



ESERCITO

1659

Firenze, 14 giugno. **Presentata questa mattina, al Pitti Uomo di Firenze, la manifestazione d'interesse per l'affidamento ad un licenziatario del nuovo *brand* commerciale dell'Esercito.**

Il marchio “**Esercito 1659**” che identifica la forza armata in maniera decisa e inequivocabile è stilisticamente coerente, semplice e d’impatto. Si compone della stella a 5 punte che simbolicamente rappresenta i valori caratterizzanti dell’Esercito quali leadership, coraggio, spirito di sacrificio e servizio incondizionato per la comunità nazionale e dalla scritta “Esercito 1659” che riporta alle più antiche origini della forza armata, rappresentando, di fatto, un legame fra tradizione e innovazione.

Quest’iniziativa di ***brand licensing***, promossa da Difesa Servizi S.p.A. – società *in house* del Ministero della Difesa - prevede l’affidamento della **licenza in esclusiva relativa all’uso e allo sfruttamento commerciale degli emblemi, stemmi e immagini dell’Esercito Italiano, per la classe merceologica 25** della classificazione di Nizza, ossia abbigliamento e accessori.

La concessione della licenza avverrà tramite procedura ad evidenza pubblica e sarà aggiudicata in base al criterio dell’offerta economicamente più vantaggiosa. **La procedura per presentare le manifestazioni d’interesse sarà aperta fino alle 16.00 del giorno 19 luglio 2017.** Informazioni di dettaglio sono disponibili nell’area gare del www.difesaservizi.it

La concessione a fini commerciali del *brand* deve rispondere preventivamente ad una verifica di compatibilità con il prestigio del patrimonio storico e culturale dell’istituzione militare, di idoneità ad accrescerne la diffusione e di non contrasto con le finalità istituzionali e con l’immagine delle forze armate.

Le Forze armate hanno il diritto all'uso esclusivo delle proprie denominazioni, dei propri stemmi, degli emblemi e di ogni altro segno distintivo. Difesa Servizi S.p.A. ne favorisce la valorizzazione e la gestione economica ai fini commerciali, in seguito alla stipula di convenzioni con le singole forze armate, attraverso la concessione in uso temporaneo a terzi, a titolo oneroso, con licenze d’uso, sia in esclusiva che non, nelle diverse classi merceologiche.

I *brand* militari sono presenti sul mercato nei campi dell’oggettistica, dell’abbigliamento, del *food*, dei giocattoli, dell’orologeria, del modellismo e dell’editoria.