

Il Paese
che vorrei/9

Intervista al presidente di Altagamma

Rep

Andrea Illy "Più artigiani del lusso per garantire lavoro e made in Italy"

di Sara Bennewitz

Abbiamo imprenditori che sanno creare prodotti e tendenze con successo globale. Ecco la loro ricetta per il sistema italiano

MILANO – Anche l'Italia fa sistema, lo fa da sempre attraverso i distretti - tanto che la Silicon Valley ha replicato l'idea - lo fa per aiutare e proteggere i suoi prodotti con le cooperative e i consorzi, lo fa per promuovere le sue eccellenze e creare posti di lavoro in un Paese che invece perde competitività. Andrea Illy, presidente di Altagamma, si fa ambasciatore dell'associazione delle eccellenze del made in Italy, collaborando con le altre associazioni europee e facendo da tramite tra le aziende e le istituzioni allo scopo di fare formazione e esportare il bello italiano in tutto il mondo.

L'alto di gamma è uno dei pochi settori economici che ancora cresce, ma gli aumenti dei ricavi creano anche più occupazione?

«Questo è un settore da oltre mille miliardi di euro di ricavi in crescita costante del 4% all'anno e dove l'Europa rappresenta il 75% del mercato. L'Italia, che di questo settore è leader con la Francia, genera oltre 110 miliardi di giro d'affari, vale a dire il 9% del Pil. Noi, rispetto ai cugini francesi, siamo specializzati nelle manifatture, dal disegno alla realizzazione. Si tratta di un'eredità storica, nata e ispirata dalla massima bellezza del nostro Paese, dal clima, dai paesaggi che nei secoli hanno ispirato le migliori menti, tramandandosi di padre in figlio, di maestro in allievo. E di mezzo milione di posti di lavoro che

oggi mancano perché c'è una crisi di vocazioni e i giovani non sono sufficientemente attratti dalla nobiltà di questi mestieri. Così in un Paese con due milioni di ragazzi sotto i 25 anni che non studiano né lavorano, mancano centinaia di migliaia di artigiani di alta gamma. Il gap tra domanda di talenti e un'industria fiore all'occhiello del nostro Paese deve colmarlo almeno in parte la pubblica istruzione e non lo sta facendo abbastanza. Gli istituti tecnici diplomano un centesimo dei nostri colleghi tedeschi, sfornano 9 mila diplomati all'anno contro gli 800 mila in Germania».

Ma la formazione vera non si fa sul campo?

«Anche, ma non può essere solo appannaggio delle aziende perché le piccole non hanno le risorse per farlo. L'impresa della mia famiglia ad esempio già vent'anni fa ha fondato l'università del caffè. Partendo dall'Italia ha aperto 28 sedi nel mondo formando 250 mila persone. Ogni azienda con più di 50 milioni di fatturato ha fatto o sta facendo formazione, ne parleremo con una pubblicazione che presenteremo a Roma il 30 maggio insieme al ministro dei Beni culturali Bonisoli per sensibilizzare le istituzioni. Altagamma, da anni lavora con Miur e Confindustria su questo tema».

La Francia però, che a differenza d'Italia ha colossi del lusso, è più brava a fare sistema di noi che abbiamo un tessuto industriale fatto di artigiani e piccole aziende...

«Non solo, la Francia ha un altissimo orgoglio nazionale, la cosiddetta *grandeur*, e ha sempre avuto politiche industriali e finanziarie mirate a fare grandi le loro aziende, tra cui quelle di Altagamma. L'Italia invece è sempre stata il paese dei comuni e dell'individualismo, ma anche noi abbiamo trovato un nostro modo di fare sistema o ecosistema».

A cosa si riferisce?

«Mi riferisco ai nostri 191 distretti industriali famosissimi nel mondo,

tanto che la Stanford University ce li ha copiati dando vita alla Silicon Valley. Nell'agricoltura e nella distribuzione alimentare abbiamo creato le cooperative e i consorzi. Nell'alta gamma Milano è diventata un hub e il centro dell'humus creativo che si estende a quasi tutti i settori: dalla moda, al design all'architettura e attirando stakeholder, comprese associazioni tra cui Altagamma, per nutrire il sistema con saperi e provvedimenti. Questi ecosistemi esistono ancora e rendono resilienti le imprese italiane. Quello che manca è la digitalizzazione di questi ecosistemi per condividere ancora meglio le eccellenze, e a questo stiamo lavorando a partire da Milano con un'iniziativa che annunceremo presto».

Fatto sta che la Francia ci ha conquistato, colonizzando intere filiere e alcuni dei marchi più prestigiosi dell'alta gamma: da Bulgari a Loro Piana, da Gucci a Acqua di Parma...

«Quella tra Italia e Francia è più una simbiosi più che una rivalità. Noi siamo più capaci di creare e produrre, loro sono più capaci a importare, commercializzare e distribuire. Questo spiega perché comprano o hanno comprato molte aziende italiane per aver accesso al territorio e imparare nuove competenze, però ci hanno restituito la cortesia investono sulle filiere e creando posti di lavoro. In un'ottica europea, di cui si parla troppo poco, io vedo invece un'industria dell'alto di gamma sempre più europea con Paesi sempre più specializzati su determinate competenze, come Italia e Francia nella moda. Nessuno metterebbe in dubbio la leadership dei tedeschi sui motori, e quella svizzera sugli orologi. Solo da un'unione che fa la forza, a prescindere dal Paese d'origine, l'Europa resterà leader nel mondo. La minaccia, piuttosto sono i saperi che si stanno trasferendo in Cina per

effetto della delocalizzazione di molte manifatture; è un Paese che non ha rispetto della proprietà intellettuale e che, avendo un mercato interno gigantesco, è il primo consumatore di beni di lusso al mondo».

Non mi dirà che il made in China ci ruberà il made in Italy?

«Dico solo che non vorrei che le sciocchezze dei populismi e dei nazionalismi si trasferiscano anche ai

consumatori, perché avremmo un grosso problema a competere contro la Cina. Bisogna invece lavorare per rafforzare la leadership europea, e credo che nel caso dell'alto di gamma la nostra fortuna è che questa è un'industria dove il patrimonio culturale e la storia sono un valore»

Da imprenditore e presidente di Altagama, cosa chiede alle istituzioni?

«Bisogna creare un clima che ispiri fiducia, se non c'è fiducia non investe

nessuno, italiani o stranieri. Senza fiducia i cittadini non consumano e chi non ce la fa tende ad andarsene. Dopo 20 anni in cui il Paese, per fattori esogeni ha perso competitività, bisogna continuare nel percorso di riforme per colmare il gap. Infine bisogna lavorare - e noi l'abbiamo fatto con i cinque governi precedenti - per promuovere il bello dell'Italia nel mondo. Non c'è nessuno che sia preposto a farlo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



▲ **Andrea Illy**

Nato a Trieste nel 1964, è presidente di Altagama, fondazione che riunisce imprese della moda, design, gioielleria, alimentare, ospitalità e wellness

— “ —

Il nostro è sempre stato il Paese dell'individualismo. Con la fondazione vogliamo fare rete puntando sui distretti e creando consorzi

— ” —