



# Ministero delle Imprese e del Made in Italy

Le eccellenze del sistema produttivo ed economico. 11 francobolli dedicati all'imprenditoria italiana





Il Ministero delle Imprese e del Made in Italy emette il 17 ottobre 2024 11 francobolli ordinari appartenenti alla serie tematica *le eccellenze del sistema produttivo ed economico*, dedicati all'imprenditoria italiana: Cartiere Paolo Pigna; Fonderia di Campane Marinelli, nel centenario della concessione del titolo pontificio; Damiani, nel centenario della fondazione; Pineider, nel 250° anniversario della fondazione; Balma, Capoduri & C., nel centenario della fondazione; Eridania Italia, nel 125° anniversario; Pellegrini, nel centenario della fondazione; Cooperativa Ceramica d'Imola, nel 150° anniversario della fondazione; Amaro Lucano; De Nigris 1889, nel 135° anniversario della fondazione; Eli Lilly Italia.

Caratteristiche dei francobolli

Le vignette:

*Cartiere Paolo Pigna* - riproduce la copertina di uno dei quaderni d'epoca prodotti dalla Cartiere Paolo Pigna S.p.A., che ha contribuito ad alfabetizzare l'Italia e ormai diventati autentici prodotti cult. In particolare, il quaderno *Bella Copia*, progettato nel 1951 e ispirato al boom economico italiano di quegli anni; Il personaggio racchiuso in basso in un tondo intende rappresentare la creatività.

*Fonderia di Campane Marinelli* - raffigura alcune delle fasi della lunga e complessa realizzazione delle campane secondo tecniche millenarie in uso nella Fonderia Marinelli di Agnone; a sinistra, alcuni operatori sono intenti a governare la materia incandescente durante la fusione del bronzo; In primo piano, spicca la campana commemorativa del centenario della concessione dello stemma Pontificio alla Fonderia Marinelli, dietro, in successione, modelli rappresentativi delle varie fasi di lavorazione.

*Damiani* - su fondino beige, riproduce il gioiello denominato "Eternal Blue", design ideato da Giorgio Grassi Damiani e realizzato dalla celebre Maison Damiani, delimitato, in alto, dal logo dell'azienda.

*Pineider* - 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.

*Balma, Capoduri & C.* - raffigura, in primo piano, la cucitrice Zenith 548 e la confezione dei punti metallici Zenith 130/E con, sullo sfondo, il logo del centenario del marchio Zenith, che coincide con quello dell'azienda produttrice Balma, Capoduri & C. S.p.A. con sede a Voghera, Pavia.

*Eridania Italia* - raffigura un armonico contesto familiare in cui mamma e figlia preparano insieme una torta utilizzando lo zucchero Eridania, rappresentato dal caratteristico e iconico pacco rosso in cui si staglia, in bianco, un grifone che regge la lettera "E"; la composizione è delimitata, in basso, dalla scritta "ERIDANIA" che campeggiava nelle confezioni di zucchero degli anni '60, in alto, dal claim "125 ANNI DI DOLCEZZA", tratto dal logo del 125° anniversario.

*Pellegrini* - riproduce una macchina per scrivere Underwood modello 5 delimitata in alto, rispettivamente a destra e a sinistra, dall'acronimo "GP", tratto dal logo dell'azienda, e dalla scritta "Pellegrini", ricavata dalla storica insegna esterna della sede di Venezia San Bartolomeo; sugella la vignetta il pay-off collegato alla società "IL FUTURO IN ANTICIPO. DAL 1924".

*Cooperativa Ceramica d'Imola* - riproduce, al centro, il logo del centocinquantenario della fondazione di Cooperativa Ceramiche d'Imola, player globale nei pavimenti e rivestimenti in ceramica, simbolo del Made in Italy

nel mondo; il tutto inserito su sfondo fatto a griglia modulare, composta da elementi stilizzati di ceramica che riflettono sia la solidità che l'adattabilità al presente e quindi la propensione a rinnovarsi nel tempo dell'azienda imolese. Sugella la vignetta il pay-off "150 YEARS YOUNG".

*Amaro Lucano* - riproduce una delle etichette più iconiche nella storia dell'Amaro Lucano raffigurante la Pacchiana, la donna simbolo degli usi e costumi lucani che indossa il suo caratteristico vestito composto da diversi elementi: un'aquila, animale fiero e regale, che fra gli artigli reca un nastro su cui campeggia il motto dell'azienda "LAVORO ED ONESTÀ", lo stemma della Real Casa Savoia, di cui la famiglia Vena con il suo amaro Lucano divenne fornitore ufficiale, e una serie di medaglie che rappresentano i riconoscimenti ottenuti dall'azienda alle varie fiere e kermesse di settore; la composizione è delimitata in alto dalla scritta "AMARO LUCANO".

*De Nigris 1889* - raffigura, su campitura viola, un'aquila, elemento distintivo del marchio De Nigris che caratterizza l'identità del brand, immagine allegorica ed evocativa che intende rappresentare un legame tra la tradizione ormai secolare con una visione di un futuro più verde e sostenibile; la composizione è delimitata, in alto, dal logo dell'azienda De Nigris con il claim "MAESTRI ACETIERI DAL 1889" e in basso dal pay-off "OLTRE CENTO ANNI DI SAPORE NEL MONDO".

*Eli Lilly Italia* - su un fondino rosso, rappresentativo del colore dell'azienda che ne caratterizza il logo ufficiale riprodotto in alto a sinistra con il claim "A MEDICINE COMPANY", è raffigurata una goccia di sangue in trasparenza che esemplifica la misurazione della glicemia, necessaria per la diagnosi e il controllo del diabete, oggi trattabile grazie all'insulina che Lilly ha commercializzato come prima azienda al mondo. Sulla destra, il profilo dell'Italia rappresenta il radicamento dell'azienda nel nostro Paese da 65 anni con uno dei più importanti siti produttivi farmaceutici al mondo a Sesto Fiorentino, Firenze.

Completano i francobolli le rispettive legende:

"CARTIERE PAOLO PIGNA DAL 1839";

"FONDERIA DI CAMPANE MARINELLI",

"CENTENARIO DEL TITOLO PONTIFICIO" e "AGNONE";

"100 ANNI DI PASSIONE ITALIANA", per Damiani;

"COOPERATIVA CERAMICA D'IMOLA DAL 1874";

"DAL 1894" per Amaro Lucano;

"IN ITALIA DAL 1959", per Eli Lilly Italia.

Su tutti i francobolli la scritta "ITALIA" e l'indicazione tariffaria "B".

Bozzetti e bozzettisti:

*Cartiere Paolo Pigna* - a cura del Centro Filatelico dell'Officina Carte Valori e Produzioni Tradizionali dell'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A.;

*Fonderia di Campane Marinelli* - Giustina Milite;

*Damiani* - a cura di Damiani e ottimizzato dal Centro Filatelico dell'Officina Carte Valori e Produzioni Tradizionali dell'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A.;

*Pineider* - 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.;

*Balma, Capoduri & C.* - a cura della Società ICS Comunicazione e ottimizzato dal Centro Filatelico dell'Officina Carte Valori e Produzioni Tradizionali dell'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A.;

*Eridania Italia* - Claudia Giusto;

*Pellegrini* - Emanuela L'Abate;

*Cooperativa Ceramica d'Imola* - a cura dello Studio FM di Milano e ottimizzato dal Centro Filatelico dell'Officina Carte Valori e Produzioni Tradizionali dell'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A.;

*Amaro Lucano* - a cura del Centro Filatelico dell'Officina Carte Valori e Produzioni Tradizionali dell'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A.;

*De Nigris 1889* - Mimmo Paladino;

*Eli Lilly Italia* - a cura di Eli Lilly Italia e ottimizzato dal Centro Filatelico dell'Officina Carte Valori e Produzioni Tradizionali dell'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A.

Tiratura: duecentocinquantamila venti esemplari per ogni francobollo.

Indicazione tariffaria: B per ogni 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, Kraft mono-siliconata da 80 g/mq; adesivo: tipo acrilico ad acqua, distribuito in quantità di 20 g/mq (secco); dentellatura: 11, effettuata con fustellatura.

Formati e colori:

*Cartiere Paolo Pigna* - colori: tre; formato carta: 30 × 40 mm.; formato stampa: 26 × 36 mm.; formato tracciatura: 37 × 46 mm..

*Fonderia di Campane Marinelli* - colori: cinque; formato carta: 40 × 30 mm. formato stampa: 40 × 26 mm.; formato tracciatura: 46 × 37 mm..

*Damiani* - colori: cinque; formato carta: 30 × 40 mm.; formato stampa: 26 × 36 mm.; formato tracciatura: 37 × 46 mm..

*Pineider* - colori: due; formato carta e formato stampa: 30 × 40 mm.; formato tracciatura: 37 × 46 mm..

*Balma, Capoduri & C.* - colori: cinque; formato carta: 40 × 30 mm.; formato stampa: 36 × 26 mm.; formato tracciatura: 46 × 37 mm..

*Eridania Italia* - colori: cinque; formato carta e formato stampa: 30 × 40 mm.; formato tracciatura: 37 × 46 mm..

*Pellegrini* - colori: cinque; formato carta: 40 × 30 mm.; formato stampa: 36 × 26 mm.; formato tracciatura: 46 × 37 mm..

*Cooperativa Ceramica d'Imola* - colori: due; formato carta: 30 × 40 mm.; formato stampa: 26 × 36 mm.; formato tracciatura: 37 × 46 mm..

*Amaro Lucano* - colori: cinque; formato carta e formato stampa: 30 × 40 mm.; formato tracciatura: 37 × 46 mm..

*De Nigris 1889* - colori: sei; formato carta e formato stampa: 40 × 30 mm.; formato tracciatura: 46 × 37 mm..

*Eli Lilly Italia* - colori: uno; formato carta e formato stampa: 40 × 30 mm.; formato tracciatura: 46 × 37 mm.

Caratteristiche del foglio

Quarantacinque esemplari. Sulla cimosa è riprodotto il logo MIMIT monocromatico.

## **Testo bollettino**

*Cartiere Paolo Pigna S.p.a. celebra 185 anni di eccellenza!*

Fondata nel 1839, la nostra Azienda rappresenta uno dei marchi storici più longevi e prestigiosi dell'industria italiana. Icona di stile e di qualità, Pigna è da sempre sinonimo di tradizione e di innovazione. I nostri quaderni coloratissimi e la nostra gamma di prodotti sono simboli dell'italianità, nonché veri e propri compagni di studio e di lavoro.

Con tutte le nostre linee di prodotti e, in particolare con le collezioni iconiche di Monocromo, Pigna Nature Flowers e PdiPigna, ispiriamo le persone, dai bambini agli adulti, a riscoprire, esprimere e raccontare la propria unicità, ogni giorno.

Nei decenni Pigna ha saputo rivoluzionare il mercato della cartotecnica ideando e sviluppando nuovi prodotti, entrati poi a pieno titolo nella storia collettiva. Da sempre il nostro obiettivo è quello di essere non solo un brand leader di mercato, ma anche un partner affidabile e di riferimento nella quotidianità di tutte le famiglie italiane.

Tra i nostri importanti traguardi, siamo orgogliosi di essere stati riconosciuti quale Marchio Storico. L'iconica "P" cerchiata, è stata infatti inserita nel Registro Speciale dei Marchi Storici di interesse nazionale, albo istituito dall'allora Ministero dello Sviluppo Economico, in collaborazione con Unioncamere.

Ormai dal 2020 Pigna pubblica annualmente il Rapporto di Sostenibilità, con il quale racconta in modo completo e trasparente, i processi, i risultati e le strategie con cui si impegna nella tutela dell'ambiente e nello sviluppo sostenibile, focalizzandosi sul raggiungimento degli importanti obiettivi fissati dall'Agenda 2030 delle Nazioni Unite.

Oggi Pigna, che fa parte del Gruppo Buffetti, continua a investire sull'innovazione che le ha permesso di evolversi costantemente e di rispondere con successo alle sfide del mercato consolidando le radici che l'hanno resa, da 185 anni, un marchio storico e inconfondibile.

Dott. Rinaldo Ocleppo  
Presidente Gruppo Buffetti S.p.A. e Dylog Italia S.p.A.

Dott. Massimo Fagioli  
CEO e Presidente Cartiere Paolo Pigna S.p.A.

## Testo bollettino

Nel 1339 Nicodemo Marinelli *anglonensis* firma il documento di bronzo su cui si fonda la storia della famiglia artigiana più longeva al mondo: la campana su cui compaiono data, luogo e nome del primo antenato *noto* degli attuali *campanari* di Agnone. La loro stirpe, giunta alla 27<sup>a</sup> generazione, attraversa la storia dal Medioevo ai giorni nostri immortalando nel metallo avvenimenti e protagonisti dei piccoli centri e d'Italia. Oggi la Fonderia Marinelli si fregia della sua peculiarità artigiana ma 100 anni fa era ritenuta una moderna industria in espansione e con la sua notorietà ed efficienza, insieme al prestigio e all'affidabilità di un'esperienza incomparabile, produceva opere raffinatissime la cui sonorità andava espandendosi nel mondo. Nel 1924, sulla scia risonante del magnifico concerto di campane del Santuario di Pompei su cui campeggia l'emblema di Pio XI, il Santo Pontefice concesse il Titolo Pontificio alla Ditta Marinelli “*con facoltà d'innalzare lo stemma della stessa Santità Sua*”. Il Ministero delle Imprese e del Made in Italy celebra il Centenario del prezioso Titolo con l'emissione di un francobollo dedicato allo straordinario evento che, anticipando di poco l'apertura del Giubileo del 2025, esce esattamente 25 anni dopo quello dedicato alla grande Campana dei Giardini Vaticani, testimonial del Grande Giubileo del 2000.

Comm. Armando Marinelli

Cav. Uff. Pasquale Marinelli

## Testo bollettino

Nel 2024 Damiani celebra un secolo di storia, una storia di famiglia, artigianalità, creatività e passione. Tutti valori che rendono l'Italia un Paese unico al mondo e che la famiglia Damiani da sempre custodisce e protegge.

Questo meraviglioso percorso inizia con Enrico Grassi Damiani che nel 1924 fonda l'azienda e ben presto, grazie alle proprie doti di maestro orafo, diventa punto di riferimento per il mondo della gioielleria tradizionale e per le famiglie nobili più altolocate, tra cui la famiglia reale italiana, che si affidano a lui per la creazione dei loro preziosi più esclusivi.

A Enrico succede il figlio Damiano, grande mente creativa, che intuisce l'esigenza di rinnovare la tradizione. Affiancato dalla moglie Gabriella, apre così la strada a un profondo cambiamento, caratterizzato da una spinta innovatrice che influenza il design dei gioielli.

Il testimone passa poi nelle mani dei tre figli – Guido, Silvia e Giorgio – che scelgono di proseguire con il percorso evolutivo della Maison. I tre fratelli interpretano la storia di eccellenza di Damiani con lo spirito innovatore che vi è connaturato. Rispetto per le tradizioni e per le generazioni passate, con uno sguardo sempre rivolto al futuro: è con questo spirito che la famiglia Damiani prosegue il suo straordinario percorso, mantenendo viva l'essenza del Made in Italy, pronta ad affascinare anche le future generazioni.

Guido, Silvia e Giorgio Damiani

**Posteitaliane**

Testo bollettino

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

## **Testo bollettino**

Una “ZENITH” è per sempre e la stella è il simbolo perfetto del nostro marchio “ZENITH” e della sua qualità senza compromessi che punta allo Zenit.

“ZENITH” è una storia tutta italiana nata nel 1924 dall’incontro di due uomini, cui fa riferimento la ragione sociale *Balma, Capoduri* dell’Azienda, ove sono nate e sono state sviluppate le cucitrici e tutti gli articoli per ufficio e cancelleria a marchio “ZENITH”.

*Balma, Capoduri* nasce per iniziativa di Aldo Balma, portatore di idee e di progetti, e di Andrea Capoduri, imprenditore pronto a raccoglierle per investire in nuove iniziative.

A seguito dell’improvvisa scomparsa del padre Aldo, il figlio Giorgio Balma, ingegnere meccanico, nel 1957 ne raccoglie il testimone.

L’Azienda cresce e si sviluppa per tappe, la nuova sede viene completata nel 2010 con una superficie coperta di 22.000 m<sup>2</sup> e con la realizzazione della palazzina uffici.

L’attuale Consiglio di Amministrazione è composto dal Presidente Alberto Alberti, dall’Amministratore Delegato Aldo Balma e dai consiglieri Gherardo Lenti Capoduri, Paolo Romagnoli e Filippo Isacco.

Alberto Alberti  
Presidente

Aldo Balma  
Amministratore Delegato

Testo bollettino

La lunga storia di Eridania ha inizio a Genova. Era il 1899 quando 12 soci unirono le proprie forze per dar vita alla '*Società Anonima Eridania Fabbrica di Zuccheri*' con un obiettivo ben preciso: far arrivare lo zucchero in tutta la penisola e addolcire la vita degli italiani, ogni giorno.

Un obiettivo che nel corso dei decenni Eridania ha perseguito con tenacia e dedizione, innovando non solo dal punto di vista dei prodotti offerti ai propri consumatori, ma anche dal punto di vista della comunicazione, elevando il concetto di zucchero da semplice commodity a prodotto diversificato per ogni esigenza di consumo.

Nel 2024 Eridania Italia S.p.A. raggiunge il prestigioso traguardo dei 125 anni di storia come leader del mercato italiano: un traguardo che si desidera celebrare ripercorrendo tutte le tappe che hanno contraddistinto questa importante storia e proiettandosi verso uno sviluppo futuro che ruota attorno a tematiche di grande attualità come nutrizione, salute e sostenibilità.

Alessio Bruschetta

Amministratore Delegato di Eridania Italia

Testo bollettino

Fin dal 1924 Pellegrini S.p.A. aiuta le imprese a generare ed archiviare documenti. Per farlo ha sempre cercato di interpretare e anticipare il progresso tecnologico: dalle macchine da scrivere all'electronic printing, al software di gestione documentale e di processo.

“Crediamo che in futuro la carta non sparirà del tutto dagli uffici, ma diventerà complementare al digitale: noi saremo sempre attenti a dare una nuova forma al patrimonio documentale delle imprese.

Perché nella vita di ogni azienda protagonista è ancora il documento, e lo sarà sempre.

Ormai da cento anni, la sua storia è la nostra storia”.

Sofia Pellegrini

Amministratore Delegato Pellegrini S.p.A.

Testo bollettino

*150 Anni di Cooperativa Ceramica d'Imola: un cuore antico, con una mente giovane.*

Cooperativa Ceramica d'Imola non è stata costruita in un giorno ed ha attraversato tre secoli. La celebrazione del 150esimo anniversario della sua fondazione è quindi l'occasione perfetta per celebrare lo straordinario percorso di crescita e sviluppo che l'azienda ha tracciato e sta percorrendo dalla sua fondazione, nel 1874, ad oggi. Una lunga storia quella dell'azienda imolese, segnata da momenti storici, culturali, industriali differenti, ma anche dalla volontà di adattarsi e di cambiare, cercando sempre di guardare oltre e interpretare i cambiamenti necessari. Un viaggio costruito sul senso di appartenenza, sull'impegno, la laboriosità e la lungimiranza.

È a partire da questi orizzonti che Cooperativa Ceramica d'Imola continua a delineare e perseguire i suoi obiettivi per il futuro, forte delle basi gettate e della storia consolidata; per il Presidente Stefano Bolognesi "l'eredità che il passato ci lascia è un bene prezioso per noi oggi e lo sarà ancor di più per chi sarà parte di questo progetto d'azienda domani".

Ufficio Marketing Cooperativa Ceramica d'Imola

Testo bollettino

Nel 1894, nel retrobottega di un biscottificio a Pisticci, il Cavalier Pasquale Vena creò una miscela unica di erbe aromatiche, dando vita a un liquore dal gusto inconfondibile e raffinato.

Nasceva così l'Amaro Lucano, un prodotto inequivocabilmente contraddistinto da note agrumate e floreali che con il tempo ha saputo conquistare il cuore e il palato degli italiani, diventando un simbolo di eccellenza e autenticità. Oggi, a 130 anni dalla sua nascita, il Gruppo Lucano continua a essere guidato dalla famiglia Vena, con Pasquale Vena, nipote del fondatore, insieme alla moglie Rosistella e ai figli Leonardo, Francesco e Letizia. La tradizione, tramandata con passione di generazione in generazione, rende Amaro Lucano non solo un liquore, ma un vero e proprio simbolo di italianità nel mondo. Con un portafoglio che include ormai oltre 15 etichette, il Gruppo Lucano continua a rappresentare un punto di riferimento nel panorama mondiale dei liquori; una storia autentica di passione che ogni giorno viene raccontata all'interno dello spazio museale "Essenza Lucano", inaugurato alla fine del 2019 a Pisticci, in Basilicata, l'altro nome della "Lucania", lì dove tutto ha avuto origine.

Pasquale Vena  
Presidente Gruppo Lucano

Testo bollettino

### *De Nigris - Maestri acetieri dal 1889*

Quest'anno celebriamo il 135° anniversario di De Nigris, riconosciuto dall'allora Ministero dello Sviluppo Economico come "Marchio Storico di Interesse Nazionale", grazie al nostro impegno costante nel rimanere fedeli alle nostre radici e nel custodire la nostra ricca eredità. Abbiamo sempre valorizzato la nostra storia, trasformandola in un punto di forza che guida il progresso e la qualità, convinti che l'innovazione sia una tradizione che si rinnova costantemente.

La nostra storia ha inizio nel 1889, quando Armando de Nigris ha avviato la prima attività artigianale nel settore degli aceti e dei condimenti, ottenendo importanti riconoscimenti dai propri clienti in anni difficili. La vera svolta è, però, avvenuta con Marcello de Nigris, che ha industrializzato il processo attraverso il monitoraggio delle fermentazioni assistite. Pur non essendo un chimico e non avendo studi specifici, ha saputo comprendere e adottare la chimica industriale, integrandola nei processi artigianali. Oggi il gruppo De Nigris fermenta circa 20 milioni di litri di vino all'anno, utilizzati come base per i nostri aceti, tra cui l'Aceto Balsamico di Modena, che invecchia in una delle più grandi acetaie della provincia di Modena. A Carpi, la famiglia si dedica anche alla valorizzazione artistica di "Villa Grimelli", residenza del 1700 di interesse nazionale, appartenuta al Prof. Geminiano Grimelli, il primo chimico a codificare scientificamente la composizione e le caratteristiche chimico-organolettiche dell'Aceto Balsamico. De Nigris ha inteso promuovere e proteggere questa eredità unica, diventando custode di un patrimonio irripetibile nel suo genere. Qui, "il bello, il buono e il ben fatto" trovano ispirazione per produrre ed esportare sapori in tutto il mondo da oltre cento anni.

Il motto di famiglia "*I confini non esistono*", scolpito sotto un busto bronzeo del Fondatore, è da sempre la nostra *mission*, che ci ha permesso di essere innovativi nel nostro settore e di creare nuovi segmenti per nuovi consumi. La nostra "aquila" continua a rappresentare il nostro stile italiano nel mondo, aprendo nuovi mercati a un gusto tipicamente italiano. Siamo presenti in oltre 80 Paesi nel mondo, con l'85% della nostra produzione destinata all'esportazione, supportata da una comunicazione efficace e tangibile in Italia. De Nigris ha anche istituito il primo parco turistico dedicato ad un'eccellenza del Made in Italy, il "Balsamico Village", che ogni anno attira migliaia di visitatori su un'area di 500.000 mq. Le nostre boutique monomarca "De Nigris 1889", presenti nei centri storici e negli aeroporti delle principali città italiane, rinnovano il desiderio di italianità nel mondo.

Oggi Armando, Raffaele e Luca, terza generazione di imprenditori, si impegnano a integrare questi valori nel modello di governance, esplicitando nel nostro statuto la nostra vocazione e la nostra

ragione d'essere, diventando una Società Benefit. Abbiamo protetto il *purpose* di Acetificio De Nigris nel nostro statuto, con finalità di impatto sulle persone della nostra comunità, sulla nostra filiera, sul benessere dei nostri consumatori e sull'ambiente che ci accoglie per consegnarlo alle generazioni future.

L'emissione di questo francobollo è un riconoscimento alla Comunità De Nigris, che, con passione e impegno, rende possibile la nostra crescita da 135 anni. Il Maestro Mimmo Paladino, padre della transavanguardia italiana, ha saputo tracciare con geniale intuizione l'evoluzione dei 135 anni di De Nigris, esprimendo sintesi e creatività, innovazione e cultura, passione per la bellezza, rispetto per la tradizione e audacia nell'esplorare nuovi territori. Oggi, con la quarta generazione, De Nigris si candida a rappresentare questi valori, con l'ambizione di guardare avanti per una visione a lungo termine, osservando il mondo con occhi attenti e visionari, permettendo a tutto il settore di prosperare per creare lavoro e occupazione. L'aquila di "De Nigris" nell'opera di Paladino non è solo una metafora di progresso e innovazione, ma oggi si impegna per il rispetto dell'ambiente e la salvaguardia del pianeta.

Come le viti che ogni anno rinnovano i loro tralci grazie alle radici ben piantate nel terreno, la nostra azienda vuole rinnovare la fiducia ai suoi consumatori, convinta che la storia appartenga a chi la costruisce.

Cav. del Lav. Armando de Nigris  
Presidente del Gruppo "De Nigris 1889"

## Testo bollettino

Dal giorno della sua fondazione nel 1876 a Indianapolis, Lilly ha segnato da pioniera tappe fondamentali della storia del progresso scientifico globale. Nel 1923 è stata la prima azienda al mondo a produrre l'insulina su larga scala e a mettere a disposizione di milioni di persone il vaccino contro la poliomielite nel 1955, cambiando le prospettive di salute pubblica globale grazie alla Scienza.

Nel 1959 Lilly avvia una partnership di eccellenza scientifica e industriale con l'Italia, insediando nel Paese uno dei più innovativi stabilimenti produttivi farmaceutici a livello globale nel territorio toscano di Sesto Fiorentino. Nei 65 anni di storia, il sito ha avuto una crescita costante, passando dagli 8.000 metri quadri iniziali agli oltre 85.000 attuali, garantendo opportunità terapeutiche a oltre 7 milioni di pazienti in più di 60 Paesi del mondo.

Il cuore pulsante di Lilly è la ricerca scientifica, che posiziona oggi l'azienda tra le prime al mondo per rapporto tra investimenti e fatturato e garantisce lo sviluppo costante di nuove soluzioni terapeutiche per rispondere a bisogni terapeutici ancora insoddisfatti.

Nel 2023, annunciando un nuovo piano di investimenti di oltre 750 milioni di euro, Lilly scrive un'altra pagina di storia con l'Italia, confermando fiducia e collaborazione con il Paese e portando il suo impegno negli ultimi 20 anni a oltre 1,5 miliardi di euro. Lilly vive oggi uno dei momenti più importanti della sua storia, con oltre 70 nuove potenziali opportunità di cura in via di sviluppo. L'Italia resta al centro della sua strategia futura.

Elias Khalil

Presidente e Amministratore Delegato Eli Lilly Italia, Europa centro-orientale e Israele