rights Reserved.

**Ministero delle Imprese
e del Made in Italy**

1000002682

OLIMPIADI E PARALIMPIADI INVERNALI
Giorno di emissione
MILANO
CORTINA
★ 2026 (PT)
21.1.2026
00187 ROMA V.R.



Poste Italiane comunica che il Ministero delle Imprese e del Made in Italy ha emesso, il giorno 21 gennaio 2026, dei francobolli celebrativi dedicati alle Olimpiadi e Paralimpiadi invernali di Milano Cortina 2026, tariffa B zona 3.

I francobolli sono stampati dall'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A., in rotocalcografia, su carta bianca, patinata neutra, autoadesiva, con imbiancante ottico; grammatura: 90 g/mq;

supporto: carta bianca, Kraft monosiliconata da 80 g/mq;

adesivo: tipo acrilico ad acqua, distribuito in quantità di 20 g/mq (secco);

formato carta: 40 x 48 mm;

formato stampa: 36 x 44 mm;

formato tracciatura: 47 x 54 mm;

dentellatura: 9 effettuata con fustellatura;

colori: quadricromia, *Giochi Olimpici invernali di Milano Cortina 2026*; tre, *Giochi Paralimpici invernali di Milano Cortina 2026*;

tiratura: duecentomilaquattro esemplari per ognuno dei due francobolli e ottantamila esemplari di foglietto, contenenti ciascuno due esemplari dei francobolli.

Caratteristiche del foglio: ventotto esemplari più la riproduzione del logo MIMIT monocromatico sulla cimosa.

Vignette: raffigura, ciascun francobollo, una Vibe, elemento principale dell'identità visiva di Milano Cortina 2026 e del "Look of the Games" ufficiale. Ogni Vibe è costruita da colori sfumati in gradienti che dal blu si aprono al magenta e all'azzurro e dal verde passano all'ottanio e al giallo. Ad emergere sono i segni grafici luminosi, tracciati da linee bianche fluide e dinamiche, che attraversano l'immagine con un movimento continuo. Questi segni non sono semplici elementi decorativi, ma la rappresentazione visiva del gesto umano che esprime talento, creatività ed energia, componenti dello Spirito Italiano di Milano Cortina 2026. Sul lato sinistro compaiono gli emblemi delle Olimpiadi e delle Paralimpiadi Invernali di Milano Cortina 2026.

Completano i francobolli le legende "GIOCHI OLIMPICI INVERNALI DI MILANO CORTINA 2026" e "GIOCHI PARALIMPICI INVERNALI DI MILANO CORTINA 2026", la scritta "ITALIA" e l'indicazione tariffaria "B ZONA 3".

Bozzetti: progetto grafico a cura della Fondazione Milano Cortina 2026 e ottimizzato dal Centro Filatelico dell'Officina Carte Valori e Produzioni Tradizionali dell'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A.

Caratteristiche del foglietto

Racchiude, al centro, un esemplare dei due rispettivi francobolli.

In alto, a destra, sono riprodotti gli emblemi delle Olimpiadi e delle Paralimpiadi Invernali di Milano Cortina 2026 con il lettering "Official Licensed Product".

Completano il foglietto, in alto, a sinistra, la legenda "GIOCHI OLIMPICI E PARALIMPICI



INVERNALI MILANO CORTINA 2026” e in basso i copyrights © Fondazione Milano Cortina 2026, All Rights Reserved, © IOC All Rights Reserved e © IPC All Rights Reserved.

In basso a destra, è presente il codice a barre per la rilevazione automatica dei francobolli, a sinistra è riprodotto il logo MIMIT monocromatico.

Colori: quadricromia;

formato: 136 x 110 mm.

Roma, 21 gennaio 2026.

Direttore Generale Poste Italiane
Giuseppe Lasco



Con l'emissione dei due francobolli dedicati ai Giochi Olimpici e Paralimpici Invernali di Milano Cortina 2026, realizzata grazie alla collaborazione tra il Comitato Organizzatore e la Fondazione Milano Cortina 2026 e voluta dal Ministero delle Imprese e del Made in Italy, viene onorata un'edizione storica e irripetibile: i primi Giochi diffusi della storia, con due città ospitanti – Milano e Cortina – e oltre 22.000 chilometri quadrati di territorio coinvolto.

Un evento che vede protagoniste la Regione Lombardia, la Regione Veneto e le Province autonome di Trento e Bolzano, in un progetto che abbraccia l'intero Paese e ne esalta il patrimonio sportivo, culturale e artistico. I francobolli sono stati concepiti per interpretare l'identità visiva di Milano Cortina 2026 attraverso i Vibe Energy e Creativity, segni distintivi che accompagneranno l'immagine dei Giochi e diventeranno simbolo di riconoscibilità internazionale.

La grafica incarna lo Spirito Vibrante dell'evento: il gesto umano che racconta energia, talento, resilienza e grandezza degli atleti. Con questa emissione si arricchisce la tradizione filatelica italiana con un oggetto esclusivo, destinato a rappresentare innovazione, memoria e orgoglio nazionale.

Raffaella Panié
Brand, Identity and Look of The Games Director

Luca Casassa
Games Operations Communications Director



Bronzi di Riace

Il Patrimonio Artistico e Culturale Italiano



Emissione di un francobollo ordinario appartenente alla serie tematica "il Patrimonio artistico e culturale italiano" dedicato ai Bronzi di Riace, nel 50° anniversario della scoperta





Poste Italiane comunica che il Ministero delle Imprese e del Made in Italy ha emesso, il giorno 12 dicembre 2023, un francobollo ordinario appartenente alla serie tematica "il Patrimonio artistico e culturale italiano" dedicato ai Bronzi di Riace, nel 50° anniversario della scoperta, tariffa B.

Il francobollo è stampato dall'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A., in rotocalcografia, su carta bianca, patinata neutra, autoadesiva, non fluorescente;

grammatura: 90 g/mq;

supporto: carta bianca, Kraft monosiliconata da 80 g/mq;

adesivo: tipo acrilico ad acqua, distribuito in quantità di 20 g/mq (secco);

formato carta: 40 x 30 mm;

formato stampa: 36 x 26 mm;

formato tracciatura: 46 x 37 mm;

dentellatura: 11 effettuata con fustellatura;

colori: cinque;

tiratura: duecentocinquantamilaventi esemplari;

foglio: quarantacinque francobolli.

La vignetta riproduce i Bronzi di Riace, due statue considerate tra i capolavori più significativi dell'arte greca del V secolo a.C., ritrovate il 16 agosto del 1972 nel fondale marino di Riace e custodite presso il Museo Archeologico Nazionale di Reggio Calabria.

Completano il francobollo la legenda "BRONZI DI RIACE 50° ANNIVERSARIO SCOPERTA", la scritta "ITALIA" e l'indicazione tariffaria "B".

Bozzetto: a cura del Centro Filatelico della Produzione dell'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A.

Nota: la foto raffigurante i Bronzi di Riace è riprodotta per gentile concessione del Museo Archeologico Nazionale di Reggio Calabria e del fotografo Filippo Toscano.

Roma, 12 dicembre 2023.

Corporate Affairs - Filatelia

Giovanni Machetti



Per il 50° anniversario della scoperta dei Bronzi di Riace, avvenuta il 16 agosto del 1972 nelle acque del Mar Ionio, il Museo Archeologico Nazionale di Reggio Calabria ha promosso un ricco programma di attività, in stretta sinergia con le Istituzioni, gli enti di ricerca e formazione, e il terzo settore.

I Bronzi di Riace sono due opere straordinarie, icone del patrimonio archeologico e culturale italiano, le cui immagini in mezzo secolo hanno fatto il giro del mondo, entrando nell'immaginario collettivo quale simbolo della perfezione scultorea dell'antichità. Capolavori dell'arte greca, sono tra le pochissime opere della grande bronzistica del V secolo a.C. giunte integre fino a noi. Dalla prima esposizione la loro bellezza, enfatizzata dalla misteriosa casualità del loro ritrovamento, li ha resi patrimonio del pubblico prima ancora che oggetto di studio da parte degli specialisti di arte antica.

Il loro ritrovamento è avvenuto grazie a un giovane chimico romano, Stefano Mariottini, durante una battuta di pesca subacquea sulla costa ionica di Riace (RC). Dopo un primo intervento di pulitura al Museo Nazionale di Reggio Calabria, i Bronzi vennero trasferiti a Firenze nel gennaio del 1975, per essere sottoposti a un intervento di restauro che durò cinque anni. Le due statue furono esposte per la prima volta nel dicembre 1980 al Museo Archeologico di Firenze e, prima del rientro a Reggio Calabria, il Presidente della Repubblica Sandro Pertini volle ospitarle al Quirinale agli inizi dell'estate successiva. Giunti al Museo Nazionale di Reggio Calabria, i Bronzi hanno richiamato centinaia di migliaia di visitatori, divenendo i principali attrattori culturali del territorio. Dopo l'ultimo restauro, eseguito tra il 2010 e il 2013, oggi le due statue sono esposte in un'apposita sala, dotata di sofisticati impianti per il controllo microclimatico e un sistema di accesso a doppio ambiente filtro, sostenute da basi sismiche appositamente progettate dall'ENEA.

Il Museo Archeologico Nazionale di Reggio Calabria, fra i primi istituti autonomi nati dalla riforma del ministro Dario Franceschini, è stato completamente riaperto al pubblico il 30 aprile 2016, sotto la direzione di Carmelo Malacrino. Da allora i Bronzi di Riace, insieme alle magnifiche teste recuperate a Porticello, concludono un percorso espositivo di grande suggestione, rivolto a ogni tipo di pubblico: quattro livelli, oltre 200 vetrine e migliaia di reperti testimoni della storia straordinaria della Calabria.

Nell'ambito delle celebrazioni del 50° anniversario del ritrovamento dei Bronzi di Riace, il Ministero delle Imprese e del Made in Italy ha emesso questo francobollo, su proposta del Museo Archeologico Nazionale di Reggio Calabria, per sottolineare la loro importanza artistica, storica e sociale nell'ottica della promozione dell'Italia e del suo magnifico patrimonio culturale.

Carmelo Malacrino

Direttore del Museo Archeologico Nazionale di Reggio Calabria





Pino Daniele

Le Eccellenze Italiane dello Spettacolo



Emissione di un francobollo ordinario appartenente alla serie tematica "le Eccellenze italiane dello spettacolo" dedicato ai cantautori italiani: Pino Daniele



Poste Italiane comunica che il Ministero dello Sviluppo Economico emetterà, il giorno 2 ottobre 2019, un francobollo ordinario appartenente alla serie tematica "le Eccellenze italiane dello spettacolo" dedicato ai cantautori italiani: Pino Daniele, tariffa B.

Il francobollo è stampato dall'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A., in rotocalcografia, su carta bianca, patinata neutra, autoadesiva, non fluorescente; grammatura: 90 g/mq; supporto: carta bianca, autoadesiva Kraft monosiliconata da 80 g/mq; adesivo: tipo acrilico ad acqua, distribuito in quantità di 20 g/mq (secco); formato carta e formato stampa: 30 x 40 mm; formato tracciatura: 37 x 46 mm; dentellatura: 11 effettuata con fustellatura; colori: cinque; tiratura: ottocentomila esemplari; foglio: quarantacinque francobolli.

La vignetta, delimitata dal particolare di un disco in vinile, che contraddistingue i francobolli dedicati alla serie tematica "le Eccellenze italiane dello spettacolo" raffigura il ritratto di Pino Daniele.

Completano il francobollo la leggenda "PINO DANIELE" la scritta "ITALIA" e l'indicazione tariffaria "B"

Bozzettista: Gaetano Ieluzzo.

Roma, 2 ottobre 2019.

Corporate Affairs Filatelia
Fabio Gregori



Nella storia delle culture musicali italiane del secondo Novecento esiste un "prima" e un "dopo" Pino Daniele (Napoli, 19 marzo 1955 – Roma, 4 gennaio 2015). La sua attività costituisce un vero e proprio spartiacque tra gli anni della canzone melodica, dei Festival e l'avvento di *Terra mia* del 1977 che, aggiornando la lezione di Nisa e Carosone, introduce un nuovo modo di fare musica. Un metodo inclusivo che parte dalla capacità di ascolto del paesaggio sonoro del centro storico di Napoli in cui è immerso – con voci di ambulanti, richiami e brusii dei vicoli, urla, filastrocche, serenate a *fronn' 'e limone*, litanie – e dalla possibilità di creare un dialogo con diversi filoni musicali, in particolare con il blues e il jazz.

La sua musica è uno sterminato atlante sonoro da percorrere nello spazio e nel tempo, preferibilmente a bordo di un *ferryboat*, fra suoni e gesti a Sud del mondo: dai mercati di Napoli a quelli della Medina, da Cuba a Bahia, fino al Brasile; magari facendo anche qualche salto nel passato per godere il fascino di un madrigale di Carlo Gesualdo da Venosa. Si tratta di tappe e spostamenti percorsi, in ogni caso, sempre in compagnia della sua inseparabile chitarra che, come un'antenna ad alta fedeltà, gli consente di captare ogni sottile sfumatura delle pratiche sonore in cui si imbatte e di condividere esperienze con grandi miti: Eric Clapton, Pat Metheny, Al Di Meola.

Sul piano compositivo Daniele perlustra senza pregiudizi, ora da apprendista eretico ora da mascalzone latino, un'ampia varietà di forme e pratiche musicali che impedisce l'adozione di una singola definizione: un po' *nero a metà*, *funky*, *jazz*, *rock*, *blues*, *tropicale*, *afro*, *world*...! Ogni suo brano è sempre dotato di una grande identità e di una sofisticata cura dell'aspetto armonico lontano da schemi stereotipati.

La vera essenza di Pino Daniele è quella del compositore che non antepone il testo verbale a quello musicale. Spesso i due piani nascono insieme creando, specie per i brani in dialetto, uno speciale equilibrio che utilizza ora la grande sonorità del testo, come quella dei venditori ambulanti («Furtunato 'o tarallaro tene 'a robba bella»), ora modi di dire («Ogni scarrafone è bello a mamma soja»), ora introducendo un mistilinguismo tra napoletano-italiano e anglo-americano (*I say io sto ccà*), eredità dell'*italglisch* dei nostri emigrati nella *Little Italy*. Non manca l'uso di gerghi di mestiere molto raffinati, come quello della *parlèsia*, legata alla parlata dei musicisti ambulanti («Che bellu jammone», in *Tarumbò*). Tutta questa magmatica materia poetico-musicale rivive grazie ad una specialissima vocalità, completamente estranea ai modelli del belcanto o ai manierismi del pop. Tra un falsetto intonatissimo e un continuo gioco ritmico-onomatopico, che ricorda gli sberleffi



sonori del futurista Rodolfo De Angelis, come in *Che calore*, il suo stile vocale costituisce una vera e propria alchimia timbrica. Prima di lui non si era mai ascoltata la fusione di una vocalità urbana "a distesa" dei vicoli napoletani, fitta di melismi, con il graffiante timbro di un *bluesman* che usa la voce come un altro strumento.

Questa molteplicità di valenze rinvia al profilo del *music maker* capace di compenetrare aspetti compositivi, vocali e strumentali nonché performativi, spesso ricorrendo anche all'improvvisazione.

Daniele con la sua sterminata produzione rappresenta un vero e proprio bene musicale senza confini, capace di socializzare valori emozionali di generazioni e strati sociali diversi. La sua *Napule* è costituita l'innodia ufficiale non solo di Napoli, eseguita da tempo come simbolo dalle piazze allo stadio, ma di tutte le terre di mare, che ti avvolge col suo ampio gesto sonoro coinvolgendo ogni organo di senso: da quello visivo («mille culure»), a quello olfattivo («addore 'e mare»), da quello cinetico («'na cammenata»), a quello acustico («'a voce d'e criature»), fino a sensazioni intime («mille paure»), o a critiche sociali («Napule è 'na carta sporca/ e nisciuno se ne 'mporta»). E, nello stesso tempo, non sfugge il suo omaggio musicale a *Imagine* di John Lennon. Si può essere napoletani e nello stesso tempo cittadini del mondo in continuo movimento sorseggiando *Na tazzulella 'e caffè*.

Pasquale Scialò

Docente di Musicologia e Storia della Musica

Università "Suor Orsola Benincasa" di Napoli

Posteitaliane



filatelia

L

N. 0821/1500

€ 2,50



1 0 6 0 0 1 1 5 2 5



Pineider

**Le Eccellenze del Sistema Produttivo
ed Economico**



Emissione di un francobollo ordinario appartenente alla serie tematica "le Eccellenze del sistema produttivo ed economico" dedicato all'imprenditoria italiana: Pineider, nel 250° anniversario della fondazione





Poste Italiane comunica che il Ministero delle Imprese e del Made in Italy ha emesso, il giorno 17 ottobre 2024, un francobollo ordinario appartenente alla serie tematica “le Eccellenze del sistema produttivo ed economico” dedicato all’imprenditoria italiana: Pineider, nel 250° anniversario della fondazione, tariffa B.

Il francobollo è stampato dall’Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A., in rotocalcografia, su carta bianca, patinata neutra, autoadesiva, non fluorescente;

grammatura: 90 g/mq;

supporto: carta bianca, Kraft monosiliconata da 80 g/mq;

adesivo: tipo acrilico ad acqua, distribuito in quantità di 20 g/mq (secco);

formato carta e formato stampa: 30 x 40 mm;

formato tracciatura: 37 x 46 mm;

dentellatura: 11 effettuata con fustellatura;

colori: due;

tiratura: duecentocinquantamilaventi esemplari.

Caratteristiche del foglio: quarantacinque esemplari più la riproduzione del logo MIMIT monocromatico sulla cimosa.

La vignetta riproduce, su campitura verde scuro, il logo della storica azienda italiana ispirato allo stemma araldico della famiglia, seguito dal pay-off “UNA STORIA ITALIANA”. Fondata a Firenze nel 1774, Pineider produce da 250 anni articoli di pelletteria, strumenti di scrittura e cartoleria di lusso, di piccole e grandi dimensioni.

Sul francobollo la scritta “ITALIA” e l’indicazione tariffaria “B”.

Bozzetto: a cura di Pineider 1774 Srl e ottimizzato dal Centro Filatelico dell’Officina Carte Valori e Produzioni Tradizionali dell’Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A.

Roma, 17 ottobre 2024.

Filatelia

Giovanni Machetti



Icona del lusso discreto e dell'artigianalità Made in Italy, Pineider è il primo brand di cartoleria della storia, fondato a Firenze nel 1774. Da 250 anni, Pineider rappresenta un'eccellenza italiana nel mondo, mantenendo le sue radici fiorentine. Il francobollo celebra la storia di questo marchio, con il logo e il crest che riflettono i valori e l'eredità di Firenze. Una storia italiana composta da persone che hanno il sapere e la passione per la creazione ed è per questo che ogni prodotto Pineider è un testimone di questo valore eterno, un omaggio all'artigianalità che trascende le mode, preservando la nostra storia (Passato, Presente e Futuro) e l'identità di chi lo possiede.

Ufficio Marketing Pineider



€ 5,00



1 0 6 0 0 1 6 3 7 1



Luigi Lavazza

**Le Eccellenze del Sistema Produttivo
ed Economico**

Posteitaliane filatelia



Emissione di tre francobolli ordinari appartenenti alla serie tematica "le Eccellenze del sistema produttivo ed economico" dedicati a Gianduiotto Caffarel, nel 150° anniversario della produzione, Fratelli Branca, nel 170° anniversario della fondazione, Luigi Lavazza, nel 120° anniversario della fondazione

(Autorizzata con Decreto 10 dicembre 2014
pubblicato nella G.U n. 8 del 12 gennaio 2015)

Poste Italiane comunica che il Ministero dello Sviluppo Economico emetterà il giorno 24 aprile 2015, tre francobolli ordinari appartenenti alla serie tematica "le Eccellenze del sistema produttivo ed economico" dedicati a: Gianduiotto Caffarel, nel 150° anniversario della produzione, Fratelli Branca, nel 170° anniversario della fondazione, Luigi Lavazza, nel 120° anniversario della fondazione, nel valore di € 0,80 per ciascun francobollo.

I francobolli sono stampati dall'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A., in rotocalcografia, su carta bianca, patinata neutra, autoadesiva, non fluorescente; grammatura: 90 g/mq; supporto: carta bianca, autoadesiva Kraft monosiliconata da 80 g/mq; adesivo: tipo acrilico ad acqua, distribuito in quantità di 20 g/mq (secco); per il francobollo dedicato al Gianduiotto Caffarel: formato carta e formato stampa: mm 40 x 30; formato tracciatura: mm 46 x 37; dentellatura: 11 effettuata con fustellatura; per il francobollo dedicato alla Fratelli Branca: formato carta e formato stampa: mm 30 x 40; formato tracciatura: mm 37 x 46; dentellatura: 11 effettuata con fustellatura; per il francobollo dedicato alla Luigi Lavazza: formato carta: mm 30 x 40; formato stampa: mm 26 x 36; formato tracciatura: mm 37 x 46; dentellatura: 11 effettuata con fustellatura; colori: quattro per il francobollo dedicato al Gianduiotto Caffarel; sei per il francobollo dedicato alla Fratelli Branca; quattro per il francobollo dedicato alla Luigi Lavazza; tiratura: ottocentomila esemplari per ciascun francobollo; fogli. quarantacinque esemplari per ciascun francobollo, valore "€ 36,00"

Ciascuna vignetta riproduce rispettivamente: un Gianduiotto Caffarel nella sua inconfondibile forma a barchetta, con il logo dell'omonima azienda produttrice, in alto a sinistra, e sullo sfondo un particolare del logo realizzato per il 150° anniversario del Gianduiotto con un profilo della maschera piemontese Gianduja; un manifesto pubblicitario del 1904 in cui due sirene che emergono dal mare sorreggono il marchio della ditta Fratelli Branca: un'aquila afferra la bottiglia di Fernet-Branca mentre sorvola il mondo, opera dell'artista triestino Leopoldo Metlicovitz; una tazzina di caffè stilizzata con i colori della bandiera italiana, sormontata dalla firma autografa di Luigi Lavazza, fondatore dell'azienda; in basso è riprodotto il logo celebrativo del 120° anniversario della fondazione.

Completano i francobolli dedicati a Caffarel e a Fratelli Branca le rispettive date "1865 2015" e "1845 2015" in tutti e tre i francobolli è presente la scritta "ITALIA" e il valore "€ 0,80"

Bozzetti: i francobolli dedicati alla Fratelli Branca ed alla Luigi Lavazza, a cura del Centro Filatelico della Direzione Officina Carte Valori e Produzioni Tradizionali dell'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A.; per il francobollo dedicato al Gianduiotto Caffarel, grafica a cura dell'Ufficio Grafico della Caffarel e ottimizzazione a cura del Centro Filatelico della Direzione Officina Carte Valori e Produzioni Tradizionali dell'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A.

Roma, 24 aprile 2015

Le origini dell'azienda risalgono al 1826, quando Pierre Paul Caffarel, insieme al figlio Isidore, rileva una vecchia conceria a Torino, nella zona di Porta Susa, per dare vita alla loro nuova e geniale idea: lavorare il cacao per produrre il cioccolato. Inizialmente una piccola presenza produttiva, ma immediatamente caratterizzata da elevate capacità manageriali, l'azienda si trasforma nel corso degli anni in un'importante realtà dell'industria dolciaria.

Nella prima metà dell'Ottocento, a seguito delle numerose battaglie del Risorgimento, il paese vive un periodo di forte recessione economica e il governo regio impone drastiche riduzioni nelle importazioni dei generi cosiddetti di lusso, tra i quali il cacao. In questo contesto storico, i Caffarel non si perdono d'animo e, nel 1852, decidono di sperimentare una nuova ricetta, diminuendo la percentuale di cacao a favore di un prodotto agricolo che le terre piemontesi elargivano generosamente: la Nocciola Piemonte IGP. Nasce così l'autentico Gianduiotto di Torino, la cui produzione inizia nel 1865.

Nel 1867 alla morte di Isidore, la fabbrica di cioccolato continua sotto la guida di vari familiari, finché la proprietà dello stabilimento viene affidata al figlio minore di Isidore, Ernesto Alberto Caffarel.

Corre l'anno 1876 e il giovane Ernesto Alberto Caffarel, che rappresenta la terza generazione, a soli 14 anni si trova a condurre l'azienda da solo. Per garantire quindi maggiori risorse umane, competenze professionali e un futuro certo entrano a far parte dell'azienda nuovi soci e, nel 1878, avviene la fusione tra la Caffarel e la ditta Michele Prochet e C.ia.

La prima Guerra Mondiale e a seguire la grande crisi economica del '29 portano la Caffarel a inaridirsi, finché nel 1930 si ferma e chiude la sua attività produttiva e commerciale.

Nel 1931 grazie all'intervento degli imprenditori Walter Bächstädt-Malan e Paolo Audiberti che decidono di acquistare l'azienda, inizia una nuova era, l'era della rinascita, dello sviluppo e dell'affermazione di Caffarel.

Con la morte di Audiberti nel 1946, l'altro socio si ritrova da solo con uno stabilimento gravemente danneggiato dai bombardamenti. Dieci anni più tardi fece il suo ingresso nell'azienda Carlo Bächstädt-Malan, figlio di Walter, e nel 1957 fu la volta di Calisto Audiberti, figlio di Paolo.

Nel 1968 l'antica sede di Torino viene trasferita a Luserna San Giovanni, luogo natale del suo fondatore: avviene così un importante ritorno alle origini, che permette anche una revisione profonda degli impianti e una modernizzazione delle linee produttive, senza perdere però l'impostazione da laboratorio di pasticceria e il forte legame con i processi artigianali che ha permesso di offrire sempre prodotti unici.

Unici come l'originale Gianduiotto che nel 2015 festeggia i 150 anni dalla sua nascita, un simbolo riconosciuto e stimato a livello internazionale che caratterizza in maniera diretta e inequivocabile l'azienda e la sua immagine elevata. In occasione di questo importante anniversario, Caffarel ha deciso di rinnovare completamente il packaging del Gianduiotto 1865 sottolineando la leadership e l'unicità del prodotto.

Nel 1980 Carlo Bächstädt-Malan e Calisto Audiberti vengono nominati amministratori delegati di quella che nel frattempo è diventata la Caffarel S.p.A.

Realtà aziendale che da sempre sposa la tradizione di antiche e apprezzate ricette con la modernità industriale e tecnologica, Caffarel offre diversi prodotti, sempre contraddistinti da qualità e raffinatezza, per rappresentare sul mercato l'eccellenza del cioccolato torinese. Oltre all'inimitabile Gianduiotto, Caffarel è riconosciuta per la produzione dei tradizionali derivati dal cacao nelle sue più svariate declinazioni, per le caramelle, le gelatine, i lievitati di ricorrenza, le specialità della pasticceria italiana, fino ai semilavorati destinati alla produzione artigianale di pasticcerie e gelaterie.

Un'azienda attenta e propositiva come Caffarel non può certo tralasciare l'importanza strategica rivestita dal packaging, studiato da un reparto grafico interno: tutte le confezioni sono, infatti, ideate e curate in ogni minimo dettaglio, rifinite a mano una a una come in un laboratorio di pasticceria artigianale e offrono al consumatore un prodotto esclusivo.

La distribuzione dei prodotti è altamente selettiva e in Italia avviene unicamente nei migliori punti vendita del dettaglio tradizionale: pasticcerie, torrefazioni e negozi dolciari specializzati. Anche all'estero la presenza di Caffarel è sempre più importante, tanto che oggi l'azienda esporta in 50 Paesi, tra cui Giappone, Cina, Germania, Francia, Emirati Arabi, USA.

Da diversi anni, Caffarel aderisce ad Altagamma, l'associazione che riunisce aziende italiane di reputazione internazionale che operano nella fascia più alta del mercato ed esprimono la cul-

tura e lo stile italiani nella gestione d'impresa e nel prodotto, distinguendosi per innovazione, qualità, servizio, design e prestigio.

Con i suoi quasi 190 anni di storia, Caffarel offre ancora oggi la più seducente esperienza della cultura torinese del cioccolato in Italia e nel mondo.

Francesco Pastore
Amministratore Delegato
Caffarel S.p.A.

* * *

Da 170 anni c'è un motto che accompagna la Fratelli Branca Distillerie nella sua storia: "novare serbando" Un motto scelto da Bernardino, il fondatore, come espressione e come sintesi del suo essere imprenditore. Imprenditore attento al nuovo, alle opportunità offerte dai progressi della tecnologia, ma anche al rispetto delle persone e del valore umano, alle nuove strade aperte dalla comunicazione, dalla réclame, come si diceva ai suoi tempi.

Ma, al tempo stesso, emergeva forte la volontà di conservare e preservare i valori della tradizione, gli insegnamenti dell'esperienza.

Una volontà che è continuata, di generazione in generazione. Nel 1845 Bernardino Branca e i suoi tre figli, Luigi, Giuseppe e Stefano, iniziarono l'avventura che porterà per il mondo il famoso Fernet-Branca, frutto della loro inventiva e della loro intraprendenza mantenendo nel tempo la personalità e l'originalità con cui ha conquistato l'Europa e l'America. La sua formula segreta, tramandata di padre in figlio, esempio di grande esperienza e ambasciatrice del 'saper fare' italiano, ha garantito nel tempo l'eccellente qualità del prodotto.

In "Novare Serbando" l'azienda ha trovato il leitmotiv della sua crescita, impostata sulla qualità e sull'innovazione nel rispetto della tradizione. Una crescita che dal Fernet-Branca è passata attraverso la creazione dei prodotti "storici" dell'azienda, Stravecchio Branca e Brancamenta, sino all'ampliamento del portafoglio attraverso una politica di acquisizioni di brand, extension lines, l'ingresso nel mercato dei vini e partnership.

Oggi prodotti che fanno capo a Fratelli Branca, affermati nei segmenti di mercato di riferimento, sono: Fernet-Branca, Brancamenta, Stravecchio Branca, Caffè Borghetti, Grappa Candolini, Grappa Sensèa, Punt e Mes, Carpano Classico e Bianco, Antica Formula, Sambuca Borghetti, il distillato premium Magnamater, la vodka Sernova, i vini Chianti Classici Villa Branca, lo spumante Bellarco e l'ultimo nato: Carpano Dry.

Ricercando la qualità, lungo la storia più che centenaria, la Branca ha imparato che questa è sinonimo di eccellenza. Un concetto raffinato e intenso, evocativo di elevata sofisticazione, da sempre privilegio del lusso, ma accessibile a tutti.

Un altro dei grandi pilastri del successo dell'azienda fu un brillante utilizzo della pubblicità; molti furono i manifesti realizzati, tra cui quello che diventò poi anche il logo storico dell'azienda e simbolo di una delle etichette più conosciute al mondo, realizzata nell'Ottocento dall'illustratore Leopoldo Metlicovitz: un globo terracqueo sorvolato da un'aquila che tiene tra i suoi artigli, quasi come una conquista, la bottiglia di Fernet-Branca, depositandola in ogni parte del mondo; illustrazione emblema della grande lungimiranza imprenditoriale della famiglia Branca, che condusse la realtà di Bernardino Branca verso il mercato degli Stati Uniti e del Sud dell'America, per poi arrivare in tutto il mondo.

Qualcuno ha detto che Bernardino Branca "stava inventando il marketing e non lo sapeva" riferendosi all'utilizzo delle tante immagini artistiche di calendari e manifesti in francese ma anche russo, arabo, lingue allora poco diffuse e alle grandi locandine per le affissioni affidate ai più importanti grafici dei primi del novecento. Per non dire del merchandising realizzato già tra la fine dell'800 e i primi del '900 attraverso la personalizzazione -tra gli altri- di posacenere, carte da gioco e taccuini da borsetta. Tutte testimonianze storiche oggi raccolte nell'importante collezione Branca che è diventata un museo, accessibile a tutti, presso la sede di via Resegone a Milano, sede anche della produzione dei distillati di tutto il portafoglio Branca.

Oggi alla guida dell'azienda, Niccolò Branca, la quinta generazione della famiglia, crede nell'obiettivo di far prosperare un'azienda di valore. Per ottenere questi risultati traduce in azione i valori in cui crede attraverso una miscela di tanti elementi: l'alto livello della ricerca, le materie prime di eccellente qualità e provenienti da coltivazioni in 4 diversi continenti e rispettose delle norme etiche, le più elevate tecniche di produzione coniugate alla più responsabile attenzione all'ambiente. Ma a capo di tutto questo troviamo l'attenzione alla persona che dell'azienda è parte fondante. Perché l'azienda come un organismo vivente è fatto delle parti che lo compongono, quindi dalle donne e dagli uomini che vi lavorano. Per questo in azienda è stato sottoscritto un codice etico che tutti sono chiamati a condividere e che prevede "la centralità della persona quale mezzo indispensabile per raggiungere gli obiettivi aziendali"

Da 170 anni, oggi in 160 paesi, 250 dipendenti, un fatturato in crescita ogni anno, elaborando un proprio Bilancio Aziendale e operando in conformità con gli Standard Internazionali British Retail Consortium, International Food Standard, e ottenendo il certificato di Registrazione EMAS da parte del Comitato Ecolabel – Ecoaudit.

È in questo modo che la Fratelli Branca Distillerie intende continuare a stare nel flusso del presente con la coscienza del passato e proiettata al futuro.

Cav. Lav. Niccolò Branca
Presidente e Amministratore Delegato
Fratelli Branca Distillerie S.r.l.

* * *

Dal 1895, Lavazza racconta la storia di una famiglia e di un'azienda che produce caffè da 120 anni.

Una storia di esperienza e qualità, valori che hanno reso Lavazza leader nel mercato locale e globale: oggi l'azienda è prima in Italia nel mercato retail con una quota a valore del 45% (fonte Nielsen 2015), forte di oltre 3 100 dipendenti e di un fatturato pari a 1.340 milioni di euro (dati bilancio 2013) realizzato in cinque siti produttivi, quattro in Italia e uno all'estero. Presente in oltre 90 Paesi, Lavazza esporta il 46% circa della sua produzione nel mondo.

A guidare l'azienda, accanto ai membri della famiglia Alberto Lavazza, presidente, Giuseppe e Marco, vicepresidenti, Francesca, Antonella e Manuela, consiglieri – è dal giugno 2011 l'amministratore delegato Antonio Baravalle.

È stato Luigi Lavazza, nella sua bottega di Torino, a inventare centoventi anni fa il concetto di miscela, l'arte di combinare diverse qualità e origini di caffè che ancora oggi contraddistingue tutti i prodotti Lavazza.

Nei primi decenni del '900, Lavazza è la prima azienda a distribuire caffè a livello locale in sacchetti firmati con il proprio marchio. Nel 1946, l'azienda lancia in Italia la prima lattina sottovuoto e nel 1972 la prima mattonella flessibile sottovuoto. Arrivano nel 1989 sempre targate Lavazza, le prime confezioni multiple di caffè.

Nello stesso anno l'azienda entra nel mercato del porzionato, prima realtà italiana a lavorare, in termini di produzione e commercializzazione, sui sistemi a capsula espresso. Oggi Lavazza ha al suo attivo, grazie a collaborazioni continuative con un network internazionale di università ed enti scientifici, quattro piattaforme nell'area del caffè porzionato: A Modo Mio, espressamente dedicato al mercato domestico, Espresso Point, Blue e, presentata a fine 2012, Keurig® Rivo™ Latte e Cappuccino.

Keurig® Rivo™ destinato al consumo domestico in Nord America, è stato sviluppato da Lavazza in collaborazione con l'azienda statunitense Keurig Green Mountain, suo partner industriale e distributivo dal 2010.

La costante passione per la qualità conduce l'azienda a fondare, nel 1979, il "Centro Luigi Lavazza per gli studi e le ricerche sul caffè" un luogo di analisi e approfondimento sull'espresso e la sua diffusione sul territorio nazionale aperto a ricercatori, operatori, clienti e soprattutto ai responsabili dei "pubblici esercizi" quei bar che in Italia hanno conosciuto un'espansione

straordinaria proprio grazie alla diffusione dell'espresso. Il centro evolverà in quello che oggi è conosciuto come il Training Center Lavazza, un network internazionale di oltre 50 scuole del caffè nel mondo, dove vengono formate 30mila persone all'anno.

Altro percorso sistematico di ricerca, da oltre 15 anni, è quello intrapreso da Lavazza per lo sviluppo del prodotto caffè, attraverso attività di coffee design e collaborazioni con chef quali, tra gli altri, Ferran Adrià e Massimo Bottura. Da questo percorso sono nati, nel tempo, ricette e brevetti di prodotti entrati poi sul mercato.

Lavazza è oggi la marca di caffè preferita dagli italiani. Pioniera fin dagli anni '60 nel mondo della comunicazione, insieme con Armando Testa, Lavazza lancia memorabili pubblicità televisive con protagonisti Caballero e Carmencita e, successivamente, gli slogan dell'attore Nino Manfredi tra cui il famoso: "Caffè Lavazza, più lo mandi giù, più ti tira su"

Dal 1993 l'azienda celebra la creatività fotografica con il progetto del Calendario Lavazza, realizzato in collaborazione con artisti di fama mondiale quali Helmut Newton, Annie Leibovitz ed Elliott Erwitt, solo per citarne alcuni.

Come azienda familiare, da sempre Lavazza ha rivolto all'etica e alla sostenibilità un'attenzione particolare. Nel 1996 inizia la collaborazione con Slow Food, che prosegue ancora oggi, sulle tematiche relative alla tutela della qualità del prodotto nel rispetto della biodiversità. Nel 2004 nasce la Fondazione Giuseppe e Pericle Lavazza, una Onlus che persegue senza scopo di lucro azioni di solidarietà nel sociale, nell'ambientale e nell'assistenza sanitaria sia in Italia sia all'estero in collaborazione con organizzazioni quali, tra le altre, ICP (International Coffee Partners) e Save the Children. Negli stessi anni vede la luce la relazione tra Lavazza e Rainforest Alliance, sviluppata poi attorno al progetto ¡Tierra!, incentrato su tre aspetti fondamentali: qualità del prodotto finale, attenzione alle condizioni di vita delle popolazioni dei Paesi produttori di caffè e impatto ambientale.

Importanti risorse sono state investite da Lavazza anche per migliorare la compatibilità ambientale dei propri prodotti, valutandone l'impatto lungo l'intero ciclo di vita, dal caffè crudo fino alla fase di consumo.

Sin dagli esordi Lavazza è stata definita un'azienda a "ciclo di innovazione continua" un percorso che l'ha trasformata da impresa commerciale a impresa industriale.

Dal chicco alle miscele, dal consumo domestico al fuori casa, dall'Italia al mondo: dopo 120 anni la storia continua. Oggi vengono consumate nel mondo oltre 17 miliardi di tazzine di caffè Lavazza, per portare ovunque il miglior caffè italiano.

Lavazza, Caffè Ufficiale di Padiglione Italia a Expo 2015, rappresenta oggi a livello mondiale il Made in Italy di qualità, riconfermando l'attenzione per la tradizione, l'autenticità e l'operosità che caratterizzano la propria realtà d'impresa.

A riprova della costante passione che da 120 anni accompagna l'azienda torinese, il Ministero dello Sviluppo Economico ha contribuito a celebrare questo importante anniversario con l'emissione di un francobollo ordinario della serie tematica "Le Eccellenze del sistema produttivo ed economico" dedicato a Lavazza e alla propria storia fatta di esperienza e qualità che l'hanno portata a essere la marca di caffè preferita dagli italiani.

Alberto Lavazza
Presidente della Luigi Lavazza S.p.A.

In vendita presso gli Uffici Postali, gli Sportelli Filatelici del territorio nazionale, gli "Spazio Filatelia" di Roma, Milano, Venezia, Napoli, Trieste, Torino, Genova e online sul sito internet www.poste.it

€ 1,00





Nutella

**Le Eccellenze del Sistema Produttivo
ed Economico**



Emissione di un francobollo ordinario appartenente alla serie tematica "le Eccellenze del sistema produttivo ed economico" dedicato alla Nutella, nel 50° anniversario della realizzazione

(Autorizzata con Decreto 23 gennaio 2014
pubblicato nella G.U n. 39 del 17 febbraio 2014)

Poste Italiane comunica l'emissione, per il giorno 14 maggio 2014, di un francobollo ordinario appartenente alla serie tematica "le Eccellenze del sistema produttivo ed economico" dedicato alla Nutella, nel 50° anniversario della realizzazione, nel valore di € 0,70.

Il francobollo è stampato dall'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A., in rotocalcografia, su carta bianca, patinata neutra, autoadesiva, non fluorescente; grammatura: 90 g/mq; supporto: carta bianca, autoadesiva Kraft monosiliconata da 80 g/mq; adesivo: tipo acrilico ad acqua, distribuito in quantità di 20 g/mq (secco); formato carta e formato stampa: mm 30 x 40; formato tracciatura: mm 37 x 46; dentellatura: 11 effettuata con fustellatura; colori: cinque più oro; tiratura: due milioni e settecentomila francobolli; foglio: quarantacinque esemplari, valore "€ 31,50"

La vignetta riproduce, su fondo dorato, al centro il caratteristico barattolo di Nutella e, in alto e in basso, rispettivamente le date di fondazione (1964) e del cinquantésimo anniversario (2014). Completano il francobollo la scritta "ITALIA" e il valore "€ 0,70"

Bozzetto: grafica a cura della Direzione Sviluppo Grafico della Ferrero S.p.A. e ottimizzazione a cura dell'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A.

Roma, 14 maggio 2014

È un grande onore per il Gruppo Ferrero che il Ministero dello Sviluppo Economico e Poste Italiane abbiano deciso di celebrare il cinquantenario del prodotto NUTELLA® con l'emissione di un francobollo dedicato. Un tributo che costituisce un importante riconoscimento del valore di NUTELLA® come eccellenza del sistema produttivo ed economico italiano.

Il primo vasetto di NUTELLA® vide la luce ad Alba nel 1964, grazie all'opera di mio padre Michele Ferrero. La ricetta fu sviluppata sulla base della *Pasta Gianduja* creata nel 1946 da mio nonno Pietro Ferrero, pasticciere di Alba e fondatore dell'azienda.

Negli anni difficili che seguirono la Seconda Guerra Mondiale, il cacao era un bene raro e costoso. L'intuizione geniale di mio nonno fu capire che unendo al cacao le nocciole, ampiamente disponibili nella zona, si sarebbe potuto creare un prodotto originale e dal gusto sorprendente. La pasta realizzata era ancora diversa dal formato attuale e si tagliava a fette. Tuttavia consentiva già allora alle mamme di preparare gustosi panini ai loro ragazzi, che ne furono subito entusiasti. Nel giro di pochi anni, la trasformazione della pasta in una crema da spalmare, la *Supercrema Gianduja*, oltre ad ottenere un immediato consenso da parte dei consumatori, creò una nuova categoria merceologica.

Il successo del nuovo prodotto, comunque, non fermò mio padre Michele, che proseguì con la stessa tenacia di mio nonno Pietro nell'ulteriore perfezionamento della *Supercrema*. Così, grazie al suo ingegno, nel 1964 la Nutella così come la conosciamo oggi fece la sua prima apparizione nelle case degli italiani.

Nel 2014, mentre festeggia il cinquantesimo compleanno, NUTELLA® è diventata la crema da spalmare più conosciuta al mondo e delizia il palato di adulti e ragazzi in tutti e cinque i continenti.

Qualità elevatissima, cura artigianale, freschezza del prodotto, accurata e sostenibile selezione degli ingredienti, rispetto e considerazione del consumatore: sono queste le parole chiave del successo Ferrero.

Orgogliosi di portare in oltre 160 paesi questa eccellenza italiana, anche a nome dei 30.000 collaboratori del Gruppo sparsi nel mondo e dei 110 milioni di famiglie che consumano ogni giorno NUTELLA® a colazione, ringraziamo il Ministero dello Sviluppo Economico e Poste Italiane per questo speciale riconoscimento.

Giovanni Ferrero
Chief Executive Officer

In vendita presso gli Uffici Postali, gli Sportelli Filatelici del territorio nazionale, gli "Spazio Filatelia" di Roma, Milano, Venezia, Napoli, Trieste, Torino, Genova e online sul sito internet www.poste.it

€ 1,00



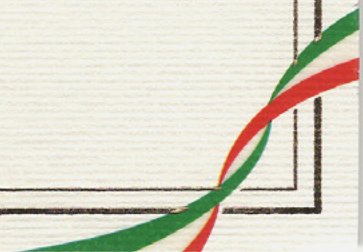


Guccio Gucci S.p.A.

**Le Eccellenze del Sistema Produttivo
ed Economico**



Bollettino Filatelico





Emissione di un francobollo ordinario appartenente alla serie tematica "le Eccellenze del sistema produttivo ed economico" dedicato alla Guccio Gucci S.p.A., nel centenario della fondazione





Poste Italiane comunica che il Ministero dello Sviluppo Economico ha emesso, il giorno 10 settembre 2021 un francobollo ordinario appartenente alla serie tematica "le Eccellenze del sistema produttivo ed economico" dedicato alla Guccio Gucci S.p.A., nel centenario della fondazione, tariffa B.

Il francobollo è stampato dall'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A., in rotocalcografia, su carta bianca, patinata neutra, autoadesiva, non fluorescente;

grammatura: 90 g/mq;

supporto: carta bianca, Kraft monosiliconata da 80 g/mq;

adesivo: tipo acrilico ad acqua, distribuito in quantità di 20 g/mq (secco);

formato carta e formato stampa: il francobollo ha un formato ovale inserito all'interno di un riquadro 40 x 48 mm;

formato tracciatura: 47 x 54 mm;

dentellatura: 11 effettuata con fustellatura;

colori: cinque;

tiratura: trecentomila esemplari;

foglio: ventotto francobolli.

La vignetta raffigura un particolare della stampa Flora, realizzata per Gucci da Vittorio Accornero de Testa nel 1966 e diventata negli anni simbolo di grande riconoscibilità che viene riproposta nelle collezioni della Maison ogni stagione.

All'interno del francobollo si incastona il logo del centenario dell'azienda.

Completano il francobollo la leggenda "DAL 1921" la scritta "ITALIA" e l'indicazione tariffaria "B"

Bozzetto: a cura della Guccio Gucci S.p.A. e ottimizzato dal Centro Filatelico della Direzione Operativa dell'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A.

Roma, 10 settembre 2021

Corporate Affairs Filatelia

Fabio Gregori



Gucci è un'azienda speciale perché è fatta da persone speciali – circa ventimila in tutto il mondo, seimila delle quali in Italia – e perché è nata da un sogno. Un sogno di bellezza e imprenditorialità, di stile italiano.

Il grande onore che il Ministero dello Sviluppo Economico ci ha conferito nell'anno del centenario con questo francobollo conferma quello che tutti noi sentiamo profondamente, ogni giorno, nel nostro lavoro: chi lavora per questo marchio, questa casa che attraverso un secolo ha immaginato bellezza italiana e l'ha raccontata a un mondo globale è prima di tutto un custode. Custode di questo sogno, della sua integrità, del rispetto e dell'adesione ai suoi valori fondanti: l'importanza dell'immaginazione.

Il sogno di Guccio Gucci (1881 1953), il fondatore, è cominciato in un piccolo negozio di pelletteria, nel 1921 a Firenze: un unico negozio, in via Vigna Nuova e poi in via del Parione. Un solo, piccolo negozio ma un sogno senza limiti che da Firenze si è lanciato alla conquista del mondo.

Il mondo ha imparato a conoscere l'artigianato fiorentino, accessori dallo stile subito inconfondibile e di immediato successo internazionale (il primo negozio a New York nel 1953, a Parigi nel 1963, Beverly Hills nel 1968 e ancora Tokyo nel 1972).

Chi lavora da Gucci è il custode di un marchio ma anche – e soprattutto – di una casa: una casa fiorentina che combina la propria rinomata artigianalità con una forte tensione all'innovazione, nel rispetto del territorio quale patrimonio di conoscenze unico, in una logica di sostenibilità economica e sociale. Gucci è diventata un'azienda completamente carbon neutral nelle sue operazioni e per l'intera filiera, traguardo unico nel panorama del lusso.

Questo sogno continua a parlare al pubblico globale, un secolo dopo, perché i valori di Gucci creano valore. Il modo in cui ci trattiamo l'un l'altro in azienda è il modo in cui trattiamo i nostri clienti. La gentilezza crea gentilezza, l'empatia crea empatia, in una reazione a catena.

Questo senso di comunità, di relazione, di garanzia delle libertà di espressione è secondo noi la migliore e più solida assicurazione sul futuro del marchio del quale siamo fieri custodi.

Questo francobollo regala a tutti noi grande orgoglio e ci stimola a essere ancora più fedeli, in futuro, alla bellezza del sogno di Guccio Gucci.

Marco Bizzarri
Presidente e CEO di Gucci

Alessandro Michele
Direttore Creativo di Gucci



€ 5,00



1060012993

La cartella filatelica contiene
1 bollettino illustrativo



Thun

**le Eccellenze del Sistema Produttivo
e del Made in Italy**



Emissione di un francobollo ordinario appartenente alla serie tematica "le Eccellenze del sistema produttivo e del Made in Italy" dedicato alle imprese: Thun





Poste Italiane comunica che il Ministero delle Imprese e del Made in Italy ha emesso, il giorno 14 ottobre 2025, un francobollo ordinario appartenente alla serie tematica "le Eccellenze del sistema produttivo e del Made in Italy" dedicato alle imprese: Thun, tariffa B.

Il francobollo è stampato dall'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A., in rotocalcografia, su carta bianca, patinata neutra, autoadesiva, con imbiancante ottico; grammatura: 90 g/mq;

supporto: carta bianca, Kraft monosiliconata da 80 g/mq;

adesivo: tipo acrilico ad acqua, distribuito in quantità di 20 g/mq (secco);

formato carta e stampa: 40 x 30 mm;

formato tracciatura: 46 x 37 mm;

dentellatura: 11 effettuata con fustellatura;

colori: uno;

tiratura: duecentocinquantamilaventi esemplari.

Caratteristiche del foglio: quarantacinque esemplari più la riproduzione del logo MIMIT monocromatico sulla cimosa.

La vignetta raffigura, su una campitura che ricorda il colore dell'argilla, il celebre angelo, una delle prime creazioni artigianali in ceramica THUN, diventato nel tempo autentica icona dell'azienda. Un simbolo storico che, dopo tre generazioni, continua a tramandare valori e tradizioni.

Il logo dell'azienda svetta in alto, a sinistra.

Completano il francobollo la legenda "EMOZIONI DAL 1950", la scritta "ITALIA" e l'indicazione tariffaria "B".

Bozzetto: progetto grafico a cura di THUN S.p.A. e ottimizzato dal Centro Filatelico dell'Officina Carte Valori e Produzioni Tradizionali dell'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A.

Roma, 14 ottobre 2025.

Filatelia

Giovanni Machetti



Con immensa emozione celebriamo quest'anno 75 anni di THUN: un traguardo fatto di persone, creatività, passione per l'arte ceramica e valori familiari, che hanno dato vita a un sogno diventato realtà.

Tutto ha avuto inizio nel 1950, nel cuore di Bolzano, grazie all'intuizione e alla sensibilità artistica della Contessa Lene Thun, che amava ripetere: "È questo il bello dei sogni, che qualche volta si avverano...". Con le sue mani modellò il primo angelo in ceramica ispirandosi al volto del figlio Peter, dando così inizio alla magia di THUN. Quell'angelo semplice, ma ricco di significato, è diventato l'icona che ancora oggi accompagna generazioni e famiglie, portando con sé messaggi d'amore, gioia e speranza.

Questo francobollo, emesso dal Ministero delle Imprese e del Made in Italy in occasione del nostro anniversario, oltre a essere un riconoscimento della nostra storia e dell'impegno che ogni giorno mettiamo nel nostro lavoro, è testimonianza dei valori senza tempo di bellezza e tradizione e dei legami autentici con le persone, che si rinnovano ogni giorno nei cuori e nelle case di chi sceglie le nostre creazioni.

La famiglia Thun, con gratitudine e orgoglio, desidera ringraziare tutti coloro che hanno reso possibile questo straordinario viaggio: collaboratori, clienti, collezionisti e appassionati che, in ogni angolo del mondo, hanno custodito e condiviso la poesia della modellazione e l'amore per l'arte ceramica.

Con l'augurio che questo francobollo diventi, a sua volta, un piccolo messaggero di emozioni, celebriamo insieme i 75 anni di THUN e guardiamo al futuro con la stessa speranza e la stessa luce che brillavano negli occhi di Lene davanti al suo primo angelo.

Con affetto,
La famiglia Thun

Peter Thun
Presidente di THUN S.p.A.

Simon Thun
Vicepresidente di THUN S.p.A.

Ilona Thun
Membro del C.d.A. di Fondazione Lene Thun



€ 6,00



1060017540



Linea ferroviaria ad Alta Velocità Torino-Salerno

Francobollo Celebrativo



Emissione di un francobollo celebrativo del completamento della Linea ferroviaria ad Alta Velocità Torino-Salerno

(Autorizzata con D.P.R. 4 dicembre 2009 pubblicato nella G.U. n. 56 del 9 marzo 2010)

Poste Italiane comunica l'emissione, per il giorno 2 ottobre 2010, di un francobollo celebrativo del completamento della Linea ferroviaria ad Alta Velocità Torino-Salerno, nel valore di € 0,60, raccolto in un foglietto.

Il francobollo è stampato dall'Officina Carte Valori dell'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A., in rotocalcografia, su carta fluorescente, non filigranata per l'intero foglietto; formato carta e stampa del francobollo: mm 40 x 30; dentellatura: 13 x 13¼, formato del foglietto: cm 8 x 6; colori: sei, tiratura: due milioni e cinquecentomila esemplari.

La vignetta raffigura il treno ad Alta Velocità Frecciarossa in evidenza su uno sfondo con i colori verde e rosso rappresentati nelle loro sfumature.

Completano il francobollo la leggenda "LINEA FERROVIARIA ALTA VELOCITÀ TORINO-SALERNO" la scritta "ITALIA" e il valore "€ 0,60"

Il francobollo è impresso in un riquadro perforato posto al centro del foglietto caratterizzato dagli stessi colori del francobollo. Fuori dal riquadro continua la sagoma del treno raffigurato nella vignetta e a sinistra, rispettivamente in alto e in basso, sono riprodotti i loghi di Ferrovie dello Stato e di Poste Italiane.

Completa il foglietto la scritta "LINEA FERROVIARIA ALTA VELOCITÀ TORINO-SALERNO"

Bozzettista. Angelo Merenda.

Roma, 2 ottobre 2010

Dalla Napoli-Portici all'Alta Velocità, le Ferrovie dello Stato, hanno segnato il percorso di crescita di una nuova Italia, fondendo la propria storia con quella del Paese. La storia, cioè, di una nazione nata indipendente e unita dal Risorgimento, che nel 2011 festeggia il traguardo del suo centocinquantesimo compleanno.

Senza il fondamentale contributo del treno, riconfermato simbolo di velocità e progresso, l'Italia oggi non potrebbe essere quella che è. Perché anche il treno, forte propulsore per la diffusione della conoscenza, ha unito l'Italia, integrando le identità locali e accelerando lo sviluppo industriale, economico e urbanistico del Paese.

Con il sistema Alta Velocità Torino-Salerno, la più grande opera infrastrutturale degli ultimi cinquant'anni e svolta epocale per il Paese, la ferrovia continua a rivoluzionare la vita degli italiani. La nuova "metropolitana d'Italia" rispettando l'ambiente e viaggiando in piena sicurezza a 300 km orari, attraversa un territorio in cui vive e lavora oltre il 65% della popolazione. I 1000 chilometri di network AV ad alta tecnologia, frutto dell'intelligenza e del lavoro delle imprese italiane, accorciano le distanze e aumentano la capacità dell'intero sistema ferroviario, a vantaggio anche del pendolarismo regionale. E nelle principali città le stazioni si inseriscono come porte di accesso privilegiate e luoghi vitali di servizio, di incontro e di comunicazione.

È una nuova realtà quella in cui si muove il Paese, grazie all'impulso dato dall'inedito scenario di una mobilità competitiva ed eco-sostenibile. Con nuovi treni e servizi di sempre maggiore qualità che guidano il viaggio in un futuro ormai già iniziato.

Mauro Moretti
Amministratore Delegato
Gruppo Ferrovie dello Stato

In vendita presso gli Uffici Postali, gli Sportelli Filatelici del territorio nazionale, gli "Spazio Filatelia" di Roma, Milano, Venezia, Napoli, Trieste e online sul sito internet www.poste.it

€ 1,03





Martini & Rossi S.p.A.

**Le Eccellenze del Sistema Produttivo
ed Economico**



Emissione di un francobollo ordinario appartenente alla serie tematica "le Eccellenze del sistema produttivo ed economico" dedicato a Martini & Rossi S.p.A., nel 160° anniversario della fondazione





Poste Italiane comunica che il Ministero delle Imprese e del Made in Italy ha emesso, il giorno 5 luglio 2023, un francobollo ordinario appartenente alla serie tematica "le Eccellenze del sistema produttivo ed economico" dedicato a Martini & Rossi S.p.A., nel 160° anniversario della fondazione, tariffa B.

Il francobollo è stampato dall'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A., in rotocalcografia, su carta bianca, patinata neutra, autoadesiva, non fluorescente;

grammatura: 90 g/mq;

supporto: carta bianca, Kraft monosiliconata da 80 g/mq;

adesivo: tipo acrilico ad acqua, distribuito in quantità di 20 g/mq (secco);

formato carta: 30 x 40 mm;

formato stampa: 28 x 36 mm;

formato tracciatura: 37 x 46 mm;

dentellatura: 11 effettuata con fustellatura;

colori: tre;

tiratura: settecentottomila esemplari in minifogli da dodici;

minifoglio: dodici esemplari;

colori: tre;

formato carta minifoglio: 147 x 159 mm.

La vignetta raffigura un profilo femminile stilizzato con cappello a falda larga che tiene in mano un calice di Martini, delimitato, in basso, dal logo Martini.

Completano il francobollo la legenda "160 ANNI", la scritta "ITALIA" e l'indicazione tariffaria "B".

Bozzettista: Tiziana Trinca.

Roma, 5 luglio 2023.

Corporate Affairs - Filatelia
Giovanni Machetti



L'aperitivo non sarebbe aperitivo senza MARTINI®

La storia di Martini & Rossi nasce a Torino nel 1863, quando i due soci Alessandro Martini e Teofilo Sola, fondarono la nuova società con il nome di Martini, Sola e C.ia, insieme al terzo socio, il liquorista Luigi Rossi.

Nel 1864 la produzione fu trasferita a Pessione, piccola frazione di Chieri situata strategicamente sulla linea ferroviaria Torino-Asti-Genova e punto nodale tra le colline del Monferrato produttore di vini, le Alpi Cuneesi da cui provenivano preziose erbe aromatiche e Genova, porta aperta su tutti i mercati mondiali. È qui che nasce, grazie alla ricetta ideata da Luigi Rossi, il MARTINI® Rosso, il vermouth che renderà l'azienda famosa in tutto il mondo, a cui presto seguiranno il MARTINI® Dry (1898) e il MARTINI® Bianco (1910), senza dimenticare la produzione di spumanti charmat (il fresco, fruttato e dolce Asti) e metodo classico, di China MARTINI® e Bitter.

Dopo i primi riconoscimenti ottenuti alle Esposizioni Internazionali di Dublino (1865) e Parigi (1867), una straordinaria sequenza di successi e riconoscimenti provenienti da tutto il mondo contribuisce ad arricchire il medagliere della Società, che nel corso della sua storia otterrà il titolo di "fornitore ufficiale" di molte Case Reali.

Il 1879 è l'anno della morte del socio Teofilo Sola: la ragione sociale diventa definitivamente Martini & Rossi. Nelle mani dei successori di Luigi Rossi, la strategia persegue il rafforzamento delle relazioni estere attraverso la creazione di filiali amministrative, distributive e produttive. Nacquero una nuova distilleria a vapore a Montechiaro d'Asti (1901), le filiali e i magazzini di Buenos Aires (1884), Ginevra (1886), Barcellona (1893) seguiti da Parigi, Bruxelles, Londra, New York, Hong Kong, Costantinopoli, Bucarest, Yokohama e così via fino a raggiungere, alla fine dell'Ottocento, gli angoli più remoti del mondo.

Nei manifesti pubblicitari, fin dalla fine dell'Ottocento, Martini & Rossi si avvale del talento di famosi illustratori come Marcello Dudovich, Jean Droit, Leonetto Cappiello, Armando Testa e molti altri artisti. In tempi più recenti, testimonial e celebrità di calibro internazionale e slogan indimenticabili come "No MARTINI® no party" hanno contribuito a rafforzare l'iconicità del brand.

La terza generazione alla guida dell'Azienda, rimasta in capo alla famiglia Rossi, a partire dagli anni Trenta del '900 avvia il potenziamento dello stabilimento di Pessione, proseguendo senza sosta nella distribuzione dei propri prodotti in ogni angolo del mondo.

Durante il proibizionismo americano, nel 1920 Martini & Rossi divenne la prima azienda italiana ad esportare un vermouth analcolico negli Stati Uniti. Cento anni più tardi, il marchio avrebbe creato ancora una volta un rivoluzionario aperitivo analcolico, questa volta per una nuova generazione che abbraccia il bere consapevole.



La comunicazione raggiunge nuove vette negli anni Cinquanta e Sessanta con la diffusione delle Terrazze MARTINI® a Parigi (1957), Milano (1958), Londra, Bruxelles, Barcellona, San Paolo e Genova (1965); con il Museo MARTINI® di Storia dell'Enologia, inaugurato a Pessione nel 1961, il primo museo del vino in Italia (oggi parte di Casa MARTINI® Brand Home); e nel 1968 con la creazione di MARTINI® Racing: il trionfo dell'impegno di Martini & Rossi nello sport, le cui radici affondano negli anni Venti del Novecento con le prime sponsorizzazioni sul ciclismo.

Martini & Rossi è da tempo pioniera nel fare la cosa giusta per l'ambiente. Nei decenni trascorsi a guidare le pratiche sostenibili, l'Azienda ha raggiunto molti traguardi significativi.

Da generazioni, Martini & Rossi ha a cuore l'ambiente, i suoi fornitori e le sue comunità. Già a partire dagli anni Trenta del '900 l'azienda avvia le opere sociali a favore dei lavoratori, la scuola materna, gli alloggi a basso costo per i dipendenti, la colonia estiva per i loro figli, per citarne solo alcune. Nel 1987, l'Osservatorio MARTINI® viene istituito in provincia di Asti come centro dedicato alla promozione di metodi di coltivazione sostenibili, in primo luogo per i vini e, più recentemente, per le numerose erbe aromatiche utilizzate per creare i vermouth e la gamma di aperitivi analcolici. Il 100% delle cantine dell'intero portafoglio Martini & Rossi è ora certificato come sostenibile. Dall'utilizzo di fonti di energia verde all'utilizzo di vetro riciclato, Martini & Rossi continua a fare la cosa giusta per il pianeta.

Il Gruppo Martini incontra un altro Gruppo a conduzione familiare, Bacardi, a cui affida la distribuzione dei suoi prodotti negli Stati Uniti. Questo crea un rapporto di fiducia e stima professionale reciproca che porterà alla creazione di importanti joint venture distributive.

Nel 1993 Bacardi acquisisce Martini & Rossi per creare un'unica realtà produttiva, commerciale e distributiva. Forte di solide tradizioni e orientata al futuro, Bacardi è la quarta più grande azienda di alcolici al mondo e Martini & Rossi è al centro del suo portafoglio di alcolici premium di livello mondiale.

Giorgio Castagnotti
Presidente Martini & Rossi S.p.A.

Massimo Barboni
General Manager Martini & Rossi S.p.A.

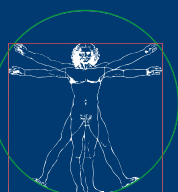
LUISS 
Università di Roma

Luiss
Business
School

in collaborazione con

Posteitaliane

GIORNATA
NAZIONALE
MADE *in* **ITALY**



Con il patrocinio di



**Ministero delle Imprese
e del Made In Italy**