



FONDAZIONE AZIONE ALTA GAMMA



CREA-
—TIVITÀ
E
CULT—
URA





Fondazione Altagamma

RIUNISCE DAL 1992 LE IMPRESE DELL'ALTA INDUSTRIA CULTURALE E CREATIVA ITALIANA CHE PROMUOVONO NEL MONDO L'ECCELLENZA, L'UNICITÀ E LO STILE DI VITA ITALIANI.

Le imprese Altagamma sono ambasciatrici mondiali dello stile di vita italiano e operano nei settori della moda, del design, della gioielleria, dell'alimentare, dell'ospitalità, della velocità e del wellness: insieme accumulano più di 9000 anni di storia, con una media di oltre 85 anni per azienda.

La MISSION di Altagamma è contribuire alla crescita e alla competitività delle imprese dell'industria culturale e creativa italiana, offrendo così anche un contributo allo sviluppo economico del Paese.

La sua VISION, in qualità di ambasciatrice nel mondo dello stile di vita italiano, è di essere un ecosistema creativo e culturale che costituisce il più importante acceleratore del Made in Italy. Dal 2017 Fondazione Altagamma ha SEDE in Via Montenapoleone 9, a Milano, città che nel corso dei decenni ha svolto il ruolo di catalizzatrice delle eccellenze nate su tutto il territorio italiano.



L'ALTO
— DI
GAMMA
— ITA
LIANO

**01/
LA VOCAZIONE ESTETICA**

Stile, Design, Gusto per la Bellezza, Eleganza.

**02/
LA QUALITÀ ARTIGIANALE**

Abilità manuale, Cura per i dettagli,
Trasmissione dei saperi produttivi,
Artigianalità creativa e non ripetitiva.

**07/
LA QUALITÀ
COMPLESSIVA DELLA VITA**

Gli Italiani "sanno vivere",
Ritmi di vita più rilassati,
Piccoli piaceri quotidiani,
Senso di leggerezza
e di autenticità.

**08/
LA CREATIVITÀ**

Estro, Talento, Passione, Curiosità,
Flessibilità, Inventiva.

**04/
LA QUALITÀ
SOCIALE**

Senso della Comunità,
Azienda-famiglia,
Distretti produttivi.

**03/
IL PATRIMONIO
CULTURALE ED ARTISTICO**

Rapporto con la storia, Legame con le radici,
Identità, Senso di appartenenza al territorio.

**05/
LA QUALITÀ
RELAZIONALE**

La varietà-molteplicità.
Ricchezza naturale,
culturale e produttiva.
Varietà di culture, stili e gusti.

**06/
LA VARIETÀ
MOLTEPLICITÀ**

Ricchezza naturale, culturale e produttiva.
Varietà di culture, stili e gusti.

GLI 8 TRATTI DISTINTIVI DELLA QUALITÀ ITALIANA

ALLA BASE DELL'ECCELLENZA STILISTICA E CREATIVA DEI BRAND ITALIANI DI ALTA GAMMA, E DEL LORO SUCCESSO NEL MONDO, SONO ALCUNI CARATTERI STORICI DEL PAESE E DEGLI ITALIANI, CHE ALL'ESTERO SONO UNANIMEMENTE RICONOSCIUTI.

QUESTO SIGNIFICA CHE NEL PRODOTTO ITALIANO C'È SEMPRE UN "VALORE AGGIUNTO" CHE DERIVA DALL'ITALIANITÀ DEL MARCHIO, OLTRE ALLO SPECIFICO PATRIMONIO DI IMMAGINE DI OGNI SINGOLA IMPRESA E DI OGNI SINGOLO BRAND.

ITALIA ED EUROPA, LEADER DEL LUSO GLOBALE

ALL'INTERNO DI UN SEGMENTO DI MERCATO IN COSTANTE CRESCITA IN TUTTO IL MONDO,
LE IMPRESE ITALIANE ED EUROPEE GIOCANO UN RUOLO DA PROTAGONISTA.



Italia

€ 115 Miliardi

LA QUOTA ITALIANA DEL MERCATO
MONDIALE DI ALTA GAMMA

6.85% del PIL

IL CONTRIBUTO, DIRETTO, INDIRECTO
E INDOTTO, DELL'ALTO DI GAMMA
ALL'ECONOMIA ITALIANA

400.000

GLI ADDETTI DIRETTI ED INDIRECTI
DEL COMPARTO DI ALTA GAMMA
IN ITALIA

53%

LA QUOTA DI EXPORT DEL FATTURATO
DELLE IMPRESE DELL'ALTO DI GAMMA
contro una media del 35% di altri segmenti

Europa

€ 800 Miliardi

LA QUOTA EUROPEA DEL MERCATO
MONDIALE DI ALTA GAMMA

4% del PIL

IL CONTRIBUTO, DIRETTO, INDIRECTO
E INDOTTO, DELL'ALTO DI GAMMA
ALL'ECONOMIA EUROPEA

2,1 milioni

GLI ADDETTI DIRETTI E INDIRECTI DEL
COMPARTO DI ALTA GAMMA IN EUROPA

10%

LA QUOTA DI EXPORT RAPPRESENTATA
DAL COMPARTO DI ALTA GAMMA SUL
TOTALE DELLE ESPORTAZIONI EUROPEE

VALORE DEL MERCATO GLOBALE DEL LUSO:

CIRCA € 1.000 MILIARDI*

*Fonte: Bain&Company, SDA Bocconi.

LE
— AREE
STRATE
GICHE
DI —
ATTI
VITÀ



01 / Business Development

LA FONDAZIONE OPERA AD AMPIO SPETTRO PER RAFFORZARE LA COMPETITIVITÀ DELLE IMPRESE: DALLA CONOSCENZA DEI MERCATI ALLE RELAZIONI ISTITUZIONALI, DALLE ATTIVITÀ DI NETWORKING A QUELLE DEDICATE ALLE TEMATICHE SPECIFICHE DEL SETTORE.



STUDI E RICERCHE

Altagamma è il punto di riferimento a livello mondiale nell'area della conoscenza del mercato dell'alto di gamma. Ogni anno la Fondazione pubblica diverse ricerche condotte insieme ai partner internazionali più autorevoli. Corredati da panel session di alto profilo, gli eventi di presentazione degli studi sono diventati appuntamenti attesi dai media e dalla business community. I mercati dell'alto di gamma sono analizzati sia dal lato dell'offerta che della domanda.

- **ALTAGAMMA WORLDWIDE MARKET MONITOR:**
I consumi di prodotti di alta gamma nei mercati mondiali, con **BAIN & COMPANY**
- **TRUE LUXURY GLOBAL CONSUMER INSIGHT:**
Il consumatore globale di alto di gamma, con **BOSTON CONSULTING GROUP**
- **DIGITAL LUXURY EXPERIENCE:**
Il comportamento digitale del consumatore e le performance online, con **MCKINSEY & COMPANY**
- **ALTAGAMMA RETAIL EVOLUTION:**
L'evoluzione del retail di alta gamma, con **BERNSTEIN**
- **TAX FREE CONSUMPTION IN THE EUROPEAN UNION:**
I consumi Tax Free di alta gamma nell'Unione Europea, con **GLOBAL BLUE**
- **ALTAGAMMA CONSENSUS:**
Le previsioni sull'andamento del mercato dell'alto di gamma, realizzato da Fondazione Altagamma
- **BOATING MARKET INSIGHT:**
Il mercato mondiale della nautica da diporto, con **DELOITTE**
- **ALTAGAMMA SOCIAL LUXURY INDEX:**
L'analisi delle performance digitali delle Imprese Altagamma, con **ACCENTURE**



RELAZIONI ISTITUZIONALI

Altagamma rappresenta, tutela e valorizza gli interessi delle aziende socie anche attraverso un'attività di relazioni istituzionali sia a livello nazionale che a livello internazionale.

In particolari, le aree oggetto di queste relazioni sono:

- PROPRIETÀ INTELLETTUALE
- POLITICA INDUSTRIALE
- POLITICA COMMERCIALE E DISTRIBUZIONE SELETTIVA
- ACCESSO AI MERCATI INTERNAZIONALI
- GOVERNANCE DI INTERNET
- FISCALITÀ
- FORMAZIONE E APPRENDISTATO

A livello nazionale sono attive le relazioni con le Istituzioni governative e gli enti locali, sia riguardo a temi e normative del mercato interno ed europeo sia riguardo a quelle industriali e relative alla formazione. Al di fuori dell'Europa, Altagamma continua a svolgere attività di relazioni istituzionali per la riduzione dei dazi e delle barriere non tariffarie così come per la lotta alle importazioni parallele.

ECCIA: Altagamma è stata promotrice e membro fondatore della *European Cultural and Creative Industries Alliance (ECCIA)*, l'organismo di rappresentanza dell'alto di gamma europeo che riunisce, oltre ad *Altagamma*, la francese *Comité Colbert*, la britannica *Walpole*, la tedesca *Meisterkreis* e lo spagnolo *Circulo Fortuny*. Il 26 settembre 2012 la Commissione Europea

ha riconosciuto la valenza culturale e creativa delle Imprese europee di alta gamma e ne è stato ulteriormente riconosciuto il modello di business originale e trasversale. Tali imprese sono state indicate come leve indispensabili della competitività Europea nel mondo e della crescita economica e sociale dell'Europa. Ogni anno, in un Paese a rotazione tra quelle dei componenti di ECCIA, si tiene lo European Excellence Summit, in cui si definiscono priorità e strategie dell'alto di gamma europeo.



GRUPPI DI LAVORO E NETWORKING

Altagamma rappresenta un luogo di incontro e scambio tra i soci e i partner, una rete di contatti e relazioni che favoriscono la nascita di concrete opportunità di business.

Specifiche aree tematiche di interesse delle Imprese Associate sono trattate dai Gruppi di Lavoro dedicati:

- CROSS MARKETING, PR E COMUNICAZIONE
- FISCALITÀ
- RELAZIONI ISTITUZIONALI
- RISORSE UMANE

Distintivo è anche il prezioso network di contatti internazionali.

L'**ALTAGAMMA HONORARY COUNCIL** riunisce organizzazioni ed imprese internazionali che sono da anni partner delle Imprese Altagamma a livello globale. Insieme alle imprese fondatrici costituiscono una rete prestigiosa di circa 200 protagonisti dell'eccellenza mondiale. Dal 2013 l'Altagamma Honorary Council include anche personalità italiane di notorietà internazionale, Ambasciatori dell'Italianità nel mondo, i Territori Altagamma, luoghi ad alta vocazione turistica che sono a tutti gli effetti brand italiani di eccellenza riconosciuti universalmente e alcune tra le più importanti Istituzioni Culturali ed Artistiche italiane.



02/Cultura d'Impresa

LA CRESCITA DELLA COMPETITIVITÀ DELL'INDUSTRIA CULTURALE E CREATIVA ITALIANA RICHIEDE UNA COSTANTE RIFLESSIONE NELL'AMBITO DELLA CULTURA D'IMPRESA. IL SUPPORTO DI FONDAZIONE ALTAGAMMA AI SUOI SOCI SI RIVOLGE A IMPRENDITORI, MANAGER E MAESTRANZE.

IMPRENDITORI

Attraverso le diverse modalità di counseling e think tank, tra cui le riunioni di Consulta Strategica, Altagamma affianca gli imprenditori su diverse tematiche e fornisce supporto, a livello sia individuale che collettivo, per la comprensione delle dinamiche sociali ed economiche dell'alto di gamma e per l'affinamento delle strategie aziendali.

MANAGER

Con SDA Bocconi Altagamma ha creato da oltre un decennio una solida collaborazione che ha l'obiettivo di formare manager capaci di gestire un mondo di valori immateriali di un'economia simbolica in equilibrio tra innovazione e mantenimento dell'identità. A partire dal 2000 sono stati attivati il MASTER IN FASHION, EXPERIENCE & DESIGN MANAGEMENT, il MASTER IN MANAGEMENT IN FOOD AND BEVERAGE e il MASTER IN ARTS MANAGEMENT AND ADMINISTRATION. Ai Manager e agli imprenditori Altagamma è invece riservata l'ALTAGAMMA ACADEMY una piattaforma di conoscenza che dal 2020 approfondisce i temi cruciali dell'industria culturale e creativa, anch'essa realizzata con SDA Bocconi.

MAESTRANZE

L'eredità della sapienza artigianale tramandata da generazioni è un dono che il nostro Paese ha il dovere di preservare e valorizzare. Il saper fare manuale costituisce la risorsa fondamentale dell'industria italiana di eccellenza, e una parte essenziale della sua filiera. La valorizzazione del lavoro manuale, integrato dalle competenze rese necessarie dalle nuove tecnologie, è dunque fra gli obiettivi di Altagamma. Su questo tema Altagamma è impegnata, insieme

a consulenti esterni e ai responsabili delle Risorse Umane delle imprese associate, in una mappatura dell'offerta formativa sia interna (Corporate Academy Altagamma, quali esempio eccellente di formazione interna dei talenti tecnici) che esterna, a livello nazionale, e in un progetto di valorizzazione e promozione del lavoro manuale, rivolto in particolare a giovani e famiglie. Le due iniziative si sono concretizzate nel 2019 con la presentazione del

libro I TALENTI DEL FARE e con la campagna di comunicazione "MANifesto". Nel 2021 è stato lanciato il programma Adotta Una Scuola, che prevede, da parte di ciascuna impresa coinvolta, Socia di Altagamma, una collaborazione strutturata con uno fra i migliori istituti d'istruzione secondaria tecnica e professionale italiani.

03/Promozione del Sistema Altagamma

OLTRE A CONTRIBUIRE FORTEMENTE ALLA FORMAZIONE DELL'IMMAGINE POSITIVA DELL'ITALIA COME PAESE DEL BELLO, DEL BUONO E DEL BEN FATTO, LE IMPRESE DI ALTA GAMMA HANNO UN PESO FONDAMENTALE PER L'ECONOMIA E PER LA SOCIETÀ NEL LORO COMPLESSO.

	Alto di gamma	Altri segmenti	
Contributo occupazionale* (numero medio di occupati per azienda)	113	12	Maggiore forza occupazionale dei segmenti di alta gamma
Investimenti (rapporto medio tra investimenti e fatturato)	14%	-0,4%	Maggiore capacità di generare rendimenti futuri, maggiore orientamento al futuro da parte delle alte gamme
Contributo alle esportazioni (percentuale del fatturato generato all'estero)	53%	35%	Maggiore propensione all'export dei segmenti di alta gamma

*Fonte: Fondazione Altagamma/SDA Bocconi.

I TALENTI DEL FARE

Il Libro **I TALENTI DEL FARE** è un progetto nato dal Gruppo di Lavoro HR di Altagamma e finalizzato a valorizzare, promuovere e innovare il lavoro tecnico e professionale, quel patrimonio di competenze manifatturiere delle Imprese Italiane, che affonda le radici in millenni di tradizione artigianale, artistica ed industriale e che oggi affronta la sfida delle nuove tecnologie.

Il volume, presentato nel 2019 ai media, alle Istituzioni e ai principali stakeholder, affronta un tema cruciale per le Imprese Altagamma e di grande rilievo sociale ed economico per il Paese, quello della mancanza di forza lavoro qualificata che le Imprese Culturali e Creative

Italiane si troveranno ad affrontare nei prossimi anni: una carenza stimata in 236.000 figure professionali nel 2023. Introdotto dal Ministro dei Beni e delle Attività Culturali, Alberto Bonisoli, il libro si apre con una sezione di scenario sul futuro dei Mestieri del Made in Italy e con un'analisi della mancanza di manodopera specializzata. Sono quindi riportati gli esempi virtuosi di numerose Corporate Academy delle aziende Altagamma e sono segnalate 76 Scuole Tecniche e Professionali distribuite sul territorio italiano con cui le imprese della Fondazione collaborano. Insieme al volume è stata presentata la campagna **"MANifesto"**, uno spot di 30" di sensibilizzazione su questo tema, realizzato per Altagamma da Discovery Italia.

I TALENTI
DEL FARE

T
F



I FUTURI TREND DEL DESIGN E DELLA CREATIVITÀ

In un mondo in rapida evoluzione, **NEXT DESIGN PERSPECTIVES** intende lanciare uno sguardo sul futuro. Una giornata dedicata alle tendenze mondiali della creatività e del design - inteso come cultura del progetto applicata ai diversi ambiti del pensiero e dell'industria - e al loro impatto sui consumi, sugli stili di vita e sul business model delle imprese culturali e creative, analizzati da speaker internazionali impegnati negli ambiti più diversificati: tra gli altri, designer innovativi, esperti di biofacturing, ricercatori, scienziati e artisti.

La prima edizione di NEXT Design Perspectives si è tenuta nel 2018 alla Triennale di Milano. Nel 2019 si svolgerà presso il Gucci Hub. Il format della giornata prevede una presentazione di scenario in cui esperti internazionali del trend forecasting individuano e discutono le più innovative tendenze, seguita da interventi, conversazioni e tavole rotonde.

L'evento è ideato da Altagamma e realizzato in collaborazione con ICE Agenzia e Fiera Milano, con il contributo di Regione Lombardia e il patrocinio del Comune di Milano.

www.nextdesignperspectives.com

**GIOVANI
IMPRESE**
ALTAGAMMA

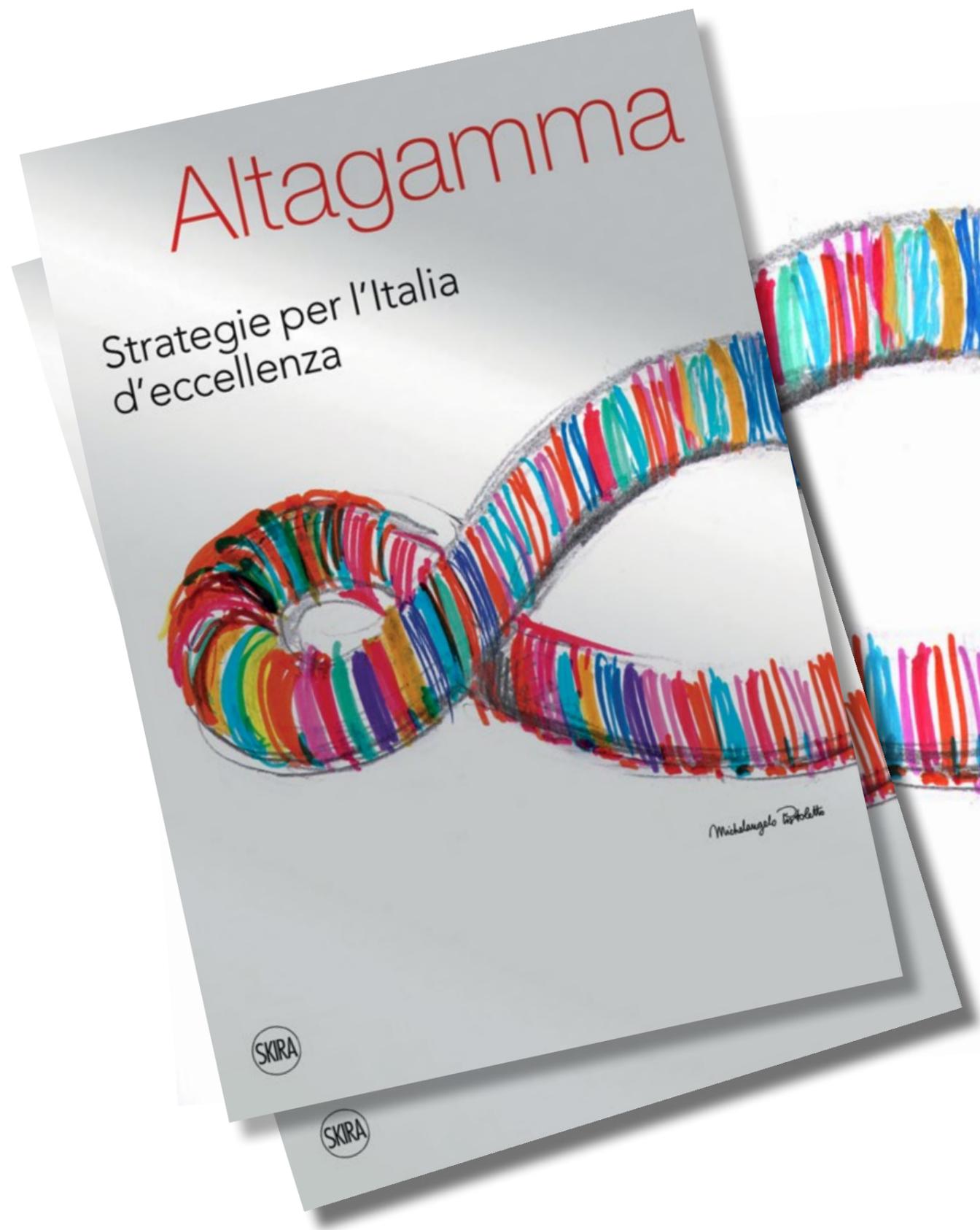
Believing
in the Future

PREMIO GIOVANI IMPRESE

In linea con la mission di aumentare la competitività dell'alta industria culturale e creativa italiana e del Sistema Paese, Altagamma ha lanciato nel 2015 il *Premio Giovani Imprese - Believing in the Future*, con l'obiettivo di contribuire a garantire anche per il futuro il successo italiano. Unica nella sua trasversalità, Altagamma intende offrire un programma di affiancamento e di mentorship che possa supportare le giovani imprese che presentano le adeguate caratteristiche imprenditoriali e creative.

Con il contributo di un Advisory Board d'eccezione, ogni anno vengono premiate 7 imprese appartenenti alle diverse categorie rappresentate da Altagamma. Ai vincitori Altagamma mette a disposizione la Membership gratuita per un anno e un percorso di mentorship creato su misura e costituito da una serie di incontri organizzati all'interno delle aziende socie. Il progetto è realizzato in collaborazione con Borsa Italiana, ELITE e SDA Bocconi.





STRATEGIE PER L'ITALIA D'ECCELLENZA

In linea con la sua mission di incrementare la competitività dell'industria culturale e creativa italiana, Altagamma ha pubblicato con SKIRA il volume Altagamma. Strategie per l'Italia di Eccellenza, presentato nel 2018 a Palazzo Montecitorio.

Il volume propone una riflessione congiunta - fra imprenditori e istituzioni - sul presente e sul futuro dell'industria di eccellenza, dell'economia e della società italiane, attraverso

una articolata raccolta di settantotto contributi di esperti, economisti, consulenti, opinion leader e imprenditori dell'alto di gamma, preceduta dalla proposta di Altagamma di una strategia olistica per il Made in Italy, elaborata dal Presidente Andrea Illy sulla base degli interventi dei relatori.

Il libro, presentato ai principali stakeholder privati e istituzionali, è distribuito nelle principali librerie nazionali e internazionali.



25 ANNI DI ECCELLENZA ITALIANA

Nel 2017 Altagamma ha compiuto 25 anni. Per questa occasione, la Fondazione ha cambiato sede, trasferendosi presso gli uffici di Via Montenapoleone 9, e ha rinnovato la sua identità visiva, adottando *"Creatività e Cultura Italiana"* come payoff che accompagna il nuovo logo.

A settembre ha inaugurato proprio lungo via Montenapoleone la mostra fotografica omonima, composta di 20 immagini che delineano un mosaico rappresentativo dell'industria culturale e creativa italiana e delle sue caratteristiche comuni: la qualità manifatturiera, la cura per il design, l'innovazione, la creatività, la ricerca della bellezza, il legame con lo stile di vita italiano.

Contestualmente, all'interno del progetto MILANO XL, promosso dal Ministero dello Sviluppo Economico, Altagamma ha curato l'installazione di video mapping *"Dalla Bottega Alla Vetrina – Il Cinema Delle Arti e Dei Mestieri"*. Un'opera che, attraverso spettacolari animazioni di immagini storiche, ha offerto una rappresentazione dell'evoluzione degli antichi mestieri artigianali che sono all'origine del successo dei brand Altagamma.

ALTAGAMMA. ITALIAN CREATIVITY AND CULTURE

In occasione dei suoi primi 25 anni, la Fondazione ha pubblicato il volume *Altagamma – Italian Creativity and Culture*, che narra le iniziative promosse dai Brand associati a sostegno dell'arte e della cultura italiana. Le Imprese italiane di alta gamma contribuiscono ad alimentare questa relazione virtuosa con la cultura in primo luogo attraverso i loro prodotti e i loro servizi, che arricchiscono la cultura materiale del nostro Paese e il "Soft Power" italiano nel mondo. In secondo luogo con un ventaglio di progetti riconducibili all'ambito dei Corporate Art Program, finalizzati alla conservazione del patrimonio culturale e alla promozione delle arti.

Edito da Skira, il volume si avvale del sostegno del Ministero dei Beni Artistici e Culturali e del Turismo con un contributo dello stesso Ministro Dario Franceschini. Pubblicato in lingua inglese e con la copertina affidata al fotografo Giovanni Gastel, presenta le diverse iniziative da parte dei Brand Altagamma, dal classico mecenatismo alle sponsorizzazioni, dalla conservazione e restauro di opere d'arte ai Musei d'Impresa, dalla valorizzazione dei territori alle Gallerie d'Arte, dalla promozione di eventi culturali alla collaborazione con artisti nella realizzazione di special edition.





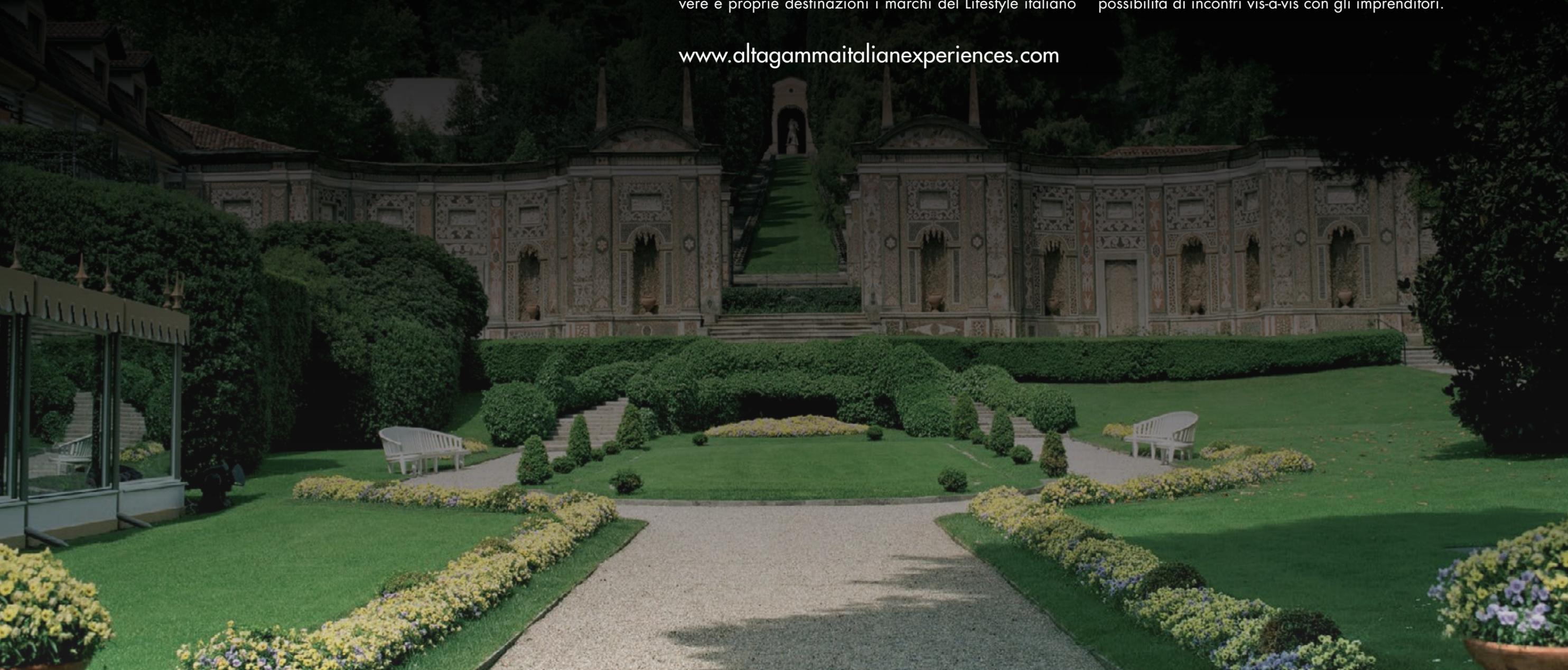
ALTAGAMMA ITALIAN EXPERIENCES

ALTAGAMMA ITALIAN EXPERIENCES

Il turismo è un asset economico e simbolico di importanza cruciale per l'Italia. Per contribuire ad attrarre il turismo internazionale di fascia alta, nel 2017 Altagamma ha lanciato le Altagamma Italian Experiences, esperienze di viaggio tailor-made e fuori dal consueto, destinate ad una selezionata clientela. Le Experiences propongono come vere e proprie destinazioni i marchi del Lifestyle italiano

noti in tutto il mondo come eccellenze della creatività, della manifattura, dell'artigianato e del servizio al cliente. Tra le esperienze uniche ed esclusive presso le Imprese Altagamma sono incluse visite alle sedi aziendali, ai siti produttivi, ai laboratori, agli atelier così come degustazioni di vini straordinari nelle cantine più rinomate, con la possibilità di incontri vis-à-vis con gli imprenditori.

www.altagammaitalianexperiences.com



PANORAMA: UN'IMMERSIONE NELLA BELLEZZA ITALIANA

In occasione di EXPO2015, Fondazione Altagamma ha dato vita a Panorama, una video-esperienza straordinaria che attraverso una emozionante proiezione a 360° coinvolge lo spettatore in un viaggio unico alla scoperta delle eccellenze italiane, dalle sfilate di moda ai paesaggi naturali, dai luoghi d'arte ai vigneti, dal design ai borghi tipici con i loro sapori: l'essenza dello stile di vita italiano narrata in immagini. Panorama è un progetto di sistema realizzato insieme a Ministero dello Sviluppo Economico, Agenzia ICE, SIMEST, Comune di Milano, Camera di Commercio di Milano, Camera

Nazionale della Moda Italiana, Salone del Mobile Milano, e in collaborazione con il Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo.

La video-installazione, inaugurata ad Expo2015, registrando 230.000 visitatori in 5 mesi, negli anni successivi ha fatto tappa a New York, con una installazione ad hoc in Grand Central Terminal, a Shanghai, durante il Salone del Mobile e in diverse altre città del mondo, affermandosi come uno strumento straordinario di promozione del Paese.

www.panoramaitaly.org





ALTRI — PRO GET — TI

Osservatorio
Altagamma
2013
Milano e le eccellenze creative

OSSERVATORIO ALTAGAMMA 2013

Milano
«Cultura della Creatività»

2015 NAUTICA ITALIANA

Nautica Italiana, associazione affiliata ad Altagamma, nasce a settembre 2015 con l'obiettivo di riunire le eccellenze dell'intero comparto - Industria, Servizi e Territori - per disegnare la migliore strategia di sviluppo del settore, con una particolare attenzione all'export.

A maggio 2017 ha preso il via Versilia Yachting Rendez Vous, nuovo evento internazionale dedicato ai prodotti e alla produzione d'eccellenza nautica che, anche grazie al contributo di Altagamma, intende valorizzare in modo trasversale il meglio del Made in Italy.



2013 LARTE

Perfetto esempio della sinergia intersettoriale e della contaminazione dell'industria creativa con il mondo dell'arte e della cultura, LARTE è un concept restaurant, concepito all'interno di Altagamma, e in cui ogni dettaglio è un richiamo allo stile vita italiano nella sua più alta accezione. Concepito sotto la direzione creativa di Davide Rampello, Larte è al tempo stesso caffè, cioccolateria, hosteria - nel senso originario di luogo "in cui si ospita" - ristorante e galleria. Sorto inizialmente nel centro di Milano, LARTE ha avviato il suo processo di internazionalizzazione aprendo nel 2017 a Dubai.



2009 "BELLA E POSSIBILE" (SKIRA)

Nel 2009 ha intrapreso un progetto per la valorizzazione dell'immagine dell'Italia nel mondo, che è sfociato nella pubblicazione del libro *Bella e Possibile*, edito da Skira. Un gruppo di studio formato da qualificati professionisti in diversi ambiti ha svolto un'analisi sulla percezione dell'immagine dell'Italia all'estero, esaminando i suoi punti di forza e di debolezza, e suggerendo le linee guida per una corretta ed efficace comunicazione e promozione del "brand" Italia.

2012 MOSTRA ALTAGAMMA ITALIAN CONTEMPORARY EXCELLENCE

In occasione dei vent'anni dalla sua fondazione, Altagamma ha realizzato una rappresentazione congiunta dei valori e dei simboli che caratterizzano l'alto di gamma italiano all'interno di un format di alto valore culturale e di forte richiamo. Altagamma Italian Contemporary Excellence è una raccolta di istantanee realizzate da dieci giovani fotografi italiani di reportage, coordinati dall'agenzia Contrasto, al cui sguardo incondizionato e non didascalico è stato affidato il

compito di restituirci un punto di vista inedito sull'eccellenza italiana. Le immagini compongono un mosaico unico, che esalta "il bello, il buono e il ben fatto" delle imprese italiane di eccellenza. Il progetto, curato da Cristina Morozzi, ha dato vita ad un volume fotografico, pubblicato da Rizzoli e Rizzoli International, e ad una mostra itinerante, che ha preso il via a dicembre 2012 alla Triennale di Milano ed è proseguita allo Shanghai Italian Center dal 29 Aprile 2013.

2011 IL SUCCESSO NELLE MANI

Fondazione Altagamma si è impegnata in un progetto di valorizzazione del lavoro manuale, chiamato "Il successo nelle mani", che si rivolge in particolare agli studenti delle scuole medie inferiori e ai loro genitori, per invitarli a considerare una carriera tecnico-professionale. In collaborazione con il Centro Sperimentale di Cinematografia di Milano, è stato realizzato un filmato che illustra e valorizza il lavoro manuale, in modo da invogliare i ragazzi ad imboccare

questo percorso. Il video riporta una serie di testimonianze di imprenditori Altagamma (Gianmaria Buccellati, Vittorio Moretti, Ottavio Missoni, Carlo Riva) e alcuni nuovi talenti di altre imprese (Paolo Dazzara di illycaffè, Clemente Olivadoti di Bulgari, Federica Giorgi di Gucci, Francesco Rodriguez di Flos) che hanno basato sull'abilità manuale il loro successo e le loro prospettive di carriera.



LA
— GOVERN
NANCE
ALTA —
GAMMA

48100

GOVERNANCE

Presidente	Matteo Bruno Lunelli	<i>Presidente e CEO, Cantine Ferrari</i>
Presidente Fondatore	Santo Versace	<i>Santo Versace</i>
Presidente Onorario	Leonardo Ferragamo	<i>Consigliere, Salvatore Ferragamo</i>
Past President	Andrea Illy	<i>Presidente, illycaffè</i>
Vice Presidenti	Sabina Belli	<i>AD, Pomellato</i>
	Carlo Capasa	<i>Presidente, Camera Nazionale della Moda Italiana</i>
	Claudio Domenicali	<i>CEO, Ducati Motor Holding</i>
	Giovanni Geddes da Filicaja	<i>CEO, Frescobaldi Group</i>
	Claudio Luti	<i>Presidente, Kartell</i>
	Aldo Melpignano	<i>Managing Director, San Domenico Hotels</i>
	Laudomia Pucci	<i>Vice Presidente e Image Director, Emilio Pucci</i>
	Dario Rinero	<i>CEO, Lifestyle Design</i>
	Giovanna Vitelli	<i>Vice Presidente Esecutivo Azimut Benetti Group</i>
	Paolo Zegna	<i>Presidente, Ermenegildo Zegna</i>

Consiglieri di Amministrazione

Nerio Alessandri	<i>Presidente e CEO, Technogym</i>
Marco Bizzarri	<i>Presidente e CEO, Gucci</i>
Serge Brunschwig	<i>Presidente e CEO, Fendi</i>
Edoardo Caovilla	<i>Co-Owner e Creative Director, René Caovilla</i>
Fabio d'Angelantonio	<i>CEO, Loro Piana</i>
Carlotta de Bevilacqua	<i>V.P. e CEO, Artemide e Presidente, Danese Milano</i>
Giuseppe Fontana	<i>Presidente, Villa d'Este</i>
Roberto Gavazzi	<i>CEO, Boffi De Padova</i>
Bob Kunze-Concewitz	<i>CEO, Campari Group</i>
Carmen Moretti	<i>CEO, L'Albereta e L'Andana</i>
Maria Porro	<i>Head of Marketing and Communication, Porro</i>
Giuseppe Prezioso	<i>CEO, Imax - Max Mara Fashion Group</i>
Aurelio Regina	<i>Executive Vice President, Manifatture Sigaro Toscano</i>
Riccardo Sciutto	<i>CEO, Sergio Rossi</i>
Giovanni Tamburi	<i>Presidente e CEO, Tamburi Investment Partners</i>
Giovanna Vitelli	<i>Vice Presidente, Azimut Benetti Group</i>
Stephan Winkelmann	<i>Presidente e CEO, Automobili Lamborghini</i>
Maurizio Zanella	<i>Presidente, Ca' del Bosco</i>

Direttore Generale

Stefania Lazzaroni

Team

Elena Besana
Giorgio Bocchieri
Edoardo Carloni
Grazia Di Benedetto
Sonia Sbolzani

*Team Leader e Progetti Speciali
Comunicazione & Digital
Comunicazione e Ufficio Stampa
General Office & Administration
Executive Assistant*





LA MEMBERSHIP ALTAGAMMA

I **SOCI FONDATORI** sono imprese posizionate nella fascia più alta del mercato che forniscono prodotti o servizi per la persona o per la casa, con un brand riconosciuto a livello internazionale. Esprimono, nella gestione d'impresa e nel prodotto, la cultura e lo stile italiani. I **SOCI PARTNER** sono persone fisiche o giuridiche italiane ed internazionali con forti relazioni con l'industria dell'alto di gamma, che condividono principi e obiettivi della Fondazione Altagama, sostenendola concretamente e partecipando attivamente a tutte le sue attività, o a specifici progetti. Le quote associative sono differenziate per scaglioni di fatturato. L'ingresso in Altagama avviene per cooptazione, attraverso la segnalazione dell'azienda da parte di due o più soci, e successive votazioni del Consiglio di Amministrazione e dell'Assemblea.

I vantaggi tangibili ed intangibili della membership:

- Appartenenza all'élite dell'alto di gamma italiano.
- Supporto anche individuale su specifiche tematiche: normative fiscali, proprietà industriale, distribuzione selettiva, governance di internet, accesso ai mercati.
- Accesso al più qualificato panel di studi sul settore tramite l'area riservata del sito web.
- Supporto al business delle imprese associate attraverso la rappresentanza dei loro interessi presso le Istituzioni competenti
- Segnalazione di specifiche opportunità di business.
- Networking internazionale con Honorary Members e ECCIA.
- Relazione con imprenditori e top manager dell'alto di gamma italiano ed internazionale, con incontri collettivi o individuali.
- Incontri periodici dei gruppi di lavoro settoriali
- Incontri periodici per la definizione di progetti collettivi di comunicazione e opportunità di co-marketing tra singole imprese.
- Accesso alla rassegna stampa quotidiana nazionale ed internazionale sull'industria dell'alto di gamma.
- Partecipazione alle riunioni della Consulta Strategica.
- Speaker opportunities agli eventi Altagama
- Visibilità attraverso gli eventi e l'attività di comunicazione della Fondazione.

SOCI

MODA	DESIGN	ALIMENTARE	OSPITALITÀ	MOTORI	NAUTICA	HARD LUXURY	ALTRI
Agnona	Alessi	Acquerello	L'Albereta	Alfa Romeo	Amico&Co	Buccellati	Acqua Di Parma
Alberta Ferretti	Alias	Agrimontana	L'Andana	Dainese	Baglietto	Bvlgari	Aurora
Bottega Veneta	Artemide	Allegrini	Bauer Hotel	Ducati	Benetti	Pomellato	Davines
Brioni	B&B Italia	Baratti & Milano	Bellevue Syrene	Ferrari	Cantiere Delle Marche	Vhernier	Manifatture Sigaro Toscano
Brunello Cucinelli	Bisazza	Bellavista	Belmond Hotel Splendido	Lamborghini	Cantieri Navali del Mediterraneo		Skira
Corneliani	Boffi	Biondi Santi	Capri Palace Hotel & Spa	Maserati			Technogym
Emilio Pucci	Davide Groppi	Ca' del Bosco	Cristallo Resort & Spa	Pagani Automobili	Riva		
Ermenegildo Zegna	Driade	Calvisius Caviar	Hotel de Russie				
Etro	Fantini	Campari	Hotel Principe di Savoia				
Fedeli	FontanaArte	Domori	Lungarno Collection				
Fendi	Giorgetti	Ferrari Trento	Il Pellicano				
Gucci	Kartell	Feudi di San Gregorio	Masseria San Domenico				
Herno	Living Divani	Frescobaldi	San Maurizio 1619				
Isaia	Moroso	illycaffè	The Gritti Palace				
Kiton	Poltrona Frau	Livio Felluga	Verdura Resort				
Loro Piana	Porro	Masi	Villa d'Este				
Max Mara	Riva 1920	Mastrojanni					
Missoni	Valcucine	Nonino					
Moncler	Zanotta	Ornellaia					
Piacenza Cashmere		S.Pellegrino					
Prada		Segnana					
René Caovilla		Tenuta Luce					
Salvatore Ferragamo							
Sergio Rossi							
Stone Island							
Tod's							
Valentino							
Versace							

PARTNER

Accenture	Camera della Moda	J.P. Morgan	Mediobanca	SDA Bocconi	WithersWorldwide
Bain & Company	Contactlab	Jakala	Pirelli	SIB - Società Italiana Brevetti	Yoox Net-A-Porter Group
Borsa Italiana	Facebook	McArthurGlen	Rinascente	Tamburi Investment Partners	Zurich Italia
Boston Consulting Group	Global Blue	McKinsey&Company	Salesforce	Value Retail	

INTERNAZIONALI

Al Ostoura, Kuwait
Al Rubaiyat, Arabia Saudita
Al Tayer Group, EAU
American Express Company, USA
Babochka, Russia
Banyan Tree Group, Singapore
Barneys New York, USA
Bergdorf Goodman, USA
Bloomingdale's, USA
Bosco Di Ciliegi, Russia
Brunschwig, Svizzera
Carluccio's, GB
Central Department Store, Tailandia
Central Saint Martins College, GB
Chalhoub Group, EAU
Cii, India
Cinmar Lighting, EAU
Club 21, Singapore
Condé Nast International, GB
Condé Nast Publications, USA
Condé Nast Verlag, Germania
Daimaru, Giappone
David Jones, Australia
Deloudis, Grecia
El Corte Ingles, Spagna
Euro Food, GB
Fashion Club 70, Belgio
Ficci, India
Gruppo Ristoratori Italiani, USA
Hang Lung Group, Hong Kong
Hantang Culture, Chn
Harrods, GB
Harry Rosen, Canada
Harvey Nichols, GB
Hearst Magazines, USA
Hindustan Times, India
House Of Fraser, GB
Iguatemi, Brasile
Imaginex Holdings, Hong Kong
Inform Interiors, Canada
Interdesign, Cile
Interior Design Magazine, USA
Isetan, Giappone
Jamilco Zao, Russia
Jhsf, Brasile
Kadewe, Germania
Kafea, Grecia
Kenzo Tange Associates, Giappone
Kurt Geiger, GB
La Galerie Semaan, Libano
Le Bon Marché, Francia
Li&fung, Hong Kong
Lotte Dept. Store, Corea Del Sud
Lumina Aydinlatma, Turchia
Luminaire, USA
Mafatlal Luxury, India
Mahagaya Perdana, Indonesia
Melium, Malesia
Mercury Distribution, Russia
Ministry of Commerce and Industry, India
Mitchells/Richards, USA
Mitsui, Giappone
Mitsukoshi, Giappone
Mohit Diamonds, India
MoMA, USA
Neiman Marcus, USA
Nordstrom, USA
Ogaan Publications, India
Oger, Olanda
Paris Gallery, EAU
Peek & Cloppenburg, Germania
Printemps, Francia
Rainbow Group, Macao
Rsh, Singapore
Royal College of Art, GB
Rustan Group, Filippine

Saks Fifth Avenue, USA
Sanki Shoji, Giappone
Santa Eulalia, Spagna
Sanyo Shokai, Giappone
Sarika Rodrik, Cile
Selfridges, GB
Space Furniture, Australia
Sun Motoyama, Giappone
Takashimaya, Giappone
Tate Modern, GB
The Hour Glass, Singapore
The Oberoi Group, India
The Wadia Group, India
Tony Salame Group, Libano
UAE Trading Establishment, EAU
Verve, India
Visa International, USA
Wallpaper*, GB
Weinland Ariane Abayan, Germania
Yamagiwa, Giappone

AMBASCIATORI ITALIANI

Eleonora Abbagnato
Massimiliano Alajmo
Paola Antonelli
Piero Bassetti
Mario Bellini
Andrea Berton
Andrea Bocelli
Michele Bonan
Massimo Bottura
Francesco Cerea
Antonio Citterio
Claudio Costamagna
Carlo Cracco
Michele De Lucchi
Ludovico Einaudi
Massimiliano Fuksas

Giorgetto Giugiaro
Ferruccio Laviani
Piero Lissoni
Alessandro Mendini
Mauro Micheli
Norbert Niederkofler
Davide Oldani
Mario Pedol
Fulvio Pierangelini
Michelangelo Pistoletto
Lucrezia Reichlin
Stefano Righini
Niko Romito
Nadia Santini
Davide Scabin
Giovanni Zuccon

TERRITORI ALTAGAMMA

MonteNapoleone District
Cortina
Consorzio Costa Smeralda
Fondazione Capri

ISTITUZIONI CULTURALI

Associazione Dimore Storiche d'Italia
Gallerie degli Uffizi
La Biennale di Venezia
La Triennale di Milano
MART
MAXXI
Fondazione Palazzo Strozzi
Pinacoteca di Brera
Politecnico di Milano
Teatro alla Scala
Università Bocconi



ALTAGAMMA

CREATIVITÀ E CULTURA ITALIANA