

**MEDIA COVERAGE
GOVERNANCE ALTAGAMMA 2020-2022**

QUOTIDIANI

I nuovi artigiani del lusso, fra Rinascimento e app

Matteo Lunelli, presidente di Altagamma: «Servono competenze completamente diverse dal passato»

Un artigiano rinascimentale dall'insuperabile manualità, ma anche capace di utilizzare le app più aggiornate sfruttandone appieno ogni potenzialità. Il mondo del lusso, quello a cui è legato in modo indissolubile il made in Italy di questo ha bisogno. A partire da uno dei suoi cardini, il settore moda.

Lo ha ben presente non solo da oggi Fondazione Altagamma (dal 1992 riunisce le imprese dell'alta industria culturale e creativa italiana), e continua a essere uno dei focus delle progettualità del suo prossimo triennio (2020-2022) di attività. Quello sotto la presidenza del neo eletto Matteo Lunelli, a sua volta presidente e ceo di Cantine Ferrari. La tripla chiave di lettura del mandato presidenziale di Lunelli gioca sul dia-

logo serrato tra internazionalità, sostenibilità e contemporaneità. E figure professionali dalla doppia anima di maestro d'arte rinascimentale e di progettista 4.0 rispondono proprio a questa visione. «Congeniali a un mercato internazionale in profonda trasformazione. Come è la figura del nuovo consumatore finale — spiega Lunelli —. Sempre più giovane e asiatico, digitale e attento ai valori identificativi dei marchi a cui si rivolge. L'alto di gamma italiano distilla in sé artigianalità, grazia e innovazione: la nostra manifattura va preservata, resta chiave vincente per conquistare i mercati del lusso. Ma con professionalità giovani e dalla padronanza manuale e tecnologica».

Fondamentale la formazione, pensando a nuovi posti di

lavoro. La richiesta di profili professionali dei settori di riferimento di Altagamma, vede, fino al 2024, una richiesta pari a 236mila unità. La moda, a dire abbigliamento, tessile, pelli, calzature e gioielleria, può assorbirne 46.400, minima la percentuale di laureati, alta (67,5%) quella di tecnici specializzati (dalla sartoria alle calzature) e prototipisti. Necessario rivalutare questi tipi di professionalità con la comunicazione, rendendo chiaro quanto queste professioni abbiano oggi un'identità totalmente diversa rispetto al passato. Molte delle griffe fashion italiane presenti in Altagamma ne sono consapevoli, negli anni hanno creato accademie, scuole e botteghe «didattiche»: dalla Scuola Arti e Mestieri di Cucinelli alla Made to measure

Academy di Zegna, dalla Bottega dei mestieri di Tod's alla Sergio Rossi Academy.

L'imprescindibilità del valore dei mestieri d'arte (la Fondazione Cologni il riferimento italiano) ben è chiaro al mondo dell'alta moda; il fashion nella sua interezza vive spesso più dei riflettori della passerella, ma non realizzabile senza chi «realizza».

Un tema a cuore dell'associazione: nel 2020 la seconda edizione della ricerca «I talenti del fare», come nel 2019 poi editata in un volume dove trovare tutte le Corporate Academy delle aziende in Altagamma. Sul suo sito nella sezione *Manifesto* (altagamma.it/manifesto) lo sportello di consulenza sulla formazione per diventare un maestro dell'alto di gamma di domani.

Gian Luca Bauzano

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Chi è



● Matteo Lunelli, 45 anni, è presidente di Cantine Ferrari, e vice della holding Lunelli S.p.a (Ferrari, Surgiva, Tenute Lunelli, Bisol, distilleria Segnana)

67,5

La percentuale di tecnici specializzati e prototipisti necessaria alla moda entro il 2024 (sartoria, calzature, pelletteria, maglieria e tessuti)



Matteo Lunelli

A capo di Altagamma arriva l'uomo che preferì le bollicine a Mario Draghi

PAOLA JADELUCA, ROMA

Studi in Bocconi, una carriera in Goldman Sachs, poi la chiamata dalla famiglia per prendere il timone delle Cantine Ferrari. Ora guiderà la Fondazione che raccoglie 110 aziende di eccellenza, dalla moda alla nautica, dall'auto al food

“L’alto di gamma italiano ha una caratteristica unica, è trasversale e riguarda diversi settori: l'Italia è leader e ha produzioni di eccellenza nella moda, nel design, nell'automotive, nella nautica, nell'alimentare, nei gioielli e nell'ospitalità, ci manca solo l'elettronica di consumo»: Matteo Lunelli, presidente delle Cantine Ferrari e ceo di Gruppo Lunelli, da gennaio prenderà le redini di Fondazione Altagamma, il network delle aziende di eccellenza. Questo incarico a un produttore illustre di bollicine anziché a un'icona del fashion è il segnale inequivocabile dell'importanza che il vino di fascia alta ricopre per il Made in Italy. Lunelli è già vicepresidente della Fondazione, finora guidata da Andrea Illy, presidente di Illycaffè, altro rappresentante del versante food & wine del lusso. Lunelli, come oggi Illy, dal prossimo anno sarà l'ambasciatore ufficiale nel mondo dell'*italian lifestyle*. Fondazione Altagamma, nata nel 1992, accoglie 110 brand dei sette settori citati da Lunelli. In un mercato mondiale di quasi 1.300 miliardi di euro, l'alto di gamma italiano rappresenta un'industria di 115 miliardi e vale, secondo dati dell'Università Bocconi, il 6,85% del Pil del Paese, con una quota di export del 53% e 402.000 occupati, diretti e indiretti. «I marchi di Altagamma sono frutto della cultura, dell'arte e del "Saper Fare" dei nostri territori, e si fondano su una creatività capace di coniugare tradizione e innovazione. L'Unione Europea per questo ci ha riconosciuto come una "industria culturale e creativa"», afferma con enfasi Lunelli.

La Fondazione Altagamma è un network molto autorevole in sede comunitaria, anche perché parte di Eccia, la European Cultural

and Creative Alliance, network delle omologhe associazioni del lusso in Gran Bretagna, Francia, Germania e Spagna.

LA TELEFONATA DELLO ZIO GINO

Ambasciatore dell'*italian lifestyle*, Lunelli di fatto già lo è. Si brinda nei banchetti più illustri del mondo con Giulio Ferrari Riserva del Fondatore, l'etichetta top delle bollicine Ferrari, brand bandiera del Trento Doc. Si brinda Ferrari al Quirinale da quando il Presidente Pertini lo preferì allo champagne, fino ad allora in uso, nelle ambasciate italiane nel mondo, durante gli eventi e gli incontri internazionali. E il Ferrari ha superato i cugini francesi, suggellando il sorpasso sugli champagne come *Sparkling Wine Producer of the year*, riconoscimento ottenuto per tre volte dal 2015.

Quarantacinque anni, una laurea in economia alla Bocconi di Milano, Matteo non ha esitato a sacrificare una brillante carriera in una banca d'affari come Goldman Sachs per dedicarsi al business di famiglia, oggi arrivato alla terza generazione, di cui fanno parte anche i cugini Camilla, Marcello e Alessandro: «Subito dopo la laurea sono andato a lavorare all'estero - racconta Matteo - Era il 1998, in pieno boom delle borse e della finanza, e Goldman Sachs era una splendida opportunità per un giovane laureato. Per cinque anni ho lavorato tra New York, Zurigo e Londra come analista finanziario, e ho avuto l'opportunità di collaborare anche con Mario Draghi, allora in Goldman Sachs, un uomo di grande umanità oltre che di straordinaria statura e competenza. Ma un giorno è arrivata una telefonata di mio zio Gino che, fino al 2011 è stato presidente di Cantine Ferrari: "Allora, che vuoi

fare da grande? vuoi continuare a fare il manager? oppure vuoi impegnarti come imprenditore?", mi ha detto. "In quel momento non ho esitato. Ero a Londra, con mia moglie Valentina,, abbiamo deciso di trasferirci a Trento, e subito sono stato proiettato al Vinitaly».

Giovedì scorso si è riunita l'Assemblea dei soci di Fondazione Altagamma che, oltre alla conferma di alcuni vice presidente storici, come Claudio Luti, presidente di Kartell, Paolo Zegna, presidente Ermenegildo Zegna, Lamberto Tacoli, Presidente e ceo di Perini Navi e Laudomia Pucci, Vice Presidente di Emilio Pucci, ha salutato l'ingresso di molti nuovi consiglieri di amministrazione: per esempio Bob Kunze-Concewitz, ceo di Campari Group, sesto gruppo mondiale degli spirits, con un portafoglio di oltre 50 marchi distribuiti in tutto il mondo; e Carlo Mazzi, presidente di Prada Spa, che proprio lo scorso ottobre ha deciso di aderire alla Fondazione. Brand storici, griffe di punta: «Sono tutti alle prese con i Millennials e la Generazione Z, che stanno ridisegnando l'industria con un nuovo approccio che richiede alle imprese un nuovo modo di produrre, di innovare e anche di comunicare. «Una delle sfide del futuro sarà intercettare un consumatore sempre più asiatico, sempre più giovane e sempre più attento ai valori e dialogare con le nuove generazioni sfruttando, in particolare, i canali digitali» racconta Lunelli. Un futuro che è già presente. A settembre, ha viaggiato solo su Instagram la campagna per il lancio della nuova veste grafica del Ferrari Maximum Blanc de Blancs (chardonnay 100%), prima etichetta realizzata a inizio del 900 da Giulio Ferrari, il fondatore. Allora era un coriandolo di terra, oggi la cantina passata ai

Lunelli, nel 1952 è oggi il pilastro del Trento Doc, un distretto produttivo studiato nelle *business school*. Un'altra sfida è l'internazionalità. «Desideriamo creare un network internazionale a supporto delle nostre aziende. Dopo Olanda e Cina apriremo altri Altagamma Club, i club che riuniscono i manager delle

nostre aziende associate basate all'estero per identificare progetti congiunti, in collaborazione con Ambasciate e Consolati». Sarà ampliata la rete degli Altagamma International Honorary Members, gli ambasciatori all'estero del bello e buono del Bel Paese. Terza e più grande

sfida è quella della sostenibilità, elemento imprescindibile per le aziende di eccellenza. Su questo fronte il Gruppo Lunelli è impegnato da tempo: tutte le tenute sono certificate biologiche e tutti i terreni dei conferenti, più di 600 famiglie, seguono un protocollo stringente, per viticoltura salubre e sostenibile.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



L'opinione

Una delle sfide del futuro sarà intercettare un consumatore sempre più asiatico, sempre più giovane e sempre più attento ai valori, in particolare sfruttando i canali digitali



Altagamma, Lunelli presidente

mancheranno 236 mila addetti «del saper fare».

Matteo Lunelli, 45 anni, numero uno di cantine Ferrari, succede ad Andrea Illy al vertice di **Altagamma**, fondazione che riunisce 110 aziende del lusso. Nel 2023 un consumatore su due sarà asiatico — spiega Lunelli —, la crescita sarà guidata da Millennials e Generazione Z, premiando i marchi espressione di valori autentici e sostenibili. Ma il lusso Made in Italy, che vale 115 miliardi, corre un altro rischio: nei prossimi 5 anni





Matteo Lunelli

ALTAGAMMA

Dazi e Brexit non fermano il lusso

CINZIA ARENA

La guerra dei dazi e l'imminente Brexit sono rischi oggettivi ma il made in Italy di qualità ha margini di crescita. Ne è convinto Matteo Lunelli, presidente di Cantine Ferrari e neo presidente della Fondazione Altagamma - che riunisce 110 marchi italiani del lusso tra moda, gioielleria, food, automotive e yacht - che ieri ha illustrato il suo programma triennale. «Può accadere che nella guerra dei dazi Usa-Cina l'Europa sia un pò schiacciata, ma sul lusso il baricentro è l'Europa, anche se i dazi sono comunque un rischio» ha detto Lunelli che ha raccolto il testimone da Andrea Illy. La guerra commerciale in atto preoccupa molti importatori, soprattutto negli Usa. «L'America come mercato è l'attualità. Quello della Cina vedrà una crescita significativa nei consumi, nonostante i problemi emergenti, come quelli di Hong Kong» ha sottolineato. Quanto alla Brexit la Fondazione proseguirà «il dialogo con l'alto di gamma inglese».

Il comparto in Italia vale 115 miliardi di euro (9% del totale mondiale, dati Cresv-Bocconi), pari al 6,85% del Pil e un totale di 400.000 addetti. Le stime di crescita sono comprese tra il 3 e il 5% l'anno. Il contesto però sta cambiando velocemente, con un consumatore che ha caratteristiche precise: sempre più globale, giovane e asiatico. Si tratta di consumatori sempre più influenzati dal digitale (ora al 70%, che diventerà 100%

nel 2025), anche se non acquistano esclusivamente on-line. Nel 2025 circa la metà del mercato del lusso sarà in Asia e il 70% della spesa di consumatori asiatici, con una quota superiore al 50% del mercato del lusso in mano alle cosiddette generazioni Y e Z (rispettivamente millennial e i giovani nati dalla fine degli Anni Novanta al 2010, ndr).

Internazionalità, sostenibilità e contemporaneità sono i tre pilastri strategici per il futuro con un'attenzione particolare alla formazione di nuovi artigiani del lusso. Da Altagamma arriva infatti un appello alla riscoperta, da parte delle famiglie che devono indirizzare i figli verso le scuole superiori, dei mestieri legati alla moda ma anche all'alimentare. Per il lusso italiano nel 2024 mancheranno 236.000 profili richiesti dalle imprese e non disponibili. Un dato che emerge da un'analisi effettuata in collaborazione con Unioncamere e pubblicata nel libro "I talenti del fare". «Chi sa costruire know-how trova lavoro - ha spiegato Lunelli - ma serve superare una serie di preconcetti, per i quali la maggioranza degli studenti sceglie il liceo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Assetti

Matteo Lunelli debutta in **Altagamma**

Il numero uno di Cantine Ferrari, eletto alla guida dell'associazione che rappresenta l'eccellenza Made in Italy, ha illustrato gli obiettivi del piano triennale e la sua nuova squadra. **Fabio Gibellino**

Dopo due mandati di vicepresidenza, **Matteo Lunelli**, presidente e amministratore delegato di **Cantine Ferrari**, è il nuovo presidente di **Fondazione Altagamma** in successione ad **Andrea Illy**, che ora avrà la carica di past president. Nel nuovo organigramma, oltre ai riconfermati vicepresidenti **Claudio Luti (Kartell)** per il design, **Lamberto Tacoli (Perini Navi)** per la nautica e **Paolo Zegna (Ermenegildo Zegna)** per la moda, hanno fatto il loro debutto **Sabina Belli (Pomellato)** per la gioielleria, **Stefano Domenicali (Lamborghini)** per l'auto-

motive, **Giovanni Geddes da Filicaja (Frescobaldi)** per l'alimentare e **Aldo Melpignano (San Domenico Hotels)** per l'ospitalità. Cariche che hanno visto, e qui c'è la vera novità, le due nuove vicepresidenze, dette trasversali, che portano il nome di **Dario Rinero (Poltrona Frau)** per l'internazionalizzazione e **Laudomia Pucci (Emilio Pucci)** per i talenti/capitale umano. Per quanto riguarda gli obiettivi, Matteo Lunelli, fotografando un contesto economico «Fatto di incertezza e volatilità ma che continua a crescere», ha illustrato un percorso «che aiuti le aziende a intercettare il nuovo consumatore, che sarà asiatico,

giovane, digitale, e attento ai valori della marca». Progettualità che non può fare a meno di tre mantra programmatici quali internazionalità, sostenibilità e contemporaneità. Dove nel primo caso, e dopo le aperture degli **Altagamma club** a Shanghai e Amsterdam, nel 2020 sarà la volta di New York. Guardando alla sostenibilità, invece, l'obiettivo di punta è la redazione di una carta dei valori e accompagnare lo sviluppo digitale degli associati. Non per ultima la questione dei talenti del fare, considerando che, secondo le proiezioni, nel 2024 mancheranno 236 mila addetti. (riproduzione riservata)



Matteo Lunelli



Altagamma, Lunelli (Ferrari) è il nuovo presidente

ASSOCIAZIONI

ROMA Debutto ufficiale ieri di Matteo Lunelli alla guida di **Altagamma** per il triennio 2020-2022. Lunelli è presidente e ad di Cantine Ferrari Trento, cui fanno capo aziende vinicole in Veneto, Toscana e Umbria oltre all'acqua minerale Surgiva e al polo gastronomico Locanda Margon. Lunelli ha ricordato che **Altagamma**, costituita all'inizio degli anni 90, conta 110 soci ovvero rappresenta le principali aziende del lusso (alto di gamma) in Italia (di recente sono entrate Prada e Frescobaldi). Va detto che il mercato mondiale del lusso è stimato in 1.300 miliardi di euro. L'alto di gamma italiano vale circa 115 miliardi con un contributo del 6,9% sul Pil. La quota di export è del 53% mentre gli occupati sono oltre 402 mila. Il nuovo presidente ha tracciato le linee guida della Fondazione per i prossimi tre anni puntando subito riflettori sul rallentamento del commercio mondiale, sull'effetto a catena del rischio dazi e sui timori per la Brexit.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La linea strategica di Matteo Lunelli eletto a Milano nuovo presidente di **Altagama**

Il lusso riparte dai mestieri d'arte

Tra Brexit e dazi, l'Italia deve restare culla manifatturiera

DI FRANCESCA SOTTILARO

Matteo Lunelli, presidente e amministratore delegato delle Cantine Ferrari, è da ieri il nuovo volto di **Altagama**, la fondazione che rappresenta trasversalmente le aziende del bello e ben fatto di lusso, dall'enogastronomia alla moda, alla nautica. All'assemblea dei soci che ieri a Milano lo ha nominato presidente, succedendo ad **Andrea Illy**, ha confermato le linee strategiche conscio del panorama profondamente mutato dell'industria del lusso. «Tra Brexit e dazi Usa, crisi di Hong Kong e una nuova geografia dove i cinesi spendono a casa propria e l'America è il paese dove investire», ha spiegato. «È importante mantenere in Europa e in Italia il baricentro della produzione dell'alto di gamma. Tutti i marchi riconoscono l'Italia come culla del saper fare e di un'industria che permette di creare valore, per questo oc-

corre investire sui mestieri del made in Italy».

La missione non è semplice e su come rendere «sexy» la formazione nella filiera artigianale si gioca tutto il futuro dell'industria del lusso che proprio all'ultimo convegno di **Altagama** ha denunciato di una voragine di 236 mila figure, di cui il 70% tecnico-professionali. Una manodopera richiestissima ma non formata, si voglia per la scarsità di scuole, per la concentrazione «sul lato fashion» della moda, piuttosto che sul taglio e cucito e, in ultima analisi, per un problema culturale nell'accettare per un figlio una scuola professionale piuttosto che un liceo e una laurea tradizionale. «Bisogna ripartire dalla comunicazione», ha sottolineato Lunelli e con lui **Stefania Lazzaroni**, direttore generale di **Altagama**. «Il tema fondamentale è raccontare meno quello che si fa e spostare l'attenzione sul territorio. Tanti marchi hanno le loro accademie per

tramandare i mestieri. Senza contare i ritorni che una specializzazione può garantire».

Sul fronte dell'internazionalizzazione Lunelli si è detto preoccupato dei dazi. «Per il mio settore ricevo telefonate quotidianamente e bisogna intervenire a livello istituzionale, ma in generale tutto il mondo del lusso deve concentrarsi sul fare sistema. Se da un lato c'è l'intelligenza artificiale che nata negli Usa è diventata cinese, proprio la Cina continua a costituire la patria dei consumi alto di gamma. Nel 2023 un consumatore su due del lusso sarà asiatico», ha aggiunto Lunelli, «e la crescita sarà quasi totalmente guidata da Millennial e Generazione Z, che stanno ridisegnando l'industria con la loro sensibilità. Il nuovo consumatore, insomma, sarà sempre più asiatico, giovane, digitale e attento ai valori di cui la marca è ambasciatrice. Internazionalità, sostenibilità e contemporaneità sono dunque i tre pilastri strategici che

ispireranno le nostre attività nei prossimi tre anni».

Per intercettare le nuove generazioni, in particolare sfruttando i canali di comunicazione digitale, **Altagama** sarà impegnata con ricerche e iniziative dedicate come l'organizzazione di un Digital Day. Mentre si ripeterà il progetto Next Design Perspective per indagare i futuri trend della creatività. Ieri Lunelli ha annunciato anche la diffusione, a partire da New York, di un Club **Altagama**: «Il commercio mondiale cresce meno del Pil globale, segno che le economie locali perdono importanza. Il percorso di coinvolgimento delle aziende e di altre istituzioni come la nostra è fondamentale in quest'ottica. E vogliamo continuare a collaborare con le istituzioni: dal Mise, con cui abbiamo lavorato al progetto di promozione Panorama in Cina a Shanghai e a New York alla Central Station, al ministero dell'Istruzione per la formazione professionale a servizio dell'alto di gamma».

© Riproduzione riservata



Matteo Lunelli, neo eletto presidente di **Altagama**



ANDREA ILLY LASCIA DOPO SEI ANNI LA PRESIDENZA DI ALTAGAMMA

«Il Made in Italy del lusso vale il 5% del nostro Pil»

Matteo Lunelli neo-presidente al posto dell'imprenditore triestino che a fine mandato lancia un piano di promozione in Cina con la nuova sede di Shanghai

Luigi Dell'Olio

MILANO. «Opereremo come acceleratore del made in Italy alto di gamma puntando su tre linee guida: internazionalità, con la creazione di una rete a sostegno delle imprese che guardano ai mercati globali; sostenibilità, per intercettare la domanda emergente tra i giovani consumatori; contemporaneità perché se è vero che i prodotti italiani sono amati in tutto il mondo per i valori della tradizione che esprimono, va anche considerato che devono evolvere per stare al passo con i tempi».

Matteo Lunelli, presidente e ceo di Cantine Ferrari, ha presentato con queste parole il suo manifesto da neo-presidente di Altagamma, fondazione che riunisce 110 imprese della Penisola appartenenti a sette settori dell'alta industria culturale e creativa, che promuovono nel mondo eccellenza e unicità dello stile italiano.

È una successione in salsa nordestina, considerato che l'imprenditore del gruppo trentino subentra ad Andrea Illy (che appare ora lanciato verso la presidenza di Confindustria), di cui è stato il vice negli ultimi due mandati. Confermati come vicepresidenti Claudio Luti (Kartell) per il design, Lamberto Tacoli (Perini Navi) per la nautica e Paolo Zegna (Ermenegildo Zegna) per la moda.

L'alto di gamma italiano è un'industria di 115 miliardi di euro in Italia e fornisce un contributo al Pil del 6,85%:



Il nuovo presidente di Altagamma Matteo Lunelli e, nel riquadro, Andrea Illy.

«L'Italia è il principale Paese per numeri di settori nel luxury e, nonostante il contesto di crescita debole, può rilanciare la sua industria con la digitalizzazione e la «competitività dei territori», questa la convinzione di Andrea Illy che a

Il nuovo numero uno dell'organismo è presidente e Ceo delle Cantine Ferrari

fine mandato ha lanciato un piano di espansione in Cina con l'apertura nel 2020 dell'Altagamma Club China a Shanghai.

Il settore vanta una quota export del 53% e coinvolge

una forza lavoro di 402 mila addetti. A livello di percepito, con l'80% il nostro Paese è in testa a tutte le classifiche di preferenza come Paese di provenienza dei prodotti di alta qualità (eccetto che nelle automobili e negli orologi, dove primeggiano Germania e Svizzera). Un patrimonio del Paese, che Lunelli si propone di aiutare a sviluppare all'insegna della continuità con la stagione di Illy, ma prendendo atto che il mercato sta cambiando. «Fra tre o quattro anni la metà dei consumatori del lusso sarà asiatica e la crescita sarà quasi totalmente generata da Millennial e Gen Z, che stanno ridisegnando l'industria con la loro sensibilità verso approcci sostenibili, inclusivi, autentici», ha sottoli-

neato Lunelli, che guida un gruppo di eccellenze del bere italiano, come l'acqua minerale Surgiva, la grappa Segnana e il Prosecco Superiore di Valdobbiadene Bisol. «Quella nella quale operiamo è un'economia sempre più immateriale, un contesto nel quale l'Italia può giocare un ruolo da protagonista legato ai valori che esprimono i suoi prodotti, che sono poi i valori dei territori da cui arrivano» ha aggiunto l'imprenditore.

Dopo Olanda e Cina, proseguirà il progetto Altagamma Club che riunisce nei diversi Paesi i manager delle aziende associate con l'obiettivo di identificare progetti congiunti e opportunità di narrazione dello stile di vita italiano». —

RIPRODUZIONE RISERVATA

LA SUCCESSIONE DI ILLY

Anche l'eccellenza del Made in Italy si adegua ai tempi e si fa più green

Il manifesto di Matteo Lunelli, neo-presidente di Altodigamma «Clientela asiatica e millenials i principali acquirenti del lusso»

Luigi Dell'Olio

MILANO. «Opereremo come acceleratore del made in Italy alto di gamma puntando su tre linee guida: internazionalità, con la creazione di una rete a sostegno delle imprese che guardano ai mercati globali; sostenibilità, per intercettare la domanda emergente tra i giovani consumatori; contemporaneità perché se è vero che i prodotti italiani sono amati in tutto il mondo per i valori della tradizione che esprimono, va anche considerato che devono evolvere per stare al passo con i tempi». Matteo Lunelli, presidente e ceo di Cantine Ferrari, ha presentato con



MATTEO LUNELLI
PRESIDENTE E CEO DI CANTINE FERRARI
E NEO-PRESIDENTE DI **ALTODIGAMMA**

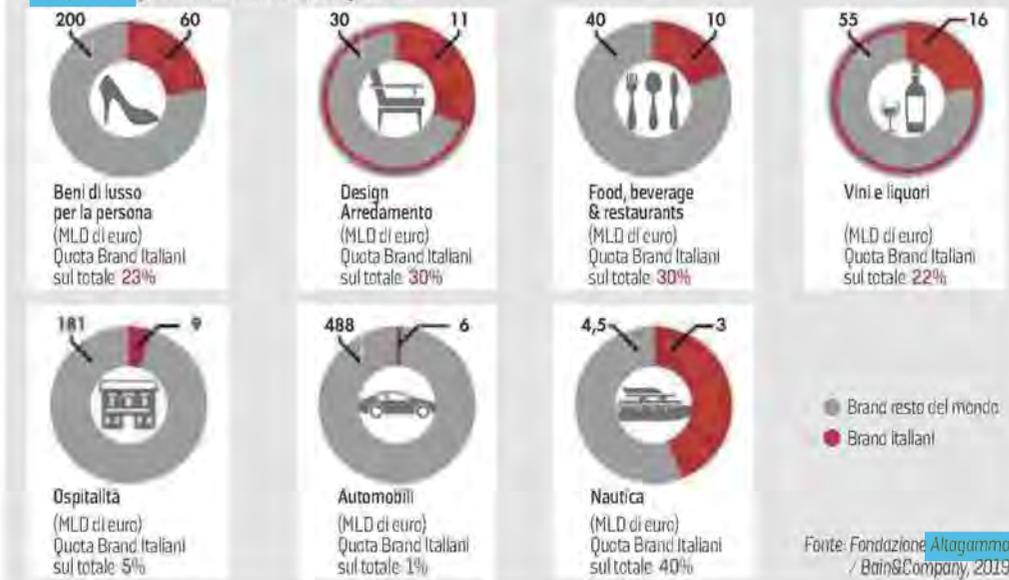
queste parole il suo manifesto da neo-presidente di **Altodigamma**, fondazione che riunisce 110 imprese della Penisola appartenenti a sette settori dell'alta industria culturale e creativa, che promuovono nel mondo eccellenza e unicità dello stile italiano.

È una successione in salsa nordestina, considerato che l'imprenditore del gruppo trentino subentra ad Andrea Illy (che appare ora lanciato verso la presidenza di Confindustria), di cui è stato il vice negli ultimi due mandati. Confermati come vicepresidenti Claudio Luti (Kartell) per il design, Lamberto Tacoli (Perini Navi) per la nautica e Paolo Zegna (Ermenegildo Zegna) per la

IL 'PESO' DI ALTAGAMMA

All'interno di un segmento di mercato in costante crescita di consumi in tutto il Mondo, le imprese Altagama giocano un ruolo da protagonista.

Totale dei consumi mondiali di alta gamma: **1.268 MLD di Euro**
Quota di mercato complessiva dei brand italiani: **10%**



moda.

L'alto di gamma italiano è un'industria di 115 miliardi di euro in Italia e fornisce un contributo al Pil del 6,85%. Vanta una quota export del 53% e coinvolge una forza lavoro di 402 mila addetti. A livello di percepito, con l'80% il nostro Paese è in testa a tutte le classifiche di preferenza come Paese di provenienza dei prodotti di alta qualità (eccetto che nelle automobili e negli orologi, dove primeggiano Germania e Svizzera).

Un patrimonio del Paese, che Lunelli si propone di aiutare a sviluppare all'insegna della continuità con la stagione di Illy, ma prendendo atto che il mercato sta cambiando. «Fra

tre o quattro anni la metà dei consumatori del lusso sarà asiatica e la crescita sarà quasi totalmente generata da Millennial e Gen Z, che stanno ridisegnando l'industria con la loro sensibilità verso approcci sostenibili, inclusivi, autentici», ha sottolineato Lunelli, che guida un gruppo di eccellenze del bere italiano, come l'acqua minerale Surgiva, la grappa Segnana e il Prosecco Superiore di Valdobbiadene Bisol. «Quella nella quale operiamo è un'economia sempre più immateriale, un contesto nel quale l'Italia può giocare un ruolo da protagonista legato ai valori che esprimono i suoi prodotti, che sono poi i valori dei territori da cui arrivano» ha aggiun-

to l'imprenditore. Per poi garantire che verrà dunque ampliato il network di relazioni nei principali mercati. Dopo Olanda e Cina, proseguirà il progetto Altagama Club che riunisce nei diversi Paesi i manager delle aziende associate con l'obiettivo di identificare progetti congiunti e opportunità di narrazione dello stile di vita italiano. La fondazione offrirà opportunità di scambio di best practice nell'ambito dei modelli di business sostenibili dal punto di vista sociale, ambientale e di governance.

Inoltre prosegue la collaborazione con la Sda Bocconi per il master in Fashion, Experience & Design Management. —

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La Fondazione

Altagamma, Lunelli presidente «Il lusso continuerà a crescere»

Matteo Lunelli, presidente e ceo di Cantine Ferrari, da nuovo presidente della Fondazione Altagamma, che riunisce 110 marchi italiani del lusso tra moda, gioielleria, food & beverage, hospitality, automotive e yacht, ha alzato ieri il velo sul programma del suo mandato triennale. Come pilastri strategici ha indicato «internazionalità» nello sviluppare i mercati, «sostenibilità», infine «contemporaneità» nell'innovare, con focus sul digitale. «Nonostante un contesto macroeconomico d'incertezza e volatilità e

prospettive generali di stallo, il mercato mondiale del lusso cresce nel 2019 e lo farà tra il 3% e il 5% al 2025 — spiega Lunelli — il comparto in Italia vale 115 miliardi di euro, pari al 6,85% del Pil tra contributo diretto, indiretto e indotto, per un totale di 400.000 addetti». Per il lusso italiano però, fa sapere l'imprenditore, nel 2024 mancheranno 236.000 profili. Per questo Altagamma lancia la campagna per aiutare famiglie e giovani a scegliere mestieri e scuole tecniche e professionali.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La Fondazione

Altagamma, Lunelli presidente
«Il lusso continuerà a crescere»

Matteo Lunelli, presidente e ceo di Cantine Ferrari, da nuovo presidente della Fondazione Altagamma, che riunisce 110 marchi italiani del lusso tra moda, gioielleria, food & beverage, hospitality, automotive e yacht, ha alzato ieri il velo sul programma del suo mandato triennale. Come pilastri strategici ha indicato «internazionalità» nello sviluppare i mercati, «sostenibilità», infine «contemporaneità» nell'innovare, con focus sul digitale. «Nonostante un contesto macroeconomico d'incertezza e volatilità e

prospettive generali di stallo, il mercato mondiale del lusso cresce nel 2019 e lo farà tra il 3% e il 5% al 2025 — spiega Lunelli — il comparto in Italia vale 115 miliardi di euro, pari al 6,85% del Pil tra contributo diretto, indiretto e indotto, per un totale di 400.000 addetti». Per il lusso italiano però, fa sapere l'imprenditore, nel 2024 mancheranno 236.000 profili. Per questo Altagamma lancia la campagna per aiutare famiglie e giovani a scegliere mestieri e scuole tecniche e professionali.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



LA SUCCESSIONE DI ILLY

Anche l'eccellenza del Made in Italy si adegua ai tempi e si fa più green

Il manifesto di Matteo Lunelli, neo-presidente di Altodigamma «Clientela asiatica e millenials i principali acquirenti del lusso»

Luigi Dell'Olio

MILANO. «Opereremo come acceleratore del made in Italy alto di gamma puntando su tre linee guida: internazionalità, con la creazione di una rete a sostegno delle imprese che guardano ai mercati globali; sostenibilità, per intercettare la domanda emergente tra i giovani consumatori; contemporaneità perché se è vero che i prodotti italiani sono amati in tutto il mondo per i valori della tradizione che esprimono, va anche considerato che devono evolvere per stare al passo con i tempi». Matteo Lunelli, presidente e ceo di Cantine Ferrari, ha presentato con



MATTEO LUNELLI
PRESIDENTE E CEO DI CANTINE FERRARI
E NEO-PRESIDENTE DI **ALTODIGAMMA**

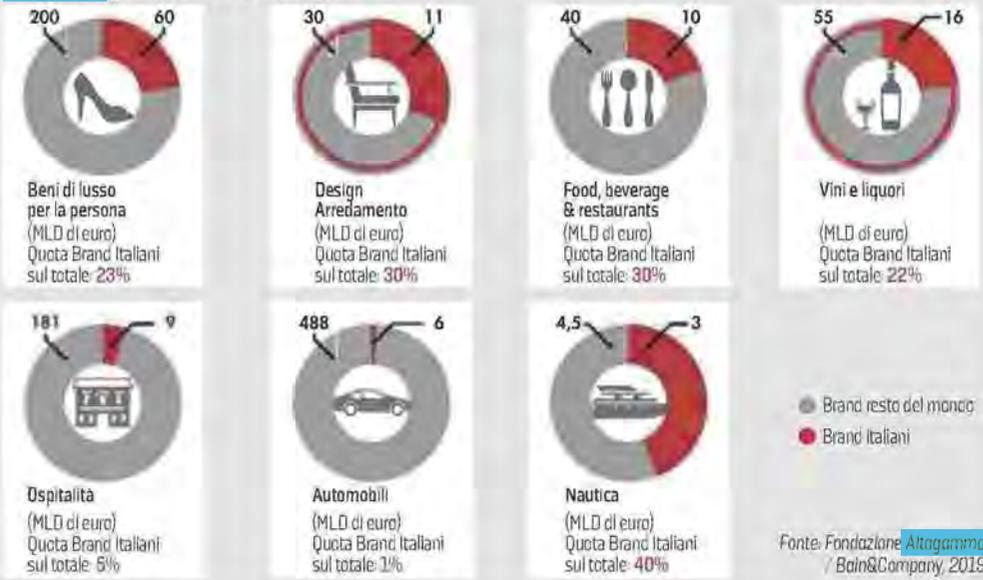
queste parole il suo manifesto da neo-presidente di **Altodigamma**, fondazione che riunisce 110 imprese della Penisola appartenenti a sette settori dell'alta industria culturale e creativa, che promuovono nel mondo eccellenza e unicità dello stile italiano.

È una successione in salsa nordestina, considerato che l'imprenditore del gruppo trentino subentra ad Andrea Illy (che appare ora lanciato verso la presidenza di Confindustria), di cui è stato il vice negli ultimi due mandati. Confermati come vicepresidenti Claudio Luti (Kartell) per il design, Lamberto Tacoli (Perini Navi) per la nautica e Paolo Zegna (Ermenegildo Zegna) per la

IL 'PESO' DI ALTAGAMMA

All'interno di un segmento di mercato in costante crescita di consumi in tutto il Mondo, le imprese **Altagama** giocano un ruolo da protagonista.

Totale dei consumi mondiali di **alta gamma**: **1.268 MLD di Euro**
 Quota di mercato complessiva dei brand italiani: **10%**



moda. L'alto di gamma italiano è un'industria di 115 miliardi di euro in Italia e fornisce un contributo al Pil del 6,85%. Vanta una quota export del 53% e coinvolge una forza lavoro di 402 mila addetti. A livello di percepito, con l'80% il nostro Paese è in testa a tutte le classifiche di preferenza come Paese di provenienza dei prodotti di alta qualità (eccetto che nelle automobili e negli orologi, dove primeggiano Germania e Svizzera). Un patrimonio del Paese, che Lunelli si propone di aiutare a sviluppare all'insegna della continuità con la stagione di Illy, ma prendendo atto che il mercato sta cambiando. «Fra

tre o quattro anni la metà dei consumatori del lusso sarà asiatica e la crescita sarà quasi totalmente generata da Millennial e Gen Z, che stanno ridisegnando l'industria con la loro sensibilità verso approcci sostenibili, inclusivi, autentici», ha sottolineato Lunelli, che guida un gruppo di eccellenze del bere italiano, come l'acqua minerale Surgiva, la grappa Segnana e il Prosecco Superiore di Valdobbiadene Bisol. «Quella nella quale operiamo è un'economia sempre più immateriale, un contesto nel quale l'Italia può giocare un ruolo da protagonista legato ai valori che esprimono i suoi prodotti, che sono poi i valori dei territori da cui arrivano» ha aggiun-

to l'imprenditore. Per poi garantire che verrà dunque ampliato il network di relazioni nei principali mercati. Dopo Olanda e Cina, proseguirà il progetto **Altagama Club** che riunisce nei diversi Paesi i manager delle aziende associate con l'obiettivo di identificare progetti congiunti e opportunità di narrazione dello stile di vita italiano. La fondazione offrirà opportunità di scambio di best practice nell'ambito dei modelli di business sostenibili dal punto di vista sociale, ambientale e di governance. Inoltre prosegue la collaborazione con la Sda Bocconi per il master in Fashion, Experience & Design Management.—

@ESPRESSO/IZIONE/REUTERS/ATA



LA SUCCESSIONE DI ILLY

Anche l'eccellenza del Made in Italy si adegua ai tempi e si fa più green

Il manifesto di Matteo Lunelli, neo-presidente di Altodigamma «Clientela asiatica e millenials i principali acquirenti del lusso»

Luigi Dell'Olio

MILANO. «Opereremo come acceleratore del made in Italy alto di gamma puntando su tre linee guida: internazionalità, con la creazione di una rete a sostegno delle imprese che guardano ai mercati globali; sostenibilità, per intercettare la domanda emergente tra i giovani consumatori; contemporaneità perché se è vero che i prodotti italiani sono amati in tutto il mondo per i valori della tradizione che esprimono, va anche considerato che devono evolvere per stare al passo con i tempi». Matteo Lunelli, presidente e ceo di Cantine Ferrari, ha presentato con queste parole il suo manifesto da neo-presidente di Altogamma, fondazione che riunisce 110 imprese della Penisola appartenenti a sette settori

dell'alta industria culturale e creativa, che promuovono nel mondo eccellenza e unicità dello stile italiano.

È una successione in salsa nordestina, considerato che l'imprenditore del gruppo trentino subentra ad Andrea Illy (che appare ora lanciato verso la presidenza di Confindustria), di cui è stato il vice negli ultimi due mandati. Confermati come vicepresidenti Claudio Luti (Kartell) per il design, Lamberto Tacoli (Perini Navi) per la nautica e Paolo Zegna (Ermenegildo Zegna) per la moda.

L'alto di gamma italiano è un'industria di 115 miliardi di euro in Italia e fornisce un contributo al Pil del 6,85%. Vanta una quota export del 53% e coinvolge una forza lavoro di 402 mila addetti. A livello di percepito, con l'80% il nostro Paese è in testa a tutte le classi-

fiche di preferenza come Paese di provenienza dei prodotti di alta qualità (eccetto che nelle automobili e negli orologi, dove primeggiano Germania e Svizzera).

Un patrimonio del Paese, che Lunelli si propone di aiutare a sviluppare all'insegna della continuità con la stagione di Illy, ma prendendo atto che il mercato sta cambiando. «Fra tre o quattro anni la metà dei consumatori del lusso sarà asiatica e la crescita sarà quasi totalmente generata da Millennial e Gen Z, che stanno ridisegnando l'industria con la loro sensibilità verso approcci sostenibili, inclusivi, autentici», ha sottolineato Lunelli, che guida un gruppo di eccellenze del bere italiano, come l'acqua minerale Surgiva, la grappa Segnana e il Prosecco Superiore di Valdobbiadene Bisol. «Quella nella quale operiamo

e un economia sempre più immateriale, un contesto nel quale l'Italia può giocare un ruolo da protagonista legato ai valori che esprimono i suoi prodotti, che sono poi i valori dei territori da cui arrivano» ha aggiunto l'imprenditore. Per poi garantire che verrà dunque ampliato il network di relazioni nei principali mercati. Dopo Olanda e Cina, proseguirà il progetto Altogamma Club che riunisce nei diversi Paesi i manager delle aziende associate con l'obiettivo di identificare progetti congiunti e opportunità di narrazione dello stile di vita italiano. La fondazione offrirà opportunità di scambio di best practice nell'ambito dei modelli di business sostenibili dal punto di vista sociale, ambientale e di governance.

Inoltre prosegue la collaborazione con la Sda Bocconi per il master in Fashion, Experience & Design Management. —

© RIPRODUZIONE RISERVATA

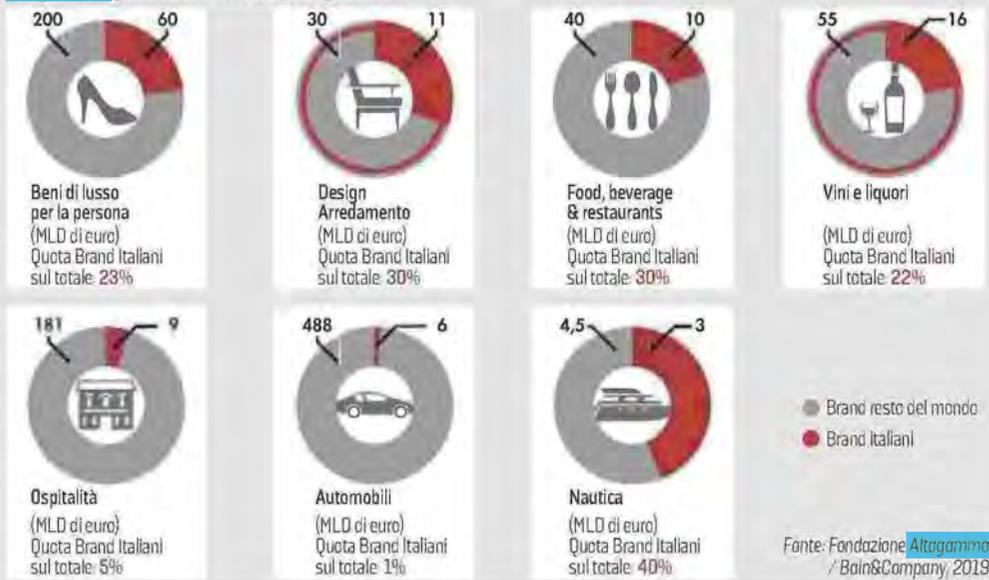


MATTEO LUNELLI
PRESIDENTE E CEO DI CANTINE FERRARI
E NEO-PRESIDENTE DI **ALTAGAMMA**

IL 'PESO' DI ALTAGAMMA

All'interno di un segmento di mercato in costante crescita di consumi in tutto il Mondo, le imprese Altagama giocano un ruolo da protagonista.

Totale dei consumi mondiali di alta gamma: **1.268 MLD di Euro**
Quota di mercato complessiva dei brand italiani: **10%**



Il lusso brilla, parla le lingue d'oriente e firma contratti

MILANO - «Nonostante un contesto macroeconomico d'incertezza e volatilità e prospettive generali di stallo, dopo tre anni di crescita, il mercato mondiale del lusso cresce nel 2019 (+7%, +4% a cambi costanti) con prospettive di crescita tra il 3% e il 5% al 2025 (Bain Luxury Study)». I dati sono stati forniti da Matteo Lunelli, presidente e ceo di Cantine Ferrari, nominato presidente per il 2020-2022 della Fondazione **Altagamma**, che riunisce 110 marchi italiani del lusso.

«Il comparto in Italia - ha aggiunto Lunelli presentando le linee strategiche del suo mandato - vale 115 miliardi di euro (9% del totale mondiale, dati Cresv-Bocconi), pari al 6,85% del Pil tra contributo diretto, indiretto e indotto, per un totale di 400.000 addetti. Il contesto però sta cambiando profondamente, con un consumatore che ha caratteristiche precise: sempre

più globale, giovane e asiatico. La sfida viene dunque da nuovi mercati, più attenti alla sostenibilità, sia per quanto riguarda l'ambiente, che gli aspetti sociali e di governance. Si tratta di consumatori sempre più influenzati dal digitale (ora al 70%, che diventerà 100% nel 2025), anche se non acquistano esclusivamente on-line.

Nel 2025 circa la metà del mercato del lusso sarà in Asia e il 70% della spesa di consumatori asiatici, con una quota superiore al 50% del mercato del lusso in mano alle cosiddette generazioni Y e Z (rispettivamente millennial e i giovani nati dalla fine degli Anni Novanta al 2010), che costituiranno il 130% della crescita del periodo 2018-2025».

Va detto che alla crescita si accompagna anche l'incremento di occupazione, per lo meno sul lungo termine. Per il lusso italiano nel 2024 mancheranno 236.00 pro-

fili richiesti dalle imprese e non disponibili. Il dato è stato evidenziato da Matteo Lunelli.

Un dato che emerge da un'analisi effettuata in collaborazione con Unioncamere. «Chi sa costruire know-how trova lavoro - ha aggiunto - ma serve superare una serie di preconcetti, per i quali la maggioranza degli studenti sceglie il liceo. Il saper fare è unico e alcune figure possono guadagnare più di un grande manager».

«Restano invariate la mission di **Altagamma** - ha sottolineato - nel volere contribuire alla crescita e alla competitività delle imprese dell'industria creativa e culturale italiana e del Sistema Italia nel suo complesso, così come la vision, nel farsi ambasciatore dello stile di vita italiano nel mondo». Tra i pilastri strategici ha indicato lo sviluppo dei mercati internazionali.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



SUCCEDE AD ANDREA ILLY

Fondazione Altagamma Lunelli alla presidenza

MILANO. Matteo Lunelli nuovo presidente di fondazione Altagamma. L'assemblea dei soci della fondazione ha approvato il nuovo cda della società per il triennio 2020-2022. Lunelli - presidente e ceo di Cantine Ferrari - succede ad Andrea Illy (presidente di Illycaffè) che nel suo mandato ha portato i soci da 76 a 110. «Il made in Italy continua a avere uno straordinario potere evocativo», ha detto Lunelli, ma «gli

scenari macroeconomici richiederanno alle aziende Altagamma di saper intercettare un nuovo consumatore». «Internazionalità, sostenibilità e contemporaneità sono i tre pilastri strategici che ispireranno le nostre attività nei prossimi tre anni». La mission di Altagamma resta «contribuire alla crescita e competitività delle imprese dell'industria creativa culturale italiana e, indirettamente, del Sistema Italia». —



ONLINE

Questo sito utilizza cookie tecnici e di profilazione propri e di terze parti per le sue funzionalità e per inviarti pubblicità e servizi in linea con le tue preferenze. Se vuoi saperne di più o negare il consenso a tutti o ad alcuni cookie [clicca qui](#). Chiudendo questo banner, scorrendo questa pagina o cliccando qualunque suo elemento acconsenti all'uso dei cookie.

Accetto

L'Economia

RISPARMI, MERCATI, IMPRESE

Abbonati a 1€ al mese

LOGIN

FINANZA BORSA E FONDI RISPARMIO TASSE CONSUMI CASA LAVORO PENSIONI IMPRESE OPINIONI EVENTI INNOVAZIONE

■ Manovra ■ Casa, mutui e affitti ■ Ilva

15:16 Borsa: Milano annulla i guadagni e gira in rosso (-0,3%) con le banche

15:15 Exprivia: cda Italtel convoca assemblea dopo capitale sotto limiti legali

15:10 Ex Ilva: Conte, nostro piano industriale solido, molti meno esuberanti

15:00 *** Pil: Bankitalia alza a +0,2% stima 2019, taglia a +0,5% quella sul



INTERVISTA



«Collaborare per competere, in tempi di dazi e brexit. E presto un Club **Altagamma** a New York»

di **Enrica Roddolo** | 13 dic 2019

«**L**a Brexit dopo il voto di Londra? Personalmente mi riempie di tristezza, ho vissuto nella Londra degli anni Duemila, città globale e aperta. Quel che è certo **Altagamma** non rinuncerà continuare il dialogo con questo mercato fondamentale per il made in Italy di alto di gamma. E quindi a continuare il dialogo con Walpole per esempio (l'associazione simile ad **Altagamma**, Oltremanica)». Matteo Lunelli, presidente e amministratore delegato di Cantine Ferrari, da oggi neo presidente di **Altagamma**, «110 aziende che presidiano ciascuna nel suo comparto di competenza, dalla moda al food, l'alto di gamma della produzione italiana», dice a *L'Economia* di non temere l'effetto Brexit.

Questo vuol dire che magari per il lusso italiano la Brexit potrebbe essere anche un'opportunità? Come ha detto a L'Economia il

IMMOBILI E INVESTIMENTI

Comprare casa per investire, ecco perché oggi conviene (più del Btp). Gli esempi

LA MANOVRA

Ecobonus o sisma bonus: stop dal 2020 allo sconto in fattura per i lavori

TASSE SULLA CASA

Imu-Tasi saldo il 16 dicembre, dalla rendita ai codici 7 mosse per non sbagliare

IMMOBILI

Surroga mutuo, tre esempi per cambiare e risparmiare

CORRIERE TV



Regole, funzionamento e obiettivi: quello che c'è da sapere sul Consiglio europeo

presidente di Montenapoleone district, Guglielmo Miani?

«Per Milano forse sì, se headquarters di multinazionali e banker della City migrano dal Tamigi altrove, può darsi che Milano che oggi ha già saldamente conquistato la posizione di città trendy che funziona, abbia la possibilità di aumentare ulteriormente la sua attrattività anche verso quei consumatori di lusso che prima facevano rotta su Londra. Ma nel complesso vedo che per colpa della Brexit il mercato su Londra, e penso al settore dei vini, è piuttosto flat. Ragione in più per lavorare intensamente forti di una consapevolezza: non vendiamo nel mondo vini, abiti o auto ma una way of life italiana. La parola d'ordine - come ho detto ai soci al momento della mia elezione per il triennio dal 2020 al 2022 è ProudofItalia, essere orgogliosi di essere italiani, di esprimere al suo meglio l'italianità. E decisi a mettere a sistema, a contaminare positivamente i vari mondi dell'alto di gamma. Chi fino a ieri avrebbe immaginato per esempio l'eccellente contaminazione di Moda e food che abbiamo visto che Parda che ha acquisito marchesi o altri esempi? A proposito Prada come Campari sono anche gli ultimi nuovi innesti nel mondo **Altagamma**».

A proposito del mondo, oltre alla Brexit ci sono i dazi.

«Il commercio mondiale viaggia al rallentatore rispetto alla crescita dell'economia mondiale. Indizio del crescente protezionismo. E'altra personale convinzione che prendo a prestito dalla commissaria europea per il commercio, Cecilia Malmström: «Non c'è protezione nel protezionismo», insomma i dazi non portano da nessuna parte. Eppure proprio stamane il nostro importatore negli Usa che oggi per il nostro mercato sono fondamentali, era preoccupato dei dazi che potrebbero raggiungere anche livelli del cento per cento».

Anche perché guardare a un orizzonte futuro di crescita per l'alto di gamma italiano vuol dire guardare e pensare globale.

«Intanto se ieri funzionava il glocal, multinazionali che nei singoli Paesi cercavano di calarsi con una veste locale, oggi funziona il locale che guarda lontano. Dunque ogni azienda di eccellenti qualità, italiana, ha l'opportunità di pensare globale perché c'è voglia di storytelling della nostra italianità nel mondo».

E quali sono i piani al 2022?

«Intanto, di continuare a dialogare a livello istituzionale con ministero degli Esteri con cui abbiamo per esempio firmato il protocollo per tenere a battesimo gli **Altagamma** Club oggi ad Amsterdam e Shanghai».

Prossimi sviluppi?

«Apriremo un **Altagamma** Club, un avamposto dell'eccellenza espressa dalle 110 realtà socie **Altagamma**, anche a New York nei prossimi mesi, e continueremo il percorso di aperture decise ad ampliare il raggio d'azione all'estero. Poi vogliamo continuare a collaborare con Mise con cui abbiamo lavorato al progetto di promozione Panorama in Cina a Shanghai e a New York alla Central Station, ed Ice che ci affianca nel progetto Next Design (summit sul futuro dello stile italiano). Ma anche con il ministero dell'istruzione per cercare una risposta al problema delle aziende di alto di gamma che faticano a trovare addetti preparati e dall'altro lato alla disoccupazione giovanile».

**Coding nelle scuole, con Accenture l'educazione informatica entra in classe**

di Alice Scaglioni

CORRIERE TV

Alessandro Benetton e Cristiana Capotondi: «Ecco il ruolo delle donne nel business dello sport»**Capasa: «A marzo la prima mappa delle retribuzioni nel mondo della moda»**

di Enrica Roddolo

**Barry Callebaut, ecco l'Academy per i sommelier del cacao**

di Matteo Muzio

Cina, più un'opportunità o un rischio con la variabile Hong Kong?
Il dg di **Altgamma**, Stefania Lazzaroni commentando i dati del report di Bain, aveva evidenziato come «il mercato dello shopping di lusso sarà sempre più cinese: la Cina resta il mercato che traina la crescita (+30% a valori correnti; +26% a costanti), seguita dal resto dell'Asia (+9% a correnti; +6% a costanti) e dal Giappone (+11% a correnti; +4% a costanti). Aggiungendo che il lusso, il lifestyle soprattutto europeo si conferma il vero soft power che l'Italia può esportare con successo».

«Il nuovo consumatore di lusso, non c'è dubbio sarà sempre più globale e sempre più asiatico. E, in fondo, la variabile Hong Kong per quanto penalizzi i risultati dell'industria del lusso non sposterà questa evoluzione».

Quali altre priorità sul tavolo per il triennio del suo mandato?

«Il tema della proprietà intellettuale è centrale, poi c'è quello della sostenibilità un tema valoriale indispensabile per parlare ai nuovi consumatori di lusso che sono come ha evidenziato il nostro rapporto con Bain mediamente più giovani. Quindi c'è anche il tema digital sul quale ci concentreremo. E lo faremo tutti assieme perché mercati globali richiedono energie rinforzate: è quello che io chiamo collaborare per competere. Certo siamo aziende spesso in competizione tra loro ma come **Altgamma** abbiamo l'opportunità di lavorare unite per il meglio della produzione made in Italy».

Con la nuova presidenza debutta anche la nuova governance.

«Una governance che affida a diversi vicepresidenti di presidiare tanti aspetti del nostro essere imprese alto di gamma: da Sabina Belli di Pomellato alla vice presidenza per i gioielli, a Claudio Luti di Kartell per il Design fino a Dario Rinero di Poltrona Frau come vicepresidente per l'Internazionalizzazione e Paolo Zegna per la Moda o Laudomia Pucci per il Capitale Umano. E su questo fronte dovremo infatti molto lavorare. Perché non è un caso e fa riflettere che 30 del centinaio di aziende **Altgamma** si sia dovuta dotare di una scuola di formazione interna».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Le 10 compagnie che negano (quasi sempre) i risarcimenti ai clienti

di Francesco Tortora



Primo volo in Canada per l'aereo civile completamente elettrico (a zero emissioni)

di Francesco Tortora



Nutella biscuits, è boom e l'impianto passa a ciclo continuo

di Redazione Online



Da Parigi a Milano, ecco le città dove le case costeranno di più

TI POTREBBERO INTERESSARE

Raccomandato da **Outbrain**



Richiedi Carta Oro American Express: per te, quota gratis il 1°...
[\(AMERICAN EXPRESS GOLD\)](#)



4.000€ di ecoincentivo Mercedes-Benz su tutta la gamma, fino al...
[\(MERCEDES-BENZ\)](#)



Con Fun Factor puoi vincere i live di XF13 e Nuova Opel Corsa...
[\(GIOCA CON OPEL E XF13.\)](#)





ITALIA Come funziona PagoPA, la piattaforma per pagare dal 2020 il bollo auto



LA VIDEO-ANIMAZIONE Brexit, tutti i danni del no-deal sulle economie europee (e l'Italia)



IL MILANESE IMBRUTTITO L'economia spiegata dal Nano: il debito pubblico

13 dicembre 2019

Matteo Lunelli
Andrea Illy
Frescobaldi
Italia
Cantine Ferrari Trento

Salva
Commenta

f t in ...

SERVIZIO | PRODUZIONI DI ECCELLENZA

Lunelli alla guida di Altagamma: «Più made in Italy contro il rischio dazi»

Via alla nuova governance 2020-2022 di Vincenzo Chierchia



3' di lettura

Debutto ufficiale di **Matteo Lunelli** alla guida di **Altagamma** per il triennio 2020-2022. Lunelli è un imprenditore nel settore del vino, presidente e ad di **Cantine Ferrari Trento**, cui fanno capo anche aziende vinicole in Veneto, Toscana e Umbria, oltre all'acqua minerale **Surgiva** e al polo gastronomico **Locanda Margon**. Lunelli, già vicepresidente, succede ad **Andrea Illy**, presidente di **illycaffè**.

Il mercato di **Altagamma**



Lunelli ha ricordato che **Altagamma**, costituita all'inizio degli anni 90, oggi conta 110 soci ovvero rappresenta le principali aziende del lusso (alto di gamma) in Italia (di recente sono entrate Prada e

Il meglio di 24+

- ISTRUZIONE**
Liceo classico o scientifico? Cinque domande e risposte per fare la scelta giusta
- LOTTA ALL'EVASIONE**
Partite Iva e flat tax nel mirino del fisco. Tutti i nuovi controlli
- MOBILITÀ SOSTENIBILE**
Benzina e diesel addio: così il Nord Europa viaggerà solo in auto elettrica
- PORTAFOGLIO D'INVESTIMENTI**
Perché le Borse sono ai massimi ma i risparmiatori non investono?
- BUSSOLE**
Come funziona PagoPA, la piattaforma su cui pagare tasse locali e bollo auto

Frescobaldi). Il mercato mondiale del lusso è stimato in 1.300 miliardi di euro. L'alto di gamma italiano vale circa 115 miliardo con un contributo del 6,9% sul Pil. La quota di export è del 53% mentre gli occupati sono oltre 402mila.

La strategia

Il piano strategico [Altagamma](#)

VISUALIZZA

Il nuovo presidente ha tracciato le linee guida della Fondazione per i prossimi tre anni puntando subito riflettori sul rallentamento del commercio mondiale («cresce meno del Pil»), sull'effetto a catena del rischio dazi (con particolare riguardo per gli Usa) e sui timori per la Brexit.

Rischio dazi e made in Italy

«Perseguiamo i temi dell'internazionalità, ossia daremo supporto alle nostre imprese nella sfida dell'internazionalizzazione - ha detto Lunelli -. Punteremo inoltre alla sostenibilità, proponendoci di produrre una carta dei valori dell'associazione che tenga conto non soltanto del rispetto dell'ambiente, ma sia una sostenibilità allargata all'economia e al sociale. Infine il nostro focus sarà la contemporaneità, per tenere conto delle nuove tendenze e del digitale».

La squadra di Lunelli

Lunelli ha presentato la squadra dei vicepresidenti che opererà per aree tematiche: **Claudio Luti** (Kartell e Salone mobile Milano) per il Design; **Lamberto Tacoli** (Perini Navi) per la Nautica; **Paolo Zegna** (Zegna) per la Moda; **Sabina Belli** (Pomellato) per la Gioielleria; **Stefano Domenicali** (Lamborghini) per l'Automotive, **Giovanni Geddes Filicaja** (Frescobaldi) per l'Alimentare; **Aldo Melpignano** (San Domenico Hotels/Borgo Egnazia) per l'Ospitalità; **Dario Rinero** (Poltrona Frau) per l'internazionalizzazione; **Laudomia Pucci** (Emilio Pucci) per Talenti e capitale umano. Completano il gruppo i past president **Andrea Illy**, **Santo Versace** e **Leonardo Ferragamo**. I consiglieri di amministrazione sono poi una ventina.

I timori per la Brexit

«Ho vissuto a Londra e per me la Brexit è un enorme peccato: sentivo la città come fortemente europea e penso sia un passo indietro, una capitale che sarebbe potuta essere parte della forza europea nell'evitare la marginalizzazione nella guerra tra Cina e Usa sui dazi» ha detto Lunelli. «Il popolo britannico si è espresso in modo chiaro e il voto avvicina la Brexit - ha aggiunto - e in ogni caso noi di [Altagamma](#)

I più letti di Economia

1. **FRODI SUL WEB**
Rc auto, ecco i 12 siti truffa che vendono assicurazioni false
2. **FERRERO**
Nutella, l'origine delle nocchie e la (quasi) fine della passione di Salvini

intendiamo proseguire il dialogo con l'alto di gamma inglese».

Le prossime mosse

«Siamo molto ottimisti sul futuro dell'alto di gamma - ha affermato Lunelli - perché l'Italia e il made in Italy possono avere un vantaggio competitivo per il valore dei marchi italiani e lo stile di vita che tutto il mondo ci invidia». Il contesto macroeconomico di **incertezza**, che non impedisce la crescita del settore, e un futuro con nuovi consumatori, attenti alla sostenibilità e influenzati dal digitale, sono tra i temi toccati nel tracciare le linee guida del 2020-2022. «Siamo parte di un network europeo - ha sottolineato **Stefania Lazzaroni**, direttore generale **Altagamma** - che lavora con l'obiettivo di agire come sostegno ai marchi, in un mercato, quello europeo del lusso, che è il più grande al mondo».



Riproduzione riservata ©

[Matteo Lunelli](#) [Andrea Illy](#) [Frescobaldi](#) [Italia](#) [Cantine Ferrari Trento](#)

Vincenzo Chierchia

caposervizio



Luogo: Milano

Lingue parlate: italiano, inglese, francese

Argomenti: Economia, industria, turismo, alimentare, cultura

[Biografia](#) [Ultimi articoli](#) [@vincechierchia](#) [LinkedIn](#) [Email](#)



PER SAPERNE DI PIÙ

loading...

3. ACCIAIO IN CRISI

Ilva, il Tribunale di Taranto ordina la chiusura dell'altoforno 2

4. INVENTARSI IMPRENDITORI

«Così ho battuto la crisi inventando la caffettiera rovesciata low cost»

5. IPOTESI A CONFRONTO

Ex Ilva, il piano pubblico costerà almeno 1 miliardo. E i dipendenti che fine faranno?

Brand connect

Loading...



Newsletter

Notizie e approfondimenti sugli avvenimenti politici, economici e finanziari.

ISCRIVITI

Video

BEAUTY

Beauty's Found Generation X

BUSINESS

Brokering the Future at ICSC New York Dealmaking

BUSINESS

Jacopo Venturini Said to Join Valentino

SPONSORED
Beauty Evolved



FASHION / DESIGNER AND LUXURY

Altagamma Introduces New President

Cantine Ferrari's Matteo Lunelli succeeds Andrea Illy at the head of the Italian luxury goods association, which presented its 2020-22 plans on Friday.

By **Luisa Zargani** on December 13, 2019



Matteo Lunelli courtesy image

MILAN — Altagamma on Friday presented its 2020 to 2022 plans and approved the appointment of its new president, Matteo Lunelli. He serves as president and chief executive officer of sparkling wine firm Cantine Ferrari and was previously vice president of Fondazione Altagamma. He succeeds Andrea Illy, who during his tenure, brought the number of partners to 110 from 76.

Among the leadership roles, **Sabina Belli**, **ceo of Pomellato**, was nominated vice president for jewelry, and **Laudomia Pucci**, vice president and image director of Emilio Pucci, was appointed vice president for talents and human capital. This emphasizes Altagamma's focus on supporting Italian craftsmanship and production, noted Lunelli, who said 236,000 talents will be missing in five years without taking action to rectify this situation.

Lunelli said the mission of Altagamma remains that of "contributing to the growth and competitiveness of the Italian creative and cultural industry, and, indirectly, the country."

ADVERTISEMENT

ESSENTIALIST

— TODAY'S MUST READ —



LATEST GALLERIES

In light of the changing macroeconomic scenarios, he urged Altagamma companies to “intercept the new consumer, who will be more Asian, young, digital and attentive to values such as sustainability.” For this reason, he identified being international, sustainable and contemporary as three strategic pillars to inspire the association’s activities in the next three years.

Both Lunelli and Illy, a leader in the coffee industry, hail from the food industry. “It was not a conscious choice to select someone from food rather than fashion. Actually, I would say I was chosen despite the fact that I come from food,” he said to a round of chuckles. “It’s a sign of how Altagamma has always focused on sectors across the board.” He noted that the food industry has “increased its dialogue with fashion and design,” citing the fashion industry’s acquisition of pastry stores or restaurants and association with famed chefs. Examples include Prada’s purchase of Marchesi or Gucci’s link with chef Massimo Bottura and his restaurant at the Gucci Garden in Florence.

Lunelli was happy to note that Prada has joined Altagamma and that chairman Carlo Mazzi was nominated as councilor of the board, with the likes of Gucci’s Marco Bizzarri, Fendi’s Serge Brunschwig and Loro Piana’s Fabio d’Angelantonio, to name a few. Former deputy chairman Armando Branchini was named honorary secretary general.



Screening of "American Woman" 2019



COLLECTIONS



HOME | CHI SONO | ARCHIVIO | CATEGORIE | Q

Lunelli al vertice di **Altagamma**: “ecco chi saranno i nuovi consumatori”

13 dicembre 2019 | Fernanda Roggero | Senza categoria



Asiatico, giovane, digitale. Attento a sostenibilità e approcci inclusivi. È questo l'identikit del futuro (neanche troppo) cliente-tipo del made in Italy secondo Matteo Lunelli, appena nominato presidente della Fondazione **Altagamma**. Lunelli (presidente e ceo di Cantine Ferrari) sostituisce alla guida della Fondazione nata nel 1992 per riunire le imprese dell'alta industria culturale e creativa italiana Andrea Illy (presidente di illycaffè) che nel corso del suo mandato ha fatto salire i soci da 76 a 110.

“Il Made in Italy – ha dichiarato Lunelli – continua ad avere uno straordinario potere evocativo legato ai nostri territori, al nostro saper fare e al nostro stile di vita. Tuttavia, gli scenari macroeconomici richiederanno alle aziende **Altagamma** di saper intercettare un nuovo consumatore, che sarà sempre più asiatico, giovane, digitale e attento ai valori di cui la marca è ambasciatrice. Internazionalità, sostenibilità e contemporaneità sono dunque i tre pilastri strategici che ispireranno le nostre attività nei prossimi tre anni”.

Nel 2023 un consumatore su due del lusso sarà asiatico e la crescita sarà quasi totalmente guidata da Millennial e Generazione Z.

ARCHIVIO POST

POST RECENTI

13 dicembre 2019
Lunelli al vertice di **Altagamma**: "ecco chi saranno i nuovi consumatori"

13 dicembre 2019
Tartufo tutto l'anno (se la lamella è liofilizzata)

11 dicembre 2019
Il tartufo non vi basta mai? Adesso potete anche berlo...

SEGUI ANCHE SU

TWITTER
@roggfer

RSS
Segui

COMMENTI RECENTI

L'investimento in Masi Agricola è a lungo termine proprio adatto alla materia t...

Pino Cuttaia è un grande e, come tale, ha scelto di svolgere un tema di grand...

Sicilia uguale cassata un dolce senza eguali

I NOSTRI BLOG

OLTRE I CONFINI
- di Riccardo Sorrentino



Sei in: [Home page](#) > [Notizie](#) > [Finanza](#)

ALTAGAMMA: LUNELLI DI CANTINE FERRARI E' IL NUOVO PRESIDENTE FINO AL 2022



Le linee: internazionalita', sostenibilita' e contemporaneita' (Il Sole 24 Ore Radiocor Plus) - Milano, 13 dic - Matteo Lunelli, presidente e ad di Cantine Ferrari, e' stato nominato presidente di Fondazione [Altagamma](#) per il triennio 2020-2022. Lunelli, che era gia' vicepresidente, succede ad Andrea Illy, presidente di illycaffe', che nel corso del suo mandato ha portato i soci della Fondazione da 76 a 110. 'E' un grande onore iniziare questo mandato tanto ambizioso', ha dichiarato Lunelli, ricordando che 'rappresenta 110 aziende dell'alto di gamma che tutte assieme vantano oltre 9mila anni di storia, facendo la somma delle tradizioni di tutti i marchi'. Il nuovo presidente ha tracciato le linee guida della Fondazione per i prossimi tre anni. 'Perseguiamo i temi dell'internazionalita', ossia daremo supporto alle nostre imprese nella sfida dell'internazionalizzazione. Punteremo inoltre alla sostenibilita', proponendoci di produrre una carta dei valori dell'associazione che tenga conto non soltanto del rispetto dell'ambiente, ma sia una sostenibilita' allargata all'economia e al sociale. Infine il nostro focus sara' la contemporaneita', per tenere conto delle nuove tendenze e del digitale'. Lunelli ha presentato la squadra che sara' al suo fianco, con le conferme di Claudio Luti (presidente, Kartell) come vice presidente del Design, Lamberto Tacoli (presidente e ceo, Perini Navi) come vice presidente per la Nautica e Paolo Zegna (presidente, Ermenegildo Zegna) nominato vice presidente per la Moda. Entreranno inoltre come vicepresidenti Sabina Belli (ceo, Pomellato) responsabile per la Gioielleria, Stefano Domenicali (presidente e ceo, Lamborghini) a capo dell'Automotive, Giovanni Geddes da Filicaja (ceo, gruppo Frescobaldi) vice presidente per l'Alimentare e Aldo Melpignano (managing director, San Domenico Hotels) vice presidente per l'area Ospitalita'. Vengono introdotte inoltre due vice presidenze trasversali: una per l'Internazionalizzazione, affidata a Dario Rinero (ceo, Gruppo Poltrona Frau) e una per i Talenti e il Capitale Umano, affidata a Laudomia Pucci (vice presidente e image director, Emilio Pucci).

emi-

(RADIOCOR) 13-12-19 13:27:18 (0283) 5 NNNN

TAG

ITALIA

EUROPA

ORGANI SOCIETARI

NOMINE

FINANZA

CONSIGLIO AMMINISTRAZIONE O GESTIONE

ITA

Condividi con:





Tgcom24

Altgamma presenta la nuova Governance 2020-2023



13 DICEMBRE 2019 19:55

Altgamma presenta la nuova Governance 2020-2023

di Tiziana Sapienza



LEGGI DOPO

MF ONLINE

Matteo Lunelli debutta in Altagamma

Il numero uno di Cantine Ferrari, eletto alla guida dell'associazione che rappresenta l'eccellenza Made in Italy, ha illustrato gli obiettivi del piano triennale e la sua nuova squadra

di Fabio Gibellino

Mif - Numero 247 pag. 3 del 14/12/2019

 tempo di lettura

 / MF Online / Matteo Lunelli debutta in Altagamma





Matteo Lunelli (credit Lucio Gelsi)

Dopo due mandati di vicepresidenza, **Matteo Lunelli**, presidente e amministratore delegato di **Cantine Ferrari**, è il nuovo presidente di **Fondazione Altagamma** in successione ad **Andrea Illy**, che ora avrà la carica di past president.

Nel nuovo organigramma,

oltre ai riconfermati vicepresidenti **Claudio Luti (Kartell)** per il design, **Lamberto Tacoli (Perini Navi)** per la nautica e **Paolo Zegna (Ermenegildo Zegna)** per la moda, hanno fatto il loro debutto **Sabina Belli (Pomellato)** per la gioielleria, **Stefano Domenicali (Lamborghini)** per l'automotive, **Giovanni Geddes da Filicaja (Frescobaldi)** per l'alimentare e **Aldo Melpignano (San Domenico Hotels)** per l'ospitalità.

Cariche che hanno visto, e qui c'è la vera novità, le due nuove vicepresidenze, dette trasversali, che portano il nome di **Dario Rinero (Poltrona Frau)** per l'internazionalizzazione e **Laudomia Pucci (Emilio Pucci)** per i talenti/capitale umano. Per quanto riguarda gli obiettivi, Matteo Lunelli, fotografando un contesto economico «Fatto di incertezza e volatilità ma che continua a crescere», ha illustrato un percorso «Che aiuti le aziende a intercettare il nuovo consumatore, che sarà asiatico, giovane, digitale, e attento ai valori della marca».

Progettualità che non può fare a meno di tre mantra programmatici quali internazionalità, sostenibilità e contemporaneità. Dove nel primo caso, e dopo le aperture degli Altagamma club a Shanghai e Amsterdam, nel 2020 sarà la volta di New York. Guardando alla sostenibilità invece, l'obiettivo di punta è la redazione di una carta dei valori e accompagnare lo sviluppo digitale degli associati. Non per ultima la questione dei talenti del fare, considerando che, secondo le proiezioni, nel 2024 mancheranno 236 mila addetti. (riproduzione riservata)

NEWS CORRELATE

[vedi tutte >](#)

Matteo Lunelli debutta in Altagamma

Ferrari, Goldman Sachs si aspetta un upgrade dei target 2020 e 2022

Altagamma si rafforza in Cina

Zegna svela la survey «What does it mean to be a man today?»

Ferrari presenta la nuova Roma

LE PIÙ LETTE

FtseMib future: spunti operativi per lunedì 16 dicembre

L'accordo Usa-Cina non è stato firmato. Asia in rosso

Governo approva decreto salva Pop Bari, nascerà la Banca del Sud

Il salvataggio della Popolare di Bari non pesa sullo spread e su Milano

Borse Ue, atteso avvio positivo dopo la tregua sui dazi. Focus sugli indici pmi

SPECIALI

ACCEDI O REGISTRATI | RICERCA AVANZATA


[ABBONATI SUBITO](#)
[HOME](#) [LIVESTAGE](#) [BACKSTAGE](#) [FINANZA](#) [ENGLISH](#) [THE NEXT](#) [COLLEZIONI](#) [TV MODA](#)

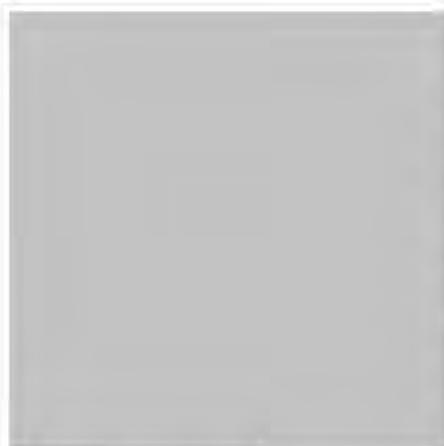
Matteo Lunelli debutta in **Altagamma**

Il numero uno di Cantine Ferrari, eletto alla guida dell'associazione che rappresenta l'eccellenza Made in Italy, ha illustrato gli obiettivi del piano triennale e la sua nuova squadra

di Fabio Gibellino

Mff - Numero 247 pag. 2 del 14/12/2019

[Home](#) » [Lifestyle](#) » Matteo Lunelli debutta in **Altagamma**

 Condividi: [Facebook](#) [Twitter](#) [LinkedIn](#) [Email](#)


Matteo Lunelli (credit Lucio Gelsi)

Dopo due mandati di vicepresidenza, **Matteo Lunelli**, presidente e amministratore delegato di **Cantine Ferrari**, è il nuovo presidente di **Fondazione Altagamma** in successione ad **Andrea Illy**, che ora avrà la carica di past president.

Nel nuovo organigramma, oltre ai riconfermati vicepresidenti **Claudio Luti (Kartell)** per il design, **Lamberto Tacoli (Perini Navi)** per la nautica e **Paolo**

Zegna (Ermenegildo Zegna) per la moda, hanno fatto il loro debutto **Sabina Belli (Pomellato)** per la gioielleria, **Stefano Domenicali (Lamborghini)** per l'automotive, **Giovanni Geddes da Filicaja (Frescobaldi)** per l'alimentare e **Aldo Melpignano (San Domenico Hotels)** per l'ospitalità.

Cariche che hanno visto, e qui c'è la vera novità, le due nuove vicepresidenze, dette trasversali, che portano il nome di **Dario Rinero (Poltrona Frau)** per l'internazionalizzazione e **Laudomia Pucci (Emilio Pucci)** per i talenti/capitale umano. Per quanto riguarda gli obiettivi, Matteo Lunelli, fotografando un contesto economico «Fatto di incertezza e volatilità ma che continua a crescere», ha illustrato un percorso «Che aiuti le aziende a intercettare il nuovo consumatore, che sarà asiatico, giovane, digitale, e attento ai valori della marca».

Progettualità che non può fare a meno di tre mantra programmatici quali internazionalità, sostenibilità e contemporaneità. Dove nel primo caso, e dopo le aperture degli **Altagamma** club a Shanghai e Amsterdam, nel 2020 sarà la

ACQUISTA L'ULTIMO NUMERO

COLLEZIONI

LIVESTAGE



14/12/2019

**SILVIA VENTURINI FENDI-
«VOGLIO CREARE UN
GUARDARO...**


13/12/2019

**SBC-FASHION TECH
PREMIA LE 11 START UP DEL
FUTURO**
CANALI
1954

 Dal 1954 Canali
rappresenta
l'eccellenza nella
moda maschile
e negli abiti
sartoriali da uomo.

15/12/2019

volta di New York. Guardando alla sostenibilità invece, l'obiettivo di punta è la redazione di una carta dei valori e accompagnare lo sviluppo digitale degli associati. Non per ultima la questione dei talenti del fare, considerando che, secondo le proiezioni, nel 2024 mancheranno 236 mila addetti. (riproduzione riservata)

LISTA NEWS



VIRGIL ABLOH, UNA CAPSULE PER IL LOUVRE SU LEONARD...

13/12/2019



LAPO ELKANN, CHARITY CON VESTIAIRE COLLECTIVE



BUSINESSPEOPLE

STORIE ▾ BUSINESS ▾ PEOPLE ▾ LAVORO ▾ LIFESTYLE ▾ HI TECH ▾

Altagamma: al via la presidenza Lunelli

IL PRESIDENTE E CEO DI CANTINE FERRARI, GIÀ VICE PRESIDENTE DELL'ASSOCIAZIONE, SUCCEDE AD ANDREA ILLY

VENERDÌ, 13 DICEMBRE 2019



REDAZIONE

L'assemblea dei soci di **Fondazione Altagamma** che dal 1992 riunisce le imprese dell'alta industria culturale e creativa italiana, ha ufficialmente approvato il nuovo Cda della fondazione per il triennio 2020-2022. **Matteo Lunelli** (Presidente e Ceo di Cantine Ferrari), già vice presidente negli ultimi due mandati, viene nominato presidente e succede così ad **Andrea Illy** (presidente di illycaffè) che nel corso del suo mandato ha portato i soci della fondazione da 76 a 110. Lunelli ha confermato che la mission di Fondazione **Altagamma** resta quella di contribuire alla crescita e alla competitività delle imprese dell'industria creativa culturale italiana e, indirettamente, del Sistema Italia. "Il Made in Italy", ha dichiarato il nuovo presidente di **Altagamma** "continua ad avere uno straordinario potere evocativo legato ai nostri territori, al nostro saper fare e al nostro stile di vita. Tuttavia, gli scenari macroeconomici richiederanno alle aziende **Altagamma** di saper intercettare un nuovo consumatore, che sarà sempre più asiatico, giovane, digitale e attento ai valori di cui la marca è ambasciatrice".



PEOPLE MOVING

ALTAGAMMA

ARTICOLO PRECEDENTE



ULTIMI ARTICOLI

People moving - **Altagamma**: al via la presidenza Lunelli

People moving - Sarah Falchi nuova Senior Sales Manager di Buzzoole Italia

People moving - Allianz: a Fiammetta Fabris il business Health

People moving - Angela Papparone è il nuovo direttore Risorse umane di Microsoft Italia

People moving - Antonio Zuffellato è il nuovo direttore marketing di Berner Italia

People moving - Panerai: Viola nuovo Brand Director Italy & South East Europe

People moving - Francesca Crippa entra in Espresso Communication

People moving - Lodovico Mazzolin entra in Eric Salmon & Partners

People moving - Mauro Marelli è il nuovo National Sales Director di Carlsberg Italia

People moving - Giuliano Cipriani guida Cairo Pubblicità

Business People
61,748 "Mi piace"

NON SIAMO CATTIVI
N EDICOLA
CON L'ALLEGATO LA FORMA BELLEZZA

Mi piace

#BusinessPeople

Di' che ti piace prima di tutti i tuoi amici

#CAMBIAGESTO SCEGLI IL MONDO CHE VUOI. SCEGLI LA NATURA. SCEGLI DI CAMBIARE. cambiagesto.it



INVESTIAMO NEL DOMANI

170 ANNI

13 12 2019 Flash: Dazi Usa-Cina, cosa prevede l'accordo sulla "Fase uno" 3 ore fa

CERCA NEL SITO...



FIRSTonline



Iscriviti alla nostra newsletter
RICEVI NEWS QUOTIDIANE

Presidente: Ernesto Auci Direttore: Franco Locatelli



Per Noi, la polizza vita per proteggere due persone in un'unica soluzione. Scopri di più su pernoi.mps.it



ECONOMIA E IMPRESE • FINANZA E MERCATI • RISPARMIO • PENSIONI • TASSE • LAVORO • TECH • ARTE E CULTURA • SPORT • POLITICA • MONDO

NEWS INTERVISTE COMMENTI FIRST ARTE FIRST&FOOD TUTTE LE NOTIZIE

FACEBOOK TWITTER GOOGLE+ RSS

HOME > ECONOMIA E IMPRESE > LUSO, CERCASI TALENTI: IN ITALIA NE MANCANO 236.000

CONDIVIDI

TWITTER FACEBOOK GOOGLE+ LINKEDIN STAMPA EMAIL

Lusso, cercasi talenti: in Italia ne mancano 236.000

13 Dicembre 2019, 15:14 | di Giuseppe Baselice | 0

Il nuovo presidente della fondazione **Altagama**, che riunisce 110 marchi made in Italy, è Matteo Lunelli, CEO delle Cantine Ferrari: "Rappresentiamo 9.000 anni di storia ma dobbiamo internazionalizzarci e innovarci".



Cercasi 236.000 talenti manifatturieri per il lusso made in Italy, entro il 2024. Il settore, che **con 115 miliardi di fatturato rappresenta il 7% del Pil italiano** e il 9% del mercato del lusso globale, impiega oggi 400.000 persone in Italia, ma secondo le stime di **Altagama** il fabbisogno delle imprese

rischia di non essere soddisfatto per una cifra che vale oltre la metà della forza lavoro attuale. Un paradosso, se si pensa che le maestranze italiane sono ambite anche dai grandi gruppi del lusso internazionali (Lvmh produce le calzature in Italia), e che nel nostro Paese la disoccupazione giovanile è quasi al 30%.

Sarà questa una delle missioni di **Matteo Lunelli, nuovo presidente di Altagama**, la fondazione ideata nel 1992 da Santo Versace che riunisce 110 marchi del made in Italy di altissimo livello, un settore che nonostante la crisi non accenna a rallentare e dove gli investimenti rappresentano il 14% del fatturato. "Dobbiamo far capire alle famiglie - ha detto Lunelli, Presidente e CEO delle Cantine Ferrari, nominato all'unanimità a capo di **Altagama** fino al 2022 - che esiste una forte domanda di questo tipo di professioni, poco comunicati ma che sono alla fine le eccellenze del saper fare italiano. Oggi molti ragazzi vogliono fare gli chef perché il food è diventato cool: dobbiamo fare in modo che sia così anche per tutte le maestranze del mondo del lusso".

Un mondo sempre più vario, che solo nell'ultimo mandato con Andrea Illy ha portato sotto l'egida di **Altagama** 34 nuovi marchi, portando il totale da 76 a 110. **Comanda sempre il**

RIQUALIFICA IL TUO CONDOMINIO CON
CASA MIA DI TEP.

snam
Il futuro è già in circolazione.

SCOPRI L'OFFERTA

IN EVIDENZA



ACCADDE OGGI - Venezia, Teatro La Fenice: il primo incendio 183 anni fa

FIRSTONLINE | 13 DICEMBRE 2019, 6:30

Il 13 dicembre del 1836 le fiamme colpirono per la prima volta uno dei simboli della città lagunare, che da allora è risorto più volte e oggi è nella terza fase della sua vita

fashion con 28 brand, ma tutti sono rappresentati, dall'ospitalità luxury con 15 grandi realtà alberghiere, al Food&Beverage (soprattutto il Beverage, tra cui il Ferrari del presidente Lunelli) con 20 marchi, gli yacht con 8, la gioielleria con 5, le auto con 7, con il recente ingresso di Lamborghini. Il CEO Stefano Domenicali, fino a qualche mese fa in lizza per il ruolo di boss delle Olimpiadi di Milano Cortina 2026, è stato nominato consigliere, insieme tra gli altri al CEO di Campari Bob Kunze-Concewitz e per la prima volta ad un rappresentante del mondo finanziario, il presidente di TIP Gianni Tamburi.



Matteo Lunelli

Il presidente Lunelli ha illustrato a Milano le linee guida del suo mandato triennale che andrà a districarsi in un universo, quello del lusso, che vale a livello globale 1.300 miliardi di euro e di cui **l'Europa è il primo produttore e il primo esportatore**, con 400 aziende e due milioni di dipendenti. "L'Italia ha un ruolo da sempre centrale - ha detto il produttore del pregiato vino trentino -, basti pensare a un dato: sommando la tradizione dei 110 marchi di **Altagamma**, gli anni di storia complessiva risultano essere ben 9.000". Le tre sfide principali per questa grandissima eredità, che dovrà innanzitutto sapersi rinnovare, sono **l'internazionalità, la sostenibilità e la contemporaneità**.

"Per supportare le strategie dei soci - ha spiegato Lunelli - **Altagamma** amplierà il proprio network di relazioni. La grande sfida è quella del mercato cinese e asiatico, che nel giro di pochi anni produrrà 10 milioni di nuovi consumatori del lusso". Poi c'è la sostenibilità, che non è solo la tendenza del momento, l'effetto Greta, ma una vera e propria esigenza che clienti sempre più giovani sentono, pretendendo il massimo dell'engagement dalle aziende, in particolare quelle dell'alto di gamma. Un aspetto che ha un impatto sia economico che reputazionale. Infine, la contemporaneità: "E' stimato che **nel giro di pochi anni il 100% delle transazioni del lusso sarà influenzato dal digitale**. Non significa che tutto sarà acquistato online, ma che i prodotti saranno in ogni caso scoperti e valutati tramite siti internet e social network", ha chiuso Lunelli.



Publicità 4w



Nissan X-TRAIL
N-Connecta 1.7 dCi
a € 26.950 con
Salomon Pack
Omaggio.

[Configuralo](#)



Vodafone fino al 16/12
Solo online Fibra a 27,90€ con le chiamate in regalo.

[Attiva subito!](#)

Publicato in: [Economia e Imprese](#)

Tag: [Lusso](#), [Made-in-italy](#)



Giuseppe Baselice

Classe 1980, napoletano di nascita, ha vissuto prima a Parigi e poi tra Roma e Milano, dove risiede attualmente. Dopo aver svolto studi giuridici, ha ben presto intrapreso quella che è da sempre la sua passione: la scrittura e, in particolare, il giornalismo. Ha collaborato per diverse testate (Corriere della Sera, Gazzetta dello Sport, Affaritaliani.it), e lavorato anche come addetto stampa per tre anni alla Provincia di Milano, occupandosi di turismo e moda. I suoi argomenti preferiti: sport, politica, curiosità



COMMENTI ED EDITORIALI



I lva, più che capitali pubblici servono manager siderurgici all'altezza
10 Dicembre 2019, 7:00
Ugo Calzoni



Banche: un futuro senza sportelli?
6 Dicembre 2019, 6:47
Giuseppe De Lucia Lumeno



Mes e l'Italia, le vere ragioni della sfiducia europea
5 Dicembre 2019, 13:35
Ernesto Auci

ARCHIVIO

Seleziona il mese



Home / Community / Nominati Sette Vicepresidenti: **Altagamma** Estero, Digital E Sostenibilità Nel Piano Di Lunelli

NOMINATI SETTE VICEPRESIDENTI

Altagamma: estero, digital e sostenibilità nel piano di Lunelli

13 December 2019



Con **Matteo Lunelli** presidente, **Fondazione Altagamma** guarda all'Asia, ai Millennials e alla sostenibilità per promuovere le eccellenze italiane.

Il suo incarico di presidente di **Altagamma** partirà dal prossimo gennaio, ma Lunelli, ceo delle "bollicine" **Ferrari**, è già proiettato sul piano del suo mandato triennale, basato su tre assi portanti: internazionalità, sostenibilità e contemporaneità. Strategie condivise tra i 110 brand italiani del lusso membri della Fondazione, pronti a collaborare per proteggere e promuovere le eccellenze italiane nel mondo.

Difficile, però, per il futuro presidente immaginare uno scenario macroeconomico più incerto per il suo insediamento fra tensioni Usa-Cina, tumulti di Hong Kong, Brexit e un'Italia che cresce con numeri da

prefisso telefonico. «Ma la buona notizia - afferma l'imprenditore, che ha presentato oggi a Milano progetti e squadra - è che il settore dei beni di lusso continua a crescere a livello internazionale e l'Italia gioca un ruolo da protagonista, con una quota di circa 115 miliardi di euro, il 9% del totale mondiale».

«L'alto di gamma potrà continuare a essere una locomotiva per il nostro Paese su un mercato che chiede valori autentici - ha proseguito - tuttavia il contesto impone alle aziende **Altagamma** di saper intercettare il consumatore del futuro, Millennials, ma anche le generazioni Y e Z, tendenzialmente asiatico, digitale, attento ai valori del marchio e sensibile ai temi ambientali». Come? Attraverso le attività della Fondazione che spingono sull'internazionalità, con l'ampliamento del network di relazioni tra imprenditori e manager dei principali mercati attraverso gli **Altagamma Club** e gli **Altagamma International Honorary Members**; nonché la promozione di un turismo del lusso, con vantaggi a ricaduta su tutti gli altri settori; la sostenibilità, affiancando i soci in programmi di trasformazione verso modelli virtuosi dal punto di vista ambientale e sociale; la contemporaneità, con analisi e ricerca delle tendenze future, sfruttando in particolare i canali di comunicazione digitale.

Proseguono anche le attività di studio e ricerche, le relazioni istituzionali a livello europeo, tramite la **European Cultural and Creative Industries Alliance-Eccia**, e l'impegno verso il capitale umano, con il progetto "I Talenti del Fare", legato al sostegno delle professioni manifatturiere e il "Premio Giovani Imprese".

Al fianco di Matteo Lunelli, che succede ad **Andrea Illy**, troviamo, tra conferme e nuove nomine, sette vicepresidenti, uno per ciascun settore di **Altagamma**: **Claudio Luti** (design/**Kartell**), **Lamberto Tacoli** (nautica/**Perini Navi**), **Paolo Zegna** (moda/**Ermenegildo Zegna**), **Sabina Belli** (gioielleria/**Pomellato**), **Stefano Domenicali** (automotive/**Lamborghini**), **Giovanni Geddes da Filicaja** (alimentare/**Gruppo Frescobaldi**), **Aldo Melpignano** (ospitalità/**San Domenico Hotels**). Introdotte anche due vicepresidenze trasversali, conferite a **Dario Rinero** (internazionalizzazione/**Poltrona Frau**) e a **Laudomia Pucci** (talenti e capitale umano/**Emilio Pucci**). Più un consiglio composto da 19 membri e tre revisori dei conti. Con loro gli invitati permanenti al consiglio di amministrazione: il presidente fondatore **Santo Versace**, il presidente onorario **Leonardo Ferragamo** e il past president **Andrea Illy**.

e.f.

1 338
FASHION JOB:GUCCIO GUCCI S.P.A.
Global Business Com...
TEMPO INDETERMINATO -RANDSTAD ITALIA
Commerciale Estero
TEMPO INDETERMINATO - MANT...PAGE PERSONNEL IT...
Showroom Manager
TEMPO INDETERMINATO - MILA...LAVOROPIU DIVISIO...
Cashier/Back Office ...
TEMPO INDETERMINATO - MILA...CONFIDENZIALE
Retail Manager
TEMPO INDETERMINATO - NAPO...THUN SPA
Area Manager Whole...
TEMPO INDETERMINATO - ROMA

MENÙ

ITALIA ▼

FASHION
NETWORK

CONNESSIONE

ISCRIZIONE

BUSINESS DISTRIBUZIONE FILATE CREAZIONE COMUNICAZIONE INDUSTRY INNOVAZIONE COLLEZIONE PEOPLE EVENTI NOMINI

PUBBLICITÀ



PAGINA INIZIALE > NOTIZIE > INDUSTRY

DI

Ansa

PUBBLICATO IL

16 dic 2019

TEMPO DI

LETTURA

2 minuti

Lusso: Lunelli (Altagamma) ottimista sul futuro, Made in Italy aiuta

Il contesto macroeconomico non aiuta, col commercio mondiale che cresce meno del PIL mondiale e fa presagire un nuovo protezionismo, ma il lusso crescerà ancora (tra il 3% e il 5% al 2025, [Bain Luxury Study](#)). E l'Europa, che rischia di patire la guerra dei dazi USA-Cina, resterà comunque baricentro di settore. Probabilmente senza Regno Unito, col voto popolare che ha avvicinato la [Brexit](#), ma che non vedrà cessare il dialogo di settore con gli inglesi. Il quadro è di Matteo Lunelli, presidente e CEO di Cantine Ferrari, nominato presidente per il 2020-2022 della Fondazione Altagamma, che riunisce 110 marchi italiani del lusso tra moda, gioielleria, food & beverage, hospitality, automotive e yacht.



La nuova squadra di presidenza di Altagamma

"Siamo molto ottimisti sul futuro dell'alto di gamma", ha detto Lunelli nel presentare a Milano il programma del suo mandato triennale, "perché l'Italia e il Made in Italy possono avere un vantaggio competitivo, per il valore dei marchi italiani e lo stile di vita che tutto il mondo ci invidia. Un comparto, il lusso italiano, da 115 miliardi di euro (9% del totale mondiale, dati Cresv-Bocconi), pari al 6,85% del Pil e con 400.000 addetti. Quindi #Proudoftaly" ha concluso, col motto dichiarato al momento dell'elezione.

Ha tracciato poi un profilo dei consumatori al 2025: al 50% le generazioni Y e Z (millennial e nati da fine Anni '90 al 2010), al 50% in Asia e per il 70% asiatici, per il 100% influenzati dal digital. Già nel 2024 però mancheranno 236.000 addetti con profili richiesti dalle imprese del luxury, secondo un'analisi fatta con Unioncamere e pubblicata nel libro *I talenti del fare*. Per questo Altagamma lancia la campagna 'Manifesto' per aiutare famiglie e giovani a scegliere mestieri e scuole tecniche e professionali, indicando dove formarsi.

PUBBLICITÀ



"Restano invariate la mission della Fondazione", ha sottolineato, "nel contribuire alla crescita e alla competitività delle imprese dell'industria creativa e culturale italiana e del 'Sistema Italia', così come la vision, nel farsi ambasciatore dello stile di vita italiano". Come pilastri strategici ha indicato "internazionalità" nello sviluppare i mercati, "sostenibilità", infine "contemporaneità" nell'innovare, con focus sul digitale. Parole d'ordine quindi "cooperare per competere" con tre linee guida: "partecipazione", anche con gruppi di lavoro tematici, "trasversalità", attraverso il dialogo con associazioni di settore, e "networking", con incontri tra i team e tramite i delegati internazionali.

Copyright © 2019 ANSA. All rights reserved.

TAGS : [ALTRO](#) [LUSSO](#) [INDUSTRY](#)

SITEMAP

NOTIZIE
LAVORO
VIDEO
SFILATE
GALLERIE
AGENDA

ABOUT
PARTNER
PUBBLICITÀ -
CREA ACCOUNT
BUSINESS
CONTATTI
INFORMAZIONI
LEGALI
CONDIZIONI
GENERALI DI
VENDITA

SEGUITECI



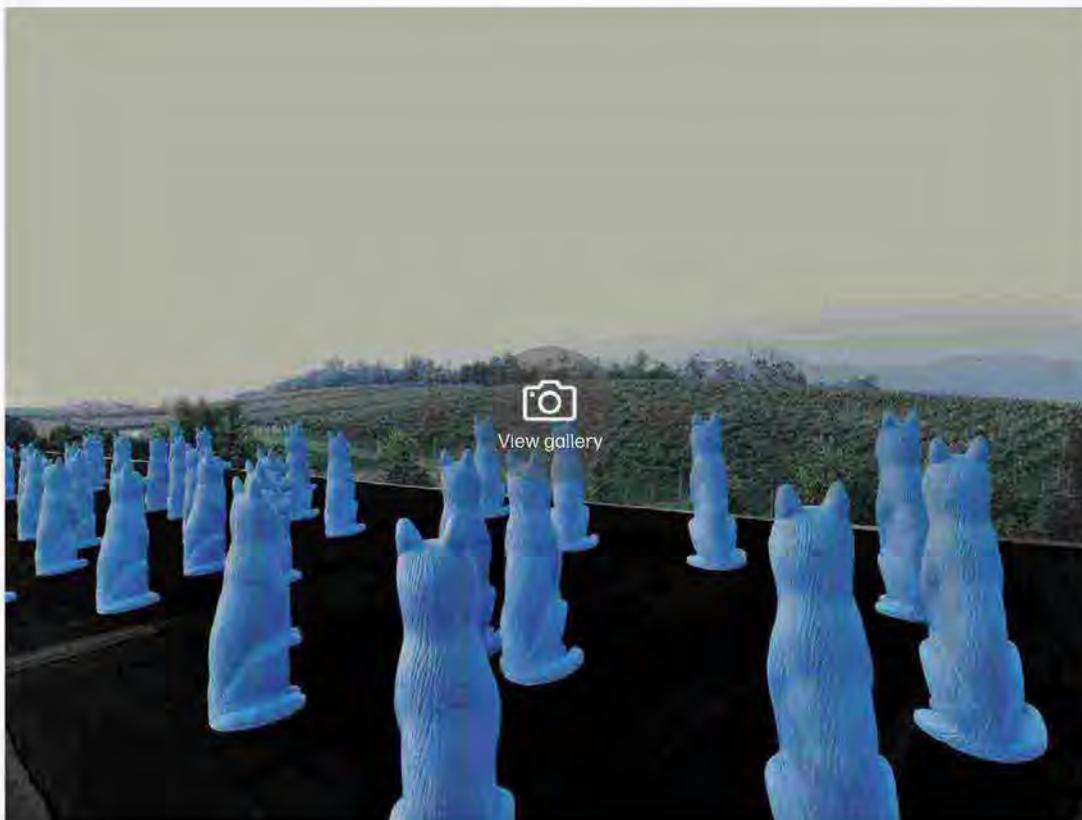
ISCRIZIONE ALLA NEWSLETTER

Clicca qui per visualizzare la nostra
ultima newsletter

OK >

Matteo Lunelli è il nuovo presidente di Fondazione Altagamma

Il Presidente e CEO di Cantine Ferrari guiderà nel triennio 2020-2022 la Fondazione che da anni unisce le imprese che promuovono l'eccellenza italiana nel mondo. Internazionalità, sostenibilità e contemporaneità i punti cardine.



MOST POPULAR

Durante l'Assemblea del Soci di Fondazione Altagamma è stata annunciata la nuova *governance* della Fondazione per il triennio 2020-2022. È Matteo Lunelli, Presidente e CEO di Cantine



1. Brera|z: è nata una nuova rivista!

2. Domus 1041 è in edicola: "Milano. Italia"

3. 26 libri da regalare a Natale scelti da Domus

4. Quattro libri da leggere a dicembre, le novità di architettura e design

5. Il museo olimpico invernale a Pechino, Cina, sarà il primo di questo tipo nel mondo

Ferrari, il nuovo presidente di Altagamma - che da anni unisce le imprese dell'Alta Industria Culturale e Creativa che promuovono l'eccellenza italiana nel mondo - prendendo il posto del Presidente di illycaffè Andrea Illy.

Durante l'assemblea dei soci della Fondazione, Matteo Lunelli ha sottolineato l'importanza del made in Italy, che dovrà però essere adattato a un nuovo tipo di consumatore, più giovane e digitale, e rivolto maggiormente al mercato asiatico in seguito al cambiamento degli scenari macroeconomici. "Internazionalità, sostenibilità e contemporaneità sono dunque i tre pilastri strategici che ispireranno le nostre attività nei prossimi tre anni", dichiara il neo presidente.

Per il prossimo mandato di presidenza sono stati confermati il Vice Presidente del Design Claudio Luti (Presidente di Kartell), il Vice Presidente per la Nautica Lamberto Tacoli (Presidente e CEO di Perini Navi) e il Vice Presidente per la Moda Paolo Zegna (presidente di Ermenegildo Zegna). Accanto a loro entrano Sabina Belli (CEO di Pomellato) come Vice Presidente per la Gioielleria, Stefano Domenicali (Presidente e CEO di Lamborghini) come Vice Presidente per l'Automotive, Giovanni Geddes da Filicaja (CEO del Gruppo Frescobaldi) come Vice Presidente per l'Alimentare e Aldo Melpignano (Managing Director di San Domenico Hotels) come Vice Presidente per l'area Ospitalità.

SECTIONS

News

KEYWORDS

NORDEST ECONOMIA

Treviso » Focus » Nordest Economia

13 DICEMBRE 2019



Brexit: Lunelli (Altagamma): il dialogo con il lusso inglese andrà avanti



«E' un enorme peccato: sentivo la città come fortemente europea e penso sia un passo indietro, una capitale che sarebbe potuta essere parte della forza europea nell'evitare la marginalizzazione nella guerra tra Cina e Usa sui dazi»

PER APPROFONDIRE



Assegno di lavoro: mille assunzioni nell'ultimo anno per gli over trenta di Treviso

ANDREA DE POLO

NELLO STESSO TOPIC



Assegno di lavoro: mille assunzioni nell'ultimo anno per gli over trenta di Treviso

ANDREA DE POLO

DAL WEB

Contenuti Sponsorizzati



15 attori che non sapevi fossero morti

momento.it



Questo gioco ti terrà sveglio tutta la notte. Gioca gratis!

World of Tanks

da Taboola

Aste Giudiziarie



Appartamenti Pieve di Soligo Via Mure, 17 - 69750

Vendite giudiziarie - La Tribuna di Treviso

Necrologie

Su questo sito utilizziamo cookie tecnici e, previo tuo consenso, cookie di profilazione, nostri e di terze parti, per proporti pubblicità in linea con le tue preferenze. Se vuoi saperne di più o prestare il consenso solo ad alcuni utilizzi [clicca qui](#). Cliccando in un punto qualsiasi dello schermo, effettuando un'azione di scroll o chiudendo questo banner, invece, presti il consenso all'uso di tutti i cookie **OK**

f t METEO: +9°C ☀

AGGIORNATO ALLE 16:53 - 13 DICEMBRE

ACCEDI | ISCRIVITI

IL PICCOLO

Noi EVENTI NEWSLETTER LEGGI IL QUOTIDIANO SCOPRI DI PIÙ

Trieste Gorizia Monfalcone Muggia Grado Duino-Aurisina Cervignano Tutti i comuni v Cerca

Trieste » Focus

Brexit: Lunelli (Altagamma): il dialogo con il lusso inglese andrà avanti



«E' un enorme peccato: sentivo la città come fortemente europea e penso sia un passo indietro, una capitale che sarebbe potuta essere parte della forza europea nell'evitare la marginalizzazione nella guerra tra Cina e Usa sui dazi»

13 DICEMBRE 2019



MILANO. «Ho vissuto a Londra e per me la Brexit è un enorme peccato: sentivo la città come fortemente europea e penso sia un passo indietro, una capitale che sarebbe potuta essere parte della forza europea nell'evitare la marginalizzazione nella guerra tra Cina e Usa sui dazi».

Così Matteo Lunelli, presidente e ceo di Cantine Ferrari, nominato presidente per il triennio 2020-2022 dalla Fondazione Altagamma, che riunisce 110 marchi italiani del lusso. «Il popolo britannico si è espresso in modo chiaro e il voto avvicina la Brexit - ha aggiunto - e in ogni caso noi di Altagamma intendiamo proseguire il dialogo con l'alto di gamma inglese».

ORA IN HOMEPAGE



No del Ministero all'abbattimento della Tripcovich. Furia Dipiazza: "Uno sgarbo vergognoso"

LILLI GORIUP

Noi Intascava la pensione della madre morta

GIANPAOLO SARTI

Monfalcone, inalano sostanze tossiche a scuola: cinque ragazzini all'ospedale

LA COMUNITÀ DEI LETTORI



Tra storie, racconti, ricette e tradizioni arriva la Newsletter dell'Avvento

Eventi

«Penso di sì perché chi sta a Londra oggi ha scelto una città internazionale, quindi onestamente penso sì». Così il sindaco di Milano, Giuseppe Sala, ha risposto ai giornalisti che gli hanno chiesto se la città dopo la Brexit può portare via qualcosa a Londra, in termini di servizi.

«Non direi» che la Brexit «è una opportunità in senso stretto. Anche se ritengo che un pò di ritorni in più ci saranno, bisogna capire cosa succederà. Ho l'impressione che Boris Johnson abbia fatto la faccia cattiva adesso e poi tirerà fuori un atteggiamento più moderato. Però sarà tutto un pò più difficile. - ha concluso -. Noi stiamo già vedendo un pò di ritorni, ovviamente il confronto è Milano-Londra. Qualcosa in più ci potrà essere, però come giudizio generale non mi pare una cosa positiva e anche per le nostre aziende qualche problema lo creerà».

Tag

Nordest Economia

PER APPROFONDIRE



Il monito Usa:
 «Attenzione, la Via della seta è fatta dalla Cina per la Cina»

MAURO MANZIN



Allianz Italia ai sindacati: «Niente tagli a Trieste»

LUIGI DELL'OLIO



«Dalla crisi si esce anche collegando impresa e ricerca»

UGO SALVINI



Arte: alla scoperta di un tesoro sconosciuto

I TESORI DELL'ERPAC

Aste Giudiziarie



Trieste Campo Pietro Metastasio n.2-3 - 50100



Trieste Fraz. Villa Opicina, Via Nazionale, 1 - 1125000

Tribunale di Trieste
 Tribunale di Gorizia

Necrologie

Narciso Damiani

Trieste, 05 dicembre 2019



Gianni Maranzina

Trieste, 20 aprile 2017



Alessandra Grassi

Trieste, 13 dicembre 2019



Bruno Svaghel

Trieste, 13 dicembre 2019



Bosco Antonino

Trieste, 13 dicembre 2019



Cerca fra le necrologie

FOCUS

Brexit: Lunelli (Altagamma): il dialogo con il lusso inglese andrà avanti

13 DICEMBRE 2019



«E' un enorme peccato: sentivo la città come fortemente europea e penso sia un passo indietro, una capitale che sarebbe potuta essere parte della forza europea nell'evitare la marginalizzazione nella guerra tra Cina e Usa sui dazi»

MILANO. «Ho vissuto a Londra e per me la Brexit è un enorme peccato: sentivo la città come fortemente europea e penso sia un passo indietro, una capitale che sarebbe potuta essere parte della forza europea nell'evitare la marginalizzazione nella guerra tra Cina e Usa sui dazi».

Così Matteo Lunelli, presidente e ceo di Cantine Ferrari, nominato presidente per il triennio 2020-2022 dalla Fondazione Altagamma, che riunisce 110 marchi italiani del lusso. «Il popolo britannico si è espresso in modo chiaro e il voto avvicina la Brexit - ha aggiunto - e in ogni caso noi di Altagamma intendiamo proseguire il dialogo con l'alto di gamma inglese».

«Penso di sì perché chi sta a Londra oggi ha scelto una città internazionale, quindi onestamente penso sì». Così il sindaco di Milano, Giuseppe Sala, ha risposto ai giornalisti che gli hanno chiesto se la città dopo la Brexit può portare via qualcosa a Londra, in termini di servizi.

«Non direi» che la Brexit «è una opportunità in senso stretto. Anche se ritengo che un pò di ritorni in più ci saranno, bisogna capire cosa succederà. Ho l'impressione che Boris Johnson abbia fatto la faccia cattiva adesso e poi tirerà fuori un atteggiamento più moderato. Però sarà tutto un pò più difficile. - ha concluso -. Noi stiamo già vedendo un pò di ritorni, ovviamente il confronto è Milano-Londra. Qualcosa in più ci potrà essere, però come giudizio generale non mi pare una cosa positiva e anche per le nostre aziende qualche problema lo creerà».

ORA IN HOMEPAGE



I cuori colorati di Michelle contro il diabete: dai suoi disegni il Meyer lancia un concorso

ILARIA BONUCCELLI

Antifasciste, non comuniste: ecco le 7mila sardine di Pisa

GIUSEPPE BOI

Muore a 36 anni soffocato da un boccone dopo la Maratona di Pisa

SABRINA CHIPELLINI

LA COMUNITÀ DEI LETTORI



Natale con le onde gravitazionali: "Noi Tirreno" torna a Virgo

Eventi



Facciamoci gli auguri (19 dicembre)

IL CAFFÈ DEL DIRETTORE

DAL WEB

Contenuti Sponsorizzati

Padova » Focus

13 DICEMBRE 2019



Brexit: Lunelli (Altagamma): il dialogo con il lusso inglese andrà avanti



«È un enorme peccato: sentivo la città come fortemente europea e penso sia un passo indietro, una capitale che sarebbe potuta essere parte della forza europea nell'evitare la marginalizzazione nella guerra tra Cina e Usa sui dazi»

MILANO. «Ho vissuto a Londra e per me la Brexit è un enorme peccato: sentivo la città come fortemente europea e penso sia un passo indietro, una capitale che sarebbe potuta essere parte della forza europea nell'evitare la marginalizzazione nella guerra tra Cina e Usa sui dazi».

Così Matteo Lunelli, presidente e ceo di Cantine Ferrari, nominato presidente per il triennio 2020-2022 dalla Fondazione Altagamma, che riunisce 110 marchi italiani del lusso. «Il popolo britannico si è espresso in modo chiaro e il voto avvicina la Brexit - ha aggiunto - e in ogni caso noi di Altagamma intendiamo proseguire il dialogo con l'alto di gamma inglese».

«Penso di sì perché chi sta a Londra oggi ha scelto una città internazionale, quindi onestamente penso sì». Così il sindaco di Milano, Giuseppe Sala, ha risposto ai giornalisti che gli hanno chiesto se la città dopo la Brexit può portare via qualcosa a Londra, in termini di servizi.

«Non direi» che la Brexit «è una opportunità in senso stretto. Anche se ritengo che un pò di ritorni in più ci saranno, bisogna capire cosa succederà. Ho l'impressione che Boris Johnson abbia fatto la faccia cattiva adesso e poi tirerà fuori un atteggiamento più moderato. Però sarà tutto un pò più difficile. - ha concluso - Noi stiamo già vedendo un pò di ritorni, ovviamente il confronto è Milano-Londra. Qualcosa in più ci potrà essere, però come giudizio generale non mi pare una cosa positiva e anche per le nostre aziende qualche problema lo creerà».

Tag

Nordest Economia

ORA IN HOMEPAGE



Scontro frontale a San Donà di Piave. Morti tre ragazzi

NOI La scomparsa di Samira diventa un caso mediatico

NICOLA CESARO

Salta il Postamat imbottito di contante, ma il colpo riesce a metà

ALESSANDRO CESARATO

NOI MATTINO DI PADOVA



I Tesori del Santo: uno straordinario ciclo di visite guidate per voi lettori

DAL WEB

Contenuti Sponsorizzati



"Ritrovata Isabella Noventa", le ossa scoperte oggi...
AlessDomena.com



Melissa Sue Anderson a 57 anni non lascia nulla...
FinanceBlog

da Taboola

Aste Giudiziarie



Cavarzere Cavour, Macrolotto 4 -
Fabbricato 14 - 144000

Su questo sito utilizziamo cookie tecnici e, previo tuo consenso, cookie di profilazione, nostri e di terze parti, per proporti pubblicità in linea con le tue preferenze. Se vuoi saperne di più o prestare il consenso solo ad alcuni utilizzi [clicca qui](#). Cliccando in un punto qualsiasi dello schermo, effettuando un'azione di scroll o chiudendo questo banner, invece, presti il consenso all'uso di tutti i cookie **OK**

f METEO: +4°C

AGGIORNATO ALLE 16:07 - 13 DICEMBRE

[ACCEDI](#) | [ISCRIVITI](#)

Noi EVENTI NEWSLETTER LEGGI IL QUOTIDIANO SCOPRI DI PIÙ

Cividale Codroipo Pordenone Sacile Tolmezzo **Tutti i comuni** Cerca

Udine » Focus

Brexit: Lunelli (Altagamma): il dialogo con il lusso inglese andrà avanti



«E' un enorme peccato: sentivo la città come fortemente europea e penso sia un passo indietro, una capitale che sarebbe potuta essere parte della forza europea nell'evitare la marginalizzazione nella guerra tra Cina e Usa sui dazi»

13 DICEMBRE 2019



MILANO. «Ho vissuto a Londra e per me la Brexit è un enorme peccato: sentivo la città come fortemente europea e penso sia un passo indietro, una capitale che sarebbe potuta essere parte della forza europea nell'evitare la marginalizzazione nella guerra tra Cina e Usa sui dazi».

Così Matteo Lunelli, presidente e ceo di Cantine Ferrari, nominato presidente per il triennio 2020-2022 dalla Fondazione Altagamma, che riunisce 110 marchi italiani del lusso. «Il popolo britannico si è espresso in modo chiaro e il voto avvicina la Brexit - ha aggiunto - e in ogni caso noi di Altagamma intendiamo proseguire il dialogo con l'alto di gamma inglese».

«Penso di sì perché chi sta a Londra oggi ha scelto una città internazionale, quindi onestamente penso sì». Così il sindaco di Milano, Giuseppe Sala, ha risposto ai giornalisti che gli hanno chiesto se la città dopo la Brexit può portare via qualcosa a

ORA IN HOMEPAGE



Il giorno del debutto delle Sardine friulane: letture e musica a Udine

ANNA ROSSO

Droga, sgominata una banda italo-albanese: 13 arresti

Addio a Maria Luigia Mauro, "custode delle vette"

PIERO CARGNELUTTI

LA COMUNITÀ DEI LETTORI



Calendario dell'Avvento, scrivici perché odi o ami il Natale

Eventi



il caffè del direttore a Villa Manin mostra Kaiser

IL CAFFÈ DEL DIRETTORE

Londra, in termini di servizi.

«Non direi» che la Brexit «è una opportunità in senso stretto. Anche se ritengo che un pò di ritorni in più ci saranno, bisogna capire cosa succederà. Ho l'impressione che Boris Johnson abbia fatto la faccia cattiva adesso e poi tirerà fuori un atteggiamento più moderato. Però sarà tutto un pò più difficile. - ha concluso -. Noi stiamo già vedendo un pò di ritorni, ovviamente il confronto è Milano-Londra. Qualcosa in più ci potrà essere, però come giudizio generale non mi pare una cosa positiva e anche per le nostre aziende qualche problema lo creerà».

Tag

Nordest Economia

PER APPROFONDIRE



Vini e formaggi, il business dell'agroalimentare a rischio se Trump scatela la guerra dei dazi

MAURA DELLE CASE



La chiave è l'internazionalizzazione: aziende top sempre aperte ai manager e profitti costantemente reinvestiti

NICOLA BRILLO



Confidi, Friuli e Pordenone danno il via libera alla fusione

Aste Giudiziarie



Appartamenti Rivignano Frazione Campomolle Via Latisana n.11 - 504000



Muggia - 12750

Vendite giudiziarie - Messaggero Veneto Tribunale di Udine

 **Necrologie**

Angelino Padovano
Martignacco, 12 dicembre 2019



Vilma Schiffo
Udine, 11 dicembre 2019



Elda Micossi
Udine, 12 dicembre 2019



Angelina Tilde Bianchi
Udine, 07 dicembre 2019



Beatrix Maria Vogt
Udine, 28 novembre 2019



Cerca fra le necrologie

PUBBLICA UN NECROLOGIO

NORDEST ECONOMIA

Treviso » Focus » Nordest Economia

13 DICEMBRE 2019



Brexit: Lunelli (Altagamma): il dialogo con il lusso inglese andrà avanti



«E' un enorme peccato: sentivo la città come fortemente europea e penso sia un passo indietro, una capitale che sarebbe potuta essere parte della forza europea nell'evitare la marginalizzazione nella guerra tra Cina e Usa sui dazi»

MILANO. «Ho vissuto a Londra e per me la Brexit è un enorme peccato: sentivo la città come fortemente europea e penso sia un passo indietro, una capitale che sarebbe potuta essere parte della forza europea nell'evitare la marginalizzazione nella guerra tra Cina e Usa sui dazi».

Così Matteo Lunelli, presidente e ceo di Cantine Ferrari, nominato presidente per il triennio 2020-2022 dalla Fondazione Altagamma, che riunisce 110 marchi italiani del lusso. «Il popolo britannico si è espresso in modo chiaro e il voto avvicina la Brexit - ha aggiunto - e in ogni caso noi di Altagamma intendiamo proseguire il dialogo con l'alto di gamma inglese».

«Penso di sì perché chi sta a Londra oggi ha scelto una città internazionale, quindi onestamente penso sì». Così il sindaco di Milano, Giuseppe Sala, ha risposto ai giornalisti che gli hanno chiesto se la città dopo la Brexit può portare via qualcosa a Londra, in termini di servizi.

«Non direi» che la Brexit «è una opportunità in senso stretto. Anche se ritengo che un pò di ritorni in più ci saranno, bisogna capire cosa succederà. Ho l'impressione che Boris Johnson abbia fatto la faccia cattiva adesso e poi tirerà fuori un atteggiamento più moderato. Però sarà tutto un pò più difficile. - ha concluso -. Noi stiamo già vedendo un pò di ritorni, ovviamente il confronto è Milano-Londra. Qualcosa in più ci potrà essere, però come giudizio generale non mi pare una cosa positiva e anche per le nostre aziende qualche problema lo creerà».

NELLO STESSO TOPIC



Assegno di lavoro: mille assunzioni nell'ultimo anno per gli over trenta di Treviso

ANDREA DE POLO

DAL WEB

Contenuti Sponsorizzati



Ti ricordi di lui? Fai un respiro profondo prima di vedere com...
Healthy George



Cessione del quinto online: preventivo gratuito.
Cessione del Quinto | Ricerca Annulla

da Taboola

Aste Giudiziarie



Appartamenti Pieve di Soligo Via Mure, 17 - 69750

Vendite giudiziarie - La Tribuna di Treviso

Necrologie



Ferruccio Alibardi
Monastier di Treviso, 16 dicembre 2018



Lanfranco Malaguti
Viterbo, 10 dicembre 2019

NORDEST ECONOMIA

Treviso » Focus » Nordest Economia

13 DICEMBRE 2019



Brexit: Lunelli (Altagamma): il dialogo con il lusso inglese andrà avanti



«E' un enorme peccato: sentivo la città come fortemente europea e penso sia un passo indietro, una capitale che sarebbe potuta essere parte della forza europea nell'evitare la marginalizzazione nella guerra tra Cina e Usa sui dazi»

MILANO. «Ho vissuto a Londra e per me la Brexit è un enorme peccato: sentivo la città come fortemente europea e penso sia un passo indietro, una capitale che sarebbe potuta essere parte della forza europea nell'evitare la marginalizzazione nella guerra tra Cina e Usa sui dazi».

Così Matteo Lunelli, presidente e ceo di Cantine Ferrari, nominato presidente per il triennio 2020-2022 dalla Fondazione Altagamma, che riunisce 110 marchi italiani del lusso. «Il popolo britannico si è espresso in modo chiaro e il voto avvicina la Brexit - ha aggiunto - e in ogni caso noi di Altagamma intendiamo proseguire il dialogo con l'alto di gamma inglese».

NELLO STESSO TOPIC



Assegno di lavoro: mille assunzioni nell'ultimo anno per gli over trenta di Treviso

ANDREA DE POLO

DAL WEB

Contenuti Sponsorizzati



Chi investe in Amazon guadagna in media 3.700€ al mese. Scopri...

newsdiqualità



Fatto a mano: Cosa rende questi orologi in legno e pietra così uni...

Orologi Holzken

da Taboola

Aste Giudiziarie



Appartamenti Pieve di Soligo Via Mure, 17 - 69750

Vendite giudiziarie - La Tribuna di Treviso

«Penso di sì perché chi sta a Londra oggi ha scelto una città internazionale, quindi onestamente penso sì». Così il sindaco di Milano, Giuseppe Sala, ha risposto ai giornalisti che gli hanno chiesto se la città dopo la Brexit può portare via qualcosa a Londra, in termini di servizi.

«Non direi» che la Brexit «è una opportunità in senso stretto. Anche se ritengo che un pò di ritorni in più ci saranno, bisogna capire cosa succederà. Ho l'impressione che Boris Johnson abbia fatto la faccia cattiva adesso e poi tirerà fuori un atteggiamento più moderato. Però sarà tutto un pò più difficile. - ha concluso -. Noi stiamo già vedendo un pò di ritorni, ovviamente il confronto è Milano-Londra. Qualcosa in più ci potrà essere, però come giudizio generale non mi pare una cosa positiva e anche per le nostre aziende qualche problema lo creerà».

PER APPROFONDIRE



Assegno di lavoro: mille assunzioni nell'ultimo anno per gli over trenta di Treviso

ANDREA DE POLO



 **Necrologie**

Ferruccio Alibardi

Monastier di treviso, 16 dicembre 2018



Lanfranco Malaguti

Viterbo, 10 dicembre 2019



Mattarollo Ermenegildo

Treviso, 7 dicembre 2019



Adolfo Alexandre

Treviso, 01 dicembre 2019



Giuseppe Biasuzzi

Treviso, 5 dicembre 2019



Cerca fra le necrologie

PUBBLICA UN NECROLOGIO

Annunci

CASE MOTORI **LAVORO** ASTE

miojob

annunci, news e strumenti per chi cerca e offre lavoro

HR CONTROLLER

LUXURY FIRENZE Un gruppo storico operante a livello mondiale nel settore...



TRENTINO

Comuni: Trento Rovereto Riva Arco [Altre località](#) ▾

Vai sul sito **ALTO ADIGE**

[Cronaca](#) | [Sport](#) | [Cultura e Spettacoli](#) | [Economia](#) | [Italia-Mondo](#) | [Foto](#) | [Video](#) | [Prima pagina](#)
[Salute e Benessere](#) | [Viaggiat](#) | [Scienza e Tecnica](#) | [Ambiente ed Energia](#) | [Terra e Gusto](#) | [Qui Europa](#)

Sei in: [Economia](#) » [La Brexit non spaventa il lusso...](#) »

I più letti

Parla Lunelli, neo presidente Altagamma

La Brexit non spaventa il lusso italiano (e trentino)

Trento. Il ceo di cantine ferrari, matteo lunelli, è stato nominato presidente della fondazione altagamma per il triennio 2020-2022. succede così ad andrea illy. in questa sua nuova veste, ieri...

14 dicembre 2019 | A- | A+ | | |

Trento. Il ceo di cantine ferrari, matteo lunelli, è stato nominato presidente della fondazione altagamma per il triennio 2020-2022. succede così ad andrea illy. in questa sua nuova veste, ieri lunelli è intervenuto sul tema della brexit e sui rischi del made in italy: «siamo comunque molto ottimisti sul futuro dell'alto di gamma, perché l'italia e il made in italy possono avere un vantaggio competitivo, per il valore dei marchi italiani e lo stile di vita che tutto il mondo ci invidia. un comparto, il lusso italiano, da 115 miliardi di euro. «ho vissuto a londra e per me la brexit è un enorme peccato: sentivo la città come fortemente europea e penso sia un passo indietro, una capitale che sarebbe potuta essere parte della forza europea nell'evitare la marginalizzazione nella guerra tra cina e usa sui dazi. il popolo britannico si è espresso in modo chiaro e il voto avvicina la brexit - ha aggiunto - e in ogni caso noi di altagamma intendiamo proseguire il dialogo con l'alto di gamma inglese».

14 dicembre 2019 | A- | A+ | | |

Offre droga a due giovani appena usciti da un locale: ma erano carabinieri

Treni, il diretto Trento-Milano adesso è realtà

Scuola: addio all'obbligo del Clil, salgono le ore di lingua straniera

Treno diretto Trento-Milano, le immagini della prima corsa

Malore, muore a 29 anni vigile del fuoco volontario

Top Video

Metalli pesanti in malati tumore della Terra dei fuochi

ITALIA



Ansa Live ore 12

GENERALE 12



Espulsi due funzionari cinesi negli Usa per spionaggio

MONDO



[Altri video »](#)



Business

Matteo Lunelli alla guida del lusso italiano
«Brexit, che peccato: è un passo indietro»
Lavoro: «Mancheranno 236.00 addetti»

Ven, 13/12/2019 - 17:41



PER APPROFONDIRE:
[fondazione alta gamma](#), [Matteo Lunelli](#), [lusso](#)

Tempo di lettura: 3 minuti 39 secondi

Matteo Lunelli, presidente e ceo di Cantine Ferrari, da nuovo presidente della Fondazione Altagamma, che riunisce 110 marchi italiani del lusso tra moda, gioielleria, food & beverage, hospitality, automotive e yacht alza il velo sul programma del suo mandato triennale.

«Siamo molto ottimisti sul futuro dell'alto di gamma - ha affermato - perché l'Italia e il made in Italy possono avere un vantaggio competitivo per il valore dei marchi italiani e lo stile di vita che tutto il mondo ci invidia».

Il contesto macroeconomico di incertezza, che non impedisce la crescita del settore, e un futuro con nuovi consumatori, attenti alla sostenibilità e influenzati dal digitale, sono tra i temi toccati nel tracciare le linee guida del 2020-2022.

Ma vediamo i punti toccati dal numero uno del gruppo Ferrari.

BREXIT

«Ho vissuto a Londra e per me la Brexit è un enorme peccato: sentivo la città come fortemente europea e penso sia un passo indietro, una capitale che sarebbe potuta essere parte della forza europea nell'evitare la marginalizzazione nella guerra tra Cina e Usa sui dazi».
 «Il popolo britannico si è espresso in modo chiaro e il voto avvicina la Brexit - ha aggiunto - e in ogni caso noi di Altagamma intendiamo proseguire il dialogo con l'alto di gamma inglese».

DAZI

PIÙ LETTI PIÙ CONDIVISI PIÙ COMMENTATI

CRONACA 13 DIC 2019
 Era evaso dai domiciliari e, insieme al fratello minore, aveva picchiato e ra

LAVIS - ROTALIANA
 13 DIC 2019
 Sarà riaperta al traffico a partire da stasera la strada 421 nel tratto tra S

BUSINESS 13 DIC 2019
 Matteo Lunelli, presidente e ceo di Cantine Ferrari, da nuovo presidente dell

RIVA - ARCO 13 DIC 2019
 Appello, da Riva del Garda, per un gatto scomparso.

ANIMALI 13 DIC 2019
 Nel 2018 gestire gli animali nelle città è costato in Italia circa 221 milion

FOTOGALLERY



Boris Johnson si gioca la Brexit

«Può accadere che nella guerra dei dazi Usa-Cina l'Europa sia un po' schiacciata, ma sul lusso il baricentro è l'Europa, anche se i dazi sono comunque un rischio». «Dobbiamo mantenere questa forza - ha aggiunto - ma serve lavorare con gli altri Paesi europei. A farlo devono essere il governo italiano e le istituzioni europee, noi non possiamo. C'è una guerra commerciale in atto. Io stesso - ha raccontato - ho ricevuto stamani una lettera dal nostro importatore negli Usa che parla di un nuovo rischio, anche del 100%. Sono molto preoccupato. È un percorso che va contro un trend che per noi è stato molto positivo: l'America come mercato è l'attualità. Quello della Cina vedrà una crescita significativa nei consumi, nonostante i problemi emergenti, come quelli di Hong Kong. Per il vino però è un mercato ancora piccolo».

IL MERCATO DEL LUSSO

«Nonostante un contesto macroeconomico d'incertezza e volatilità e prospettive generali di stallo, dopo tre anni di crescita, il mercato mondiale del lusso cresce nel 2019 (+7%, +4% a cambi costanti) con prospettive di crescita tra il 3% e il 5% al 2025 (Bain Luxury Study)».

«Il comparto in Italia - ha aggiunto Lunelli presentando le linee strategiche del suo mandato - vale 115 miliardi di euro (9% del totale mondiale, dati Cresv-Bocconi), pari al 6,85% del Pil tra contributo diretto, indiretto e indotto, per un totale di 400.000 addetti. Il contesto però sta cambiando profondamente, con un consumatore che ha caratteristiche preside: sempre più globale, giovane e asiatico. La sfida viene dunque da nuovi mercati, più attenti alla sostenibilità, sia per quanto riguarda l'ambiente, che gli aspetti sociali e di governance. Si tratta di consumatori sempre più influenzati dal digitale (ora al 70%, che diventerà 100% nel 2025), anche se non acquistano esclusivamente on-line. Nel 2025 circa la metà del mercato del lusso sarà in Asia e il 70% della spesa di consumatori asiatici, con una quota superiore al 50% del mercato del lusso in mano alle cosiddette generazioni Y e Z (rispettivamente millennial e i giovani nati dalla fine degli Anni Novanta al 2010, ndr), che costituiranno il 130% della crescita del periodo 2018-2025».

LAVORATORI CERCANSI

Per il lusso italiano nel 2024 mancheranno 236.00 profili richiesti dalle imprese e non disponibili. Un dato che emerge da un'analisi effettuata in collaborazione con Unioncamere e pubblicata nel libro 'I talenti del fare', riferito da Lunelli nella sua presentazione, a Milano, degli obiettivi strategici del mandato. «Chi sa costruire know-how trova lavoro - ha aggiunto - ma serve superare una serie di preconcetti, per i quali la maggioranza degli studenti sceglie il liceo. Il 'saper fare è unico' e alcune figure possono guadagnare più di un grande manager».

«Restano invariate la mission di Altgamma - ha sottolineato - nel volere contribuire alla crescita e alla competitività delle imprese dell'industria creativa e culturale italiana e del 'Sistema Italia' nel suo complesso, così



Senza tetto, emergenza freddo Un ospite su tre è italiano

Il freddo sta arrivando e per chi non ha una casa c'è...



VIDEOGALLERY



Jennifer Lopez, che passione i look monocromo! Questa volta stupisce in total green

0 12 NOV. 2019



Incendio a Hollywood, studios evacuati: Clint Eastwood resta per finire il film

0 12 NOV. 2019



Fabio Volo è la voce di Ailo - Un'avventura tra i ghiacci: "L'ho fatto anche per i miei figli"

0 12 NOV. 2019

[Guarda tutti i video](#)

come la vision, nel farsi ambasciatore dello stile di vita italiano nel mondo». Come pilastri strategici ha indicato internazionalità nello sviluppare i mercati internazionali, sostenibilità nell'affrontare le priorità dell'agenda globale e contemporaneità nell'innovare, con particolare attenzione allo sviluppo del digitale. Un accento infine al rinnovarsi del 'Premio giovani imprese', per valorizzare quelle emergenti.

RIPRODUZIONE RISERVATA © Copyright l'Adige

ARTICOLO PRECEDENTE

< Tenta di rapinare spacciatore Un arresto e due denunce

ARTICOLO SUCCESSIVO

Picchiò e rapinò due ragazzini alle Albere dopo essere evaso dai domiciliari: 3 anni e 8 mesi per rapina pluriaggravata >

TI POTREBBERO INTERESSARE ANCHE:



Sponsor

Vodafone fino al 16/12
Solo online Fibra a 27,90€ con le chiamate in regalo.



Fuori orario sulla Gran Risa gravissimo uno sciatore schiantato contro il "gatto"



Sponsor

A Natale regala un'emozione Regala il Piccolo Teatro
Regala Card Oro Natale: due biglietti a soli 60€



Sponsor

Nissan X-TRAIL
N-Connecta 1.7 dCi a € 26.950 con Salomon Pack Omaggio.



Cane chiama i pompieri e salva altri due Labrador caduti in una vasca irrigua



La cascatella di Castel Tesino come il regno di Frozen (ma non fa tanto freddo)

by

L'utilizzo della piattaforma dei commenti prevede l'invio di alcune informazioni al fornitore del servizio **DISQUS**. Utilizzare il form equivale ad acconsentire al trattamento dei dati tramite azione positiva. Per maggiori informazioni visualizza la [Privacy Policy](#)

1 Commento l'Adige

1 Accedi

Consiglia

Tweet

Condividi

Ordina dal più recente



Partecipa alla discussione...

ENTRA CON

l'Adige.it

o REGISTRATI SU DISQUS ?

Nome

Email

Password

Accetto i [termini del servizio](#) di Disqus

Accetto che Disqus utilizzi l'indirizzo email, l'indirizzo IP e i cookie per semplificare la mia autenticazione e la pubblicazione dei commenti, così come descritto dettagliatamente nella [normativa sulla privacy](#)

Acconsento all'ulteriore utilizzo dei miei dati personali, inclusi i cookie di prima e di terza parte, ai fini di mostrare contenuti, anche pubblicitari, personalizzati, così come indicato nella nostra [Policy sulla condivisione dei dati](#)

IL TUO PUNTO DI RIFERIMENTO FISCALE!
TUTTA l'esperienza di CAAF N. 1 in ITALIA
TUTTE le tue agevolazioni fiscali
NUMERO VERDE 800 20 20 20 - 0461.040111 - info@caaf.it - www.caaf.it

l'Adige - Quotidiano in...
169.077 "Mi piace"
Mi piace l'Adige Acquista ora

Di' che ti piace prima di tutti i tuoi amici

ANNUNCI PPN



Nissan X-TRAIL
N-Connecta 1.7 dCi a € 26.950 con Salomon Pack Omaggio.
[Configuralo](#)



Sconti fino al 51%
Tra tanti regali sottocosto il tuo
[valido fino al 15/12](#)



Sconti fino al 51%
Tra tanti regali sottocosto il tuo
[valido fino al 15/12](#)



Vodafone fino al 16/12
Solo online Fibra a 27,90€ con le chiamate in regalo.
[Attiva subito!](#)



Business

Matteo Lunelli nominato presidente della Fondazione "Altagamma", il meglio del lusso italiano

Sab, 14/12/2019 - 18:12



PER APPROFONDIRE:
[Matteo Lunelli, Altagamma, lusso, Italia](#)

Tempo di lettura: 0 minuti 52 secondi

Il contesto macroeconomico non aiuta, col commercio mondiale che cresce meno del Pil e fa presagire un nuovo protezionismo, ma il lusso crescerà ancora tra il 3% e il 5%. E l'Europa, che rischia di patire la guerra dei dazi Usa-Cina, resterà comunque baricentro di settore.

«Peccato per la Brexit ma proseguiremo il dialogo con gli inglesi». Il quadro è di Matteo Lunelli, presidente e Ad di Cantine Ferrari, nominato presidente per il 2020-2022 della Fondazione Altagamma, che riunisce 110 marchi italiani del lusso, moda, food & beverage, hospitality, automotive.

«Siamo molto ottimisti sul futuro dell'alto di gamma - ha detto Lunelli nel presentare il programma del suo mandato - L'Italia e il made in Italy possono avere un vantaggio competitivo, per il valore dei marchi italiani e lo stile di vita che tutto il mondo ci invidia». Un comparto da 115 miliardi di euro con 400.000 addetti. Già nel 2024 però mancheranno 236.000 addetti con profili richiesti dalle imprese. Per questo Altagamma lancia la campagna per aiutare famiglie e giovani a scegliere mestieri e scuole tecniche e professionali.

RIPRODUZIONE RISERVATA © Copyright l'Adige

ARTICOLO PRECEDENTE

PIÙ LETTI PIÙ CONDIVISI PIÙ COMMENTATI

BUSINESS 14 DIC 2019
 Il contesto macroeconomico non aiuta, col commercio mondiale che cresce meno

CRONACA 14 DIC 2019
 «Molti segnali ci dicono che le parole di Antonio, giornalista e poeta appass

RIVA - ARCO 14 DIC 2019
 Il commissariato di polizia in collaborazione con i Carabinieri della Stazion

CRONACA 14 DIC 2019
 È vivo e in buone condizioni lo scialpinista trentino che è stato travolto da

LAVIS - ROTALIANA
 14 DIC 2019
 Carambola a tre, questa mattina, alla rotonda del ponte di Lavis.

FOTOGALLERY





Home | Interno | Fondazione Altagamma, nuova governance e linee guida

Fondazione Altagamma, nuova governance e linee guida

13/12/2019

Il prossimo mandato di presidenza 2020-2022 sarà di Matteo Lunelli (Cantine Ferrari)

Invia ad un amico
Versione stampabile
Versione solo testo



Farmacie di turno TN



Meteo Trentino



Stasera in TV



L'Assemblea dei Soci di Fondazione Altagamma, che dal 1992 riunisce le imprese dell'alta industria culturale e creativa italiana, ha ufficialmente approvato ieri il nuovo Consiglio di Amministrazione della Fondazione per il triennio 2020-2022.

Matteo Lunelli (Presidente e CEO, Cantine Ferrari), già Vice Presidente negli ultimi due mandati triennali, viene nominato Presidente di Fondazione Altagamma e succede così ad Andrea Illy (Presidente, illycaffè) che nel corso del suo mandato ha portato i Soci della Fondazione da 76 a 110.

«Il Made in Italy» ha dichiarato Matteo Lunelli, Presidente di Altagamma, «continua ad avere uno straordinario potere evocativo legato ai nostri territori, al nostro saper fare e al nostro stile di vita. Tuttavia, gli scenari macroeconomici richiederanno alle aziende Altagamma di saper intercettare un nuovo consumatore, che sarà sempre più asiatico, giovane, digitale e attento ai valori di cui la marca è ambasciatrice. Internazionalità, sostenibilità e contemporaneità sono dunque i tre pilastri strategici che ispireranno le nostre attività nei prossimi tre anni.»

Matteo Lunelli ha confermato che la Mission di Fondazione Altagamma resta quella di «contribuire alla crescita e alla competitività delle imprese dell'industria creativa culturale italiana e, indirettamente, del Sistema Italia».

Lo scenario di mercato è però profondamente cambiato e richiede di rispondere a nuove esigenze che coinvolgono tutti i settori in cui opera la Fondazione (moda, design, alimentare, ospitalità, automotive, gioielli, nautica).

Nel 2023 un consumatore su due del lusso sarà asiatico e la crescita sarà quasi totalmente guidata da Millennial e Generazione Z, che stanno ridisegnando l'industria con la loro spiccata sensibilità verso approcci autentici, sostenibili e culturalmente inclusivi.

Sarà dunque necessario reinterpretare il modo di fare impresa, innovare prodotti e modalità di comunicazione.

© Riproduzione riservata



Farmacie di turno BZ



Meteo Alto Adige



Film a Bolzano

NUOVA GOVERNANCE IN ALTAGAMMA: I TRE PILASTRI DEL PRESIDENTE MATTEO LUNELLI

Arrivare a una carta dei valori di Altagama è uno degli obiettivi di Matteo Lunelli, dal 1° gennaio 2020 presidente della Fondazione (esiste dal 1992, quando gli diede vita Santo Versace) per il triennio 2020-2022. Lunelli, che di Altagama è attualmente tra i vicepresidenti nel board di vertice presieduto da Andrea Illy, è imprenditore molto conosciuto nel mondo dell'enogastronomia, in quanto presidente e ad di Cantine Ferrari, azienda trentina leader nella vinificazione "Metodo Classico". Il prossimo numero uno di Altagama – associazione che si definisce "ecosistema dinamico" e raggruppa 110 aziende – ha raccontato stamattina 13 dicembre 2019, all'Hotel Principe di Savoia a Milano, di fronte a una platea di specialisti del settore, il programma della nuova governance. "Il lusso cresce", ha detto Lunelli, prendendo la parola dopo il direttore generale Stefania Lazzaroni, che ha fatto il punto sullo stato dell'arte. "Si registrano nel mondo 10 milioni di consumatori in più, una crescita del 3/5%, con l'Italia protagonista. Perché quando si parla di prodotti alti di gamma, è l'Italia che viene in mente. Con asset che tutti ci invidiano: grazia, artigianalità, innovazione. Che vanno rafforzati con tre pilastri: internazionalità, sostenibilità, contemporaneità. Un mercato che vale 115 miliardi di euro e impiega 400 mila addetti. E con questi dati che bisogna accettare le sfide del futuro". Altagama fa parte dell'internazionale di associazioni fondate per difendere e promuovere stili di vita e consumi di altissima qualità: si chiama Eccia, acronimo di European Cultural and Creative Industries. Sono Circulo Fortuny (Spagna), Comitè Colbert (Francia), Meisterkreis (Germania), Walpole (Regno Unito) e rappresentano oltre 400 brand. "Siamo in stretto contatto", ha spiegato Lunelli, "perché l'Europa è il baricentro del lusso. Se l'intelligenza artificiale, faccio un esempio, è nata negli Usa e si sta sviluppando in Cina, i prodotti di lusso, dalla moda, alla gioielleria, all'automotive, al vino, al food, restano saldamente in Europa. E naturalmente in Italia". "Oggi", ha proseguito l'imprenditore, "l'economia del lusso è sempre più immateriale, legata a valori ed esperienze, a marchi che evocano il saper fare e lo stile di vita italiano. Certo, dobbiamo essere bravi a dialogare con i nuovi consumatori, in un mercato globale dove il digitale influenza ogni consumo. La Generazione Zeta cerca sempre più condivisione e sostenibilità: una parola forse di moda, ma che ha un contenuto reale di rispetto per l'ambiente e attenzione al modo di lavorare, dalle materie prime al come si produce". Matteo Lunelli ha parlato degli Altagama Club, presenti in Olanda e a Shanghai, avamposti di un costante lavoro da ambasciatori del Made in Italy, che è una delle principali ragioni d'essere dell'associazione, la quale riunisce le migliori imprese dell'Alta Industria Culturale e Creativa per promuovere l'eccellenza italiana nel mondo. "Alberghi come il Principe di Savoia", ha detto Lunelli, "o i grandi yacht sono contenitori del lusso, quindi riguardano aziende di Altagama. L'Italia è anche Paese manifatturiero del lusso per molti prodotti francesi. Noi come associazione abbiamo il compito di mettere insieme, fare sistema. Siamo anche interlocutori presso le istituzioni e il governo, in modo da veicolare le ragioni di un settore industriale di grandi prospettive. Dobbiamo attrarre turismo, i turisti saranno poi ambasciatori dei nostri prodotti più evocativi". Lunelli ha presentato anche i componenti del vertice di Altagama: molte conferme e alcune novità come, tra altri nomi, Sabina Belli (ceo di Pomellato); Stefano Domenicali (presidente e ceo di Lamborghini); Aldo Melpignano (managing director San Domenico Hotels); Dario Rinero (ceo, Gruppo Poltrona Frau); Laudomia Pucci (vice presidente e image director Emilio Pucci); Giovanni Geddes da Filicaja (ceo Gruppo Frescobaldi). Nelle linee guida del prossimo mandato di presidenza, grande importanza avrà l'aspetto educativo. "Bisogna credere e migliorare le scuole tecniche", ha detto Lunelli. "Ci sono professionisti, ad esempio nelle nostre vigne, che guadagnano più dei loro coetanei laureati. E invece spesso nelle famiglie si

pensa che solo il liceo, e poi l'università, possono assicurare un futuro. Cerchiamo di far incontrare la richiesta di artigiani, magari raccontando in modo più attraente il lavoro che svolgeranno, con giovani sempre più motivati e preparati". Antonio Bozzo Share on Facebook Share on LinkedIn

[NUOVA GOVERNANCE IN **ALTAGAMMA**: I TRE PILASTRI DEL PRESIDENTE MATTEO LUNELLI]



Home > Industria > Lunelli di Cantine Ferrari alla presidenza di Altagamma

Lunelli di Cantine Ferrari alla presidenza di Altagamma

Patrick Fontana 13 Dicembre 2019



Matteo Lunelli, neoletto presidente di Altagamma

Nuova governance per la Fondazione che guarderà a internazionalizzazione, sostenibilità e contemporaneità come linee guida fino al 2023 per imporre il made in Italy del lusso a partire dai mercati giovani ed asiatici

Matteo Lunelli, presidente e Ceo di Cantine Ferrari, succede ad Andrea Illy alla presidenza di Fondazione **Altgamma**, al termine di due mandati triennali ricoperti con la carica di vicepresidente. Confermati Claudio Luti

(Kartell) come vicepresidente per il Design, Lamberto Tacoli (Perini Navi) come vicepresidente per la Nautica, e Paolo Zegna (Ermenegildo Zegna) come vicepresidente per la Moda. Nuovi ingressi nel consiglio di amministrazione della fondazione, che riunisce le imprese dell'alta industria culturale e creativa italiana, sono Sabina Belli (Pomellato) come vicepresidente per la Gioielleria, Stefano Domenicali (Lamborghini) vicepresidente per l'Automotive, Giovanni Geddes da Filicaja (Frescobaldi) vicepresidente per l'Alimentare e Aldo Melpignano (San Domenico Hotels) quale vicepresidente per l'Ospitalità. Nella governance sono state introdotte due nuove vicepresidenze trasversali, assegnate per l'Internazionalizzazione a Dario Rinero (Poltrona Frau) e per i Talenti/Capitale Umano a Laudomia Pucci (Emilio Pucci).

Pubblicità



Abbonati a Mark Up

Edicola web

Iscriviti alla newsletter



MANAGEMENT

Notes.it

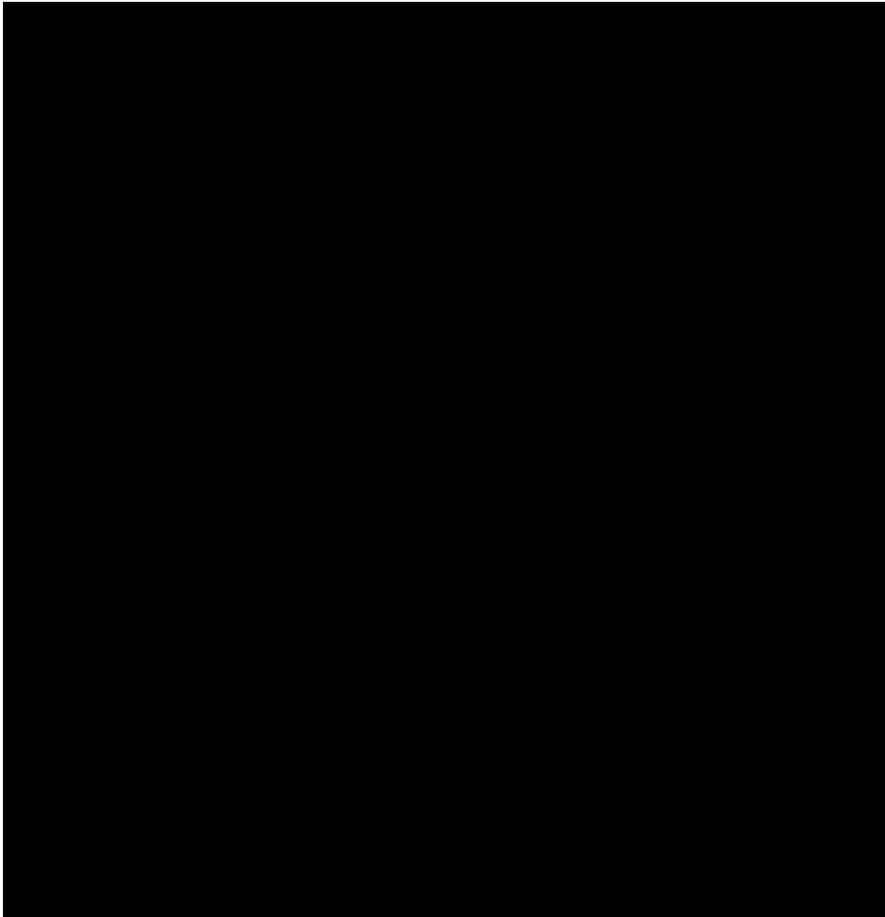
A CURA DI S.I.M.A.

Twitter



Mark Up
@Mark_Up_

Mercato pubblicitario alla sfida dell'ultimo bimestre



Invitati permanenti al cda saranno anche il presidente fondatore Santo Versace, il presidente onorario Leonardo Ferragamo e il past presidente Andrea Illy.

In occasione dell'assemblea dei soci il neo eletto presidente Lunelli ha confermato che la missione resta quella di contribuire a crescita e competitività delle imprese di Altagamma e, indirettamente, del sistema Paese. A cambiare, semmai, è lo scenario di mercato che richiede di rispondere a nuove esigenze che coinvolgono tutti i settori in cui opera la fondazione. A partire dal 2023 la metà dei consumatori del lusso sarà asiatica e la crescita sarà quasi totalmente generata da Millennial e Gen Z, che stanno ridisegnando l'industria con la loro sensibilità verso approcci sostenibili, inclusivi, autentici.

"Il made in Italy continua ad avere uno straordinario potere evocativo legato a territori, saper fare e stile di vita. Tuttavia bisognerà saper intercettare un nuovo consumatore.

Internazionalità, sostenibilità e contemporaneità sono dunque i tre pilastri strategici che ispireranno le nostre attività nei prossimi tre anni".

Verrà dunque ampliato il network di relazione nei principali mercati. Dopo Olanda e Cina proseguirà il progetto Altagamma Club che riunisce nei diversi Paesi i manager delle aziende associate con l'obiettivo di identificare progetti congiunti e opportunità di narrazione dello stile di vita italiano. Altagamma offrirà opportunità di scambio di best practice nell'ambito dei modelli di business sostenibili dal punto di vista sociale, ambientale e di governance. Ma la sfida del futuro sarà la capacità di innovare e intercettare le nuove generazioni, in particolare sfruttando i canali di comunicazione digitale. Da qui la riproposizione di un rinnovato Digital Day per indagare i futuri trend della creatività. Proseguirà anche il progetto Next Design Perspectives, che giunge alla terza edizione.

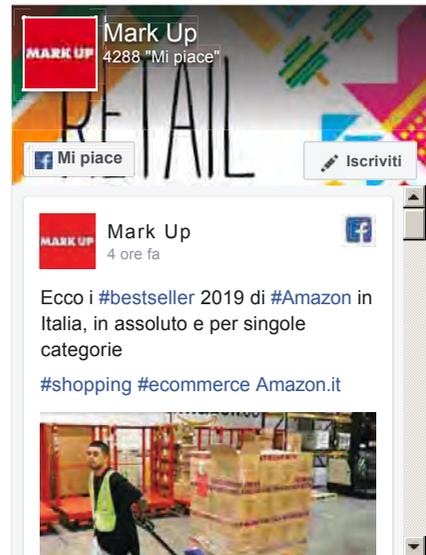
Dati @NielsenItaly #adv #pubblicità
#investimenti #media mark-up.it/mercato-pubbl... di @Mark_Up_



Mercato pubblicitario alla s...
L'andamento del mese di ot...
mark-up.it



6h

Facebook

La fondazione

Altgamma, fondata nel 1992, riunisce le migliori imprese dell'alta industria culturale e creativa che promuovono nel mondo eccellenza e unicità dello stile italiano. Accoglie oggi 110 brand di 7 settori. L'alto di gamma italiano rappresenta un'industria di 115 miliardi di euro in Italia e fornisce un contributo al Pil del 6,85%. Vanta una quota export del 53% e coinvolge una forza lavoro di 402mila addetti.

SCOPRI IL DIGITAL
MANAGER CLUB

La campagna Video

TAG Altgamma Cantine Ferrari Contemporaneità internazionalizzazione Matteo Lunelli
Sostenibilità

Mi piace 0



Articolo precedente

Milano, Palazzo dell'Informazione, i principali consulenti della vendita

Articolo successivo

Alessia Zucchi riceve il premio "Donne per il Made in Italy"



Patrick Fontana

Industria agrolimentare e Store brand

ARTICOLI CORRELATI

Dello stesso autore



Banco Bpm con gli allevatori italiani per creare una banca dati nazionale



Italmobiliare acquisisce il Salumificio Capitelli



Alessia Zucchi riceve il premio "Donne per il Made in Italy"



LASCIA UN COMMENTO

Commento:



PAGELLE & CLASSIFICHE EDITORIALE ALLE 5 DELLA SERA IL DECODER L'ATTIMO FUGGENTE SOCRATE COMPLEANNI MERCATINI CONTATTI



HOT TOPICS

13/12/2019 | CDP E REGIONE LOMBARDIA, STIPULATO PRESTITO 205 MILIONI PER L'EDILIZIA

CERCA ...

CERCA

HOME

EDITORIALE

Lunelli guida Altagamma: export e sostenibilità al centro

13/12/2019



Il presidente e ad di Cantine Ferrari, Matteo Lunelli, guiderà Altagamma per il prossimo triennio, succedendo all'imprenditore del caffè Andrea Illy, che nel corso del suo mandato ha portato i soci della Fondazione da 76 a 110. Nel tracciare le linee guida della fondazione, Lunelli ha messo al centro export e sostenibilità. "Daremo supporto alle nostre imprese nella sfida dell'internazionalizzazione. Punteremo inoltre

alla sostenibilità, proponendoci di produrre una carta dei valori dell'associazione che tenga conto non soltanto del rispetto dell'ambiente, ma sia una sostenibilità allargata all'economia e al sociale", ha spiegato. Al fianco dell'imprenditore trentino, che era già stato vicepresidente di Altagamma, ci saranno Claudio Luti (Kartell) come vice presidente del Design, Lamberto Tacoli (Perini Navi) come vice presidente per la Nautica e Paolo Zegna (Ermenegildo Zegna) vice presidente per la Moda, tutti confermati; assieme a loro le novità in fondazione sono Sabina Belli (Pomellato) responsabile per la Gioielleria, Stefano Domenicali (Lamborghini) vicepresidente Automotive, Giovanni Geddes da Filicaja (Frescobaldi) vicepresidente per l'Alimentare e Aldo Melpignano (San Domenico Hotels) vice presidente per l'area Ospitalità. Vengono introdotte inoltre due vice presidenze trasversali: una per l'Internazionalizzazione, affidata a Dario Rinero (Poltrona Frau) e una per i Talenti e il Capitale Umano, affidata a Laudomia Pucci (Emilio Pucci).





Home

News▼

Contatti

Chi siamo

Sostienici

Videogallery

Photogallery

Streaming

LE ULTIME 20 NOTIZIE

04:39 (14/12)

BLITZQUOTIDIANO.IT *
VENDITE QUOTIDIANI
EDICOLA / SETTEMBRE
2018 – SETTEMBRE
2019: « L'ADIGE CALA
DA 11.587 A 10.078
COPIE (0,86) / ALTO
ADIGE-TRENTINO
SCENDE DA 8.976 A
7.719 (0,85) »

04:21 (14/12)

ALTAGAMMA *
ASSEMBLEA DEI
SOCI: « MATTEO
LUNELLI È IL NUOVO
PRESIDENTE, NUOVA
GOVERNANCE E LINEE
GUIDA DEL PROSSIMO
MANDATO DI
PRESIDENZA 2020-2022
»

03:10 (14/12)

ENAC * EASA: « AL
CONSIGLIO DI
AMMINISTRAZIONE LA
PARTECIPAZIONE DEL
DIRETTORE GENERALE
ALESSIO QUARANTA E
DEL VICE DIRETTORE
GENERALE
ALESSANDRO CARDI »

02:51 (14/12)

CONSIGLIO DEI
MINISTRI * BANCA
POPOLARE DI BARI: «
ASSUMERE TUTTE LE
INIZIATIVE PER LA
PIENA TUTELA DEGLI
INTERESSI DEI
RISPARMIATORI,
RAFFORZARE IL
SISTEMA CREDITIZIO
PRODUTTIVO DEL SUD
»

02:49 (14/12)

BANCA D'ITALIA *
BANCA POPOLARE

04:21 (14/12) (lancio d'agenzia)

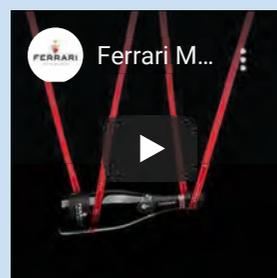


ALTAGAMMA * ASSEMBLEA DEI SOCI: « MATTEO LUNELLI È IL NUOVO PRESIDENTE, NUOVA GOVERNANCE E LINEE GUIDA DEL PROSSIMO MANDATO DI PRESIDENZA 2020-2022 »

L'Assemblea dei Soci di Fondazione Altagamma, che dal 1992 riunisce le imprese dell'alta industria culturale e creativa italiana, ha ufficialmente approvato ieri il nuovo Consiglio di Amministrazione della Fondazione per il triennio 2020-2022. Matteo Lunelli (Presidente e CEO, Cantine Ferrari), già Vice Presidente negli ultimi due mandati triennali, viene nominato Presidente di Fondazione Altagamma e succede così ad Andrea Illy (Presidente, illycaffè) che nel corso del suo mandato ha portato i Soci della Fondazione da 76 a 110.

“Il Made in Italy” ha dichiarato Matteo Lunelli, Presidente di Altagamma, “continua ad avere uno straordinario potere evocativo legato ai nostri territori, al nostro saper fare e al nostro stile di vita. Tuttavia, gli scenari macroeconomici richiederanno alle aziende Altagamma di saper intercettare un nuovo consumatore, che sarà sempre più asiatico, giovane, digitale e attento ai valori di cui la marca è ambasciatrice. Internazionalità, sostenibilità e contemporaneità sono dunque i tre pilastri strategici che ispireranno le nostre attività nei prossimi tre anni”.

Cerca



BARI: « COMMISSARI STRAORDINARI IL PROF. BLANDINI E IL DOTT. AJELLO, COMPONENTI DEL COMITATO DI SORVEGLIANZA L'AVV. CASALE IL DOTT. FIORETTO E L'AVV GROSSO »

20:04 (13/12)

PAT * AIUTI AGLI APICOLTORI: « APPROVATO L'APERTURA DEL BANDO CHE PREVEDE LA CONCESSIONE DI CONTRIBUTI, PER IL 2020 È DI 126.600 EURO »

19:22 (13/12)

CGIL CISL UIL – TRENTINO * OCCUPAZIONE: « TAGLI PER 5,5 MLN ALLE POLITICHE DEL LAVORO, È EMERGENZA – LUNEDÌ 16 DICEMBRE ALLE 15 PRESIDIO SOTTO LA PROVINCIA »

19:12 (13/12)

PAT * VIABILITÀ: « DA QUESTA SERA SARÀ RIAPERTA AL TRAFFICO LA SS 421 NEL TRATTO TRA SAN LORENZO IN BANALE E MOLVENO »

19:07 (13/12)

UIL SCUOLA TRENTO * INCONTRO CON BISESTI: « CONFIDIAMO CHE IL 17/12 SI GIUNGA ALLA SOTTOSCRIZIONE DEL PROTOCOLLO GENERALE SUGLI IMPEGNI FINANZIARI »

19:01 (13/12)

PAT * CENTRALI IDROELETTRICHE: « UN DISEGNO DI LEGGE PER VALORIZZARE E PROTEGGERE LA RISORSA ACQUA »

18:48 (13/12)

GUARDIA DI FINANZA – TORINO * « 500 MILA I FUOCHI PIROTECNICI SEQUESTRATI, 10 LE PERSONE DENUNCIATE »

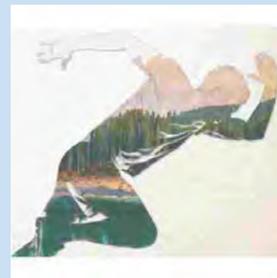
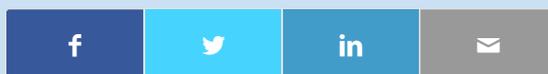
18:43 (13/12)

PAOLI (LEGA) * LAVORO: « APPROVATO ODG SU INCENTIVI PER L'AVVIO DI ATTIVITÀ IMPRENDITORIALI CHE IMPIEGHINO PERSONE CON DISABILITÀ »

Matteo Lunelli ha confermato che la Mission di Fondazione Altgamma resta quella di “contribuire alla crescita e alla competitività delle imprese dell’industria creativa culturale italiana e, indirettamente, del Sistema Italia”.

Lo scenario di mercato è però profondamente cambiato e richiede di rispondere a nuove esigenze che coinvolgono tutti i settori in cui opera la Fondazione (moda, design, alimentare, ospitalità, automotive, gioielli, nautica). Nel 2023 un consumatore su due del lusso sarà asiatico* e la crescita sarà quasi totalmente guidata da Millennial e Generazione Z, che stanno ridisegnando l’industria con la loro spiccata sensibilità verso approcci autentici, sostenibili e culturalmente inclusivi. Sarà dunque necessario reinterpretare il modo di fare impresa, innovare prodotti e modalità di comunicazione.

Condividi con i tuoi amici:



 **Trento**
 SCOPRI ALTRE CITTÀ ▾

Cerca in città CERCA

 METEO
 OGGI
9.2°

ROMA MILANO NAPOLI PALERMO TORINO GENOVA IN ITALIA

HOME AZIENDE **NOTIZIE** EVENTI CINEMA FARMACIE MAGAZINE METEO MAPPA

ULTIMA ORA **ECONOMIA** CRONACA POLITICA SPETTACOLO SPORT TECNOLOGIA RASSEGNA STAMPA

ALTAGAMMA * Assemblea dei Soci: « Matteo Lunelli È il nuovo presidente, NUOVA GOVERNANCE E LINEE GUIDA DEL PROSSIMO MANDATO DI PRESIDENZA 2020-2022 » -

 Condividi  Invia 



L'Assemblea dei Soci di Fondazione **Altgamma**, che dal 1992 riunisce le imprese dell'alta industria culturale e creativa italiana, ha ufficialmente approvato ieri il nuovo Consiglio di Amministrazione...

[Leggi tutta la notizia](#)

Opinione Agenzia Giornalistica | 14-12-2019 07:01

Categoria: **ECONOMIA**

ARTICOLI CORRELATI

Agricoltura: Illy, ci vuole ciclo rigenerativo e virtuoso
 ANSA | 04-12-2019 16:29

Notizie più lette

1 CONSIGLIO DEI MINISTRI * BANCA POPOLARE DI BARI: « assumere tutte le iniziative PER la piena tutela degli interessi dei risparmiatori, rafforzare il sistema creditizio produttivo del Sud » -

Opinione Agenzia Giornalistica | 14-12-2019 07:02

2 BANCA D'ITALIA * BANCA POPOLARE BARI: « Commissari straordinari il prof. Blandini e il dott. Ajello, componenti del Comitato di sorveglianza l'avv. Casale il dott. Fioretto e l'avv Grosso » -

Opinione Agenzia Giornalistica | 14-12-2019 07:02

3 BLITZQUOTIDIANO.IT * VENDITE QUOTIDIANI EDICOLA / SETTEMBRE 2018 " SETTEMBRE 2019: « L'ADIGE CALA DA 11.587 A 10.078 COPIE, 0,86, / ALTO ADIGE-TRENTINO SCENDE DA 8.976 A 7.719, 0,85, » -

Opinione Agenzia Giornalistica | 14-12-2019 07:01

4 ENAC * EASA: « AL Consiglio di

Cosa ti serve?

Info e numeri utili in città

Trento

FARMACIE DI TURNO
 oggi 14 Dicembre

Inserisci Indirizzo

TROVA



Fai crescere gli affari, crea la tua schede gratuita



Soggiorni per anziani con assistenza continuativa

Piazza Duomo invasa di «sardine» oltre 6 mila persone alla protesta tra canti, cartelli e abbracci - VIDEO E FOTO

L'Adige | 06-12-2019 19:31

Consiglio regionale Tn-Aa * manovra Bilancio 2020-2022: Kompatscher, « previdenza integrativa per lavoratori autonomi che si dedicheranno alla pa, importante intervenire su a22 » -

Opinione Agenzia Giornalistica | 09-12-2019 13:41

Altre notizie



ECONOMIA

CONSIGLIO DEI MINISTRI * BANCA POPOLARE DI BARI: « assumere tutte le iniziative PER la piena tutela degli interessi dei risparmiatori, rafforzare il sistema creditizio produttivo del Sud » -

Il Ministro dell'economia e delle finanze, Roberto Gualtieri, ha svolto un'informativa sulle...

Opinione Agenzia Giornalistica | 14-12-2019 07:02



ECONOMIA

BANCA D'ITALIA * BANCA POPOLARE BARI: « Commissari straordinari il prof. Blandini e il dott. Ajello, componenti del Comitato di sorveglianza l'avv. Casale il dott. Fioretto e l'avv Grosso » -

La Banca d'Italia, con decisione del 13 dicembre 2019, ha disposto lo scioglimento degli Organi con...

Opinione Agenzia Giornalistica | 14-12-2019 07:02



ECONOMIA

ENAC * EASA: « AL Consiglio di Amministrazione LA PARTECIPAZIONE DEL Direttore Generale Alessio Quaranta E DEL Vice Direttore Generale Alessandro Cardi » -

Consiglio di Amministrazione dell'EASA, l'Agenzia europea per la sicurezza aerea: partecipazione del...

Opinione Agenzia Giornalistica | 14-12-2019 07:01



ECONOMIA

ALTAGAMMA * Assemblea dei Soci: « Matteo Lunelli È il nuovo presidente, NUOVA GOVERNANCE E LINEE GUIDA DEL PROSSIMO MANDATO DI PRESIDENZA 2020-2022 » -

L'Assemblea dei Soci di Fondazione Altagama, che dal 1992 riunisce le imprese dell'alta industria...

Opinione Agenzia Giornalistica | 14-12-2019 07:01



ECONOMIA

Bastione, il ristorante «al Belvedere» aggiudicato a sorpresa a D'Ambrosio
In attesa di formalizzare nei minimi dettagli l'affidamento della gestione della «Spiaggia...

L'Adige | 14-12-2019 06:22

Amministrazione LA PARTECIPAZIONE DEL Direttore Generale Alessio Quaranta E DEL Vice Direttore Generale Alessandro Cardi » -

Opinione Agenzia Giornalistica | 14-12-2019 07:01

5 ALTAGAMMA *

Assemblea dei Soci: « Matteo Lunelli È il nuovo presidente, NUOVA GOVERNANCE E LINEE GUIDA DEL PROSSIMO MANDATO DI PRESIDENZA 2020-2022 » -

Opinione Agenzia Giornalistica | 14-12-2019 07:01

Temi caldi del momento

attendere un istante

città di trento presidente fugatti

presidente della provincia

festival della famiglia

comune di trento

presidente maurizio fugatti

tempesta vaia provincia di trento

ospedale santa chiara

territorio provinciale

azienda provinciale

Gli appuntamenti

In città e dintorni



MERCATINI

Mercatino dei Gaudenti

il 14 DICEMBRE



SAGRE E FESTE

Fuochi d'artificio per il Natale di Levico Terme

il 14 DICEMBRE

SCOPRI TUTTI GLI EVENTI

FILM DA VEDERE

TROVA CINEMA

Aziende in Campo

di Emanuele Sgarbi

HOME / CHI SONO



Altagamma, il neo presidente Lunelli: focus sui giovani che cambiano il mondo



Milano 13 dicembre 2019 – Gli scenari macroeconomici richiederanno alle aziende **Altagamma** di saper intercettare un nuovo consumatore, che sarà sempre più asiatico, giovane, digitale e attento ai valori di cui la marca è ambasciatrice. Internazionalità,

sostenibilità e contemporaneità sono dunque i **tre pilastri strategici** che ispireranno le nostre attività nei prossimi tre anni: queste le strade maestre indicate dal neo presidente di Fondazione **Altagamma**, **Matteo Lunelli** (nella foto). L'imprenditore quarantenne è ceo e comproprietario delle **Cantine Ferrari Trento**.

Dal 1992 l'associazione milanese riunisce le imprese dell'alta industria culturale e creativa italiana. Oggi le griffe di **Altagamma** sono 110 (ultime new entry: **Prada e Frescobaldi**) e operano in vari settori: moda, design, alimentare, ospitalità, automotive, gioielli, nautica. Si collocano al vertice del lusso italiano.

"Nel 2023 **un consumatore su due** del lusso sarà asiatico – ha aggiunto Lunelli nel corso della presentazione alla stampa a Milano – e la crescita sarà quasi totalmente guidata da **Millennial e Generazione Z**, che stanno ridisegnando l'industria con la loro spiccata sensibilità verso approcci autentici, sostenibili e culturalmente inclusivi. Sarà dunque necessario reinterpretare il modo di fare impresa, innovare prodotti e modalità di comunicazione".

Il mercato mondiale del lusso è stimato in **1.300 miliardi di euro**. L'alto di gamma italiano vale **115 miliardi** con un contributo del 6,9% sul Pil. La quota di export è del 53%. Le stime indicano che l'industria del lusso, nonostante il rallentamento del commercio mondiale e i dazi, continuerà a crescere mediamente del **3,5% l'anno** fino al 2025.

Essere trasversali

Come può una piccola associazione e con mezzi limitati come **Altagamma** affrontare temi di portata globale? "Noi non vogliamo scavalcare nessuno – ha risposto Lunelli – né duplicare le funzioni delle varie associazioni dei produttori. Curiamo anche i **rapporti istituzionali**: abbiamo realizzato diversi progetti con vari ministeri, sempre nel solco delle finalità di **Altagamma**".

Gli obiettivi sono talmente ambizioni, da apparire irrealizzabili. "Ma non c'è nulla di irrealizzabile – ha contestato **Stefania Lazzaroni**, direttore generale di **Altagamma** -. Noi operiamo trasversalmente a diverse settori con l'obiettivo di agire come sostegno ai marchi nel mercato globale. Del resto questo è il lavoro che svolge il **Comité Colbert**, che ha contribuito a diffondere nel mondo il lusso francese".

Il Comité Colbert è nato nel 1954 (**Altagamma** nel 1992) e oggi conta **84 soci** che condividono i valori e portano l'immagine della Francia nel mondo. I membri vengono cooptati sulla base di cinque criteri: ambizione internazionale, qualità, creazione, valore dell'oggetto ed etica.

Business & style

Probabilmente l'obiettivo principale di **Altagamma** è quello di sfruttare vantaggi e sinergie tra i business dei soci. Lo stesso Lunelli ha detto per esempio che "uno yacht di prestigio italiano o un albergo di livello può contenere una **gran numero di prodotti del lusso** e del nostro stile di vita". Per esempio mobili, orologi, abbigliamento, profumi, complementi d'arredo, spumanti e vini, wellness ed estendersi ad auto e moto. Funzionale a questo obiettivo è anche il progetto **Altagamma italian experiences**, itinerari ed esperienze che includono visite esclusive alle aziende socie.

Ma **Altagamma**, attraverso la sua attività con opinion leader, influencer e i media, racconterà lo stile di vita italiano, anche in collaborazione con ambasciate e consolati. Peraltro l'associazione punta ad ampliare la rete degli **Altagamma international honorary members**, imprese e istituzioni che promuovono in varia forma il bello, buono e ben fatto del nostro Paese nel mondo.

e.scarci709@gmail.com

CONDIVIDI:



Caricamento...



Publicato da emanuelescarci

Sono giornalista professionista dal 1988 e, dopo le prime esperienze giornalistiche a Il Giornale, sono stato assunto da Mondo Economico, il settimanale del Sole 24 Ore. Dopo, il passaggio al sito del Sole 24 Ore e successivamente al quotidiano. Mi sono sempre occupato di imprese e di settori economici, in particolare di food & beverage e commercio. Mail: e.scarci709@gmail.com

 [Vedi tutti gli articoli di emanuelescarci](#)

 14 dicembre 2019

 [I dazi del dopo Brexit: il 42% degli inglesi dichiara che ridurrà i consumi di vino](#)

Rispondi



E-mail (obbligatorio)

(L'indirizzo non verrà pubblicato)

Nome (obbligatorio)

Sito web

Notificami nuovi commenti via e-mail

Mandami una notifica per nuovi articoli via e-mail

GlobalMediaNews.info

Fatti e notizie da tutto il mondo

News and events from all over the world



LE ULTIME NEWS

LA REDAZIONE

CONTATTI

Search

Questo sito utilizza unicamente i cookies di analytics per le statistiche degli accessi. Se si desidera disattivarli cliccare [qui](#)

[← ritorna](#)

Presentate questa mattina all'Hotel Principe di Savoia a Milano le linee guida e la nuova governance 2020-2022 della Fondazione Altagamma

dicembre 13, 2019 (14.29)



Nella bella ed elegante cornice della Sala veranda dell'Hotel Principe di Savoia a Milano sono state presentate questa mattina dal Presidente di Alta Gamma, Matteo Lunelli le linee guida e la nuova governance 2020-2022 della Fondazione Altagamma. Accanto a lui Stefania Lazzaroni Direttrice Generale della Fondazione la cui mission è quella di spingere i giovani a dedicarsi a studi professionali per imparare mestieri sempre più a rischio di estinzione, risorse di cui l'industria italiana di qualità ha un forte bisogno

Ieri l'Assemblea dei Soci di Fondazione Altagamma, che dal 1992 riunisce le imprese dell'alta industria culturale e creativa italiana, riconosciute come autentiche ambasciatrici dello stile italiano nel mondo, ha ufficialmente approvato il nuovo Consiglio di Amministrazione della Fondazione per il triennio 2020-2022. Matteo Lunelli (Presidente e CEO, Cantine Ferrari), già Vice Presidente negli ultimi due mandati triennali, viene nominato Presidente di Fondazione Altagamma e succede così ad Andrea Illy (Presidente, illycaffè) che nel corso del suo mandato ha portato i Soci della Fondazione da 76 a 110.

Presidenza

Accanto alle conferme di Claudio Luti (Presidente, Kartell) come Vice Presidente del Design, Lamberto Tacoli (Presidente e CEO, Perini Navi) come Vice Presidente per la Nautica e Paolo Zegna (Presidente, Ermenegildo Zegna) nominato Vice Presidente per la Moda – si segnalano i nuovi ingressi di: Sabina Belli (CEO, Pomellato) Vice Presidente per la Gioielleria, Stefano Domenicali (Presidente e CEO, Lamborghini) Vice Presidente per l'Automotive, Giovanni Geddes da Filicaja (CEO, Gruppo Frescobaldi) Vice Presidente per l'Alimentare e Aldo Melpignano (Managing Director, San Domenico Hotels) Vice Presidente per l'area Ospitalità. Vengono introdotte inoltre due Vice Presidenze trasversali: una per l'Internazionalizzazione, affidata a Dario Rinero (CEO, Gruppo Poltrona Frau) e una per i Talenti e il Capitale Umano, affidata a Laudomia Pucci (Vice Presidente e Image Director, Emilio Pucci).

Con loro, il Presidente Fondatore Santo Versace, il Presidente Onorario Leonardo Ferragamo, insieme al Past President Andrea Illy saranno invitati permanenti al Consiglio di Amministrazione.

LE NOTIZIE IN ARCHIVIO

-  [Attualità](#)
-  [Arte e cultura](#)
-  [Bellezza e benessere](#)
-  [Cinema e spettacolo](#)
-  [Economia e finanza](#)
-  [Enogastronomia](#)
-  [Eventi](#)
-  [Guida al diritto](#)
-  [Moda](#)
-  [Musica](#)
-  [Recensioni](#)
-  [Medicina e salute](#)
-  [Sport](#)
-  [Turismo e viaggi](#)
-  [Architettura, arredamento](#)
-  [Scienza e tecnologia](#)
-  [DAL TICINO](#)



Archivi

Seleziona mese

Consiglieri

Nerio Alessandri (Presidente e CEO, Technogym), Marco Bizzari (Presidente e CEO, Gucci), Serge Brunschwig (Presidente e CEO, Fendi), Edoardo Caovilla (Co-Proprietario e Direttore Creativo, René Caovilla), Fabio d'Angelantonio (CEO, Loro Piana), Carlotta de Bevilacqua (Vice Presidente e CEO, Artemide e Presidente, Danese Milano), Claudio Domenicali (CEO, Ducati), Giuseppe Fontana (Presidente, Villa d'Este), Roberto Gavazzi (CEO, Boffi), Bob Kunze-Concewitz (CEO, Campari Group), Carlo Mazzi (Presidente, Prada S.p.A.), Carmen Moretti (CEO, L'Albereta e L'Andana), Maria Porro (Head of Marketing and Communication, Porro), Giuseppe Prezioso (CEO, Imax – Max Mara Fashion Group), Aurelio Regina (Vice Presidente Esecutivo, Manifatture Sigaro Toscano), Riccardo Sciutto (CEO, Sergio Rossi), Giovanni Tamburi (Presidente e CEO, Tamburi Investment Partners), Giovanna Vitelli (Vice Presidente, Azimut Benetti Group), Maurizio Zanella (Presidente, Ca' del Bosco).

Revisori dei Conti: Maurizio Dallochio (SDA Bocconi), Ezio Simonelli (Studio Simonelli) e Stefano Alessi (Alessi).

In occasione dell'Assemblea dei Soci, Matteo Lunelli ha confermato che la Mission di Fondazione Altagamma resta quella di "contribuire alla crescita e alla competitività delle imprese dell'industria creativa culturale italiana e, indirettamente, del Sistema Italia".

Lo scenario di mercato è però profondamente cambiato e richiede di rispondere a nuove esigenze che coinvolgono tutti i settori in cui opera la Fondazione (moda, design, alimentare, ospitalità, automotive, gioielli, nautica). Nel 2023 un consumatore su due del lusso sarà asiatico* e la crescita sarà quasi totalmente guidata da Millennial e Generazione Z, che stanno ridisegnando l'industria con la loro spiccata sensibilità verso approcci autentici, sostenibili e culturalmente inclusivi. Sarà dunque necessario reinterpretare il modo di fare impresa, innovare prodotti e modalità di comunicazione.

"Il Made in Italy" ha dichiarato Matteo Lunelli, "continua ad avere uno straordinario potere evocativo legato ai nostri territori, al nostro saper fare e al nostro stile di vita. Tuttavia, gli scenari macroeconomici richiederanno alle aziende Altagamma di saper intercettare un nuovo consumatore, che sarà sempre più asiatico, giovane, digitale e attento ai valori di cui la marca è ambasciatrice. Internazionalità, sostenibilità e contemporaneità sono dunque i tre pilastri strategici che ispireranno le nostre attività nei prossimi tre anni".

Internazionalità: per supportare le strategie internazionali dei Soci, Altagamma consoliderà e amplierà il proprio network di relazioni nei principali mercati. Dopo Olanda e Cina, proseguirà il progetto degli Altagamma Club, che riunisce nei diversi Paesi i manager delle aziende associate, con l'obiettivo di identificare progetti congiunti e nuove opportunità di narrazione dello stile di vita italiano, in collaborazione con Ambasciate e Consolati. Sarà inoltre ampliata la rete degli Altagamma International Honorary Members, imprese e istituzioni che promuovono in varia forma il bello, buono e ben fatto del nostro Paese nel mondo. Infine, per attrarre turisti di fascia alta affinché si innamorino del nostro stile di vita, continuerà il progetto Altagamma Italian Experiences, itinerari ed esperienze che includono visite esclusive alle aziende socie.

Sostenibilità: in linea con gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile individuati dall'ONU (SDG), per Altagamma la Corporate Social Responsibility è un elemento imprescindibile per le aziende di eccellenza, con un impatto economico e non solo reputazionale. Altagamma offrirà opportunità di scambio di best practice e affiancherà i Soci in programmi di trasformazione verso modelli di business sostenibili dal punto di vista sociale, ambientale e di governance.

Contemporaneità: la contemporaneità deve divenire un elemento intrinseco del Made in Italy tanto quanto la tradizione e l'identità culturale. La sfida del futuro sarà dunque la capacità di innovare e di intercettare le nuove generazioni, in particolare sfruttando i canali di comunicazione digitale. Altagamma sarà impegnata nell'analisi di questi fenomeni con ricerche e iniziative dedicate come l'organizzazione di un rinnovato Digital Day. Per indagare i futuri trend della creatività e approfondire le opportunità derivanti dai macro-cambiamenti in corso, prosegue anche il progetto NEXT DESIGN PERSPECTIVES, che giunge alla terza edizione.

Continueranno infine le attività strutturali della Fondazione relativamente a Studi e Ricerche e alle Relazioni Istituzionali a livello europeo tramite la European Cultural and Creative Industries Alliance (ECCIA). Proseguirà anche l'impegno verso il tema del Capitale Umano, con il progetto I Talenti del

Fare, finalizzato al riposizionamento delle professioni manifatturiere, e il Premio Giovani Imprese.

a cura della redazione

GloablMediaNews, prima di pubblicare foto o testi, compie tutte le opportune verifiche al fine di accertarne il libero regime di circolazione e non violare i diritti d'autore o altri diritti esclusivi di terzi. Per segnalare eventuali errori nell'uso di materiale riservato contattate la redazione.

Sede/Head Office: Via Lepori 13, 6900 Massagno, Svizzera. Redazione estera: via Canova 11, 20145 Milano.

Registrati Entra

Redazione Facebook Twitter YouTube



- HOME PAGE
- ATTUALITÀ
- POLITICA
- SPORT
- ECONOMIA
- ARTE E CULTURA
- SCIENZA E TECNOLOGIA
- AMBIENTE ED AGRICOLTURA
- INTERVISTE
- SALUTE E ALIMENTAZIONE
- COSTUME E SOCIETÀ
- MUSICA E SPETTACOLO
- CURIOSITÀ
- DAL MONDO
- CRONACA
- ITALIA
- ALLA SCOPERTA DELLA SARDEGNA

Nuova governance per Altagamma

La fondazione che dal 1992 riunisce le imprese dell'alta industria culturale e creativa italiana, riconosciute come autentiche ambasciatrici dello stile italiano nel mondo.

pubblicato il 13/12/2019 in Economia

Condividi su: [f](#) [t](#) [in](#) [p](#)

Giorgio Nadali



PARTECIPA AL GIORNALE

SEI GIÀ REGISTRATO?

ACCEDI CON LOGIN E PASSWORD

Accedi

ACCEDI CON UN ACCOUNT SOCIAL

[f](#) Accedi con Facebook

- REGISTRATI
- POLITICA EDITORIALE
- RECUPERA PASSWORD
- TERMINI E CONDIZIONI
- DISATTIVA ACCOUNT
- INFORMATIVA PRIVACY

Video in evidenza

Si è verificato un errore.

Prova a guardare il video su www.youtube.com oppure attiva JavaScript se è disabilitato nel browser.



di *Giorgio Nadali*

Presentate questa mattina all'Hotel Principe di Savoia a Milano le linee guida e la nuova governance 2020-2022 della Fondazione Altagamma. L'Assemblea dei Soci di Fondazione Altagamma, che dal 1992 riunisce le imprese dell'alta industria culturale e creativa italiana, riconosciute come autentiche ambasciatrici dello stile italiano nel mondo, ha ufficialmente approvato il nuovo Consiglio di Amministrazione della Fondazione per il triennio 2020-2022. **Matteo Lunelli** (Presidente e CEO, Cantine Ferrari), già Vice Presidente negli ultimi due mandati triennali, viene nominato **Presidente di Fondazione Altagamma** e succede così ad **Andrea Illy** (Presidente, illycaffè) che nel corso del suo mandato ha portato i Soci della Fondazione da 76 a 110.

Presidenza

Accanto alle conferme di **Claudio Luti** (Presidente, Kartell) come Vice Presidente del Design, **Lamberto Tacoli** (Presidente e CEO, Perini Navi) come Vice Presidente per la Nautica e **Paolo Zegna** (Presidente, Ermenegildo Zegna) nominato Vice Presidente per la Moda - si segnalano i nuovi ingressi di: **Sabina Belli** (CEO, Pomellato) Vice Presidente per la Gioielleria, **Stefano Domenicali** (Presidente e CEO, Lamborghini) Vice Presidente per l'Automotive, **Giovanni Geddes da Filicaja** (CEO, Gruppo Frescobaldi) Vice Presidente per l'Alimentare e **Aldo Melpignano** (Managing Director, San Domenico Hotels) Vice Presidente per l'area Ospitalità. Vengono introdotte inoltre due Vice Presidenze trasversali: una per l'Internazionalizzazione, affidata a **Dario Rinero** (CEO, Gruppo Poltrona Frau) e una per i Talenti e il Capitale Umano, affidata a **Laudomia Pucci** (Vice Presidente e Image Director, Emilio Pucci).

Con loro, il Presidente Fondatore **Santo Versace**, il Presidente Onorario **Leonardo Ferragamo**, insieme al Past President **Andrea Illy** saranno invitati permanenti al Consiglio di Amministrazione.

Consiglieri

Nerio Alessandri (Presidente e CEO, Technogym), **Marco Bizzari** (Presidente e CEO, Gucci), **Serge Brunschwig** (Presidente e CEO, Fendi), **Edoardo Caovilla** (Co-Proprietario e Direttore Creativo, René Caovilla), **Fabio d'Angelantonio** (CEO, Loro Piana), **Carlotta de Bevilacqua** (Vice Presidente e CEO, Artemide e Presidente, Danese Milano), **Claudio Domenicali** (CEO, Ducati), **Giuseppe Fontana** (Presidente, Villa d'Este), **Roberto Gavazzi** (CEO, Boffi), **Bob Kunze-Concewitz** (CEO, Campari Group), **Carlo Mazzi** (Presidente, Prada S.p.A.), **Carmen Moretti** (CEO, L'Albereta e L'Andana), **Maria Porro** (Head of Marketing and Communication, Porro), **Giuseppe Prezioso** (CEO, Imax - Max Mara Fashion Group), **Aurelio Regina** (Vice Presidente Esecutivo, Manifatture Sigaro Toscano), **Riccardo Sciutto** (CEO, Sergio Rossi),

Giovanni Tamburi (Presidente e CEO, Tamburi Investment Partners), **Giovanna Vitelli** (Vice Presidente, Azimut Benetti Group), **Maurizio Zanella** (Presidente, Ca' del Bosco).

Revisori dei Conti: **Maurizio Dallochio** (SDA Bocconi), **Ezio Simonelli** (Studio Simonelli) e **Stefano Alessi** (Alessi).

In occasione dell'Assemblea dei Soci, **Matteo Lunelli** ha confermato che la Mission di Fondazione Altagamma resta quella di **"contribuire alla crescita e alla competitività delle imprese dell'industria creativa culturale italiana e, indirettamente, del Sistema Italia"**.

Lo scenario di mercato è però profondamente cambiato e richiede di rispondere a nuove esigenze che coinvolgono tutti i settori in cui opera la Fondazione (moda, design, alimentare, ospitalità, automotive, gioielli, nautica). Nel 2023 un consumatore su due del lusso sarà asiatico* e la crescita sarà quasi totalmente guidata da Millennial e Generazione Z, che stanno ridisegnando l'industria con la loro spiccata sensibilità verso approcci autentici, sostenibili e culturalmente inclusivi. Sarà dunque necessario reinterpretare il modo di fare impresa, innovare prodotti e modalità di comunicazione.

*"Il Made in Italy" ha dichiarato **Matteo Lunelli, Presidente di Altagamma**, "continua ad avere uno straordinario potere evocativo legato ai nostri territori, al nostro saper fare e al nostro stile di vita. Tuttavia, gli scenari macroeconomici richiederanno alle aziende Altagamma di saper intercettare un nuovo consumatore, che sarà sempre più asiatico, giovane, digitale e attento ai valori di cui la marca è ambasciatrice. **Internazionalità, sostenibilità e contemporaneità** sono dunque i tre pilastri strategici che ispireranno le nostre attività nei prossimi tre anni".*

Internazionalità: per supportare le strategie internazionali dei Soci, Altagamma consoliderà e amplierà il proprio network di relazioni nei principali mercati. Dopo Olanda e Cina, proseguirà il progetto degli *Altagamma Club*, che riunisce nei diversi Paesi i manager delle aziende associate, con l'obiettivo di identificare progetti congiunti e nuove opportunità di narrazione dello stile di vita italiano, in collaborazione con Ambasciate e Consolati. Sarà inoltre ampliata la rete degli *Altagamma International Honorary Members*, imprese e istituzioni che promuovono in varia forma il bello, buono e ben fatto del nostro Paese nel mondo. Infine, per attrarre turisti di fascia alta affinché si innamorino del nostro stile di vita, continuerà il progetto *Altagamma Italian Experiences*, itinerari ed esperienze che includono visite esclusive alle aziende socie.

Sostenibilità: in linea con gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile individuati dall'ONU (SDG), per Altagamma la Corporate Social Responsibility è un elemento imprescindibile per le aziende di eccellenza, con un impatto economico e non solo reputazionale. Altagamma offrirà opportunità di scambio di best practice e affiancherà i Soci in programmi di trasformazione verso modelli di business sostenibili dal punto di vista sociale, ambientale e di governance.

Contemporaneità: la contemporaneità deve divenire un elemento intrinseco del Made in Italy tanto quanto la tradizione e l'identità culturale. La sfida del futuro sarà dunque la capacità di innovare e di intercettare le nuove generazioni, in particolare sfruttando i canali di comunicazione digitale. Altagamma sarà impegnata nell'analisi di questi fenomeni con ricerche e iniziative dedicate come l'organizzazione di un rinnovato *Digital Day*. Per indagare i futuri trend della creatività e approfondire le opportunità derivanti dai macro-cambiamenti in corso, prosegue anche il progetto *NEXT DESIGN PERSPECTIVES*, che giunge alla terza edizione.

Continueranno infine le attività strutturali della Fondazione relativamente a Studi e Ricerche e alle Relazioni Istituzionali a livello europeo tramite la *European Cultural and Creative Industries Alliance* (ECCIA). Proseguirà anche l'impegno verso il tema del Capitale Umano, con

il progetto *I Talenti del Fare*, finalizzato al riposizionamento delle professioni manifatturiere, e il *Premio Giovani Imprese*.

© 2001-2019 - È vietata la riproduzione, anche solo in parte, di contenuto e grafica.

Reg.Tribunale di Vasto n.141 del 6 Mar 2014 | Anno 6 | numero 349