

## Tentazioni MODA

Emblemi dell'industria creativa italiana: sfilata Ermenegildo Zegna, autunno-inverno 2018; il design firmato Kartell, nella poltrona Cara



# Osessione qualità

**Le strategie di Altagamma per rendere competitivo il made in Italy**

colloquio con **Andrea Illy** di **Gloria Riva**

**A**NDREA ILLY INVIA UN MESSAGGIO IN bottiglia al governo gialloverde italiano, lanciando tre progetti utili a mantenere vivo il primato delle eccellenze industriali europee. Lo fa in qualità di presidente della Fondazione Altagamma, l'ente che dal 1992 riunisce le imprese dell'alta industria culturale e creativa italiana, quelle che promuovono nel mondo l'eccellenza, l'unicità e lo stile di vita degli italiani.

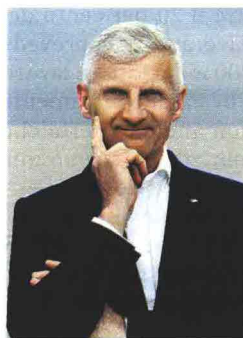
**Un messaggio al governo, dunque. Forse alle imprese di Altagamma serve aiuto?**

«Non direi, al contrario siamo noi a poter dare aiuto al Paese. Quest'anno Altagamma ha festeggiato i 25 anni di attività e per l'occasione ha realizzato un volume dal titolo "Strategie per l'Italia d'eccellenza", una chiamata all'azione per imprenditori e istituzioni per un cambiamento culturale, strutturale e istituzionale che renda l'Italia un paese ancora più amato, ricercato e competitivo. Perché spesso ci dimentichiamo di quanto l'Italia sia un paese capofila in questo campo».

**Oggi i mercati finanziari dicono tutt'altro. Potrebbe descriverci quest'altra Italia, sognata dagli stranieri?**



«L'industria dell'alto di gamma genera a livello mondiale quasi 1.200 miliardi di euro con 424 milioni di consumatori. È il fiore all'occhiello dell'Italia che detiene una leadership incontrastata nonché la più alta diversificazione settoriale con la moda (che detiene il 23 per cento della quota di mercato mondiale), il design (che controlla il 30 per cento del segmento worldwide), l'alimentare (22 per cento del market share), l'ospitalità, la nautica, i motori, la gioielleria, lo sport, la bellezza e la cultura. Siamo leader in tutti questi segmenti, tranne in due casi, l'orologeria che spetta agli svizzeri e l'automotive che è ancora ad appannaggio dei tedeschi. Negli ultimi decenni, malgrado la crisi che attanaglia l'economia italiana, questo settore si è ulteriormente rafforzato diventando una sorta di noblesse oblige per il nostro Paese. Le imprese culturali e creative performano infatti meglio della media, l'industria dell'alto di gamma vale 5 punti percentuali di pil e occupa 500 mila persone, e l'immagine dei loro marchi traina il resto del Made in Italy creando preziose sinergie con settori strategici come il turismo. Oggi nuove e cruciali sfide si stagliano all'oriz-



**Andrea Illy, presidente di Altgamma**

zonte ed è imprescindibile agire rapidamente identificando una visione chiara e condivisa per affrontarle». **Quali sarebbero le proposte che vorreste presentare al Governo in occasione della realizzazione del Documento di Economia e Finanza che rappresenta le linee guida per lo sviluppo economico del paese per il prossimo 2019?** «Abbiamo proposto al governo la creazione di partnership pubblica e privata affinché si possano sostenere quegli investimenti che porteranno a un raddoppio del volume d'affari di queste società entro dieci anni. Affinando e sostenendo la crescita strutturale e organica di queste imprese siamo convinti che l'intera economia italiana se ne possa avvantaggiare. L'Italia ha punti di forza endogeni, come la straordi- ➤

## Tentazioni MODA



Da sinistra:  
Cantine Ferrari;  
Bisazza Bagno  
Mahdavi  
Collection;  
DivanoB&B Italia;  
Sotto: Technogym  
Cross Personal



➤ naria sensibilità per il gusto e la bellezza, paesaggi straordinari, la creatività, un patrimonio culturale unico e l'indiscusso know how della manifattura. Tuttavia ha anche molti punti deboli, come ad esempio una crisi di vocazione dei giovani: oltre il 20 per cento dei giovani non sta né studiando né lavorando e si prevede che nei prossimi anni ci saranno 200 mila posti di lavoro vacanti, perché non ci saranno giovani adeguatamente formati. Si tratta di un gap tra domanda e offerta che abbiamo chiesto al governo di colmare attraverso una seria politica di educazione, formazione e istruzione».

### In particolare cosa non va nella scuola italiana?

«Esistono pochi istituti tecnici superiori e nessuna formazione tecnica universitaria. L'Italia possiede solo novanta istituti tecnici, che sfornano 10 mila studenti l'anno, cioè un decimo rispetto a quanti ne escono dalle scuole tedesche. Il sistema scolastico italiano ha lasciato un gap tra la formazione professionale e quella universitaria. L'assenza di istituti professionali di qualità non permette ai giovani di puntare sulla formazione tecnica, che è quella che aprirebbe loro grandi opportunità nelle nostre aziende. Inoltre il sistema italiano forma pochi laureati nelle discipline scientifiche, ma privi di esperienza. Al Governo chiediamo di colmare questo buco, finanziando l'espansione e la creazione di istituti tecnici





## Il mercato mondiale

1.160

miliardi di euro

il valore del mercato globale di alta gamma

424

milioni

i consumatori nel mondo

### QUOTA DI MERCATO DEI BRAND ITALIANI



## Le previsioni di crescita

DATI MONDIALI PER IL 2018

+7%

pelletteria

+7%

gioielli e orologi

+3%

abbigliamento

+3%

profumeria

Fonte: Consensus Altgamma 2018

di qualità, ma anche sostenendo la creazione di un'università tecnica, che favorisca l'apprendimento di skill utili alle imprese».

**L'impresa italiana, tuttavia, continua ad avere un problema di sotto dimensionamento, anche quando si parla di eccellenze. Avete pensato a soluzioni?**

«Gli ecosistemi, i distretti industriali, sono il nostro modello italiano. Sono l'opposto del modello francese, che si basa invece sulle grandi società strutturate. Il sistema dei distretti rende le nostre imprese resilienti capaci di resistere alle difficoltà e molto creative. Al governo chiediamo di dare maggior impulso, valore e concretezza al modello delle cooperative, dei consorzi, delle reti di distretti, che sono entrati in affanno per via della crisi e hanno perso smalto. Vanno rivitalizzati attraverso un sistema di digitalizzazione che ne favorisca la trasparenza e la crescita».

**Una rete di piccole imprese può davvero competere con player internazionali?**

«È vero, le imprese italiane dell'alto di gamma sono per lo più padronali, intrise di family business in cui la proprietà viene custodita gelosamente dalle famiglie fondatrici. Questo le rende generalmente fragili e sotto capitalizzate. Non solo, spesso vengono gestite senza una struttura amministrativa, con scarsa governance e tutto

questo le rende molto esposte ai rischi finanziari, vulnerabili a qualsiasi operazione andata male, incapaci di crescere, spesso esposte alla cessione. Ecco perché chiediamo al governo di sostenerci in un'operazione di managerizzazione delle imprese. Il nostro piano è quello di puntare al raddoppio del volume d'affari facendo crescere le piccole imprese attraverso operazioni di fusione e acquisizione e facendo entrare le micro imprese, che ancora non ne fanno parte, nel sistema dell'alta gamma, che ha un estremo bisogno di estendere la propria rete di fornitori di qualità».

**Poi c'è sempre l'annosa questione della tassazione elevata alle imprese. Chiederete di abbassare le tasse?**

«Sappiamo che l'elevato debito pubblico impedisce di ridurre erga omnes il carico fiscale, ma giudicheremmo positivamente un provvedimento che punti a tassare i profitti d'impresa meno degli utili, così da favorire gli imprenditori che intendono rafforzare le imprese attraverso gli investimenti, specialmente quelli in innovazione, come Industry 4.0. Servono iniziative nuove. Servono idee per la promozione del made in Italy, valorizzando la bellezza, specialmente sul digitale, dove è necessaria una vetrina che permetta di avvicinare gli stranieri, per far sapere al mondo quanto l'Italia sia un paese eccezionale».