



# 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.

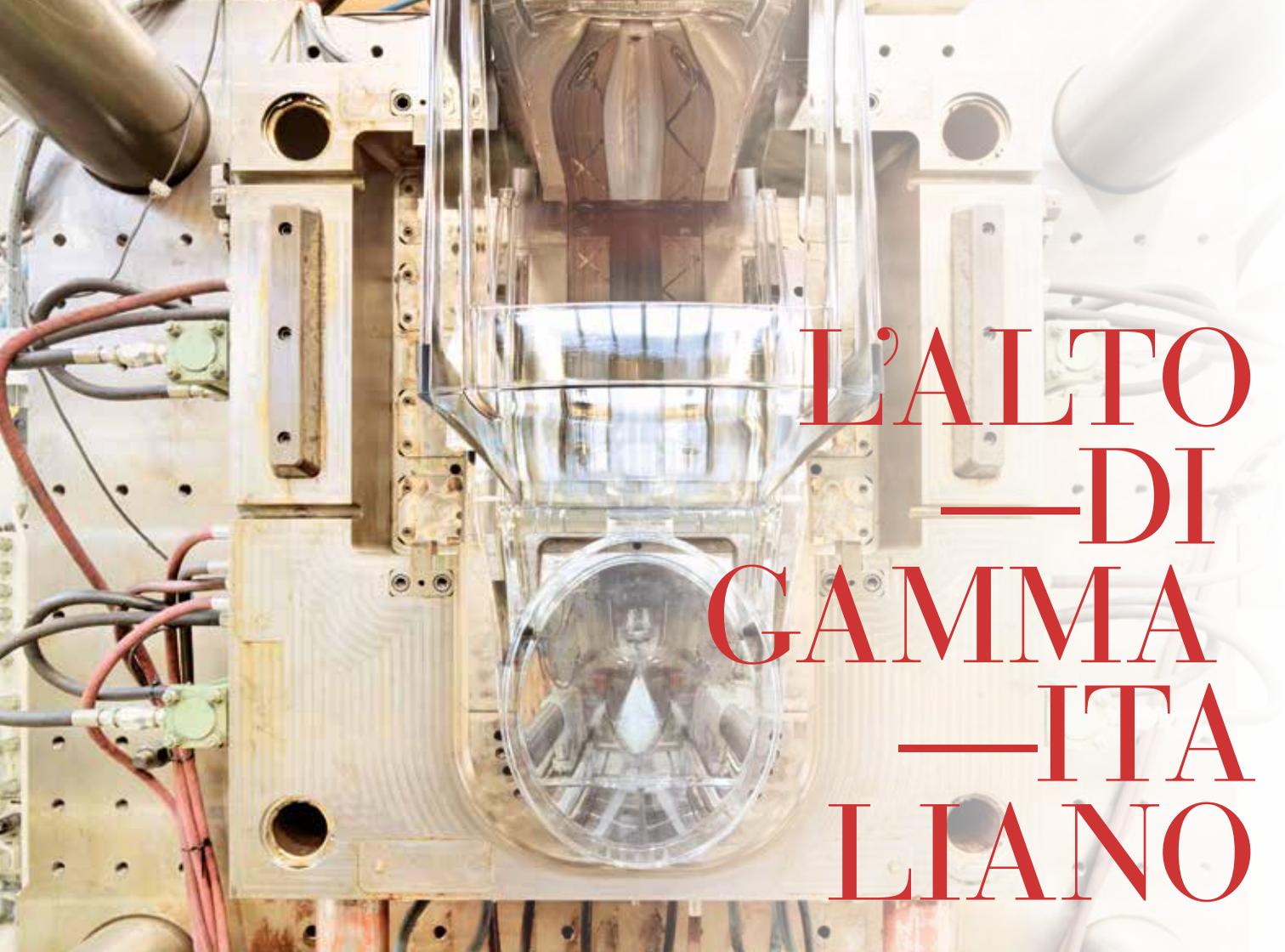
---

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.

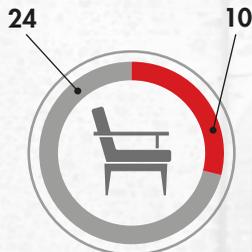
Totale dei consumi mondiali di alta gamma: 1.161 MLD di Euro  
Quota di mercato complessiva dei brand italiani: 9%

Fonte: Fondazione Altagama / Bain&Company, 2017



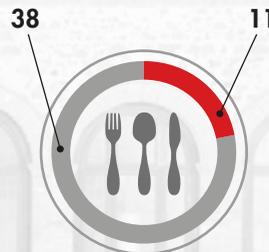
## BENI DI LUSO PER LA PERSONA

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



## DESIGN ARREDAMENTO

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



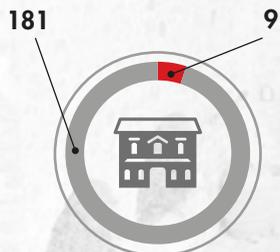
## FOOD, BEVERAGE & RESTAURANTS

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



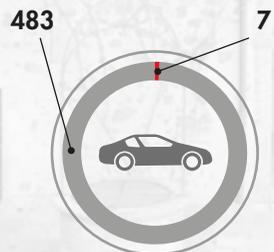
## VINI E LIQUORI

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



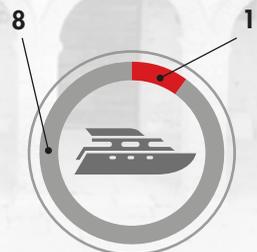
## OSPITALITÀ

(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

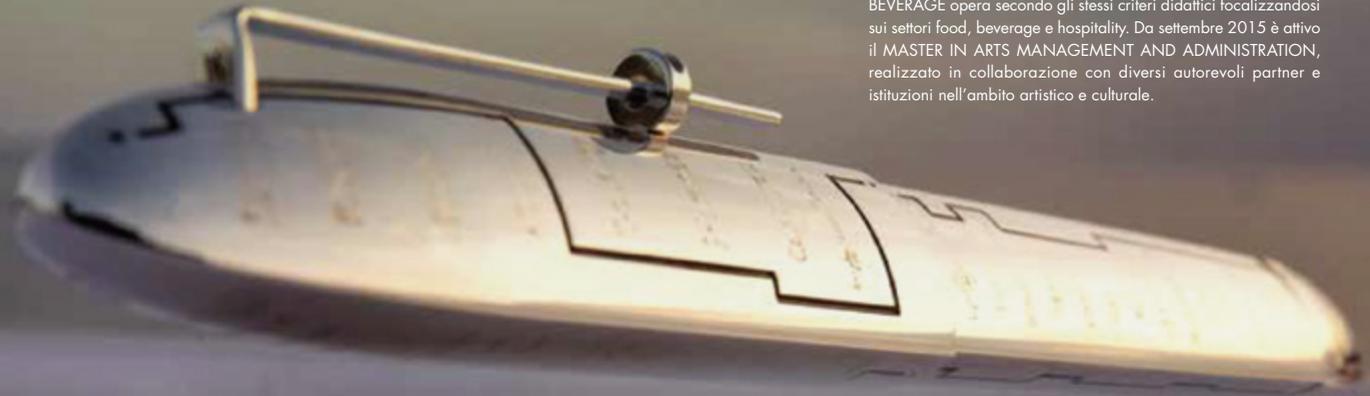
---

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. Su questo tema 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 punta da una parte ad arricchire e rinnovare l'offerta formativa rendendola più vicina alla domanda

delle imprese e alla disruption tecnologica in atto e dall'altra ad aumentare con adeguate risorse economiche e misure di sostegno la quota di iscritti.

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

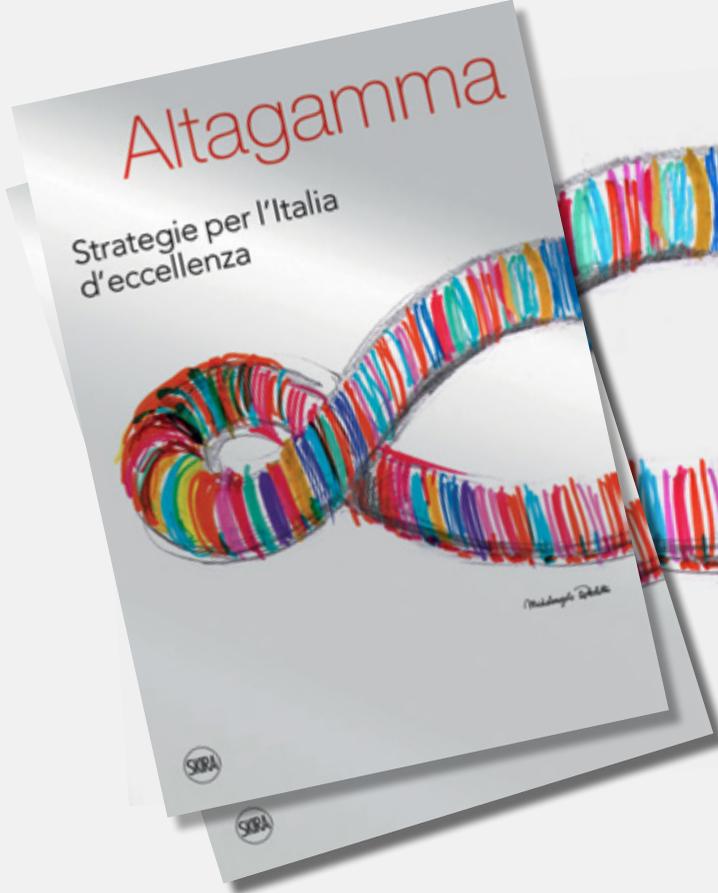
LE IMPRESE DI ALTA GAMMA CONTRIBUISCONO FORTEMENTE ALLA FORMAZIONE DELL'IMMAGINE POSITIVA DELL'ITALIA COME PAESE DEL BELLO, DEL BUONO E DEL BEN FATTO, E HANNO UN PESO FONDAMENTALE PER L'ECONOMIA E PER LA SOCIETÀ NEL LORO COMPLESSO.

### 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



## 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, opinioni 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 *Altgamma – 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 Altgamma, 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](http://www.altagammainitalianexperiences.com)



## PANORAMA: UN'IMMERSIONE NELLA BELLEZZA ITALIANA

---

In occasione di EXPO2015, Fondazione Altgamma 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, sorta durante Expo2015 in Piazza Gae Aulenti, ha registrato 230.000 visitatori in 5 mesi, ha accolto più di 30 delegazioni istituzionali e commerciali da tutto il mondo ed è stata sede di numerosi eventi organizzati dai partner. Dal 25 giugno al 20 luglio 2016 Panorama ha fatto tappa a New York, con una installazione ad hoc in Grand Central Terminal, che ha richiamato più 16.000 visitatori. A Novembre 2016, Panorama ha fatto tappa a Shanghai, durante il Salone del Mobile. Panorama resta a disposizione delle istituzioni come uno straordinario strumento di promozione del Paese.

[www.panoramaitaly.org](http://www.panoramaitaly.org)



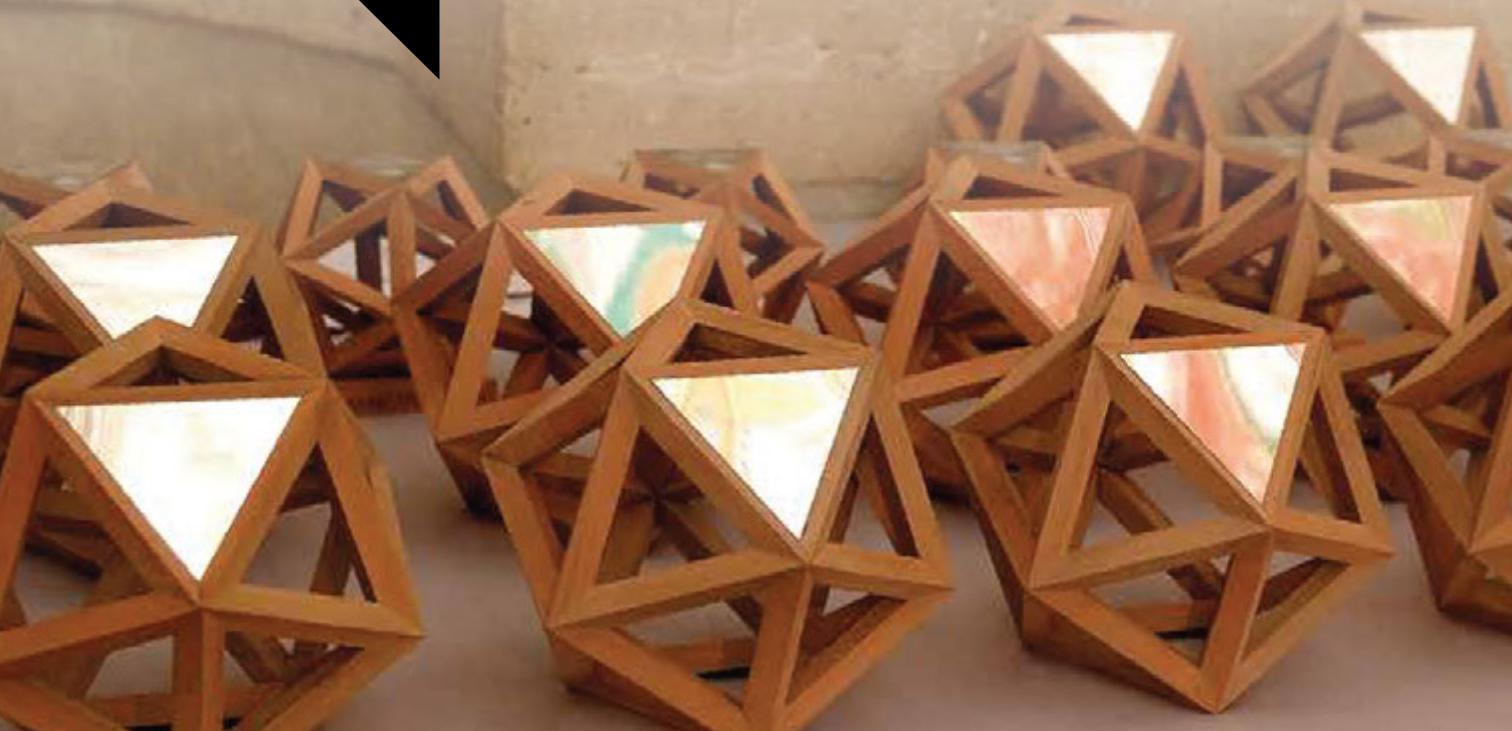
**PREMIO  
GIOVANI  
IMPRESA**  
believing  
in the future

## 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 Impresa - 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.



## 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  
—GOVER  
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  
Federico Sarzi Braga  
Gabiella Scarpa  
Giovanna Vitelli

Alfredo Altavilla  
Fabio Boschi  
Carlotta De Bevilacqua  
Stefano Domenicali

**Direttore Generale** Stefania Lazzaroni

**Eventi e Progetti Speciali** Elena Besana

**Eventi** Ilaria Confalonieri

**Comunicazione e Ufficio Stampa** Edoardo Carloni

**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	Dainese
Bottega Veneta	Artemide	Baratti & Milano	Bauer Hotels	Ferrari	Baglietto	Bulgari	Moleskine
Brioni	B&B Italia	Bellavista	Bellevue Syrene	Lamborghini	Benetti	Chantecler	Sigaro Toscano
Brunello Cucinelli	Bisazza	Biondi Santi	Belmond Hotel Splendido	Maserati	Cantiere Delle Marche	Pomellato	Skira
Corneliani	Boffi	Castello di Montepò	Bulgari Hotel Milano		Cantieri Navali del Mediterraneo	Vhernier	Technogym
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	Riva1920	Mastrojanni					
Salvatore Ferragamo	Valcucine	Nonino					
Sergio Rossi	Zanotta	Ornellaia					
Stone Island		Sanpellegrino					
Tod's		Segnana					
Valentino							
Versace							

## PARTNERS

Bain&Company  
Boston Consulting Group  
BonelliErede  
Borsa Italiana  
Contactlab  
Deloitte

Edelman  
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  
Loite Dept. Store, Corea Del Sud  
Louis Boston, USA  
Lumina Aydinlatma, Turchia  
Luminaire, USA  
Mafatal 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  
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  
Tange, Giappone  
The Hour Glass, Singapore  
The Link, Singapore  
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  
Wallpaper\*, USA  
Weinland Ariane Abayan, Germania  
Yamagiwa, Giappone

### AMBASCIATORI ITALIANI

---

Eleonora Abbagnato  
Massimiliano Alajmo  
Paola Antonelli  
Piero Bassetti  
Mario Bellini  
Andrea Berton  
Andrea Bocelli  
Massimo Bottura  
Francesco Cerea

Antonio Citterio  
Claudio Costamagna  
Carlo Cracco  
Michele De Lucchi  
Ludovico Einaudi  
Massimiliano Fuksas  
Giorgetto Giugiaro  
Piero Lissoni  
Alessandro Mendini  
Mauro Micheli  
Davide Oldani  
Mario Pedal  
Fulvio Pierangeli  
Michelangelo Pistoletto  
Lucrezia Reichlin  
Stefano Righini  
Niko Romito  
Nadia Santini  
Davide Scabin  
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



ALTAGAMMA  
CREATIVITÀ E CULTURA ITALIANA