



FOND AZIONE— ALTA— GAMMA



ALTAGAMMA
CREATIVITÀ E CULTURA ITALIANA

CREA—
TIVITÀ;
E CULT
—URA





Fondazione Altagamma

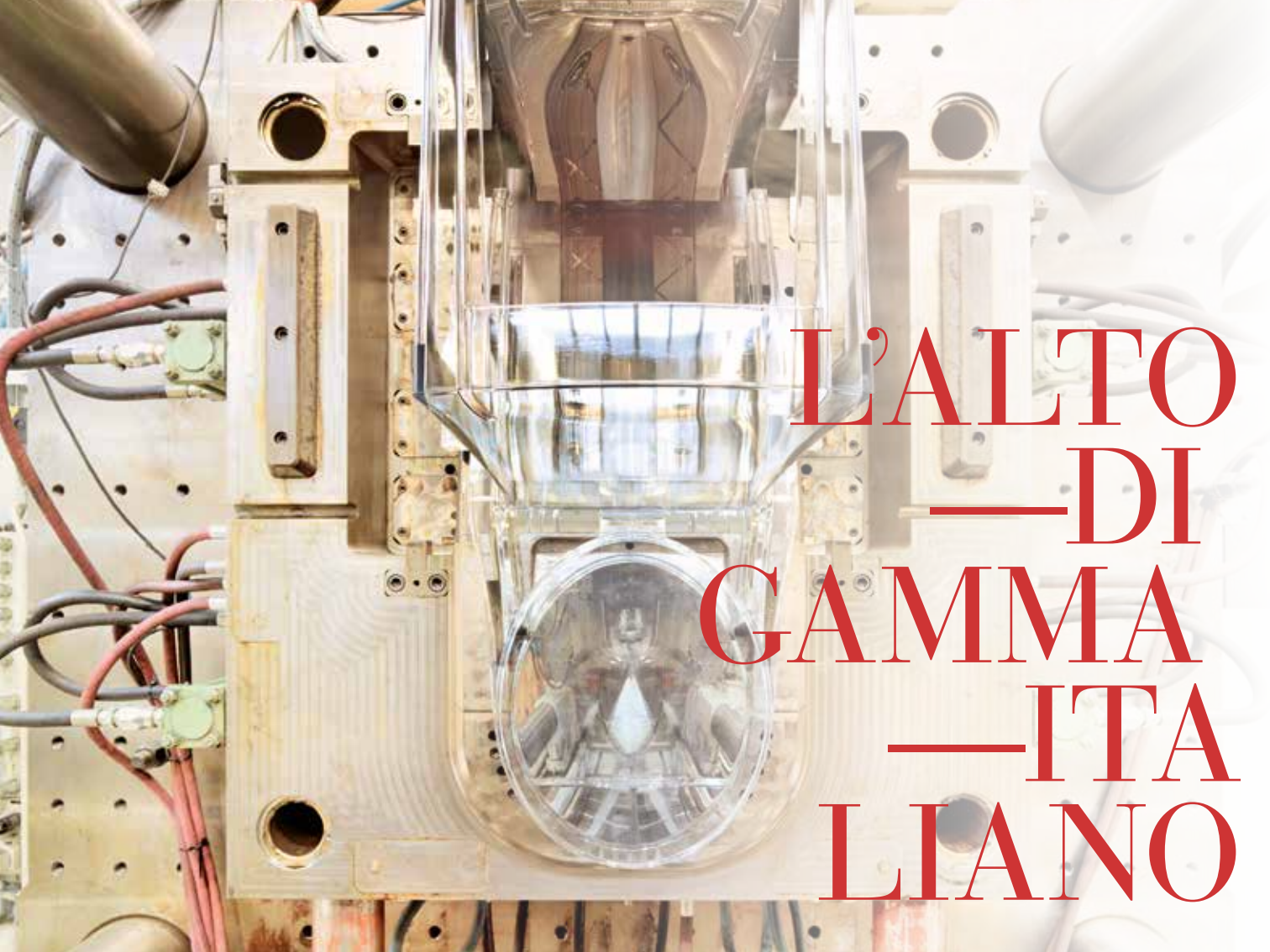
RIUNISCE DAL 1992 LE IMPRESE DELL'ALTA INDUSTRIA CULTURALE E CREATIVA ITALIANA CHE PROMUOVONO NEL MONDO L'ECCELLENZA, L'UNICITÀ E LO STILE DI VITA ITALIANI.

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.

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.



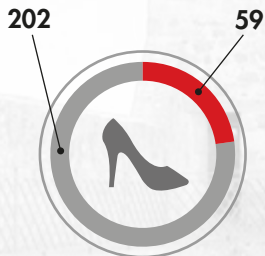
L'ALTO
— DI
GAMMA
— ITA
LIANO

L'Alto di Gamma Italiano

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

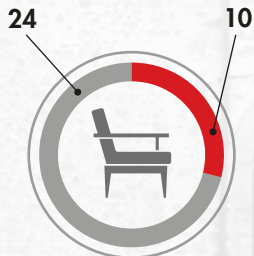
Totale dei consumi mondiali di alta gamma: 1.161 MLD di Euro
Quota di mercato complessiva dei brand italiani: 9%

Fonte: Fondazione Altagama / Bain&Company, 2017



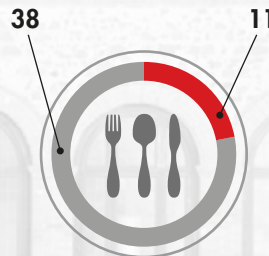
BENI DI LUSO PER LA PERSONA

(MLD di Euro)
Quota Brand Italiani sul totale: 23%



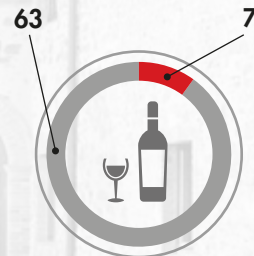
DESIGN ARREDAMENTO

(MLD di Euro)
Quota Brand Italiani sul totale: 30%



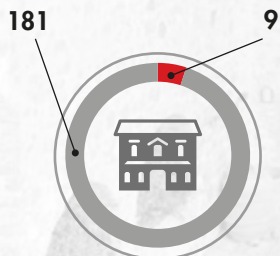
FOOD, BEVERAGE & RESTAURANTS

(MLD di Euro)
Quota Brand Italiani sul totale: 22%



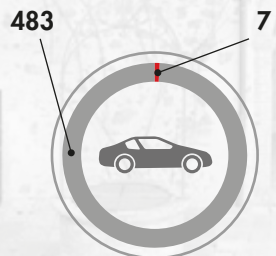
VINI E LIQUORI

(MLD di Euro)
Quota Brand Italiani sul totale: 9%



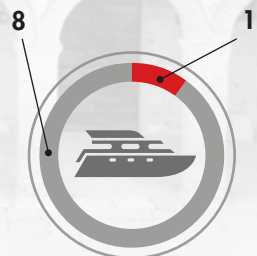
OSPITALITÀ

(MLD di Euro)
Quota Brand Italiani sul totale: 5%



AUTOMOBILI

(MLD di Euro)
Quota Brand Italiani sul totale: 1%



NAUTICA

(MLD di Euro)
Quota Brand Italiani sul totale: 9%



01/LA VOCAZIONE ESTETICA

Stile, Design, Gusto per la Bellezza, Eleganza.

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.

02/LA QUALITÀ ARTIGIANALE

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

05/LA QUALITÀ RELAZIONALE

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

07/LA QUALITÀ COMPLESSIVA DELLA VITA

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

06/ LA VARIETÀ MOLTEPLICITÀ

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

08/LA CREATIVITÀ

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

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

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

Altagama è il punto di riferimento a livello mondiale nell'area della conoscenza del mercato dell'alto di gamma. Ogni anno la Fondazione cura 8 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&CO.**

• **ALTAGAMMA HIGH END DESIGN MONITOR:**

I consumi di arredamento di design nei mercati mondiali, con **BAIN&CO.**

• **TRUE GLOBAL LUXURY 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 **EXANE BNP PARIBAS.**

• **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 Altagama.

• **BOATING MARKET INSIGHT:**

il mercato mondiale della nautica da diporto, con **DELOITTE.**

• **ALTAGAMMA TOP WINES STUDY:**

il mercato e il consumo mondiale dei vini di alta gamma, con **EY PARTHENON.**



RELAZIONI ISTITUZIONALI

Alltagamma 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, Alltagamma 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: Alltagamma 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 Alltagamma, la francese *Comité Colbért*, 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.



NETWORKING

Fondazione Altagamma rappresenta inoltre un luogo di incontro e scambio tra i soci che dà vita ad una rete di contatti e relazioni che favoriscono la nascita di concrete opportunità di business. 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 International Honorary Council include anche personalità italiane di notorietà internazionale, Ambasciatori dell'Italianità nel mondo. Del Council oggi fanno parte anche 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. Il **MASTER IN FASHION, EXPERIENCE & DESIGN MANAGEMENT**, attivo da 15 anni e oggi numero 1 al mondo, crea figure professionali in grado di coniugare competenze di

general management con la valorizzazione degli elementi intangibili. Il **MASTER IN MANAGEMENT IN FOOD AND BEVERAGE** opera secondo gli stessi criteri didattici focalizzandosi sui settori food, beverage e hospitality. Da settembre 2015 è attivo il **MASTER IN ARTS MANAGEMENT AND ADMINISTRATION**, realizzato in collaborazione con diversi autorevoli partner e istituzioni nell'ambito artistico e culturale.

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.

Altagamma è impegnata, insieme a consulenti esterni e ai responsabili delle Risorse Umane delle imprese associate, in un progetto per la Formazione dei Talenti, che prevede:

- una Mappatura delle esigenze formative delle imprese Altagamma
- una parallela mappatura dell'offerta formativa esterna alle imprese nei settori di riferimento dell'industria culturale e creativa italiana

- un'analisi di benchmarking a livello europeo sull'offerta formativa esterna alle imprese di altagamma

L'obiettivo è la creazione di un percorso formativo Altagamma, che si focalizzi in particolare sugli elementi formativi trasversali ai diversi settori (soft skills)



03/Promozione del Sistema Altagama

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

Il contributo socio economico dell'alta gamma al Paese.

	Alto di gamma	Altri segmenti	
Contributo occupazionale* (numero medio di occupati per azienda)	234	15	Maggiore forza occupazionale dei segmenti di alta gamma
Contributo alle esportazioni (percentuale del fatturato generato all'estero)	49%	27%	Maggiore propensione all'export dei segmenti di alta gamma
Investimenti (rapporto medio tra investimenti e fatturato)	7,67%	4,45%	Maggiore capacità di generare rendimenti futuri, maggiore orientamento al futuro da parte delle alte gamme
Contributo fiscale (valore medio delle imposte pagato)	1,8 milioni di euro	40.000 euro	Maggiori introiti fiscali generati dalle alte gamme

Fonte: Fondazione Altagama/ CRESV

*L'alta gamma italiana conta circa 500.000 addetti tra diretti e indiretti



25 ANNI DI ECCELLENZA ITALIANA

Nel 2017 Altagama 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, Altagama 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 Altagama.

ALTAGAMMA. ITALIAN CREATIVITY AND CULTURE

In occasione dei suoi primi 25 anni, la Fondazione ha pubblicato il volume *Altagama – Italian Creativity and Culture*, che narra le iniziative promosse dai Brand associati a sostegno dell'arte e della cultura italiana.

Arte e Cultura sono infatti le radici da cui trae forza e ispirazione la creatività delle aziende moda, design, alimentare, nautica, gioielleria, automotive e ospitalità.

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 Altagama, 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.





Altagama Italian Experiences

by IC Bellagio

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 Altagama ha lanciato le Altagama Italian Experiences, esperienze di viaggio tailor-made e fuori dal consueto, destinate ad una selezionata clientela. Realizzate in collaborazione con IC Bellagio, 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. Il programma arricchisce

i tipici itinerari italiani alla scoperta del patrimonio naturale ed artistico del Paese, in cui IC Bellagio è fortemente specializzato, con esperienze uniche ed esclusive presso le Imprese Altagama. Fra queste: 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.altagammainitalianexperiences.com



**PREMIO
GIOVANI
IMPRESA**
believing
in the future

PREMIO GIOVANI IMPRESA

In linea con la mission di aumentare la competitività dell'alta industria culturale e creativa italiana e del Sistema Paese, Altgamma 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, Altgamma 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 Altgamma. Ai vincitori Altgamma 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, Maserati e SDA Bocconi.





ALTRI —PRO GETTI DI ALTA —GAM MA—

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.



2015 PANORAMA: UN'IMMERSIONE NELLA BELLEZZA ITALIANA

In occasione di EXPO2015, 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 in una logica di partnership pubblico-privata, con il sostegno del Ministero dello Sviluppo Economico e di ICE. La video-installazione, sorta durante Expo2015 in Piazza Gae Aulenti, ha fatto tappa a New York, a giugno 2016, e a Shanghai, a Novembre dello stesso anno, durante il Salone del Mobile.

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 internalizzazione aprendo nel 2017 a Dubai.



2012 MOSTRA ALTAGAMMA ITALIAN CONTEMPORARY EXCELLENCE

In occasione dei vent'anni dalla sua fondazione, Altagama 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. Altagama 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.

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.

2011 IL SUCCESSO NELLE MANI

Fondazione Altagama 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 Altagama (Gianmaria Buccellati, Vittorio Moretti, Ottavio Missoni, Carlo Riva) e alcuni talenti di altre adì Bulgari, Federica Giorgi di Gucci, Francesco Rodriguez di Flos) che hanno basato sull'abilità manuale il loro successo.



LA
—GOVERN
NANCE
ALTA—
GAMMA

GOVERNANCE

Presidente Andrea Illy

Presidente Fondatore Santo Versace

Presidente Onorario Leonardo Ferragamo

Vice Presidente Vicario Paolo Zegna

Vice Presidenti Armando Branchini
Giuseppe Fontana
Matteo Lunelli
Claudio Luti
Laudomia Pucci
Lamberto Tacoli

**Consiglieri
di Amministrazione** Nerio Alessandri
Stefano Alessi
Rossella Bisazza
Marco Bizzarri
Francesca Bortolotto Possati
Maria Cristina Buccellati
Brunello Cucinelli
Claudio Domenicali
Giovanni Geddes da Filicaja
Aldo Melpignano
Carmen Moretti
Giuseppe Prezioso
Dario Rinero
Gabriella Scarpa
Giovanna Vitelli

Alfredo Altavilla
Fabio Boschi
Carlotta De Bevilacqua
Stefano Domenicali

Direttore Generale Stefania Lazzaroni

Eventi e Progetti Speciali Elena Besana

Comunicazione e Ufficio Stampa Edoardo Carloni

Eventi Ilaria Confalonieri

Segreteria Sonia Sbolzani



ALTAGAMMA
CREATIVITÀ E CULTURA ITALIANA





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	Agrimontana	L'Albereta	Alfa Romeo	Amico&Co	Aurora	Acqua Di Parma
Alberta Ferretti	Alias	Allegriani	L'Andana	Ducati	Arcadia Yachts	Buccellati	Sigaro Toscano
Bottega Veneta	Artemide	Baratti & Milano	Bauer Hotels	Ferrari	Baglietto	Bulgari	Moleskine
Brioni	B&B Italia	Bellavista	Bellevue Syrene	Lamborghini	Benetti	Chantecler	Skira
Brunello Cucinelli	Bisazza	Biondi Santi	Belmond Hotel Splendido	Maserati	Cantiere Delle Marche	Vhernier	Technogym
Corneliani	Boffi	Castello di Montepò	Bulgari Hotel Milano		Cantieri Navali del Mediterraneo		
Emilio Pucci	Danese	Ca' Del Bosco	Capri Palace Hotel & Spa		Perini Navi		
Ermenegildo Zegna	Driade	Calvisius Caviar	Cristallo Hotel & Spa		Riva		
Etno	Fantini	Domori	Hotel de Russie				
Fedeli Cashmere	Fontanaarte	Ferrari Trento	Hotel Principe di Savoia				
Fendi	Giorgetti	Domori	Lungarno Collection				
Gucci	Kartell	Feudi Di San Gregorio	Masseria San Domenico				
Herno	Living Divani	Illycaffè	San Maurizio 1619				
Isaia	Moroso	Livio Felluga	Town House Galleria				
Loro Piana	Poltrona Frau	Luce Della Vite	Verdura Resort				
Max Mara	Porro	Masi	Villa d'Este				
Rene Caovilla	Zanotta	Mastrojanni					
Salvatore Ferragamo		Nonino					
Sergio Rossi		Ornellaia					
Stone Island		Sanpellegrino					
Tod's		Segnana					
Valentino							
Versace							

PARTNER

Bain&Company
 Boston Consulting Group
 BonelliErede
 Borsa Italiana
 Contactlab
 Deloitte

EY
 Fiera Milano
 Global Blue
 J.P. Morgan
 Key2people
 LaRinascente

McArthurGlen
 McKinsey&Company
 Pirelli
 Robilant Associati
 SDA Bocconi
 SIB - Società Italiana Brevetti

Simest
 Unicredit
 Value Retail
 Yoox Net-A-Porter Group

INTERNAZIONALI

Al Ostoura, Kuwait
Al Rubaiyat, Arabia Saudita
Al Tayer Group, EAU
American Express Company, USA
Ass. Dimore Storiche Italiane, Italia
Babochka, Russia
Banyan Tree Group, Singapore
Barneys New York, USA
Bergdorf Goodman, USA
Beymen Holding, Turchia
Bloomingdale, USA
Bosco Di Ciliegi, Russia
Brunschwig, Svizzera
Carluccio's, GB
Carouzos, Grecia
Central Department Store, Thailandia
Central Saint Martins College, GB
Chalhoub Group, EAU
Cii, India
Cinmar Lighting, EAU
Club 21, Singapore
Conde' Nast International, GB
Conde' Nast Publications, USA
Conde' 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
Harrod's, GB
Harry Rosen, Canada
Harvey Nichols, GB
Hearst Magazines, USA
Hindustan Times, India
House Of Fraser, GB
Iguatemi, Brasile
Imaco, Russia
Imaginex Holdings, Hong Kong
Inform Interiors, Canada
Interdesign, Cile
Interior Design Magazine, USA
Isetan, Giappone
Jamlico 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
Louis Boston, USA
Lumina Aydinlatma, Turchia
Luminaire, USA
Mafaital Luxury, India
Mahagaya Perdana, Indonesia
Melium, Malesia
Mercury Distribution, Russia
Meubles Et Fonctions, Francia
Ministry Of Commerce And Industry, India
Mitchells/richards, USA
Mitsui, Giappone
Mitsukoshi, Giappone
Mohit Diamonds, India
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
Tange, Giappone
The Hour Glass, Singapore
The Link, Giappone
The Oberoi Group, India
The Wadia Group, India
Tianhong, Cina
Tony Salame Group, Libano
Uae Trading Establishment, EAU
Verve, India
Villa Moda, Kuwait
Visa International, USA
Weinland Ariane Abayan, Germania
Yamagiwa, Giappone

ITALIAN AMBASSADORS

Eleonora Abbagnato
Massimiliano Alajmo
Piero Bassetti
Mario Bellini
Andrea Berton
Andrea Bocelli
Massimo Bottura
Francesco Cera

Antonio Citterio
Claudio Costamagna
Carlo Cracco
Michele De Lucchi
Gillo Dorfles
Massimiliano Fuksas
Ludovico Einaudi
Giochetto Giugiaro
Piero Lissoni
Gualtiero Marchesi
Alessandro Mendini
Mauro Micheli
Davide Oldani
Mario Pedol
Fulvio Pierangelini
Michelangelo Pistoletto
Stefano Righini
Niko Romito
Davide Scabin
Franca Sozzani
Giovanni Zuccon

TERRITORI ALTAGAMMA

MonteNapoleone District
Consorzio Cortina Turismo
Consorzio Costa Smeralda
Fondazione Capri

ISTITUZIONI CULTURALI

La Biennale di Venezia
Gallerie Degli Uffizi
La Triennale di Milano
MART
MAXXI
Pinacoteca di Brera
Teatro Alla Scala
