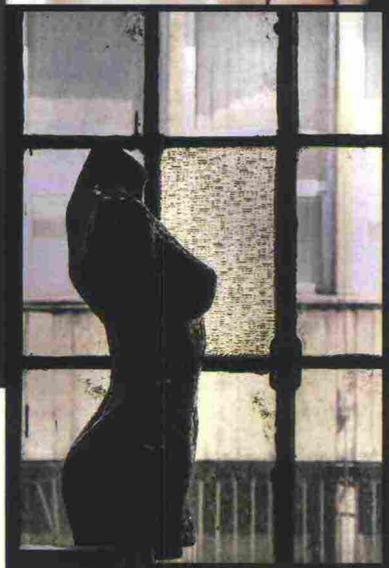
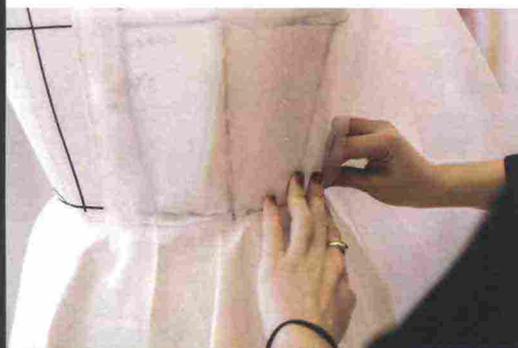




GRAZIA CONTAMINAZIONE



**I GIOVANI ARTIGIANI  
 SALVERANNO IL MADE IN ITALY**  
 COLLOQUIO CON STEFANIA LAZZARONI,  
 LA MANAGER CHE PROTEGGE  
 LE ECCELLENZE ITALIANE

di LAURA INCARDONA  
 foto di GIOVANNI GASTEL

In alto, Stefania Lazzaroni, direttrice generale della Fondazione Altagamma. A destra, due atelier di moda. La Fondazione riunisce 107 aziende di sette settori.

Che cosa possono avere in comune un abito di alta moda, una tazzina di caffè, una camera di hotel, un divano e un'automobile? Il fatto di rappresentare la creatività e la qualità italiana ai loro massimi livelli, quelle che ci hanno resi famosi nel mondo e di cui dovremmo essere orgogliosi. Dal 1992 la Fondazione Altagamma riunisce le imprese del lusso, riconosciute come ambasciatrici dello stile del nostro Paese nel mondo, per contribuire alla loro crescita e al loro sviluppo. Sono 107 aziende tra le più importanti tra moda, design, ospitalità, alimentare, gioielleria, nautica, auto e wellness: tra le altre, ci sono Valentino, Max Mara e Alfa Romeo, Bulgari e i vini di Ca' del Bosco, illycaffè e l'Hotel Bauer di Venezia. Stefania Lazzaroni è la direttrice generale della Fondazione e ci racconta presente e futuro, luci e ombre di questi settori fondamentali per l'economia e l'immagine dell'Italia. **La pandemia ha fatto da detonatore a una crisi molto grave.** «Il comparto alto di gamma riunisce industrie creative e culturali eccellenti del made in Italy. Di Altagamma fanno parte 107 soci di sette settori, che vanno dalla moda al design all'alimentare, dall'ospitalità ai gioielli dagli yacht alle auto. Il 2020 è stato un anno completamente inedito: con il Covid, dopo 30 anni di crescita stabile con un export solido, c'è stata una decrescita in media del 22 per cento, anche se i numeri sono molto vari a seconda dei

foto GETTY IMAGES

GRAZIA STEFANIA LAZZARONI



**«IL BELLO, BUONO  
E BEN FATTO OGGI  
HA UN NUOVO  
SIGNIFICATO:  
IL CONSUMATORE  
CERCA UN  
MODELLO DI  
VITA DIVERSO»**



settori. Quello dell'ospitalità ha registrato un calo del 70 per cento. Il Covid ha anche accelerato alcune tendenze: c'è stato un raddoppio delle vendite online, dal 12 per cento al 23 per cento di media. Le aziende che già stavano trasformando il loro business hanno fatto un salto enorme verso il futuro».

**L'accelerazione del digitale è il cambiamento più evidente di questo ultimo anno.**

«Sì, ma ce n'è stato anche un altro: il profilo dei nostri consumatori. Solo otto anni fa erano tendenzialmente anglosassoni: oggi quasi il 50 per cento si divide tra Cina e Stati Uniti e sono molto giovani. La cosa interessante è che hanno una diversa scala di valori: per loro il possesso è meno importante dell'esperienza, l'ambiente e la sostenibilità sono profondamente sentiti, come la diversity e l'inclusione. È in atto una rivoluzione dei valori, che il Covid ha accelerato. Tutto ciò sta trasformando il nostro comparto».

**A volte però non siamo così bravi a comunicare la nostra eccellenza.**

«I francesi usano la parola lusso senza nessuna remora e per loro è motivo di orgoglio. Forse dovremmo farlo anche noi, ma senza smettere di essere innovativi. Nelle aziende sono impiegati macchinari di ultima generazione, i controlli sono digitali, quindi c'è bisogno di persone altamente specializzate. In un'Italia in cui la disoccupazione giovanile tocca il 30 per cento, stimiamo che nelle sette aree riunite da Altagamma tra due o tre anni mancheranno 236mila profili tecnico-professionali. Ben 30 su 107 dei nostri soci hanno creato internamente scuole dove completare percorsi formativi, molti altri hanno rapporti privilegiati con istituti tecnici, ma il Governo dovrebbe impegnarsi nella tutela di questi settori, che rappresentano il 7 per cento del PIL. È vero che l'Italia ha il minor numero di laureati rispetto agli altri Paesi europei, ma in Germania i diplomati delle scuole tecnico-professionali sono ogni anno 800 mila, in Italia 80 mila. Da noi c'è un pregiudizio verso la preparazione tecnica. Le famiglie e i ragazzi andrebbero aiutati a comprendere che queste professioni sono creative e possono dare grandi soddisfazioni».

**Non c'è il rischio della scomparsa di alcune eccellenze artigianali?**

«Sì, anche se sono tantissime le aziende che si stanno impegnando per preservarle. Il bello, buono e ben fatto oggi ha un nuovo significato, perché il consumatore cerca un modello di vita più sobrio, più rispettoso dell'ambiente, della diversità e dell'inclusione. Dietro ai grandi marchi ci sono migliaia di piccole aziende che lavorano e che in questo periodo sono in grande sofferenza. L'Italia ha nel turismo e nella creatività manifatturiera i suoi punti di forza economici: sono ambiti che devono essere tutelati, anche dal Governo».

**Il turismo e il settore dell'ospitalità hanno forse ricevuto il colpo più duro.**

«Va sottolineato che il 60 per cento degli acquisti di beni di alta gamma erano effettuati dai turisti stranieri. Noi dobbiamo attrarre tutto il turismo, ma soprattutto quello con alta capacità di spesa, perché può innescare un circolo virtuoso per l'economia italiana. Su questo tema la Fondazione Altagamma sta preparando un libro bianco che verrà presentato al Governo in maggio. Sostenibilità, contemporaneità, e cioè la capacità di rinnovarsi per guardare al futuro, e il turismo di alta gamma: sono i nostri tre obiettivi strategici».

**Che futuro attende le giovani imprese?**

«Dobbiamo diventare loro mentori, aiutarle a crescere e a svilupparsi, perché è nell'interesse del Paese che i marchi italiani siano sempre più numerosi e forti. Da sette anni abbiamo creato un premio dedicato alle giovani imprese, una per ogni settore che rappresentiamo, per farle entrare nella nostra comunità e valorizzarle: le candidature per l'edizione di quest'anno chiudono il 28 maggio e invitiamo queste aziende emergenti a farsi avanti».

**Quindi è ottimista per il futuro e in modo particolare per il suo comparto?**

«Voglio essere ottimista. Auspichiamo che già nella seconda parte di quest'anno e nel 2022 ci sarà una ripresa dei viaggi, che rimetterà in moto tutto. L'umanità supererà questa prova e torneremo alla nostra vita, con maggiore consapevolezza e attenzione a valori che non passeranno e che si stanno imponendo, grazie anche ai giovani».

© RIPRODUZIONE RISERVATA