

# Lusso made in Italy, le aziende cercano 236 mila addetti

L'allarme della Fondazione Altgamma: grave carenza di talenti, in 5 anni ne mancherà il 70 per cento

**ROMA** Oltre duecentotrentaseimila posti da coprire. Figure professionali di alto livello da trovare sul mercato del lavoro entro i prossimi cinque anni. Nel design come nell'alimentare, nell'automotive come nella moda, le aziende del made in Italy sempre più avranno bisogno di profili altamente specializzati ma sempre più faranno fatica a trovarli. «Mancherà una parte consistente di quella forza lavoro qualificata — i talenti — che serve alla loro crescita», spiega Andrea Illy, presidente della Fondazione Altgamma

che raccoglie le migliori imprese di fascia alta del made in Italy che a Roma ha presentato il libro *I talenti del fare* sui professionisti che serviranno da qui al 2023. Ma il 70% di queste figure non sarà disponibile: progettisti e meccatronici per il settore auto; tecnici della vinificazione e guide enogastronomiche per il food&beverage; pellettieri, tessitori, sarti, prototipisti per la moda; specialisti dell'ospitalità e della ristorazione per il turismo.

Ci sarà, secondo Altgamma, «una drammatica carenza di forza lavoro per i marchi

più prestigiosi che portano nel mondo il made in Italy».

Il problema parte da lontano. Dopo la scuola media meno di un ragazzo su 3 (30,7%) sceglie di proseguire gli studi in un istituto tecnico, appena il 15% sceglie un professionale. Basti pensare che in Italia gli iscritti agli Its sono appena 10 mila, mentre nelle Fachhochschule tedesche sono 880 mila e in Francia 240 mila. Ecco perché Altgamma propone un tavolo di lavoro istituzionale sul tema della formazione: è sempre più urgente «agire su una valorizzazione e

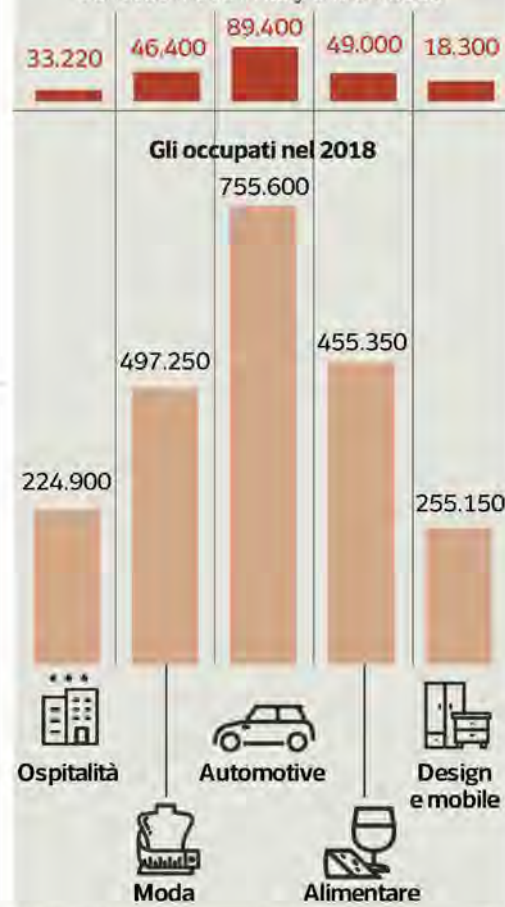
un riposizionamento di questi lavori ancora oggi visti dai giovani come poco attraenti». Da Lamborghini a Bruno Cucinelli, da Bottega Veneta a Fendi, da Technogym a Tod's Group, da Gucci a Illy Caffè sono molte le aziende della Fondazione che hanno creato al loro interno laboratori di istruzione e apprendistato per formare «in casa» i propri professionisti e molte di loro già hanno una collaborazione stretta con gli istituti tecnici e professionali del loro territorio. Ma è solo un inizio e c'è ancora molto da fare.

**Claudia Voltattorni**  
 cvoltattorni@corriere.it

## Il confronto

**+236.320**

I profili che serviranno nel settore del lusso made in Italy entro il 2023



Fonte: Elaborazione Altgamma su dati Unioncamere. C.d.S.

## Cos'è

● Fondazione Altgamma è nata nel 1992 per riunire le imprese dell'alta industria culturale e creativa italiana, ambasciatrici del made in Italy nel mondo. Il presidente è Andrea Illy, presidente di Illy Caffè





## L'intervista

di Maria Silvia Sacchi

# «In questo settore grosse opportunità. Dobbiamo spiegarlo a tutti i giovani»

Serge Brunschwig, presidente e ad di Fendi

Oggi Altgamma ha lanciato l'allarme, tra cinque anni mancheranno oltre 230 mila profili fondamentali per il *made in Italy*. Cosa fare? «È un tema molto rilevante perché, se è vero che per un marchio come Fendi è ancora semplice trovare personale e formarlo da zero, come facciamo, è anche vero che il tessuto industriale del lusso italiano è composto da piccole imprese — risponde Serge Brunschwig, presidente e amministratore delegato di Fendi, marchio italiano della scuderia Lvmh —. Sono soprattutto queste piccole imprese che tra poco avranno serie difficoltà. Noi stessi fabbrichiamo solo in minima parte ciò che vendiamo, in maggioranza facciamo produrre da terzisti italiani».

**Fendi ha una propria scuola di formazione.**

«È vero, abbiamo una scuola di pelletteria ed

esistono altri esempi positivi come il nostro. Ma si tratta di una goccia nel mare. Come ha detto il presidente di Altgamma Andrea Illy, sono centinaia di migliaia di posti di lavoro che non troveranno risposta. È fondamentale lavorare sulla comunicazione per far capire ai giovani, e alle loro famiglie, che in questa industria ci sono opportunità fantastiche. Ed è responsabilità delle imprese costruire un sogno che attragga tutti. Come Fendi l'anno scorso abbiamo aperto l'azienda nell'ambito nell'iniziativa *Les Journées Particulières* del gruppo Lvmh. Abbiamo avuto 16 mila persone, invitato 60 scuole e duemila studenti, e mostrato tutti i nostri mestieri. Quando facciamo iniziative di questo genere, le persone vedono che sono occupazioni interessanti e che per i giovani c'è un domani».

**C'è artigianato ma anche tecnologia.**

«È sempre più importante mixare l'artigianato classico con la street art e con la tecnologia per creare il mestiere di domani. Così come è sempre

più rilevante la sostenibilità: si tratta di una parola bellissima, ma la prima sostenibilità è quella della società e per averla bisogna creare lavoro».

**La Francia ha fatto notevoli investimenti in Italia, acquistando molti marchi, come Fendi, e aprendo nuove fabbriche. Le recenti tensioni tra il governo italiano e il governo francese potranno mettere in discussione questa alleanza nel lusso?**

«Sono francese, lavoro per un gruppo francese e sono alla guida di un marchio completamente italiano perché produciamo tutto in Italia e dall'Italia esportiamo nel resto del mondo. I nostri due Paesi insieme possono fare grandi cose».

**Lei conferma gli investimenti di Fendi in Italia?**

«Assolutamente sì. Anzi, abbiamo un significativo progetto in Toscana dove nel 2021 apriremo una grande fabbrica con 500 persone. Ribadisco, però, che è di fondamentale importanza far continuare a vivere il tessuto delle Pmi. Se non succederà sarà una opportunità persa e, forse, per

l'industria del lusso sarà il declino. Non penso, infatti, che il lavoro andrà ad altri Paesi».

**Non ai cinesi?**

«No. Anche se sta crescendo molto, la Cina non sa fare il lusso. Questa è una industria di offerta più che di domanda. Non soddisfa un bisogno fondamentale della persona; se smettiamo di produrre cose belle, i consumatori si orienteranno su altro, per esempio sui viaggi».

**Sentite già gli effetti della guerra commerciale in atto tra Stati Uniti e Cina? La Cina è il mercato più rilevante per l'industria del lusso.**

«Al momento non abbiamo avuto alcun impatto e spero che continuerà così. Certo, siamo attenti. È importante che la guerra non ci sia».

**Voi continuare a fare pellicce mentre l'industria del lusso sta diventando sempre più «fur free».**

«In questo caso la parola chiave è la sostenibilità delle persone. Dare a tutti una scelta di cose belle fatte da persone belle. È chiaro che gli animali devono essere rispettati, trattati benissimo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Chi è**

● Serge Brunschwig, presidente e amministratore delegato di Fendi, marchio italiano della scuderia Lvmh

● Ha ricevuto l'incarico nel 2018, prendendo il posto di Pietro Beccari, nominato ceo di Christian Dior Couture

● Serge



In Toscana nel 2021 apriremo una grande fabbrica con 500 persone. La cosa davvero importante è continuare a far vivere il tessuto delle piccole e medie imprese



Brunschwig ha una lunga carriera all'interno del gruppo Lvmh, dove è entrato nel 1995

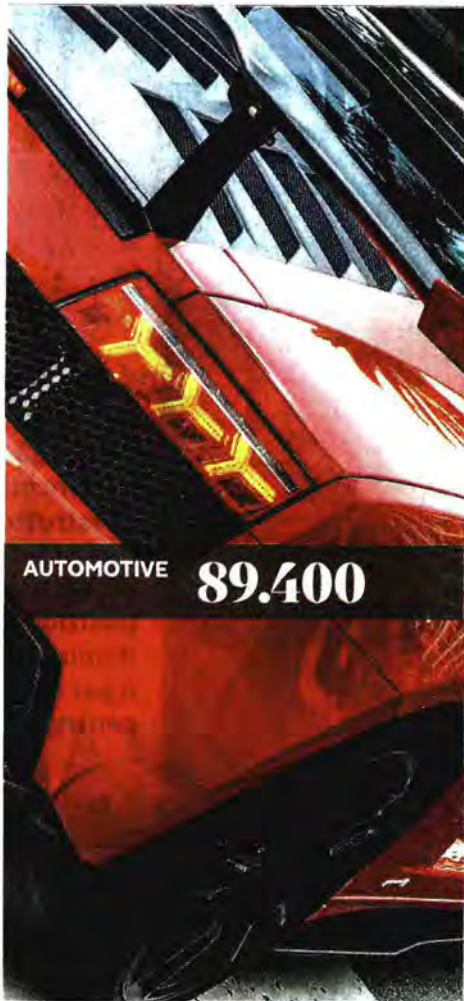
● Dopo aver ricoperto numerose posizioni, nel 2006 è stato nominato ceo di Céline, prima di approdare a Christian Dior Couture nel 2008 come direttore operativo

● È anche ceo di Dior Homme dal 2015





**ALLARME DI ALTAGAMMA SUI SUPERTECNICI CHE MANCANO**



# Il made in Italy cerca (invano) 236mila talenti

Nei prossimi 5 anni «alle aziende manifatturiere e a quelle dei servizi tipici del Made in Italy, a cominciare da quelle di eccellenza, mancherà una parte consistente della forza lavoro qualificata che serve alla loro crescita. Le aziende di 5 diversi settori ricercheranno 236mila talenti, molti dei quali manifatturieri». Così Andrea Illy, presidente Altagamma. **Tucci** — a pag. 8





# Automotive, moda, cibo e design a caccia di 236mila giovani talenti

## INDAGINE ALTAGAMMA

Gli addetti maggiormente richiesti sono figure tecnico-professionali

Per la carenza di profili sempre più imprenditori aprono scuole proprie

**Claudio Tucci**

C'è la fetta più avanzata di manifattura e servizi tipici del «Made in Italy» che spinge export e Pil; ma che, a breve, per via delle difficoltà a reperire personale adeguato rischia di subire una frenata, a danno di tutto il Paese. Da qui al 2023 infatti in cinque settori "core" dell'eccellenza italiana, vale a dire automotive, alimentare, moda, ospitalità, design, serviranno oltre 236mila "talenti", il 70% dei quali sono figure con competenze tecnico-professionali. Ma le selezioni, già si sa, si annunciano in salita, visti gli attuali numeri dell'offerta scolastica, secondaria e terziaria professionalizzante: i ragazzi, in uscita dalle medie, che scelgono gli istituti tecnici sono appena il 30,7%; ai professionali si scende, addirittura, al 15%, e agli Istituti, a oggi l'unico canale formativo post diploma alternativo all'università, gli iscritti sono circa 13mila (una cifra davvero esigua se paragonata agli 880mila allievi delle Fachhochschule tedesche e ai 240mila studenti delle analoghe scuole tecniche francesi). A ciò si aggiunga, che nei prossimi cinque anni, in tutto il mercato del lavoro entreranno solamente 665mila laureati, mentre ne servirebbero tra gli 800 e i 900mila, specie nelle materie "Stem" (cioè scientifiche, tecnologiche, ingegneristiche e matematiche, oggi sempre più centrali nell'era del 4.0).

I numeri che Altagamma, la fondazione cui fanno capo le migliori imprese dell'alta industria culturale e creativa, ha reso noti ieri, a Montecito-

rio, presentando il libro «I talenti del fare», coordinato dai professori Stefano Micelli e Arduino Salatin, mostrano, con chiarezza, la delicatezza del tema.

Nell'automotive, rientrano in questo ambito le aziende che fabbricano macchinari, attrezzature e mezzi di trasporto, per esempio, si stima che serviranno, nei prossimi cinque anni, 89.400 professionisti (ci sarà spazio per progettisti di prodotti e materiali, meccatronici, montatori e manutentori). Nell'alimentare, il fabbisogno sarà di 49mila risorse: qui si andrà a caccia di tecnici della vinificazione, di comunicatori ed esperti di marketing, di addetti all'accoglienza, di guide eno-turistiche. E ancora: nella moda, ci sarà necessità di 46.600 profili, in particolare specialisti in calzature, pelletteria, sartoria, tessuto, maglieria, oltre ai prototipisti. Nell'ospitalità i posti da offrire, sempre da qui al 2023, saranno 33.200 (si spazia dagli addetti alla reception agli esperti di food e ristorazione), nel design le selezioni saranno per 18.300 (soprattutto, artigiani specializzati).

«C'è bisogno di ripensare, e in fretta, l'offerta di istruzione - ha sottolineato il presidente di Altagamma, Andrea Illy -. Serve maggior orientamento presso ragazzi e famiglie e spingere la ricerca tecnico-scientifica. Dobbiamo, poi, riscoprire la cultura del lavoro di squadra, rafforzando l'asse pubblico-privato».

Apesare, come un macigno, è l'elevato mismatch tra domanda e offerta di lavoro: a livello nazionale si calcola che circa il 30% dei candidati è introvabile. Tra i settori, più di un terzo delle entrate nella moda e nel legno sono considerate "difficili", il 41,3% nella meccanica, il 26% nei beni per la casa e il tempo libero, il 18,4% nell'alimentare (oltre alle competenze tecniche specifiche, mancano le soft skills).

Un paradosso, nel paradosso, considerato che, da noi, il tasso di disoccupazione giovanile veleggia intorno al 30% (ossia ben sette punti in più rispetto alla media dell'Unione euro-

pea, 23%); e abbiamo, pure, la percentuale più elevata di giovani scoraggiati a ricercare un lavoro, ben il 13 per cento. Senza contare, poi, l'impatto della digital transformation e dell'ecosostenibilità sul mondo dell'occupazione: da qui al 2023 verrà interessato da queste novità quasi il 30% dei lavoratori, e si stima che aziende e pubblica amministrazione ricercheranno circa 270-300mila addetti con specifiche competenze matematiche e informatiche, digitali o, comunque, connesse a Industria 4.0.

Di qui, pertanto, la scelta di diversi imprenditori di giocare d'anticipo: sta diventando sempre più frequente la costituzione di Academy aziendali (nelle imprese Altagamma se ne contano una trentina) e si intrecciano, anche, collaborazioni virtuose con le scuole: sono 77 gli istituti tecnici e professionali con cui i soci della fondazione si interfacciano ogni giorno per co-progettare percorsi didattici in linea con le nuove richieste del settore produttivo. In autunno partirà pure la campagna «MANifesto», uno spot di 30 secondi realizzato assieme a Discovery Italia, per sensibilizzare famiglie e studenti proprio a riscoprire «l'intelligenza del fare».

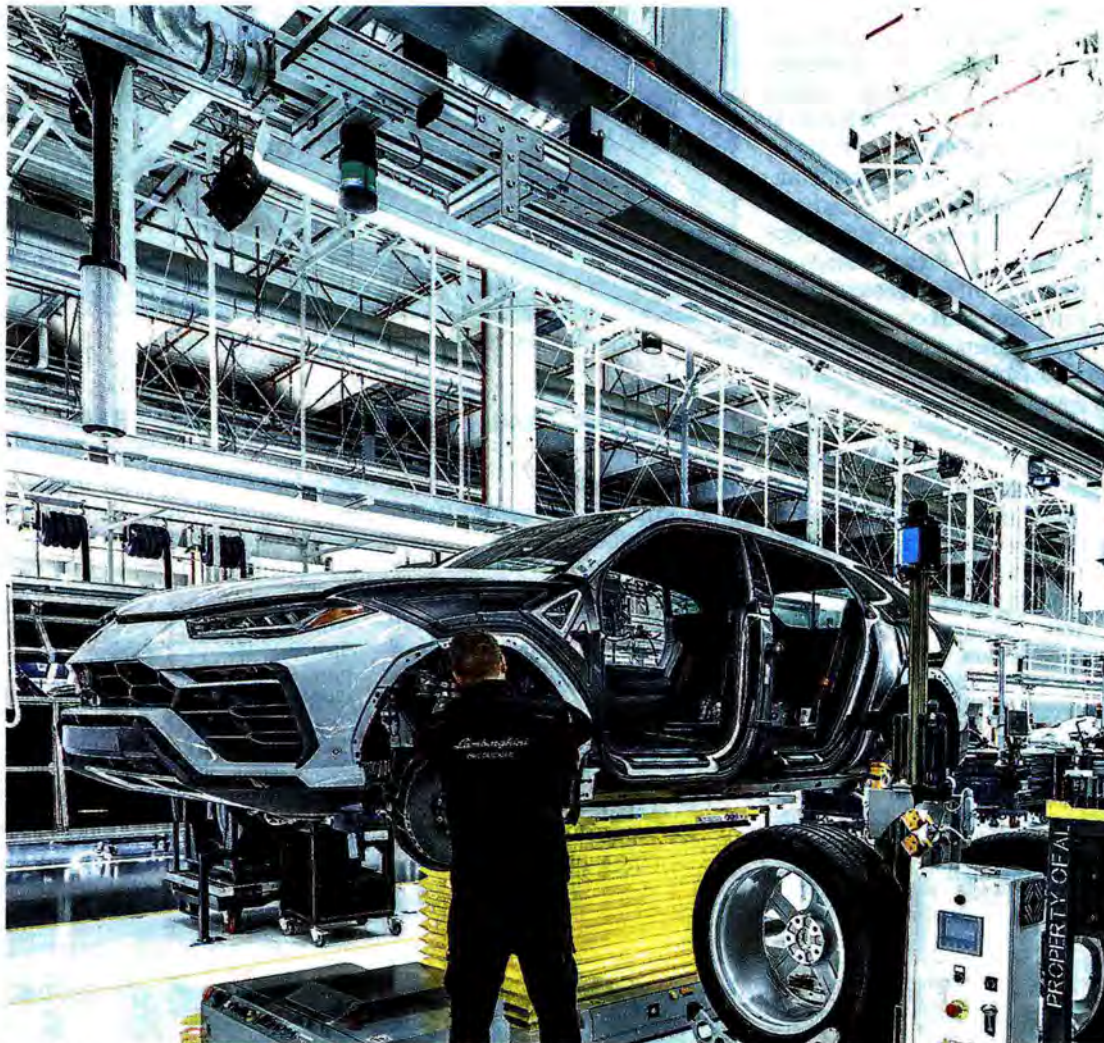
«È necessario far riscoprire l'importanza del lavoro nella manifattura», ha aggiunto Andrea Illy. Un messaggio condiviso dal ministro per i Beni e le Attività culturali, Alberto Bonisoli, e dal collega di governo, vice ministro dello Sviluppo Economico, Dario Galli.

La sfida, quindi, è «coinvolgere, anche con più orientamento, famiglie e studenti», ha detto Serge Brunschwig, chairman and Ceo di Fendi.

«Noi abbiamo puntato molto sul senso di appartenenza, sull'emozionalità, sull'eccellenza e sul legame con il territorio - ha chiosato Stefano Dominicali, chairman and Ceo di Automobili Lamborghini -. Qualche anno fa abbiamo fatto partire un progetto di formazione duale per legare scuola e impresa. Formiamo i ragazzi e poi li inseriamo in azienda».

© RIPRODUZIONE RISERVATA





**Produzione 4.0.** La linea di assemblaggio del SUV Lamborghini Urus nello stabilimento di Sant'Agata Bolognese

**89.400**

**I posti nell'automotive**

Nei prossimi 5 anni aziende a caccia di progettisti, meccatronici, manutentori

**49mila**

**I contratti nell'alimentare**

Si spazia dalle guide enogastronomiche ai tecnici della vinificazione

**46.400**

**Gli ingressi nella moda**

Sempre da qui al 2023 spazio, tra l'altro, a tecnici di tessuto e prototipisti

**PAROLA CHIAVE**

**# Mismatch**

**Il «disallineamento»**

È uno dei nodi storici del nostro mercato del lavoro: le imprese cercano profili da assumere, ma fanno fatica a trovarli per le mancanza di competenze richieste. A livello nazionale si stima che circa il 30% dei candidati è «introvabile». Tra i settori, più di un terzo delle entrate nella moda e nel legno sono considerate «difficili», il 41,3% nella meccanica, il 18,4% nell'alimentare



L'ANALISI

# Più sinergie tra imprese e mondo della formazione

**Stefano Micelli**

Una migliore manifattura italiana lancia l'allarme. I dati proposti da Altagamma in occasione della sua assemblea annuale parlano di una vera e propria emergenza sul fronte del lavoro. Nei prossimi cinque anni le imprese manifatturiere che hanno puntato sulla qualità faticheranno a trovare personale qualificato. Tenuto conto di coloro che vanno in pensione e delle attuali iscrizioni ai percorsi tecnico-professionali, sono circa 230mila i profili che mancano all'appello da qui al 2023.

Le cause del problema sono diverse. Di certo non si è fatto abbastanza per comunicare ai giovani e alle famiglie i grandi cambiamenti che hanno segnato l'evoluzione della manifattura italiana dal 2000 ad oggi e le opportunità di lavoro che oggi le imprese sono in grado di offrire. I più continuano a percepire il mondo della produzione come un approdo di scarso interesse. I media e le istituzioni non hanno fatto abbastanza per proporre un'immagine aggiornata del Made in Italy spingendo i giovani a guardare altrove per costruire il

proprio futuro professionale.

Si tratta di un'occasione mancata perché una quota significativa del comparto manifatturiero ha effettivamente cambiato pelle. Le imprese italiane che oggi attirano l'attenzione della domanda internazionale hanno abbandonato da tempo produzioni seriali su larga scala per concentrarsi su varietà e personalizzazione. Che si tratti di accessori moda o di supercar, di ristorazione stellata o di macchine utensili, i produttori italiani hanno investito da tempo su un lavoro di qualità puntando su artigiani versione high tech consapevoli e motivati. Il numero e la qualità delle tante Academy aziendali censite nel volume "I talenti del fare" testimoniano dell'impegno delle imprese sul fronte del capitale umano. Rilanciare questo messaggio è essenziale affinché i giovani riprendano interesse verso lavori oggi poco apprezzati.

La crisi di vocazioni, peraltro, non è l'unico problema da prendere in considerazione. In Italia fa fatica a emergere una scuola in grado di formare profili coerenti con le richieste del mercato. Le trasformazioni

tecnologiche di questi anni, lungi dal far scomparire il lavoro nei processi manifatturieri, spingono verso la formazione di profili ibridi, capaci di padroneggiare i gesti della tradizione e, allo stesso tempo, di sfruttare al meglio le potenzialità di Industria 4.0. Questi profili richiedono percorsi di apprendimento specifici: senza investimenti all'altezza è impossibile immaginare che il vuoto di competenze messo a fuoco da Altagamma possa essere colmato in tempi brevi.

Su questo fronte la tavola rotonda che ha seguito la presentazione della ricerca ha sottolineato la necessità di un dialogo serrato fra i soggetti della formazione e le imprese. Questi due mondi sono chiamati a parlarsi in modo sempre più stringente a causa della velocità del cambiamento tecnologico. Solo una partnership efficace fra pubblico e privato consentirà di promuovere percorsi formativi in grado di favorire la diffusione di conoscenze di carattere generale e, allo stesso tempo, di rispondere alle necessità delle singole imprese. È proprio su questo terreno che la politica italiana è chiamata a mettere a punto strumenti innovativi all'altezza della sfida che abbiamo di fronte.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Il Paese  
che vorrei/9

Rcp

Intervista al presidente di Altagamma

## Andrea Illy "Più artigiani del lusso per garantire lavoro e made in Italy"

di Sara Bennewitz

Abbiamo imprenditori che sanno creare prodotti e tendenze con successo globale. Ecco la loro ricetta per il sistema italiano

**MILANO** — Anche l'Italia fa sistema, lo fa da sempre attraverso i distretti - tanto che la Silicon Valley ha replicato l'idea - lo fa per aiutare e proteggere i suoi prodotti con le cooperative e i consorzi, lo fa per promuovere le sue eccellenze e creare posti di lavoro in un Paese che invece perde competitività. Andrea Illy, presidente di Altagamma, si fa ambasciatore dell'associazione delle eccellenze del made in Italy, collaborando con le altre associazioni europee e facendo da tramite tra le aziende e le istituzioni allo scopo di fare formazione e esportare il bello italiano in tutto il mondo.

**L'alto di gamma è uno dei pochi settori economici che ancora cresce, ma gli aumenti dei ricavi creano anche più occupazione?**

«Questo è un settore da oltre mille miliardi di euro di ricavi in crescita costante del 4% all'anno e dove l'Europa rappresenta il 75% del mercato. L'Italia, che di questo settore è leader con la Francia, genera oltre 110 miliardi di giro d'affari, vale a dire il 9% del Pil. Noi, rispetto ai cugini francesi, siamo specializzati nelle manifatture, dal disegno alla realizzazione. Si tratta di un'eredità storica, nata e ispirata dalla massima bellezza del nostro Paese, dal clima, dai paesaggi che nei secoli hanno ispirato le migliori menti, tramandandosi di padre in figlio, di maestro in allievo. E di mezzo milione di posti di lavoro che

oggi mancano perché c'è una crisi di vocazioni e i giovani non sono sufficientemente attratti dalla nobiltà di questi mestieri. Così in un Paese con due milioni di ragazzi sotto i 25 anni che non studiano né lavorano, mancano centinaia di migliaia di artigiani di alta gamma. Il gap tra domanda di talenti e un'industria fiore all'occhiello del nostro Paese deve colmarlo almeno in parte la pubblica istruzione e non lo sta facendo abbastanza. Gli istituti tecnici diplomano un centesimo dei nostri colleghi tedeschi, sfornano 9 mila diplomati all'anno contro gli 800 mila in Germania».

**Ma la formazione vera non si fa sul campo?**

«Anche, ma non può essere solo appannaggio delle aziende perché le piccole non hanno le risorse per farlo. L'impresa della mia famiglia ad esempio già vent'anni fa ha fondato l'università del caffè. Partendo dall'Italia ha aperto 28 sedi nel mondo formando 250 mila persone. Ogni azienda con più di 50 milioni di fatturato ha fatto o sta facendo formazione, ne parleremo con una pubblicazione che presenteremo a Roma il 30 maggio insieme al ministro dei Beni culturali Bonisoli per sensibilizzare le istituzioni. Altagamma, da anni lavora con Miur e Confindustria su questo tema».

**La Francia però, che a differenza d'Italia ha colossi del lusso, è più brava a fare sistema di noi che abbiamo un tessuto industriale fatto di artigiani e piccole aziende...**

«Non solo, la Francia ha un altissimo orgoglio nazionale, la cosiddetta *grandeur*, e ha sempre avuto politiche industriali e finanziarie mirate a fare grandi le loro aziende, tra cui quelle di Altagamma. L'Italia invece è sempre stata il paese dei comuni e dell'individualismo, ma anche noi abbiamo trovato un nostro modo di fare sistema o ecosistema».

**A cosa si riferisce?**

«Mi riferisco ai nostri 191 distretti industriali famosissimi nel mondo,

tanto che la Stanford University ce li ha copiati dando vita alla Silicon Valley. Nell'agricoltura e nella distribuzione alimentare abbiamo creato le cooperative e i consorzi. Nell'alta gamma Milano è diventata un hub e il centro dell'humus creativo che si estende a quasi tutti i settori: dalla moda, al design all'architettura e attirando stakeholder, comprese associazioni tra cui Altagamma, per nutrire il sistema con saperi e provvedimenti. Questi ecosistemi esistono ancora e rendono resilienti le imprese italiane. Quello che manca è la digitalizzazione di questi ecosistemi per condividere ancora meglio le eccellenze, e a questo stiamo lavorando a partire da Milano con un'iniziativa che annunceremo presto».

**Fatto sta che la Francia ci ha conquistato, colonizzando intere filiere e alcuni dei marchi più prestigiosi dell'alta gamma: da Bulgari a Loro Piana, da Gucci a Acqua di Parma...**

«Quella tra Italia e Francia è più una simbiosi più che una rivalità. Noi siamo più capaci di creare e produrre, loro sono più capaci a importare, commercializzare e distribuire. Questo spiega perché comprano o hanno comprato molte aziende italiane per aver accesso al territorio e imparare nuove competenze, però ci hanno restituito la cortesia investono sulle filiere e creando posti di lavoro. In un'ottica europea, di cui si parla troppo poco, io vedo invece un'industria dell'alto di gamma sempre più europea con Paesi sempre più specializzati su determinate competenze, come Italia e Francia nella moda. Nessuno metterebbe in dubbio la leadership dei tedeschi sui motori, e quella svizzera sugli orologi. Solo da un'unione che fa la forza, a prescindere dal Paese d'origine, l'Europa resterà leader nel mondo. La minaccia, piuttosto sono i saperi che si stanno trasferendo in Cina per



effetto della delocalizzazione di molte manifatture; è un Paese che non ha rispetto della proprietà intellettuale e che, avendo un mercato interno gigantesco, è il primo consumatore di beni di lusso al mondo».

**Non mi dirà che il made in China ci ruberà il made in Italy?**

«Dico solo che non vorrei che le sciocchezze dei populismi e dei nazionalismi si trasferiscano anche ai

consumatori, perché avremmo un grosso problema a competere contro la Cina. Bisogna invece lavorare per rafforzare la leadership europea, e credo che nel caso dell'alto di gamma la nostra fortuna è che questa è un'industria dove il patrimonio culturale e la storia sono un valore»

**Da imprenditore e presidente di Altgamma, cosa chiede alle istituzioni?**

«Bisogna creare un clima che ispiri fiducia, se non c'è fiducia non investe

nessuno, italiani o stranieri. Senza fiducia i cittadini non consumano e chi non ce la fa tende ad andarsene. Dopo 20 anni in cui il Paese, per fattori esogeni ha perso competitività, bisogna continuare nel percorso di riforme per colmare il gap. Infine bisogna lavorare - e noi l'abbiamo fatto con i cinque governi precedenti - per promuovere il bello dell'Italia nel mondo. Non c'è nessuno che sia preposto a farlo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



▲ **Andrea Illy**

Nato a Trieste nel 1964, è presidente di Altgamma, fondazione che riunisce imprese della moda, design, gioielleria, alimentare, ospitalità e wellness

— “ —

*Il nostro è sempre stato il Paese dell'individualismo. Con la fondazione vogliamo fare rete puntando sui distretti e creando consorzi*

— ” —



## Altagamma

### Moda, design, auto “Servono 236 mila figure tecniche”

**ROMA** – Nei prossimi 5 anni, i settori della moda, del design, dell'alimentare, dell'ospitalità e delle automobili – pilastri dell'economia italiana – avranno bisogno di coprire 236 mila posti di lavoro. Altagamma, la fondazione cui fanno capo alcune delle migliori imprese dell'industria culturale e creativa, precisa che serviranno figure tecniche nel 70% dei casi. E la paura è di non trovarle. A fronte di un mercato «in crescita costante del 5% a livello mondiale, la prima risorsa – quella dei talenti – è in decrescita: le industrie segnalano la difficoltà a reperirli», fa notare il presidente di Altagamma, Andrea Illy. Gli iscritti agli istituti tecnici italiani – scrive Altagamma – «sono 10.000, un numero esiguo se paragonato agli allievi degli equivalenti tedeschi, *Fachhochschule*, che arrivano a 880.000, e a quelli francesi che rilasciano il Bts (Brevet de Technicien Supérieur) e attraggono 240.000 studenti».





# Il made in Italy cerca talenti «Mancano 200mila tecnici»

*Moda e design, allarme di Altagamma per i prossimi 5 anni*

**Giulia Prosperetti**

ROMA

**LA BELLEZZA** salverà il mondo, o almeno l'economia italiana. È il messaggio lanciato dalla Consulta Strategica di Altagamma riunita, ieri, a Palazzo Montecitorio. Per la Fondazione che dal 1992 raggruppa le principali imprese dell'alta industria culturale e creativa italiana, la chiave della crescita del Paese è racchiusa nel rilancio del Made in Italy – punto di forza della nostra economia e settore trainante del Pil negli anni della lunga crisi – ma a patto che siano presi in tempo i necessari provvedimenti. «L'unicità dei nostri saperi e delle nostre filiere, che nasce nei tanti distretti specializzati italiani dove producono i grandi marchi internazionali non è un vantaggio acquisito per sempre» ha avvertito il presidente di Altagamma, Andrea Illy (nella foto), sottolineando come «a fronte di un mercato in crescita costante del 5% a livello mondiale e a una disoccupazione giovanile che in Italia è stimata al 30%, la prima risorsa, quella dei talenti, è in progressiva decrescita».

**ALTAGAMMA** stima, infatti, che nei prossimi cinque anni alle aziende manifatturiere e a quelle dei servizi tipici del Made in Italy, mancherà una parte consistente della forza lavoro qualificata che serve alla loro crescita, con 236mila posti di lavoro (per il 70% figure tecniche e professionali) che potrebbero restare vacanti. Cinque in particolare i settori che – sulla base delle previsioni elaborate da Altagamma in collaborazione con Unioncamere – da qui al 2023 saranno interessati da questo deficit di personale qualificato. A spiccare per richiesta di manodopera è il settore dell'automotive che avrà bisogno complessivamente di 89.400 addetti (soprattutto progettisti di prodotti e materiali, meccatronici, montatori e manutentori). Segue il settore alimentare, bevande e tabacco con una richiesta di 49.000 addetti nel quinquennio,



in particolare tecnici della vinificazione, della comunicazione e del marketing e guide eno-turistiche.

Per le imprese della moda e della gioielleria i posti vacanti saranno, invece, 46.400 e le figure più ricercate saranno i tecnici specializzati in calzature, pelletteria, sartoria e maglieria, i tecnici del tessuto e i prototipisti. Nei servizi alberghieri il fabbisogno sarà di 33.220 professionisti, con una prevalenza di richieste per gli addetti alla reception, sala e relazioni con l'ospite, specialisti in food e ristorazione e house keeper. Infine, nel comparto del mobile vi sarà una richiesta di 18.300 risorse, in particolare tecnici di prodotto ad alto contenuto artigianale, specialisti in design di prodotto e artigiani specializzati. «Molti di questi talenti necessari alla crescita – come testimoniato, nel corso della Giornata Altagamma, dal Chairman & Ceo Fendi, Serge Brunschwig e dal suo omologo in Lamborghini, Stefano Domenicali – sono difficili da trovare per mancanza di candidati o per inadeguatezza dei medesimi». Per ovviare a questo gap Altagamma punta a rimodulare l'offerta formativa per creare competenze in linea con i reali bisogni delle aziende e a lanciare campagne di informazione rivolte ai giovani.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



## Automotive

Nel prossimo quinquennio l'automotive avrà bisogno di 89.400 addetti (soprattutto progettisti di prodotti e materiali, meccatronici, montatori e manutentori). Al settore alimentare serviranno 49mila addetti.



## Fashion e alberghi

Per le imprese della moda e della gioielleria i posti vacanti saranno 46.400. Nei servizi alberghieri il fabbisogno sarà di 33.220 professionisti e nel comparto del mobile serviranno 18.300 risorse



Scenari

## Altagamma, le imprese sono a caccia di professionisti

Nonostante una disoccupazione giovanile al 30%, entro cinque anni in Italia mancheranno oltre 236 mila addetti qualificati, di cui 46 mila nel fashion. **Donatella Perrone (Roma)**

**N**el 2023 in Italia mancheranno 236 mila professionisti qualificati nelle fila delle imprese rappresentate da **Altagamma** nonostante oggi la disoccupazione giovanile si attesti al 30%, circa 7 punti percentuali in più rispetto alla media dell'Unione Europea (23%). È questo il dato emerso ieri durante la Consulta strategica della Fondazione che si è tenuta a Palazzo Montecitorio, a Roma. «Bisogna far riemergere le vocazioni, ci si dimentica della meraviglia di questi mestieri che fanno l'Italia grande nel mondo», ha spiegato **Andrea Illy**, presidente di Altagamma, che ha aperto il dibattito insieme a **Alberto Bonisoli**, ministro per i beni e le attività culturali, e **Dario Galli**, viceministro dello sviluppo economico. «Sono mestieri caduti in desuetudine e invece sono i pochi che continueranno a offrire posti di lavoro in futuro: quando tutte le fabbriche saranno automatizzate, gli artigia-

ni ci saranno ancora». Alla base del deficit anche la scelta del percorso di studi dei giovani. Oggi infatti solo il 30,7% degli studenti delle medie sceglie gli istituti tecnici, che contano così su 10 mila iscritti l'anno contro gli 880 mila della Germania e i 240 mila della Francia. Così, solo nella moda,

L'unico modo è che le aziende facciano da sole». Soluzione illustrata anche dal libro presentato ieri, *I talenti del fare*, che, tracciando un quadro dello scenario occupazionale nei settori di provenienza delle Imprese di Altagamma introduce le Corporate academy, laboratori di formazione interni alle aziende. «È positivo», conclude Illy, «ma sarebbe meglio che i giovani arrivassero nelle aziende già formati». «È un problema quotidiano quello di trovare i talenti necessari per continuare a crescere. È nostro dovere comunica-

re l'interesse per questi lavori ai giovani e alle famiglie», ha aggiunto **Serge Brunschwig**, ceo di **Fendi**. «Sono molto attento a questo tema, l'anno scorso per esempio con l'operazione «Les journées patriciennes», abbiamo messo insieme i nostri mestieri, i computer e gli street artist per comunicare le professioni di oggi, non di ieri. Lo rifaremo». (riproduzione riservata)



Andrea Illy e un laboratorio di Bottega Veneta

tra 5 anni potrebbero mancare oltre 46 mila professionisti. «L'Italia ha un sistema di istruzione professionale complicato, frammentato fra l'impegno del Governo e delle Regioni, e anche i sistemi legislativi per creare delle scuole sono complessi. Per questo qui ce ne sono solo 90», ha aggiunto il chairman di Altagamma, prossimo alla fine del suo secondo mandato. «Bisogna semplificare il sistema.

re l'interesse per questi lavori ai giovani e alle famiglie», ha aggiunto **Serge Brunschwig**, ceo di **Fendi**. «Sono molto attento a questo tema, l'anno scorso per esempio con l'operazione «Les journées patriciennes», abbiamo messo insieme i nostri mestieri, i computer e gli street artist per comunicare le professioni di oggi, non di ieri. Lo rifaremo». (riproduzione riservata)

re l'interesse per questi lavori ai giovani e alle famiglie», ha aggiunto **Serge Brunschwig**, ceo di **Fendi**. «Sono molto attento a questo tema, l'anno scorso per esempio con l'operazione «Les journées patriciennes», abbiamo messo insieme i nostri mestieri, i computer e gli street artist per comunicare le professioni di oggi, non di ieri. Lo rifaremo». (riproduzione riservata)





# MANCANO I TECNICI

## Tutti amano il made in Italy, nessuno vuole farlo

La fondazione Altgamma lancia l'allarme: nei prossimi cinque anni le aziende produttrici di merci di qualità non riusciranno a coprire 236 mila posti di lavoro. Colpa della formazione: gli iscritti alle scuole professionali sono 10.000, in Germania 880.000

**ANTONIO SPAMPINATO**

■ C'è un cortocircuito a complicare il reperimento delle risorse umane nel made in Italy dell'alto di gamma. Risolverlo è essenziale se si vuole che nei prossimi anni i diversi settori che formano l'ossatura del Pil del Belpaese non entrino in crisi con conseguenze negative sull'intero sistema paese.

A denunciarlo è Altgamma, la Fondazione guidata da Andrea Illy, cui fanno capo le migliori imprese dell'alta industria culturale e creativa che fattura 115 miliardi di euro in Italia, fornisce un contributo al Pil del 6,85% e rappresenta una quota del 53% dell'export.

Se tra tutte le imprese italiane, secondo il rapporto Excelsior-ANPAL, nel prossimo quinquennio sarà difficile trovare quasi un profilo specializzato su tre nonostante una disoccupazione giovanile che tocca il 30%, nell'alto di gamma potrebbero non risultare coperti circa 236.000 posti di lavoro.

### A CACCIA DI RISORSE

Altgamma ha quantificato il fabbisogno di personale, il 70% del quale corrisponde a profili tecnici e professionali. Tra i diversi settori l'automotive sarà il più esigente perché avrà bisogno di 89.400 tra progettisti, meccatronici e manutentori. A seguire l'alimentare con una richiesta di 49.000

### I NUMERI



*Il personale di cui avranno bisogno le imprese italiane del made in Italy di alta gamma nei prossimi 5 anni*



unità tra tecnici della vinificazione, della comunicazione, guide enoturistiche.

La moda, si legge nel rapporto diffuso in occasione della presentazione del libro "I talenti del fare", avrà bisogno di 46.400 persone, in particolare di tecnici specializzati in calzature, pelletteria, sartoria, tessuto e maglieria, per non parlare del mondo

della ospitalità di lusso con una richiesta di 33.220 addetti e il design e il settore del mobile che avrà una carenza di 18.300 artigiani e tecnici specializzati.

Per Altgamma il problema di fondo sta nella mancanza di una formazione adeguata e nell'insufficiente informazione sulle prospettive di lavoro che questi settori offrono. Questo

riduce l'attrattiva dei comparti agli occhi dei giovani, tanto che al termine delle scuole secondarie solo il 30,7% decide di proseguire gli studi presso gli istituti tecnici. E a scegliere un istituto professionale in Italia sono solo il 15% degli studenti, laddove i licei tradizionali assorbono più della metà degli studenti dopo la licenza media.

In Italia gli iscritti agli istituti tecnici superiori sono 10.000, mentre in Germania sono 880.000 e in Francia 240.000.

### LA FORMAZIONE

«Si tratta di mestieri manuali che vanno valorizzati per formare i talenti del futuro, altrimenti le manifatture andranno all'estero», ha sottolineato il presidente di Altgamma Andrea Illy. «L'Italia ha un sistema di istruzione professionale complicato frammentato tra governo e regioni e anche i sistemi legislativi sono complicati perché per creare istituti tecnici superiori bisogna fare una fondazione. Oggi ce ne sono soltanto 90 in Italia», conclude Illy.

Ci sono però esempi virtuosi. Come quella di Lamborghini che grazie a un partenariato pubblico-privato non ha un problema di carenza di personale: negli ultimi due anni ha assunto 700 persone, raddoppiato gli stabilimenti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





## Altagamma, caccia ai talenti per far crescere l'eccellenza del made in Italy

DI GIANFRANCO FERRONI

Il made in Italy ha bisogno di talenti. Tanti. Un'emergenza, per il presidente di Altagamma Andrea Illy, che ieri alla camera dei deputati ha detto che «nei prossimi anni alle aziende manifatturiere e a quelle dei servizi tipici del made in Italy, a cominciare da quelle di eccellenza, mancherà una parte consistente della forza lavoro qualificata che serve alla loro crescita. Le aziende ricercheranno 236 mila talenti». Per ciascun settore in cui opera la fondazione, Altagamma ha evidenziato per la prima volta il numero di professionisti di cui si avrà necessità da qui al 2023, di cui circa il 70% sono profili tecnici, tra moda, design, alimentare, ospitalità e automotive. Secondo il presidente di Altagamma, «abbiamo un'economia a bassa inflazione e a bassa occupazione e l'imperativo è combattere con tutte le forze la deflazione che è il peggiore

dei mali dell'economia. Da tempo non c'è più margine per la crescita attraverso la globalizzazione e siamo entrati in questa fase molto fluida che tutti chiamano unicameralismo in cui i grandi protagonisti sono gli Stati Uniti e la Cina. Gli unicameralismi vedono una logica più locale e quindi le grandi marche globali sono sempre meno apprezzate. Per questo è necessario costruire il consumatore globale e questo significa capire e interpretare la cultura dei popoli delle nazioni in cui andiamo a esportare». Per il numero uno di Altagamma, «ci sono ancora troppe aziende padronali, bisogna crescere attraverso la finanza, è necessario fare un passo culturale e smetterla di essere troppo gelosi della propria azienda. La crescita si realizza attraverso le alleanze». E la fondazione punta anche sulla tutela dell'ambiente. «Per riuscire a raggiungere gli obiettivi della conferenza del clima di Parigi dobbiamo andare in carbon negative e si tratta di una sfida copernicana: se non riusciamo nella sfida della decarbonizzazione il mondo non sarà

più abitabile. Viviamo in un'era in cui l'essere umano ha cambiato i connotati del mondo e, nella seconda fase di quest'era, dobbiamo riparare ai danni fatti».

Occasione dell'incontro romano, la presentazione del volume *I talenti del fare*: il libro si apre con un contributo del ministro per i beni e le attività culturali, Alberto Bonisoli, secondo il quale «un serio lavoro di recupero dei mestieri manifatturieri e un'offerta formativa adeguata possono essere garantiti grazie al patrimonio inestimabile di competenza delle aziende italiane, con la cooperazione delle istituzioni. Concorreremo, così, allo sviluppo del settore e alla riqualificazione delle professioni, ma anche alla nascita di nuovi significati e di ulteriori fascinazioni del concetto fatto in Italia». Oltre al libro, è stata presentata la campagna «MANifesto», uno spot di 30 secondi di sensibilizzazione realizzato pro-bono per Altagamma da Discovery Italia, prodotto dal team creativo interno sotto la direzione di Laura Carafoli, chief content officer e responsabile di tutti i contenuti del gruppo Discovery in Italia.

© Riproduzione riservata



Andrea Illy





LO STUDIO DELLA FONDAZIONE ALTAGAMMA

# Lavoro, il made in Italy va a caccia di talenti ne servono 236 mila

Dalla moda all'automotive, posti disponibili in cinque anni per il 70% profili tecnici. Andrea Illy: difficile reperirli

ROMA. Nei prossimi cinque anni «alle aziende manifatturiere e a quelle dei servizi tipici del Made in Italy, a cominciare da quelle di eccellenza, mancherà una parte consistente della forza lavoro qualificata che serve alla loro crescita. Le aziende di cinque diversi settori recheranno 236.000 talenti, molti dei quali manifatturieri». Lo ha sottolineato ieri Andrea Illy in veste di presidente di Altagamma, la fondazione cui fanno capo alcune delle migliori imprese dell'alta industria culturale e creativa che promuovono nel mondo lo stile di vita italiano, a margine della Consulta Strategica riunita a Montecitorio. A fronte di un mercato «in crescita costante del 5% a livello mondiale, la prima risorsa - quella dei talenti - è in progressiva decrescita: le industrie segnalano una preoccupante difficoltà a

reperirli», ha fatto notare il presidente di Altagamma,

Per ciascun settore in cui opera, la fondazione ha evidenziato per la prima volta il numero di professionisti di cui si avrà necessità da qui al 2023, di cui circa il 70% sono profili tecnici e professionali. Secondo lo studio, il settore con maggiore bisogno di persone sarà quello dell'automotive con 89.400 richieste. Ma poi ci sono gli altri segmenti: nella moda serviranno 46.400 persone, nel design 18.300, nell'alimentare 49.000 e in quello dell'ospitalità 33.220.

Le professionalità più richieste dai settori del Made in Italy saranno - nello studio Altagamma - «progettisti, meccatronici e manutentori per il settore automobilistico; tecnici della vinificazione, della comunicazione e marketing, addetti all'accoglienza e guide eno-tu-



Andrea Illy guida Altagamma

ristiche per il settore food & beverage; tecnici specializzati in calzature, pelletteria, sartoria, tessuto e maglieria, nonché prototipisti per la moda e infine specialisti della cura e della ristorazione nel settore dell'ospitalità».

Tornando i singoli settori, i

dati elaborati da Altagamma a partire dai rapporti di Unioncamere (relativi al 2018 e allo scenario previsionale 2019-2023) e dalle indicazioni delle imprese associate, nel caso dell'automotive rivelano appunto che «gli occupati previsti nel 2023 saranno 766.900 e nei prossimi cinque anni si stima che le imprese avranno necessità complessivamente di 89.400 addetti (soprattutto progettisti di prodotti e materiali, meccatronici, montatori e manutentori) per il 71,9% con qualifica professionale e di scuola tecnica secondaria o post secondaria»; lo studio fa notare poi che il fabbisogno di laureati «è superiore al 12%».

Ma gli iscritti agli istituti tecnici superiori italiani «sono 10.000, numero davvero esiguo se paragonato agli allievi degli equivalenti tedeschi, Fachhochschule, che arrivano a 880.000, e a quelli francesi che rilasciano il Bts (Brevet de Technicien Supérieur) e attraggono 240.000 studenti», avverte Altagamma spiegando che le ragioni della situazione «sono complesse e richiedono un'analisi sistemica». Ecco perché la fondazione lancia al governo l'idea di istituire un tavolo di confronto sulla formazione. Il ministro dei Beni e attività culturali Alberto Bonisoli ha fatto sapere subito che il suo dicastero si sta occupando «con grande impegno» di parlare a ragazzi e famiglie «per incentivare la scelta di professioni tecniche e restituire a questi mestieri il valore e la reputazione che meritano». —





## Altagamma, il made in Italy cerca nuovi talenti: 236 mila entro il 2023

### I NUMERI

ROMA I cinque settori che più rappresentano il Made in Italy nel mondo - moda, design, alimentare, automotive e ospitalità - nei prossimi cinque anni avranno bisogno di coprire 236.000 nuovi posti di lavoro. Si cercano soprattutto profili non basici, ma la paura dominante è di non riuscire a trovarli e di rischiare così un indebolimento della filiera industriale. I numeri sono di Altagamma, la fondazione cui fanno capo alcune delle principali imprese dell'alta industria culturale e creativa, quelle che promuovono nel mondo lo stile di vita italiano. A fronte di un mercato «in crescita costante del 5% a livello mondiale, la prima risorsa, quella dei talenti, è in progressiva decrescita: le industrie segnalano infatti una preoccupante difficoltà a reperirli», fa notare il presidente di Altagamma, Andrea Illy, sottolineando che ben il 70% dei profili di cui avranno bisogno queste imprese, da oggi al 2023, sono di tipo tecnico-professionale. Il settore manufattu-

riero che fra cinque anni avrà più bisogno di personale - secondo le stime di Altagamma su dati Unioncamere - sarà quello dell'automotive con 89.400 richieste, seguito dall'alimentare con 49.000 profili ricercati, quindi dalla moda a cui ne serviranno 46.400, da quello dell'ospitalità con 33.220 e infine del design con 18.300. Gli iscritti agli istituti tecnici superiori italiani però «sono 10.000, un numero davvero esiguo se paragonato agli allievi degli equivalenti tedeschi che arrivano a 880.000, e a quelli francesi che attraggono 240.000 studenti», avverte Altagamma spiegando di aver proposto al governo di istituire un tavolo di confronto sulla formazione.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**ALIMENTARE, MODA,  
DESIGN E AUTOMOTIVE  
STANNO CRESCENDO  
MA ALLE IMPRESE  
MANCANO I PROFILI  
TECNICO-PROFESSIONALI**





## Il lusso crea lavoro: pronti 200mila posti

**MILANO** - I cinque settori che più rappresentano il Made in Italy nel mondo - moda, design, alimentare, automotive e ospitalità - nei prossimi cinque anni avranno bisogno di coprire 236.000 nuovi posti di lavoro. Cercano soprattutto profili tecnici, ma la loro paura è quella di non riuscire a trovarli e di rischiare così un indebolimento della filiera industriale. I numeri sono di Altagamma, la fondazione a cui fanno capo alcune delle migliori imprese dell'alta industria culturale e creativa, quelle che promuovono nel mondo lo stile di vita italiano. A fronte di un mercato «in crescita costante del 5% a livello mondiale, la prima risorsa - quella dei talenti - è in progressiva decrescita: le industrie segnalano infatti una preoccupante difficoltà a reperirli», fa notare il presidente di Altagamma, Andrea Ily, sottolineando che ben il 70% dei profili di cui avranno bisogno queste imprese, da oggi al 2023, sono di tipo tecnico-professionale.

Il settore manifatturiero che fra cinque anni avrà più bisogno di personale - se-

condo le stime di Altagamma su dati Unioncamere - sarà quello dell'automotive con 89.400 richieste, seguito dall'alimentare con 49.000 profili ricercati, dalla moda a cui ne serviranno 46.400, da quello dell'ospitalità con 33.220 e infine del design con 18.300.

Gli iscritti agli istituti tecnici superiori italiani però «sono 10.000, un numero davvero esiguo se paragonato agli allievi degli equivalenti tedeschi, Fachhochschule, che arrivano a 880.000, e a quelli francesi che rilasciano il Bts (Brevet de Technicien Supérieur) e attraggono 240.000 studenti» avverte Altagamma spiegando che le ragioni di questa situazione «sono complesse e richiedono un'analisi sistemica» ecco perché la fondazione lancia al governo l'idea di istituire un tavolo di confronto sulla formazione.

Dal canto suo, il ministro dei Beni e delle attività culturali, Alberto Bonisoli, fa sapere subito che il suo dicastero si sta occupando «con grande impegno» di parlare a ragazzi e famiglie «per incentivare la scelta di professioni tecniche e

restituire a questi mestieri il valore e la reputazione che meritano». Sulla stessa lunghezza d'onda anche il viceministro allo Sviluppo economico, Dario Galli, secondo il quale «bisognerebbe avvicinare il più possibile scuole e imprese», ma anche compiere un'azione importante sulle famiglie. «per far capire che ci sono professioni, come quelle tecniche, che una volta potevano essere immaginate di serie B», ma ora non più



La moda è uno dei settori che assumerà nei prossimi cinque anni





# Il mondo del lusso italiano in cerca di 236mila talenti

GIANCARLO SALEMI

**P**rogettisti, meccatronici, tecnici del tessuto, delle calzature e della maglieria, prototipisti e *house keeper*. Dove siete? Le imprese dell'eccellenza del made in Italy, dall'automotive all'agroindustria, dalla moda al turismo vi stanno cercando. Ci sono 236mila posti di lavoro secondo i calcoli della Fondazione Altagamma - che raggruppa 104 brand dei 7 settori della moda, del design, della gioielleria, dell'alimentare, dell'ospitalità, dei motori e della nautica - che da qui ai prossimi 5 anni rischiano di non essere ricoperti perché mancano "i talenti del fare" come li ha definiti il presidente Andrea Illy.

Un fenomeno preoccupante che gli studiosi chiamano *skill mismatch*, ovvero disallineamento delle competenze e che è anche un segnale della competitività di un Paese. Tanto più è minore questo fenomeno, tanto più un Paese galoppa. Peccato che un recente studio Ocse ci ha ricordato che l'Italia, fra le 19 economie avanzate prese in esame, risulta essere il Paese nel quale le competenze (*skills*) sono le meno allineate con le esigenze delle imprese. «Se non si invertirà la rotta - annotano da Altagamma - fatalmente si avranno conseguenze negative sul Sistema Paese e soprattutto sul made in Italy, punto di forza della nostra economia e prezioso propulsore del pil negli anni della luna crisi». Secondo lo studio, il settore con più bi-

sogno di lavoratori qualificati sarà quello dell'automotive con 89.400 richieste, nella moda serviranno 46.400 persone, nel design 18.300, nel settore alimentare 49.000 e in quello dell'ospitalità 33.220. Numeri che fanno riflettere se si considera che il nostro

Paese ha il più alto livello di disoccupazione giovanile, oltre il 30%, nel 2018. Come se ne esce? «Le aziende stanno creando moduli formativi al loro interno» ha detto Stefania Lazzaroni dg di Altagamma presentando la ricerca a Montecitorio. «Il nostro pro-

blema è quello di formare questi giovani talenti - ha ricordato Serge Bruntschwing, Ad di Fendi -, bisogna dire chiaramente che l'artigianato è un mestiere di oggi e non di ieri». Facile a dirsi, difficile a farsi. «Non deve sorprendervi che oggi il primo mestiere che vogliono fare i giovani è il cuoco - ha ricordato Laura Carofoli, chief content officer di Discovery - la televisione detta l'agenda delle professioni». A leggere i dati della ricerca manca proprio una cultura rivolta a quelle che una volta si chiamavano "arti e mestieri". In Italia, gli studenti che al termine delle scuole secondarie decidono di proseguire gli studi negli Istituti tecnici sono solo il 30,7%, e ancora chi sceglie un Istituto Professionale rappresenta il 15%, laddove i Licei tradizionali assorbono più della metà degli studenti dopo la licenza media. Gli iscritti agli Istituti tecnici superiori italiani sono 10mila, un numero esiguo se paragonato agli allievi degli equivalenti tedeschi che arrivano a 880mila e a quelli francesi che rilasciano il BTS (Brevet de Technicien Supérieur) e attraggono 240mila studenti. E il governo? «Quello che è sicuro è che il made in Italy deve diventare uno dei principali punti della nostra agenda - ha spiegato il ministro per i beni culturali Alberto Bonisoli - e dobbiamo parlare ai ragazzi e alle famiglie per incentivare la scelta di professioni tecniche e restituire a questi mestieri valore e reputazione».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Secondo uno studio di Altagamma, il settore con più bisogno di lavoratori qualificati sarà quello dell'automotive (89.400 richieste), moda (46.400), design (18.300), alimentare (49.000) e ospitalità (33.220).







## Il Made in Italy cresce e cerca talenti: servono 236mila posti in 5 anni

MILANO

I cinque settori che più rappresentano il Made in Italy nel mondo - moda, design, alimentare, automotive e ospitalità - avvertono: nei prossimi cinque anni avranno bisogno di coprire 236.000 nuovi posti di lavoro. Cercano soprattutto profili tecnici, ma la loro paura è quella di non riuscire a trovarli e di rischiare così un indebolimento della filiera industriale. I numeri sono

di Altagamma, la fondazione a cui fanno capo alcune delle migliori imprese dell'alta industria culturale e creativa, quelle che promuovono nel mondo lo stile di vita italiano.

A fronte di un mercato «in crescita costante del 5% a livello mondiale, la prima risorsa - quella dei talenti - è in progressiva decrescita: le industrie segnalano una preoccupante diffi-

coltà a reperirli», fa notare il presidente di Altagamma, Andrea Illy (foto), sottolineando che il 70% dei profili di cui avranno bisogno queste imprese, da oggi al 2023, sono di tipo tecnico-professionale. Il settore manifatturiero che fra 5 anni avrà più bisogno di personale sarà quello dell'automotive con 89.400 richieste. R. E.

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI





## Fondazione Altagamma

### In 5 anni 236mila posti nel Made in Italy

■ Nei prossimi 5 anni «alle aziende manifatturiere e dei servizi Made in Italy mancherà forza lavoro qualificata. Le aziende di 5 diversi settori ricercheranno 236mila talenti, molti dei quali manifatturieri». Lo ha detto Andrea Illy, presidente di Altagamma. Il settore con più bisogno di persone sarà l'automotive con 89.400 richieste, nella moda serviranno 46.400 persone, nel design 18.300, nel settore alimentare 49.000 e in quello dell'ospitalità.





ENTRO IL 2023 PER IL 70% TECNICI-PROFESSIONALI

## Made in Italy, Altagamma «Servono 236mila talenti»

● ROMA. Nei prossimi 5 anni «alle aziende manifatturiere e a quelle dei servizi tipici del Made in Italy, a cominciare da quelle di eccellenza, mancherà una parte consistente della forza lavoro qualificata che serve alla loro crescita. Le aziende di 5 diversi settori ricercheranno 236.000 talenti, molti dei quali manifatturieri». Così Andrea Illy, presidente di Altagamma, la fondazione cui fanno capo alcune delle migliori imprese dell'alta industria culturale e creativa che promuovono nel mondo lo stile di vita italiano, a margine della Consulta Strategica riunita a Palazzo Montecitorio.

Per ciascun settore in cui opera, Altagamma ha evidenziato per la prima volta il numero di professionisti di cui si avrà necessità da qui al 2023, di cui circa il 70% sono profili tecnici e professionali. Secondo lo studio, il settore con più bisogno di persone sarà quello dell'automotive con 89.400 richieste, nella moda serviranno 46.400 persone, nel design 18.300, nel settore alimentare 49.000 e in quello dell'ospitalità 33.220. Le professionalità più richieste nei prossimi 5 anni dai settori del Made in Italy saranno - prosegue lo studio Altagamma - «progettisti, mecatronici e manutentori per il settore automobilistico; tecnici della vinificazione».





## ALTAGAMMA

### SERVONO NUOVI TALENTI PER IL MADE IN ITALY

I cinque settori che più rappresentano il Made in Italy - moda, design, alimentare, automotive e ospitalità - avvertono: nei prossimi 5 anni serviranno 236.000 nuovi posti di lavoro. Cercano soprattutto profili tecnici, ma la paura è quella di non riuscire a trovarli. Lo fa sapere Altagamma, fondazione a cui fanno capo alcune delle migliori imprese dell'industria culturale e creativa.





# Altagamma Forecasts Lack of Workforce in High-End Companies by 2023

The association released a tome highlighting that the industry will miss 236,000 professional profiles in five years.

By [Sandra Salibian](#) on May 30, 2019



 Gucci's École de l'Amour.  
Courtesy Photo

**MILAN** — The Italian high-end companies operating in fashion, design, hospitality, automotive and food categories will face a lack of 236,000 professional profiles by 2023, according to [Altagamma](#).

The association, which represents more than 100 Italian cultural and creative high-end firms, on Thursday presented a book highlighting the issue at Rome's Palazzo Montecitorio, which houses [Italy](#)'s chamber of deputies.

## ESSENTIALIST

— TODAY'S MUST READ —



[Altagamma Forecasts Lack of Workforce in High-End Companies by 2023](#)

LATEST GALLERIES



Dubbed “I Talenti del Fare,” or “The talents of making” in English, the book offers an analysis of the companies’ current situation and forecasts the challenges the industry will have to face in the future.

“In the upcoming years, Made in [Italy](#) manufacturing companies and those offering services will see a lack of a consistent part of qualified workforce needed to fuel their growth,” said Altagamma’s president [Andrea Illy](#).

Out of the 236,000 jobs expected to be missing, 70 percent are technicians, as specialized schools are not enrolling and training enough students to meet the companies’ demand. According to the tome, the gap is a result of institutional and technical issues since schools are managed independently by each region, and also due to the little appeal these types of jobs hold for younger generations.

Students opting to attend professional schools or technical institutes account for 15 percent and 30.7 percent of the total, respectively. In numbers, technical institutes enroll just 10,000 students compared to the 240,000 people attending the Brevet de Technicien Supérieur French counterpart and the 880,000 students taking courses at the German Fachhochschule.

In the next five years, the companies represented by Altagamma will need to employ 46,400 people in fashion, 18,300 in design and 33,220 in hospitality. The average percentage of technical roles requested in each category is 67 percent. In particular, Italian high-end fashion companies will need trained professionals to cover craftsmanship roles in the footwear and leather goods categories as well as prototype-makers and tailors for the apparel, knitwear and textile sectors.

“To worsen the gap between the job demand and offer, there’s a misalignment between the skills requested by the industry and the professional training programs as well as a lack of vocation of the younger generations,” said Altagamma’s managing director [Stefania Lazzaroni](#), who hopes the publication will help enhance the appeal of these jobs, save artisanal roles risking extinction and ultimately support the Italian companies in growing and increasing their competitiveness worldwide.







Bottega Veneta's Scuola dei Maestri Pellettieri Courtesy Photo

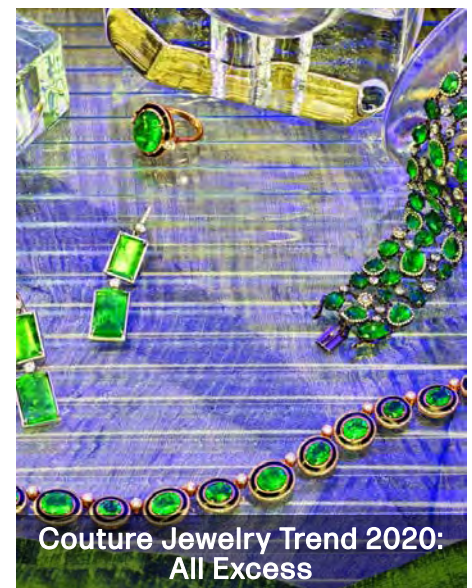
For this reason, the book mentions 24 Altagamma Corporate Academy cases — referencing laboratories, educational and internship programs implemented by companies that are part of the association — to highlight the importance luxury players are already giving to craftsmanship.

Examples include Bottega Veneta's Scuola dei Maestri Pellettieri; Brunello Cucinelli's Scuola di Arti e Mestieri di Solomeo; the Bulgari Jewellery Academy; Ermenegildo Zegna's Made to Measure Academy; Fendi's Scuola di Pelletteria; Gucci's École de l'Amour; LVMH's Institut des Métiers d'Excellence; Sergio Rossi's SR Academy, and Valentino's Bottega Couture, among others.

To further raise awareness of the topic, Altagamma also presented the “MANIfesto” 30-second video campaign spotlighting the importance of craftsmanship for the Italian industry. The clip focuses on manufacturing skills and gestures done by hand, as the name of the campaign also references the Italian word “mani,” standing for “hands” in English.



Joseph Resort 2020



Couture Jewelry Trend 2020:  
All Excess