

I brand del lusso assieme aprono l'alta scuola del "saper fare italiano"

ALCUNE CENTINAIA DI IMPRESE UNISCONO LE FORZE PER CREARE UN CENTRO DI FORMAZIONE NEI MESTIERI CHE SONO ALLA BASE DELLA QUALITÀ DEL MADE IN ITALY. SARÀ UN POLITECNICO DI ECCELLENZA, PARTIRÀ ENTRO IL 2018 E AVRÀ LA SUA SEDE DENTRO L'AREA EXPO

Paolo Possamai

Trieste

Giorgio Armani è nato come vetrinista, Salvatore Ferragamo era un calzolaio, Gianni Versace da ragazzino lavorava nell'atelier di sartoria della madre. Mestieri. Segnati da una fortissima crisi di vocazioni tra i giovani. Botteghe e fabbriche in cui è difficile passare l'eredità del "saper fare" italiano. Detta in numeri, vale ricordare che l'industria mondiale di **alta gamma** ha superato quest'anno per la prima volta la soglia di un trilione di euro (1.044 miliardi di euro), di cui l'Italia detiene il 10% di quota di mercato. E non è una questione marginale nemmeno quanto al tema occupazione poiché, secondo una ricerca realizzata da SDA Bocconi, le persone occupate dall'industria italiana di **alta gamma**, in modo diretto e indiretto, sono non meno di mezzo milione. "Includendo il settore nautico penso saremmo attorno agli 800mila posti di lavoro", dice Andrea Illy, presidente di **Altagam**. Che per riavviare un passaggio generazionale bloccato e la connessa dispersione di vantaggio competitivo pensa a una nuova Scuola di arti e mestieri. Da posizionare preferenzialmente nell'area dell'Expo, ma co-

munque a Milano.

Un altro tassello per il post Expo, accanto a università, Assolombarda, centri di ricerca. "A promuovere l'operazione ci sarà una fondazione - dice ancora Illy - alla quale devono aderire alcune centinaia di imprese, per garantire le risorse finanziarie, borse di studio, stages e docenti senior, macchinari e attrezzature tecniche. E non di meno occorre una fortissima partnership tra pubblico e privato, di cui non dubito essendo superato il tempo in cui la politica non amava l'industria luxury. Siamo cresciuti malgrado la politica. Con Renzi oggi viviamo un clima differente, lui da fiorentino capisce che l'Italia ha una leadership innata, che qui sta un patrimonio immenso di creatività e cultura. Aggiungo che la fortissima sponsorship del vicesegretario Carlo Calenda ci mette in condizione di passare alla fase operativa di una fondazione mista pubblico/privata".

E difatti tra Palazzo Chigi, ministero all'Istruzione e ministero allo Sviluppo economico dispongono già del dossier intitolato "La Scuola politecnica del saper fare italiano. Un progetto per il potenziamento della formazione tecnica e professionale". Toccherà al governo dare alla Scuola riconoscimento istituzionale, inquadramento normativo e parte delle risorse.

Fase operativa significa predisporre le fondamenta dal prossimo anno e materialmente avviare le attività della nuova Scuola di arti e mestieri nel 2018. A regime, dovrebbero uscire 500 ragazzi diplomati ogni anno dai corsi milanesi. Perché sta a Milano la capitale della creatività italiana.

In area Expo, i promotori della Scuola hanno verificato che le cosiddette "stecche", gli edifici di servizio a lato dei padiglioni, sarebbero adeguate. Andrebbero consolidate e ristrutturate in rapporto alla nuova destinazione d'uso, ma sarebbero funzionali allo scopo. E l'Expo Village sarebbe molto adatto all'accoglienza di docenti, visitatori, ospiti. Se a questo aggiungiamo il dato simbolico, ossia un riutilizzo coerente degli impianti Expo, emerge chiaramente come mai il sito dell'esposizione universale sia privilegiato da **Altagam** nel proprio progetto. Tant'è che nel dossier condiviso con il governo, si parla di "una Scuola politecnica di eccellenza, che trova un contenitore formale in un polo tecnologico formativo composto da un Its di nuova concezione, da un Istituto tecnico e da un Istituto professionale di eccellenza. Il polo sarà fisicamente collocato in un opificio, ossia in un edificio di pregio visitabile nell'area dell'Expo. Una sede transitoria verrà trovata in un qualificato edificio a Milano". "Disponiamo di uno straordinario fattore critico di successo: i mercati mondiali sempre più pretendono che i prodotti di **alta gamma** siano materialmente fatti in Italia - dice Illy - Il consumatore chiede e sempre più chiederà autenticità e qualità, che ci è riconosciuta. Su questa base in primis sta avvenendo un importante fenomeno di reshoring industriale. Siamo riconosciuti leader sui versanti di moda design, alimentare, nautica, wellness, real estate, ci manca solo l'high tech. Ebbene, la Scuola serve ad alimentare questa enorme potenzialità di ulteriore sviluppo. Occorre riscoprire e potenziare

l'intelligenza delle mani di cui ci fa dono la nostra storia".

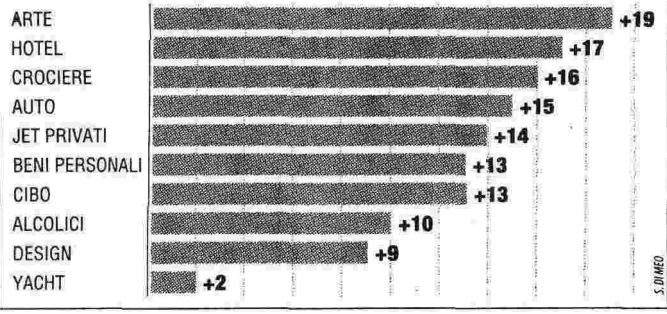
Al netto delle incertezze e delle fragilità dell'economia globale, il mercato dell'industria di **alta gamma** è in crescita. I principali mercati dei beni di lusso per la persona sono le Americhe (34%), a seguire l'Europa (33%), Giappone (8%) e poi Cina (7%). Ma è anche più interessante la graduatoria per nazionalità, laddove i consumatori cinesi primeggiano (31%) perché effettuano all'estero la maggior parte dei loro acquisti. Seguono americani (24%) ed europei (18%). Numeri utili a comprendere la ricerca e il valore del fattore autenticità cui faceva riferimento l'industriale triestino del caffè.

La sfida non sarà semplice, anche per il ginepraio che caratterizza l'ambito della formazione professionale. Le scuole sono ripartite infatti in tre livelli: professionali, istituti tecnici e infine istituti tecnici superiori (che sono appena un'ottantina in Italia). I livelli più bassi fanno riferimento alle singole Regioni (con finanziamento Ue), i tecnici al Miur e il livello top è appena nato. Il tutto senza alcun coordinamento.

In questa selva dovrebbe entrare la nuova Scuola nazionale di arti e mestieri, cui dovrebbero avere accesso i migliori allievi delle professionali regionali e dove potrebbero trovare poi manodopera qualificata i grandi brand e le aziende che del made in Italy fanno un vero fattore distintivo. Rimettendo al centro dell'immaginario giovanile il senso della "intelligenza delle mani". In fondo, anche i cuochi facevano un mestiere umile. Oggi i bimbi intervistati nelle scuole dicono che da grandi vogliono fare i cuochi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LA CRESCITA DEL LUSSO Mercato totale mondiale, var. % 2015 su 2014



Qui in basso e a lato, due classici esempi dei mestieri che sono alla base del successo del made in Italy: un orafo e un calzolaio. Ci sono competenze e know how di eccellenza che l'industria italiana non può perdere



Qui sopra, **Andrea Illy** presidente di Fondazione **Altgamma** che rappresenta i marchi del lusso



[LA FONDAZIONE]

Altagamma, Illy prepara un nuovo mandato

Il 26 novembre Andrea Illy andrà in assemblea di Altagamma. Scade il suo mandato triennale da presidente. L'idea della nuova Scuola di arti e mestieri è il cardine della ricandidatura e, soprattutto, il fattore connotante della strategia della fondazione che raggruppa 95 aziende espressione dei settori moda, design, ospitalità, alimentare, motori, nautica, gioielleria, wellness.

Il fatturato complessivo dell'industria italiana di alta gamma ammonta a circa 100 miliardi di euro. L'Italia è protagonista in particolare nei beni di lus-

so per la persona (22% quota di mercato mondiale), design di alta gamma (40%), food & beverage di alta gamma (24%).

"I francesi sono più bravi di noi nel gestire il retail e hanno un fattore di forza nella finanza, noi siamo eredi di un incomparabile patrimonio di bellezza e cultura, che continua a nutrire le nostre manifatture e il nostro know-how. Abbiamo un potenziale straordinario e unico al mondo cui dare pieno valore", dice il presidente e amministratore delegato di Illy Caffè. **(p.pos.)**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

