



I TALENTI DEL FARE
maggio 2019



ALTAGAMMA
CREATIVITÀ E CULTURA ITALIANA

MEDIA COVERAGE

RIEPILOGO USCITE

STAMPA

1. LA REPUBBLICA
2. LA REPUBBLICA
3. CORRIERE DELLA SERA
4. IL SOLE 24 ORE
5. LA STAMPA
6. IL MESSAGGERO
7. QUOTIDIANO NAZIONALE
8. IL PICCOLO
9. IL TEMPO
10. ITALIA OGGI
11. MF FASHION
12. AVVENIRE
13. LIBERO
14. L'ARENA

1. LA NUOVA SARDEGNA
2. L'ARENA
3. GAZZETTA DEL MEZZOGIORNO
4. LA PREALPINA
5. IL CORRIERE DI COMO
6. IL CORRIERE FIORENTINO
7. ECODIBIELLA
8. ROMA
9. CORRIERE DELLE ALPI

SERVIZI TV - RADIO

1. TG1 Economia
2. TG5
3. TG3
4. RAINews24 – servizio
5. RAINews24 – intervento in studio
6. SKYTG24
7. TGCOM
8. CLASS CNBC
9. RID – Intervista MODUS MODI

ONLINE

1. CORRIERE DELLA SERA
2. IL MESSAGGERO
3. IL FOGLIO
4. IL TEMPO
5. IL SOLE 24 ORE
6. ITALIA OGGI
7. MFF
8. YAHOO
9. QUI FINANZA
10. DUESSE
11. L'OPINIONE
12. LA SICILIA
13. WWD



STAMPA



ALTAGAMMA
CREATIVITÀ E CULTURA ITALIANA

Il Paese
che vorrei/9

Rep

Intervista al presidente di Altagamma

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 investendo 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 Altagamma, 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 Altogamma, 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*
—”

Altagamma

Moda, design, auto “Servono 236 mila figure tecniche”

ROMA – Nei prossimi 5 anni, i settori della moda, del design, dell'alimentare, dell'ospitalità e delle automobili – pilastri dell'economia italiana – avranno bisogno di coprire 236 mila posti di lavoro. Altagamma, la fondazione cui fanno capo alcune delle migliori imprese dell'industria culturale e creativa, precisa che serviranno figure tecniche nel 70% dei casi. E la paura è di non trovarle. A fronte di un mercato «in crescita costante del 5% a livello mondiale, la prima risorsa – quella dei talenti – è in decrescita: le industrie segnalano la difficoltà a reperirli», fa notare il presidente di Altagamma, Andrea Illy. Gli iscritti agli istituti tecnici italiani – scrive Altagamma – «sono 10.000, un numero esiguo se paragonato agli allievi degli equivalenti tedeschi, *Fachhochschule*, che arrivano a 880.000, e a quelli francesi che rilasciano il Bts (Brevet de Technicien Supérieur) e attraggono 240.000 studenti».



Lusso made in Italy, le aziende cercano 236 mila addetti

L'allarme della Fondazione Altagamma: grave carenza di talenti, in 5 anni ne mancherà il 70 per cento

ROMA Oltre duecentotrentaseimila posti da coprire. Figure professionali di alto livello da trovare sul mercato del lavoro entro i prossimi cinque anni. Nel design come nell'alimentare, nell'automotive come nella moda, le aziende del made in Italy sempre più avranno bisogno di profili altamente specializzati ma sempre più faranno fatica a trovarli. «Mancherà una parte consistente di quella forza lavoro qualificata — i talenti — che serve alla loro crescita», spiega Andrea Illy, presidente della Fondazione Altagamma

che raccoglie le migliori imprese di fascia alta del made in Italy che a Roma ha presentato il libro *I talenti del fare* sui professionisti che serviranno da qui al 2023. Ma il 70% di queste figure non sarà disponibile: progettisti e meccatronici per il settore auto; tecnici della vinificazione e guide enogastronomiche per il food&beverage; pellettieri, tessitori, sarti, prototipisti per la moda; specialisti dell'ospitalità e della ristorazione per il turismo.

Ci sarà, secondo Altagamma, «una drammatica carenza di forza lavoro per i marchi

più prestigiosi che portano nel mondo il made in Italy».

Il problema parte da lontano. Dopo la scuola media meno di un ragazzo su 3 (30,7%) sceglie di proseguire gli studi in un istituto tecnico, appena il 15% sceglie un professionale. Basti pensare che in Italia gli iscritti agli Iis sono appena 10 mila, mentre nelle Fachhochschule tedesche sono 880 mila e in Francia 240 mila. Ecco perché Altagamma propone un tavolo di lavoro istituzionale sul tema della formazione: è sempre più urgente «agire su una valorizzazione e

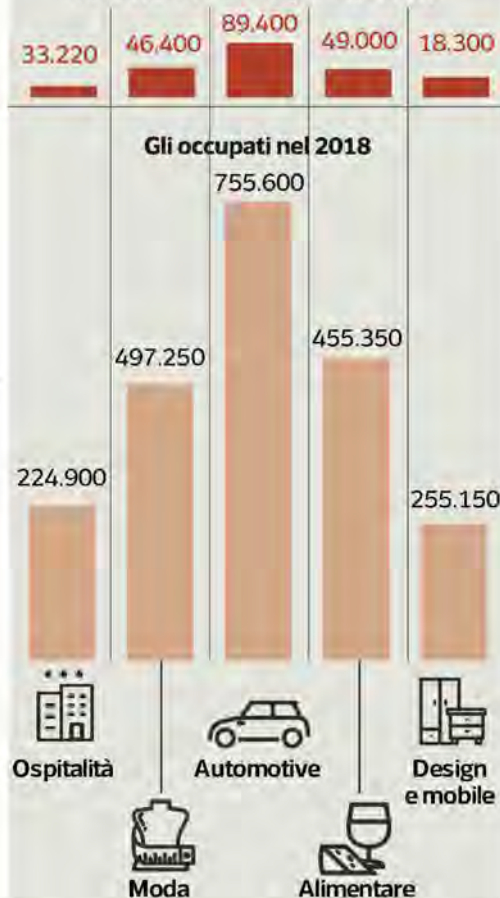
un riposizionamento di questi lavori ancora oggi visti dai giovani come poco attraenti». Da Lamborghini a Bruno Cucinelli, da Bottega Veneta a Fendi, da Technogym a Tod's Group, da Gucci a Illy Caffè sono molte le aziende della Fondazione che hanno creato al loro interno laboratori di istruzione e apprendistato per formare «in casa» i propri professionisti e molte di loro già hanno una collaborazione stretta con gli istituti tecnici e professionali del loro territorio. Ma è solo un inizio e c'è ancora molto da fare.

Claudia Voltattorni
cvoltattorni@corriere.it

Il confronto

+236.320

I profili che serviranno nel settore del lusso made in Italy entro il 2023



Fonte: Elaborazione Altagamma su dati Unioncamere. C.d.S.

Cos'è

● Fondazione Altagamma è nata nel 1992 per riunire le imprese dell'alta industria culturale e creativa italiana, ambasciatrici del made in Italy nel mondo. Il presidente è Andrea Illy, presidente di Illy Caffè



L'intervista

di Maria Silvia Sacchi

«In questo settore grosse opportunità. Dobbiamo spiegarlo a tutti i giovani»

Serge Brunschwig, presidente e ad di Fendi

Oggi Altagamma ha lanciato l'allarme, tra cinque anni mancheranno oltre 230 mila profili fondamentali per il *made in Italy*. Cosa fare? «È un tema molto rilevante perché, se è vero che per un marchio come Fendi è ancora semplice trovare personale e formarlo da zero, come facciamo, è anche vero che il tessuto industriale del lusso italiano è composto da piccole imprese — risponde Serge Brunschwig, presidente e amministratore delegato di Fendi, marchio italiano della scuderia Lvmh —. Sono soprattutto queste piccole imprese che tra poco avranno serie difficoltà. Noi stessi fabbrichiamo solo in minima parte ciò che vendiamo, in maggioranza facciamo produrre da terzisti italiani».

Fendi ha una propria scuola di formazione.

«È vero, abbiamo una scuola di pelletteria ed

esistono altri esempi positivi come il nostro. Ma si tratta di una goccia nel mare. Come ha detto il presidente di Altagamma Andrea Illy, sono centinaia di migliaia di posti di lavoro che non troveranno risposta. È fondamentale lavorare sulla comunicazione per far capire ai giovani, e alle loro famiglie, che in questa industria ci sono opportunità fantastiche. Ed è responsabilità delle imprese costruire un sogno che attragga tutti. Come Fendi l'anno scorso abbiamo aperto l'azienda nell'ambito nell'iniziativa *Les Journées Particulières* del gruppo Lvmh. Abbiamo avuto 16 mila persone, invitato 60 scuole e duemila studenti, e mostrato tutti i nostri mestieri. Quando facciamo iniziative di questo genere, le persone vedono che sono occupazioni interessanti e che per i giovani c'è un domani».

C'è artigianato ma anche tecnologia.

«È sempre più importante mixare l'artigianato classico con la street art e con la tecnologia per creare il mestiere di domani. Così come è sempre

più rilevante la sostenibilità: si tratta di una parola bellissima, ma la prima sostenibilità è quella della società e per averla bisogna creare lavoro».

La Francia ha fatto notevoli investimenti in Italia, acquistando molti marchi, come Fendi, e aprendo nuove fabbriche. Le recenti tensioni tra il governo italiano e il governo francese potranno mettere in discussione questa alleanza nel lusso?

«Sono francese, lavoro per un gruppo francese e sono alla guida di un marchio completamente italiano perché produciamo tutto in Italia e dall'Italia esportiamo nel resto del mondo. I nostri due Paesi insieme possono fare grandi cose».

Lei conferma gli investimenti di Fendi in Italia?

«Assolutamente sì. Anzi, abbiamo un significativo progetto in Toscana dove nel 2021 apriremo una grande fabbrica con 500 persone. Ribadisco, però, che è di fondamentale importanza far continuare a vivere il tessuto delle Pmi. Se non succederà sarà una opportunità persa e, forse, per

l'industria del lusso sarà il declino. Non penso, infatti, che il lavoro andrà ad altri Paesi».

Non ai cinesi?

«No. Anche se sta crescendo molto, la Cina non sa fare il lusso. Questa è una industria di offerta più che di domanda. Non soddisfa un bisogno fondamentale della persona; se smettiamo di produrre cose belle, i consumatori si orienteranno su altro, per esempio sui viaggi».

Sentite già gli effetti della guerra commerciale in atto tra Stati Uniti e Cina? La Cina è il mercato più rilevante per l'industria del lusso.

«Al momento non abbiamo avuto alcun impatto e spero che continuerà così. Certo, siamo attenti. È importante che la guerra non ci sia».

Voi continuare a fare pellicce mentre l'industria del lusso sta diventando sempre più «fur free».

«In questo caso la parola chiave è la sostenibilità delle persone. Dare a tutti una scelta di cose belle fatte da persone belle. È chiaro che gli animali devono essere rispettati, trattati benissimo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Chi è

● Serge Brunschwig, presidente e amministratore delegato di Fendi, marchio italiano della scuderia Lvmh

● Ha ricevuto l'incarico nel 2018, prendendo il posto di Pietro Beccari, nominato ceo di Christian Dior Couture

● Serge



Brunschwig ha una lunga carriera all'interno del gruppo Lvmh, dove è entrato nel 1995

● Dopo aver ricoperto numerose posizioni, nel 2006 è stato nominato ceo di Céline, prima di approdare a Christian Dior Couture nel 2008 come direttore operativo

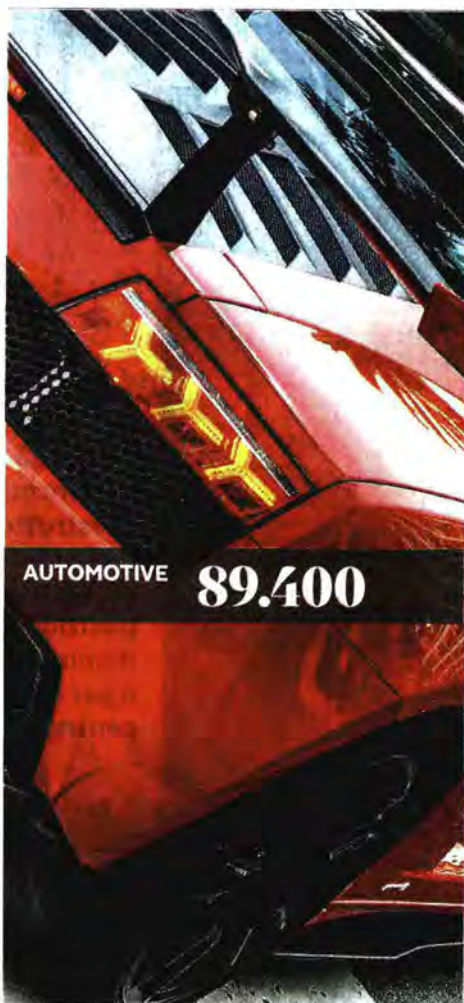
● È anche ceo di Dior Homme dal 2015



In Toscana nel 2021 apriremo una grande fabbrica con 500 persone
 La cosa davvero importante è continuare a far vivere il tessuto delle piccole e medie imprese



ALLARME DI ALTAGAMMA SUI SUPERTECNICI CHE MANCANO



AUTOMOTIVE 89.400



ALIMENTARE 49.000



MODA 46.600

Il made in Italy cerca (invano) 236mila talenti

Nei prossimi 5 anni «alle aziende manifatturiere e a quelle dei servizi tipici del Made in Italy, a cominciare da quelle di eccellenza, mancherà una parte consistente della forza lavoro qualificata che serve alla loro crescita. Le aziende di 5 diversi settori ricercheranno 236mila talenti, molti dei quali manifatturieri». Così Andrea Illy, presidente Altagamma. **Tucci** — a pag. 8



Automotive, moda, cibo e design a caccia di 236mila giovani talenti

INDAGINE ALTAGAMMA

Gli addetti maggiormente richiesti sono figure tecnico-professionali

Per la carenza di profili sempre più imprenditori aprono scuole proprie

Claudio Tucci

C'è la fetta più avanzata di manifattura e servizi tipici del «Made in Italy» che spinge export e Pil; ma che, a breve, per via delle difficoltà a reperire personale adeguato rischia di subire una frenata, a danno di tutto il Paese. Da qui al 2023 infatti in cinque settori «core» dell'eccellenza italiana, vale a dire automotive, alimentare, moda, ospitalità, design, serviranno oltre 236mila «talenti», il 70% dei quali sono figure con competenze tecnico-professionali. Ma le selezioni, già si sa, si annunciano in salita, visti gli attuali numeri dell'offerta scolastica, secondaria e terziaria professionalizzante: i ragazzi, in uscita dalle medie, che scelgono gli istituti tecnici sono appena il 30,7%; ai professionali si scende, addirittura, al 15%, e agli Iis, a oggi l'unico canale formativo post diploma alternativo all'università, gli iscritti sono circa 13mila (una cifra davvero esigua se paragonata agli 880mila allievi delle Fachhochschule tedesche e ai 240mila studenti delle analoghe scuole tecniche francesi). A ciò si aggiunga, che nei prossimi cinque anni, in tutto il mercato del lavoro entreranno solamente 665mila laureati, mentre ne servirebbero tra gli 800 e i 900mila, specie nelle materie «Stem» (cioè scientifiche, tecnologiche, ingegneristiche e matematiche, oggi sempre più centrali nell'era del 4.0).

I numeri che Altagamma, la fondazione cui fanno capo le migliori imprese dell'alta industria culturale e creativa, ha reso noti ieri, a Montecito-

rio, presentando il libro «I talenti del fare», coordinato dai professori Stefano Micelli e Arduino Salatin, mostrano, con chiarezza, la delicatezza del tema.

Nell'automotive, rientrano in questo ambito le aziende che fabbricano macchinari, attrezzature e mezzi di trasporto, per esempio, si stima che serviranno, nei prossimi cinque anni, 89.400 professionisti (ci sarà spazio per progettisti di prodotti e materiali, meccatronici, montatori e manutentori). Nell'alimentare, il fabbisogno sarà di 49mila risorse: qui si andrà a caccia di tecnici della vinificazione, di comunicatori ed esperti di marketing, di addetti all'accoglienza, di guide eno-turistiche. E ancora: nella moda, ci sarà necessità di 46.600 profili, in particolare specialisti in calzature, pelletteria, sartoria, tessuto, maglieria, oltre ai prototipisti. Nell'ospitalità i posti da offrire, sempre da qui al 2023, saranno 33.200 (si spazia dagli addetti alla reception agli esperti di food e ristorazione), nel design le selezioni saranno per 18.300 (soprattutto, artigiani specializzati).

«C'è bisogno di ripensare, e in fretta, l'offerta di istruzione - ha sottolineato il presidente di Altagamma, Andrea Illy -. Serve maggior orientamento presso ragazzi e famiglie e spingere la ricerca tecnico-scientifica. Dobbiamo, poi, riscoprire la cultura del lavoro di squadra, rafforzando l'asse pubblico-privato».

Apesare, come un macigno, è l'elevato mismatch tra domanda e offerta di lavoro: a livello nazionale si calcola che circa il 30% dei candidati è introvabile. Tra i settori, più di un terzo delle entrate nella moda e nel legno sono considerate «difficili», il 41,3% nella meccanica, il 26% nei beni per la casa e il tempo libero, il 18,4% nell'alimentare (oltre alle competenze tecniche specifiche, mancano le soft skills).

Un paradosso, nel paradosso, considerato che, da noi, il tasso di disoccupazione giovanile veleggia intorno al 30% (ossia ben sette punti in più rispetto alla media dell'Unione euro-

pea, 23%); e abbiamo, pure, la percentuale più elevata di giovani scoraggiati a ricercare un lavoro, ben il 13 per cento. Senza contare, poi, l'impatto della digital trasformazione e dell'ecosostenibilità sul mondo dell'occupazione: da qui al 2023 verrà interessato da queste novità quasi il 30% dei lavoratori, e si stima che aziende e pubblica amministrazione ricercheranno circa 270-300mila addetti con specifiche competenze matematiche e informatiche, digitali o, comunque, connesse a Industria 4.0.

Di qui, pertanto, la scelta di diversi imprenditori di giocare d'anticipo: sta diventando sempre più frequente la costituzione di Academy aziendali (nelle imprese Altagamma se ne contano una trentina) e si intrecciano, anche, collaborazioni virtuose con le scuole: sono 77 gli istituti tecnici e professionali con cui i soci della fondazione si interfacciano ogni giorno per co-progettare percorsi didattici in linea con le nuove richieste del settore produttivo. In autunno partirà pure la campagna «MANifesto», uno spot di 30 secondi realizzato assieme a Discovery Italia, per sensibilizzare famiglie e studenti proprio a riscoprire «l'intelligenza del fare».

«È necessario far riscoprire l'importanza del lavoro nella manifattura», ha aggiunto Andrea Illy. Un messaggio condiviso dal ministro per i Beni e le Attività culturali, Alberto Bonisoli, e dal collega di governo, vice ministro dello Sviluppo Economico, Dario Galli.

La sfida, quindi, è «coinvolgere, anche con più orientamento, famiglie e studenti», ha detto Serge Brunswig, chairman and Ceo di Fendi.

«Noi abbiamo puntato molto sul senso di appartenenza, sull'emozionalità, sull'eccellenza e sul legame con il territorio - ha chiosato Stefano Dominicali, chairman and Ceo di Automobili Lamborghini -. Qualche anno fa abbiamo fatto partire un progetto di formazione duale per legare scuola e impresa. Formiamo i ragazzi e poi li inseriamo in azienda».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Produzione 4.0. La linea di assemblaggio del SUV Lamborghini Urus nello stabilimento di Sant'Agata Bolognese

89.400

I posti nell'automotive

Nei prossimi 5 anni aziende a caccia di progettisti, meccatronici, manutentori

49mila

I contratti nell'alimentare

Si spazia dalle guide enogastronomiche ai tecnici della vinificazione

46.400

Gli ingressi nella moda

Sempre da qui al 2023 spazio, tra l'altro, a tecnici di tessuto e prototipisti

PAROLA CHIAVE

Mismatch

Il «disallineamento»

È uno dei nodi storici del nostro mercato del lavoro: le imprese cercano profili da assumere, ma fanno fatica a trovarli per le mancanze di competenze richieste. A livello nazionale si stima che circa il 30% dei candidati è «introvabile». Tra i settori, più di un terzo delle entrate nella moda e nel legno sono considerate «difficili», il 41,3% nella meccanica, il 18,4% nell'alimentare

L'ANALISI

Più sinergie tra imprese e mondo della formazione

Stefano Micelli

La migliore manifattura italiana lancia l'allarme. I dati proposti da Altagamma in occasione della sua assemblea annuale parlano di una vera e propria emergenza sul fronte del lavoro. Nei prossimi cinque anni le imprese manifatturiere che hanno puntato sulla qualità faticheranno a trovare personale qualificato. Tenuto conto di coloro che vanno in pensione e delle attuali iscrizioni ai percorsi tecnico-professionali, sono circa 230mila i profili che mancano all'appello da qui al 2023.

Le cause del problema sono diverse. Di certo non si è fatto abbastanza per comunicare ai giovani e alle famiglie i grandi cambiamenti che hanno segnato l'evoluzione della manifattura italiana dal 2000 ad oggi e le opportunità di lavoro che oggi le imprese sono in grado di offrire. I più continuano a percepire il mondo della produzione come un approdo di scarso interesse. I media e le istituzioni non hanno fatto abbastanza per proporre un'immagine aggiornata del Made in Italy spingendo i giovani a guardare altrove per costruire il

proprio futuro professionale.

Si tratta di un'occasione mancata perché una quota significativa del comparto manifatturiero ha effettivamente cambiato pelle. Le imprese italiane che oggi attirano l'attenzione della domanda internazionale hanno abbandonato da tempo produzioni seriali su larga scala per concentrarsi su varietà e personalizzazione. Che si tratti di accessori moda o di supercar, di ristorazione stellata o di macchine utensili, i produttori italiani hanno investito da tempo su un lavoro di qualità puntando su artigiani versione high tech consapevoli e motivati. Il numero e la qualità delle tante Academy aziendali censite nel volume "I talenti del fare" testimoniano dell'impegno delle imprese sul fronte del capitale umano. Rilanciare questo messaggio è essenziale affinché i giovani riprendano interesse verso lavori oggi poco apprezzati.

La crisi di vocazioni, peraltro, non è l'unico problema da prendere in considerazione. In Italia fa fatica a emergere una scuola in grado di formare profili coerenti con le richieste del mercato. Le trasformazioni

tecnologiche di questi anni, lungi dal far scomparire il lavoro nei processi manifatturieri, spingono verso la formazione di profili ibridi, capaci di padroneggiare i gesti della tradizione e, allo stesso tempo, di sfruttare al meglio le potenzialità di Industria 4.0. Questi profili richiedono percorsi di apprendimento specifici: senza investimenti all'altezza è impossibile immaginare che il vuoto di competenze messo a fuoco da Altagamma possa essere colmato in tempi brevi.

Su questo fronte la tavola rotonda che ha seguito la presentazione della ricerca ha sottolineato la necessità di un dialogo serrato fra i soggetti della formazione e le imprese. Questi due mondi sono chiamati a parlarsi in modo sempre più stringente a causa della velocità del cambiamento tecnologico. Solo una partnership efficace fra pubblico e privato consentirà di promuovere percorsi formativi in grado di favorire la diffusione di conoscenze di carattere generale e, allo stesso tempo, di rispondere alle necessità delle singole imprese. È proprio su questo terreno che la politica italiana è chiamata a mettere a punto strumenti innovativi all'altezza della sfida che abbiamo di fronte.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Il Made in Italy cresce e cerca talenti: servono 236mila posti in 5 anni

MILANO

I cinque settori che più rappresentano il Made in Italy nel mondo - moda, design, alimentare, automotive e ospitalità - avverto: nei prossimi cinque anni avranno bisogno di coprire 236.000 nuovi posti di lavoro. Cercano soprattutto profili tecnici, ma la loro paura è quella di non riuscire a trovarli e di rischiare così un indebolimento della filiera industriale. I numeri sono

di Altagamma, la fondazione a cui fanno capo alcune delle migliori imprese dell'alta industria culturale e creativa, quelle che promuovono nel mondo lo stile di vita italiano.

A fronte di un mercato «in crescita costante del 5% a livello mondiale, la prima risorsa - quella dei talenti - è in progressiva decrescita: le industrie segnalano una preoccupante diffi-

coltà a reperirli», fa notare il presidente di Altagamma, Andrea Illy (foto), sottolineando che il 70% dei profili di cui avranno bisogno queste imprese, da oggi al 2023, sono di tipo tecnico-professionale. Il settore manifatturiero che fra 5 anni avrà più bisogno di personale sarà quello dell'automotive con 89.400 richieste. R. E.

© RYNDKO ALCUNI DIRITTI RISERVATI



Altagamma, il made in Italy cerca nuovi talenti: 236 mila entro il 2023

I NUMERI

ROMA I cinque settori che più rappresentano il Made in Italy nel mondo - moda, design, alimentare, automotive e ospitalità - nei prossimi cinque anni avranno bisogno di coprire 236.000 nuovi posti di lavoro. Si cercano soprattutto profili non basici, ma la paura dominante è di non riuscire a trovarli e di rischiare così un indebolimento della filiera industriale. I numeri sono di Altagamma, la fondazione cui fanno capo alcune delle principali imprese dell'alta industria culturale e creativa, quelle che promuovono nel mondo lo stile di vita italiano. A fronte di un mercato «in crescita costante del 5% a livello mondiale, la prima risorsa, quella dei talenti, è in progressiva decrescita: le industrie segnalano infatti una preoccupante difficoltà a reperirli», fa notare il presidente di Altagamma, Andrea Illy, sottolineando che ben il 70% dei profili di cui avranno bisogno queste imprese, da oggi al 2023, sono di tipo tecnico-professionale. Il settore manifattu-

riero che fra cinque anni avrà più bisogno di personale - secondo le stime di Altagamma su dati Unioncamere - sarà quello dell'automotive con 89.400 richieste, seguito dall'alimentare con 49.000 profili ricercati, quindi dalla moda a cui ne serviranno 46.400, da quello dell'ospitalità con 33.220 e infine del design con 18.300. Gli iscritti agli istituti tecnici superiori italiani però «sono 10.000, un numero davvero esiguo se paragonato agli allievi degli equivalenti tedeschi che arrivano a 880.000, e a quelli francesi che attraggono 240.000 studenti», avverte Altagamma spiegando di aver proposto al governo di istituire un tavolo di confronto sulla formazione.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**ALIMENTARE, MODA,
 DESIGN E AUTOMOTIVE
 STANNO CRESCENDO
 MA ALLE IMPRESE
 MANCANO I PROFILI
 TECNICO-PROFESSIONALI**



Il made in Italy cerca talenti «Mancano 200mila tecnici»

Moda e design, allarme di Altagamma per i prossimi 5 anni

Giulia Prosperetti

ROMA

LA BELLEZZA salverà il mondo, o almeno l'economia italiana. È il messaggio lanciato dalla Consulta Strategica di Altagamma riunita, ieri, a Palazzo Montecitorio. Per la Fondazione che dal 1992 raggruppa le principali imprese dell'alta industria culturale e creativa italiana, la chiave della crescita del Paese è racchiusa nel rilancio del Made in Italy – punto di forza della nostra economia e settore trainante del Pil negli anni della lunga crisi – ma a patto che siano presi in tempo i necessari provvedimenti. «L'unicità dei nostri saperi e delle nostre filiere, che nasce nei tanti distretti specializzati italiani dove producono i grandi marchi internazionali non è un vantaggio acquisito per sempre» ha avvertito il presidente di Altagamma, Andrea Illy (nella foto), sottolineando come «a fronte di un mercato in crescita costante del 5% a livello mondiale e a una disoccupazione giovanile che in Italia è stimata al 30%, la prima risorsa, quella dei talenti, è in progressiva decrescita».

ALTAGAMMA stima, infatti, che nei prossimi cinque anni alle aziende manifatturiere e a quelle dei servizi tipici del Made in Italy, mancherà una parte consistente della forza lavoro qualificata che serve alla loro crescita, con 236mila posti di lavoro (per il 70% figure tecniche e professionali) che potrebbero restare vacanti. Cinque in particolare i settori che – sulla base delle previsioni elaborate da Altagamma in collaborazione con Unioncamere – da qui al 2023 saranno interessati da questo deficit di personale qualificato. A spiccare per richiesta di manodopera è il settore dell'automotive che avrà bisogno complessivamente di 89.400 addetti (soprattutto progettisti di prodotti e materiali, meccatronici, montatori e manutentori). Segue il settore alimentare, bevande e tabacco con una richiesta di 49.000 addetti nel quinquennio,



in particolare tecnici della vinificazione, della comunicazione e del marketing e guide eno-turistiche.

Per le imprese della moda e della gioielleria i posti vacanti saranno, invece, 46.400 e le figure più ricercate saranno i tecnici specializzati in calzature, pelletteria, sartoria e maglieria, i tecnici del tessuto e i prototipisti. Nei servizi alberghieri il fabbisogno sarà di 33.220 professionisti, con una prevalenza di richieste per gli addetti alla reception, sala e relazioni con l'ospite, specialisti in food e ristorazione e house keeper. Infine, nel comparto del mobile vi sarà una richiesta di 18.300 risorse, in particolare tecnici di prodotto ad alto contenuto artigianale, specialisti in design di prodotto e artigiani specializzati. «Molti di questi talenti necessari alla crescita – come testimoniato, nel corso della Giornata Altagamma, dal Chairman & Ceo Fendi, Serge Brunschwig e dal suo omologo in Lamborghini, Stefano Domenicali – sono difficili da trovare per mancanza di candidati o per inadeguatezza dei medesimi». Per ovviare a questo gap Altagamma punta a rimodulare l'offerta formativa per creare competenze in linea con i reali bisogni delle aziende e a lanciare campagne di informazione rivolte ai giovani.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



I numeri

Automotive

Nel prossimo quinquennio l'automotive avrà bisogno di 89.400 addetti (soprattutto progettisti di prodotti e materiali, meccatronici, montatori e manutentori). Al settore alimentare serviranno 49mila addetti.



Fashion e alberghi

Per le imprese della moda e della gioielleria i posti vacanti saranno 46.400. Nei servizi alberghieri il fabbisogno sarà di 33.220 professionisti e nel comparto del mobile serviranno 18.300 risorse

LO STUDIO DELLA FONDAZIONE ALTAGAMMA

Lavoro, il made in Italy va a caccia di talenti ne servono 236 mila

Dalla moda all'automotive, posti disponibili in cinque anni per il 70% profili tecnici. Andrea Illy: difficile reperirli

ROMA. Nei prossimi cinque anni «alle aziende manifatturiere e a quelle dei servizi tipici del Made in Italy, a cominciare da quelle di eccellenza, mancherà una parte consistente della forza lavoro qualificata che serve alla loro crescita. Le aziende di cinque diversi settori ricercheranno 236.000 talenti, molti dei quali manifatturieri». Lo ha sottolineato ieri Andrea Illy in veste di presidente di Altagamma, la fondazione cui fanno capo alcune delle migliori imprese dell'alta industria culturale e creativa che promuovono nel mondo lo stile di vita italiano, a margine della Consulta Strategica riunita a Montecitorio. A fronte di un mercato «in crescita costante del 5% a livello mondiale, la prima risorsa - quella dei talenti - è in progressiva decrescita: le industrie segnalano una preoccupante difficoltà a

reperirli», ha fatto notare il presidente di Altagamma,

Per ciascun settore in cui opera, la fondazione ha evidenziato per la prima volta il numero di professionisti di cui si avrà necessità da qui al 2023, di cui circa il 70% sono profili tecnici e professionali. Secondo lo studio, il settore con maggiore bisogno di persone sarà quello dell'automotive con 89.400 richieste. Ma poi ci sono gli altri segmenti: nella moda serviranno 46.400 persone, nel design 18.300, nell'alimentare 49.000 e in quello dell'ospitalità 33.220.

Le professionalità più richieste dai settori del Made in Italy saranno - nello studio Altagamma - «progettisti, meccatronici e manutentori per il settore automobilistico; tecnici della vinificazione, della comunicazione e marketing, addetti all'accoglienza e guide eno-tu-



Andrea Illy guida Altagamma

ristiche per il settore food & beverage; tecnici specializzati in calzature, pelletteria, sartoria, tessuto e maglieria, nonché prototipisti per la moda e infine specialisti della cura e della ristorazione nel settore dell'ospitalità».

Tornando i singoli settori, i

dati elaborati da Altagamma a partire dai rapporti di Unioncamere (relativi al 2018 e allo scenario previsionale 2019-2023) e dalle indicazioni delle imprese associate, nel caso dell'automotive rivelano appunto che «gli occupati previsti nel 2023 saranno 766.900 e nei prossimi cinque anni si stima che le imprese avranno necessità complessivamente di 89.400 addetti (soprattutto progettisti di prodotti e materiali, meccatronici, montatori e manutentori) per il 71,9% con qualifica professionale e di scuola tecnica secondaria o post secondaria»; lo studio fa notare poi che il fabbisogno di laureati «è superiore al 12%».

Ma gli iscritti agli istituti tecnici superiori italiani «sono 10.000, numero davvero esiguo se paragonato agli allievi degli equivalenti tedeschi, Fachhochschule, che arrivano a 880.000, e a quelli francesi che rilasciano il Bts (Brevet de Technicien Supérieur) e attraggono 240.000 studenti», avverte Altagamma spiegando che le ragioni della situazione «sono complesse e richiedono un'analisi sistemica». Ecco perché la fondazione lancia al governo l'idea di istituire un tavolo di confronto sulla formazione. Il ministro dei Beni e attività culturali Alberto Bonisoli ha fatto sapere subito che il suo dicastero si sta occupando «con grande impegno» di parlare a ragazzi e famiglie «per incentivare la scelta di professioni tecniche e restituire a questi mestieri il valore e la reputazione che meritano». —



Fondazione Altagamma

In 5 anni 236mila posti nel Made in Italy

■ Nei prossimi 5 anni «alle aziende manifatturiere e dei servizi Made in Italy mancherà forza lavoro qualificata. Le aziende di 5 diversi settori ricercheranno 236mila talenti, molti dei quali manifatturieri». Lo ha detto Andrea Illy, presidente di Altagamma. Il settore con più bisogno di persone sarà l'automotive con 89.400 richieste, nella moda serviranno 46.400 persone, nel design 18.300, nel settore alimentare 49.000 e in quello dell'ospitalità.



Altagamma, caccia ai talenti per far crescere l'eccellenza del made in Italy

DI GIANFRANCO FERRONI

Il made in Italy ha bisogno di talenti. Tanti. Un'emergenza, per il presidente di Altagamma Andrea Illy, che ieri alla camera dei deputati ha detto che «nei prossimi anni alle aziende manifatturiere e a quelle dei servizi tipici del made in Italy, a cominciare da quelle di eccellenza, mancherà una parte consistente della forza lavoro qualificata che serve alla loro crescita. Le aziende ricercheranno 236 mila talenti». Per ciascun settore in cui opera la fondazione, Altagamma ha evidenziato per la prima volta il numero di professionisti di cui si avrà necessità da qui al 2023, di cui circa il 70% sono profili tecnici, tra moda, design, alimentare, ospitalità e automotive. Secondo il presidente di Altagamma, «abbiamo un'economia a bassa inflazione e a bassa occupazione e l'imperativo è combattere con tutte le forze la deflazione che è il peggiore

dei mali dell'economia. Da tempo non c'è più margine per la crescita attraverso la globalizzazione e siamo entrati in questa fase molto fluida che tutti chiamano unicameralismo in cui i grandi protagonisti sono gli Stati Uniti e la Cina. Gli unicameralismi vedono una logica più locale e quindi le grandi marche globali sono sempre meno apprezzate. Per questo è necessario costruire il consumatore globale e questo significa capire e interpretare la cultura dei popoli delle nazioni in cui andiamo a esportare». Per il numero uno di Altagamma, «ci sono ancora troppe aziende padronali, bisogna crescere attraverso la finanza, è necessario fare un passo culturale e smetterla di essere troppo gelosi della propria azienda. La crescita si realizza attraverso le alleanze». E la fondazione punta anche sulla tutela dell'ambiente. «Per riuscire a raggiungere gli obiettivi della conferenza del clima di Parigi dobbiamo andare in carbon negative e si tratta di una sfida copernicana: se non riusciamo nella sfida della decarbonizzazione il mondo non sarà

più abitabile. Viviamo in un'era in cui l'essere umano ha cambiato i connotati del mondo e, nella seconda fase di quest'era, dobbiamo riparare ai danni fatti».

Occasione dell'incontro romano, la presentazione del volume *I talenti del fare*: il libro si apre con un contributo del ministro per i beni e le attività culturali, Alberto Bonisoli, secondo il quale «un serio lavoro di recupero dei mestieri manifatturieri e un'offerta formativa adeguata possono essere garantiti grazie al patrimonio inestimabile di competenza delle aziende italiane, con la cooperazione delle istituzioni. Concorreremo, così, allo sviluppo del settore e alla riqualificazione delle professioni, ma anche alla nascita di nuovi significati e di ulteriori fascinazioni del concetto fatto in Italia». Oltre al libro, è stata presentata la campagna «MANifesto», uno spot di 30 secondi di sensibilizzazione realizzato pro-bono per Altagamma da Discovery Italia, prodotto dal team creativo interno sotto la direzione di Laura Carafoli, chief content officer e responsabile di tutti i contenuti del gruppo Discovery in Italia.

© Riproduzione riservata



Andrea Illy



Scenari

Altagamma, le imprese sono a caccia di professionisti

Nonostante una disoccupazione giovanile al 30%, entro cinque anni in Italia mancheranno oltre 236 mila addetti qualificati, di cui 46 mila nel fashion. **Donatella Perrone (Roma)**

Nel 2023 in Italia mancheranno 236 mila professionisti qualificati nelle fila delle imprese rappresentate da **Altagamma** nonostante oggi la disoccupazione giovanile si attesti al 30%, circa 7 punti percentuali in più rispetto alla media dell'Unione Europea (23%). È questo il dato emerso ieri durante la Consulta strategica della Fondazione che si è tenuta a Palazzo Montecitorio, a Roma. «Bisogna far riemergere le vocazioni, ci si dimentica della meraviglia di questi mestieri che fanno l'Italia grande nel mondo», ha spiegato **Andrea Illy**, presidente di Altagamma, che ha aperto il dibattito insieme a **Alberto Bonisoli**, ministro per i beni e le attività culturali, e **Dario Galli**, viceministro dello sviluppo economico. «Sono mestieri caduti in disuetudine e invece sono i pochi che continueranno a offrire posti di lavoro in futuro: quando tutte le fabbriche saranno automatizzate, gli artigia-

ni ci saranno ancora». Alla base del deficit anche la scelta del percorso di studi dei giovani. Oggi infatti solo il 30,7% degli studenti delle medie sceglie gli istituti tecnici, che contano così su 10 mila iscritti l'anno contro gli 880 mila della Germania e i 240 mila della Francia. Così, solo nella moda,

L'unico modo è che le aziende facciano da sole». Soluzione illustrata anche dal libro presentato ieri, *I talenti del fare*, che, tracciando un quadro dello scenario occupazionale nei settori di provenienza delle Imprese di Altagamma introduce le Corporate academy, laboratori di formazione interni alle aziende. «È positivo», conclude Illy, «ma sarebbe meglio che i giovani arrivassero nelle aziende già formati». «È un problema quotidiano quello di trovare i talenti necessari per continuare a crescere. È nostro dovere comunicare l'interesse per questi lavori ai giovani e alle famiglie», ha aggiunto **Serge Brunschwig**, ceo di **Fendi**. «Sono molto attento a questo tema, l'anno scorso per esempio con l'operazione «Les journées patriciennes», abbiamo messo insieme i nostri mestieri, i computer e gli street artist per comunicare le professioni di oggi, non di ieri. Lo rifaremo». (riproduzione riservata)



Andrea Illy e un laboratorio di Bottega Veneta

tra 5 anni potrebbero mancare oltre 46 mila professionisti. «L'Italia ha un sistema di istruzione professionale complicato, frammentato fra l'impegno del Governo e delle Regioni, e anche i sistemi legislativi per creare delle scuole sono complessi. Per questo qui ce ne sono solo 90», ha aggiunto il chairman di Altagamma, prossimo alla fine del suo secondo mandato. «Bisogna semplificare il sistema.



Il mondo del lusso italiano in cerca di 236mila talenti

GIANCARLO SALEMI

Progettisti, meccatronici, tecnici del tessuto, delle calzature e della maglieria, prototipisti e *house keeper*. Dove siete? Le imprese dell'eccellenza del made in Italy, dall'automotive all'agroindustria, dalla moda al turismo vi stanno cercando. Ci sono 236mila posti di lavoro secondo i calcoli della Fondazione Altagamma - che raggruppa 104 brand dei 7 settori della moda, del design, della gioielleria, dell'alimentare, dell'ospitalità, dei motori e della nautica - che da qui ai prossimi 5 anni rischiano di non essere ricoperti perché mancano "i talenti del fare" come li ha definiti il presidente Andrea Illy.

Un fenomeno preoccupante che gli studiosi chiamano *skill mismatch*, ovvero disallineamento delle competenze e che è anche un segnale della competitività di un Paese. Tanto più è minore questo fenomeno, tanto più un Paese galoppa. Peccato che un recente studio Ocse ci ha ricordato che l'Italia, fra le 19 economie avanzate prese in esame, risulta essere il Paese nel quale le competenze (*skills*) sono le meno allineate con le esigenze delle imprese. «Se non si invertirà la rotta - annotano da Altagamma - fatalmente si avranno conseguenze negative sul Sistema Paese e soprattutto sul made in Italy, punto di forza della nostra economia e prezioso propulsore del pil negli anni della luna crisi». Secondo lo studio, il settore con più bi-

sogno di lavoratori qualificati sarà quello dell'automotive con 89.400 richieste, nella moda serviranno 46.400 persone, nel design 18.300, nel settore alimentare 49.000 e in quello dell'ospitalità 33.220. Numeri che fanno riflettere se si considera che il nostro

Paese ha il più alto livello di disoccupazione giovanile, oltre il 30%, nel 2018. Come se ne esce? «Le aziende stanno creando moduli formativi al loro interno» ha detto Stefania Lazzaroni dg di Altagamma presentando la ricerca a Montecitorio. «Il nostro pro-

blema è quello di formare questi giovani talenti - ha ricordato Serge Brunswing, Ad di Fendi -, bisogna dire chiaramente che l'artigianato è un mestiere di oggi e non di ieri». Facile a dirsi, difficile a farsi. «Non deve sorprendervi che oggi il primo mestiere che vogliono fare i giovani è il cuoco - ha ricordato Laura Carofoli, chief content officer di Discovery - la televisione detta l'agenda delle professioni». A leggere i dati della ricerca manca proprio una cultura rivolta a quelle che una volta si chiamavano "arti e mestieri". In Italia, gli studenti che al termine delle scuole secondarie decidono di proseguire gli studi negli Istituti tecnici sono solo il 30,7%, e ancora chi sceglie un Istituto Professionale rappresenta il 15%, laddove i Licei tradizionali assorbono più della metà degli studenti dopo la licenza media. Gli iscritti agli Istituti tecnici superiori italiani sono 10mila, un numero esiguo se paragonato agli allievi degli equivalenti tedeschi che arrivano a 880mila e a quelli francesi che rilasciano il BTS (Brevet de Technicien Supérieur) e attraggono 240mila studenti. E il governo? «Quello che è sicuro è che il made in Italy deve diventare uno dei principali punti della nostra agenda - ha spiegato il ministro per i beni culturali Alberto Bonisoli - e dobbiamo parlare ai ragazzi e alle famiglie per incentivare la scelta di professioni tecniche e restituire a questi mestieri valore e reputazione».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Secondo uno studio di Altagamma, il settore con più bisogno di lavoratori qualificati sarà quello dell'automotive (89.400 richieste), moda (46.400), design (18.300), alimentare (49.000) e ospitalità (33.220).



MANCANO I TECNICI

Tutti amano il made in Italy, nessuno vuole farlo

La fondazione Altagamma lancia l'allarme: nei prossimi cinque anni le aziende produttrici di merci di qualità non riusciranno a coprire 236 mila posti di lavoro. Colpa della formazione: gli iscritti alle scuole professionali sono 10.000, in Germania 880.000

ANTONIO SPAMPINATO

■ C'è un cortocircuito a complicare il reperimento delle risorse umane nel made in Italy dell'alto di gamma. Risolverlo è essenziale se si vuole che nei prossimi anni i diversi settori che formano l'ossatura del Pil del Belpaese non entrino in crisi con conseguenze negative sull'intero sistema paese.

A denunciarlo è Altagamma, la Fondazione guidata da Andrea Illy, cui fanno capo le migliori imprese dell'alta industria culturale e creativa che fattura 115 miliardi di euro in Italia, fornisce un contributo al Pil del 6,85% e rappresenta una quota del 53% dell'export.

Se tra tutte le imprese italiane, secondo il rapporto Excelsior-ANPAL, nel prossimo quinquennio sarà difficile trovare quasi un profilo specializzato su tre nonostante una disoccupazione giovanile che tocca il 30%, nell'alto di gamma potrebbero non risultare coperti circa 236.000 posti di lavoro.

A CACCIA DI RISORSE

Altagamma ha quantificato il fabbisogno di personale, il 70% del quale corrisponde a profili tecnici e professionali. Tra i diversi settori l'automotive sarà il più esigente perché avrà bisogno di 89.400 tra progettisti, meccatronici e manutentori. A seguire l'alimentare con una richiesta di 49.000



unità tra tecnici della vinificazione, della comunicazione, guide enoturistiche.

La moda, si legge nel rapporto diffuso in occasione della presentazione del libro "I talenti del fare", avrà bisogno di 46.400 persone, in particolare di tecnici specializzati in calzature, pelletteria, sartoria, tessuto e maglieria, per non parlare del mondo

della ospitalità di lusso con una richiesta di 33.220 addetti e il design e il settore del mobile che avrà una carenza di 18.300 artigiani e tecnici specializzati.

Per Altagamma il problema di fondo sta nella mancanza di una formazione adeguata e nell'insufficiente informazione sulle prospettive di lavoro che questi settori offrono. Questo

riduce l'attrattiva dei comparti agli occhi dei giovani, tanto che al termine delle scuole secondarie solo il 30,7% decide di proseguire gli studi presso gli istituti tecnici. E a scegliere un istituto professionale in Italia sono solo il 15% degli studenti, laddove i licei tradizionali assorbono più della metà degli studenti dopo la licenza media.

In Italia gli iscritti agli istituti tecnici superiori sono 10.000, mentre in Germania sono 880.000 e in Francia 240.000.

LA FORMAZIONE

«Si tratta di mestieri manuali che vanno valorizzati per formare i talenti del futuro, altrimenti le manifatture andranno all'estero», ha sottolineato il presidente di Altagamma Andrea Illy. «L'Italia ha un sistema di istruzione professionale complicato frammentato tra governo e regioni e anche i sistemi legislativi sono complicati perché per creare istituti tecnici superiori bisogna fare una fondazione. Oggi ce ne sono soltanto 90 in Italia», conclude Illy.

Ci sono però esempi virtuosi. Come quella di Lamborghini che grazie a un partenariato pubblico-privato non ha un problema di carenza di personale: negli ultimi due anni ha assunto 700 persone, raddoppiato gli stabilimenti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





ALTAGAMMA

Servono talenti per il Made in Italy

■ I cinque settori che più rappresentano il Made in Italy - moda, design, alimentare, automotive e ospitalità - avvertono: nei prossimi cinque anni serviranno 236.000 nuovi posti di lavoro. Cercano soprattutto profili tecnici, ma la loro paura è quella di non riuscire a trovarli. Lo fa sapere Altagamma, la fondazione a cui fanno capo alcune delle migliori imprese dell'alta industria culturale e creativa.



ALTAGAMMA

SERVONO NUOVI TALENTI PER IL MADE IN ITALY

I cinque settori che più rappresentano il Made in Italy - moda, design, alimentare, automotive e ospitalità - avvertono: nei prossimi 5 anni serviranno 236.000 nuovi posti di lavoro. Cercano soprattutto profili tecnici, ma la paura è quella di non riuscire a trovarli. Lo fa sapere Altagamma, fondazione a cui fanno capo alcune delle migliori imprese dell'industria culturale e creativa.



ENTRO IL 2023 PER IL 70% TECNICI-PROFESSIONALI

Made in Italy, Altagamma «Servono 236mila talenti»

● ROMA. Nei prossimi 5 anni «alle aziende manifatturiere e a quelle dei servizi tipici del Made in Italy, a cominciare da quelle di eccellenza, mancherà una parte consistente della forza lavoro qualificata che serve alla loro crescita. Le aziende di 5 diversi settori ricercheranno 236.000 talenti, molti dei quali manifatturieri». Così Andrea Illy, presidente di Altagamma, la fondazione cui fanno capo alcune delle migliori imprese dell'alta industria culturale e creativa che promuovono nel mondo lo stile di vita italiano, a margine della Consulta Strategica riunita a Palazzo Montecitorio.

Per ciascun settore in cui opera, Altagamma ha evidenziato per la prima volta il numero di professionisti di cui si avrà necessità da qui al 2023, di cui circa il 70% sono profili tecnici e professionali. Secondo lo studio, il settore con più bisogno di persone sarà quello dell'automotive con 89.400 richieste, nella moda serviranno 46.400 persone, nel design 18.300, nel settore alimentare 49.000 e in quello dell'ospitalità 33.220. Le professionalità più richieste nei prossimi 5 anni dai settori del Made in Italy saranno - prosegue lo studio Altagamma - «progettisti, mecatronici e manutentori per il settore automobilistico; tecnici della vinificazione».



Il lusso crea lavoro: pronti 200mila posti

MILANO - I cinque settori che più rappresentano il Made in Italy nel mondo - moda, design, alimentare, automotive e ospitalità - nei prossimi cinque anni avranno bisogno di coprire 236.000 nuovi posti di lavoro. Cercano soprattutto profili tecnici, ma la loro paura è quella di non riuscire a trovarli e di rischiare così un indebolimento della filiera industriale. I numeri sono di Altagamma, la fondazione a cui fanno capo alcune delle migliori imprese dell'alta industria culturale e creativa, quelle che promuovono nel mondo lo stile di vita italiano. A fronte di un mercato «in crescita costante del 5% a livello mondiale, la prima risorsa - quella dei talenti - è in progressiva decrescita: le industrie segnalano infatti una preoccupante difficoltà a reperirli», fa notare il presidente di Altagamma, Andrea Illy, sottolineando che ben il 70% dei profili di cui avranno bisogno queste imprese, da oggi al 2023, sono di tipo tecnico-professionale.

Il settore manifatturiero che fra cinque anni avrà più bisogno di personale - se-

condo le stime di Altagamma su dati Unioncamere - sarà quello dell'automotive con 89.400 richieste, seguito dall'alimentare con 49.000 profili ricercati, dalla moda a cui ne serviranno 46.400, da quello dell'ospitalità con 33.220 e infine del design con 18.300.

Gli iscritti agli istituti tecnici superiori italiani però «sono 10.000, un numero davvero esiguo se paragonato agli allievi degli equivalenti tedeschi, Fachhochschule, che arrivano a 880.000, e a quelli francesi che rilasciano il Bts (Brevet de Technicien Supérieur) e attraggono 240.000 studenti» avverte Altagamma spiegando che le ragioni di questa situazione «sono complesse e richiedono un'analisi sistemica» ecco perché la fondazione lancia al governo l'idea di istituire un tavolo di confronto sulla formazione.

Dal canto suo, il ministro dei Beni e delle attività culturali, Alberto Bonisoli, fa sapere subito che il suo dicastero si sta occupando «con grande impegno» di parlare a ragazzi e famiglie «per incentivare la scelta di professioni tecniche e

restituire a questi mestieri il valore e la reputazione che meritano». Sulla stessa lunghezza d'onda anche il viceministro allo Sviluppo economico, Dario Galli, secondo il quale «bisognerebbe avvicinare il più possibile scuole e imprese», ma anche compiere un'azione importante sulle famiglie, «per far capire che ci sono professioni, come quelle tecniche, che una volta potevano essere immaginate di serie B», ma ora non più



La moda è uno dei settori che assumerà nei prossimi cinque anni





Carta Vetrata

di Giorgio Civati

Il mondo del lusso e il rilancio del Lario

Mentre Como continua a interrogarsi sul proprio futuro economico, dopo un tessile che per decenni ha generato ricchezza e ora stenta un po' di più, pur restando basilare, voglie di un turismo in crescita ma tutto da consolidare, specie sul fronte delle infrastrutture, proprio dal mondo del lusso arrivano notizie che possono infondere speranze per entrambi gli ambiti. Altagamma, associazione di industrie leader nel lusso e nel bello made in Italy, ha infatti diffuso recentemente i risultati di una ricerca secondo cui fra cinque anni l'Italia avrà bisogno di 236mila nuovi addetti. Raccolta in una pubblicazione dal titolo "I talenti del fare", l'analisi ha evidenziato con precisione i profili che, da oggi al 2023, diventeranno fondamentali per la crescita delle aziende che "vendono" lo stile di vita italiano, anche oltre confine. Eccellenze che comprendono la ristorazione e il turismo, senza dimenticare l'abbigliamento e quindi il tessile. Ben 236mila posti di lavoro totali, per lo più profili tecnici e professionali, tra i quali oltre 46mila nella moda e 33mila nel settore ospitalità. Altagamma e il suo presidente Andrea Illy lanciano anche un allarme: non sarà semplice formare queste professionalità, fondamentali per le aziende. Ovviamente la riflessione sulle strategie formative proseguirà a livello nazionale, e dalla profonda periferia - quale è Como - poco si può fare. Il territorio lariano, però, non può ignorare questa riflessione e, nel suo piccolo, può e deve cercare di agganciare al meglio la crescita occupazionale. Moda e turismo, infatti, sono due realtà importantissime per la provincia: prepararsi al futuro è un obbligo, anche sul fronte delle nuove competenze da inventare o delle "solite" da consolidare e aggiornare. Un aspetto importante è che il mondo del lusso, del bello e del ben fatto cercherà ancora e sempre

manualità, capacità di fare. Artigiani, insomma, in una sintesi forse non correttissima ma vicina alla realtà. Alla presentazione della ricerca, il ministro per i Beni e le Attività culturali Alberto Bonisoli ha per esempio parlato della necessità di "un serio lavoro di recupero dei mestieri manifatturieri e un'offerta formativa adeguata". L'economia che ha sostenuto Como nei decenni passati - stiamo parlando del tessile - e quella che sta crescendo a ritmi per certi versi inaspettati - e cioè il turismo - rappresentano dunque una grande opportunità. Siano tessuti o moda, vino o cibo, uno dei must sarà sempre di più la concretezza del saper fare. E se per ristoratori e hotel e divertimento molto è ancora da inventare, il settore tessile parte già da una grande eccellenza: il Setificio, l'istituto tecnico di settore che ha festeggiato i 150 anni di vita qualche mese fa e che può fare da "base" anche per il futuro. Como ha una grande opportunità: siamo artigiani, magari diventeremo artigiani 4.0 ma la strada dei successi futuri passa da un passato che non deve essere trascurato.



Giovani e lavoro**LA MANIFATTURA
È «COOL»,
COME IL VINO**di **Carlo Nicotra**

Duecentotrentaseimila posti di lavoro da trovare nei prossimi cinque anni. Il settanta per cento del totale degli addetti nei diversi settori del made in Italy. A lanciare ancora una volta l'allarme è stato Andrea Illy, presidente della Fondazione **Altagamma**. Le aziende insomma cercano professionalità altamente specializzate, ma non le trovano. Perché chi ce le ha se le tiene strette — dal tagliatore di pelle al progettista nel settore auto, dal sarto al tecnico per la vinificazione — e dall'altra parte non c'è un ricambio generazionale adeguato. Colpa dei giovani tutti social network e grandi progetti? Forse. Ma per far capire a un ragazzo che il suo futuro può essere nel distretto della pelletteria di lusso, per prendere il più forte dei distretti toscani degli ultimi anni, bisogna che qualcuno glielo racconti. Coinvolgendolo, appassionandolo. C'è chi ha provato a scommettere sulla formazione attraverso scuole specializzate, ma non basta. Bisogna comunicare. Allora ministero dello Sviluppo e della Scuola, Regioni e Comuni, coinvolgendo i nomi più rappresentativi delle aziende in cerca di talenti, potrebbero inaugurare una campagna dentro e fuori dalle scuole. Con un messaggio: chi lavora nell'artigianato, la manifattura, è *cool*. Con il vino questa operazione è riuscita: è tornato di moda e i giovani hanno salvato tante vigne. Facciamo in modo che salvino anche la tradizione del nostro saper fare.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



ITALIA

La povertà sentita e gli operai introvabili



MILANO Ci saranno sicuramente delle famiglie che stentano ad arrivare a fine mese, e certamente oggi chi a 50 anni resta fuori dal ciclo produttivo ha difficoltà a rientrarvi. E per lui/lei quello è un problema serio. Ma secondo me è anche diventato un comodo luogo comune in Italia parlare di crisi, sempre crisi, solo crisi. Gli italiani, che fino a prova contraria vivono in un Paese che è la settima potenza economica del mondo, si sono dimenticati di cosa voglia dire essere davvero “in crisi”. Confondono il significato delle parole. Se “essere in crisi” significa vivere in una condizione di povertà, di indigenza, allora forse sarebbe opportuno ricordare come vivevano i nostri nonni quando l'Italia entrò, attraversò e uscì dalla guerra. Ecco, quello significa essere poveri. Quello significa “non sapere come arrivare a fine mese”. Oggi non è così. E' vero che si è allargato il divario tra grandi ricchi e grandi poveri. Chi era ricco è diventato più ricco, chi era povero è diventato più povero. Ma è vero anche che si è allargata in modo significativo la fascia di quello che chiamiamo “ceto medio”, categoria sociale dentro alla quale si può riconoscere la stragrande maggioranza di tutti noi. E non mi vengano a dire che il ceto medio vive una condizione di indigenza. Non è così. Forse negli ultimi anni abbiamo dovuto rinunciare a qualcuno dei nostri comfort, ai quali ci eravamo abituati. Un viaggetto in meno, un'uscita in meno al ristorante, un'auto più piccola rispetto a quella che desideravamo. Ma questo non significa “non riuscire ad arrivare a fine mese”. Diciamo che “ci eravamo abituati bene”, e adesso ci tocca fare un passo indietro. Se dico tutto questo è perché mi sono imbattuto in uno studio della Fondazione **Altagamma** che, dati alla mano, ha fotografato questa situazione (riferita all'Italia di oggi): nel settore agrolimentare, nel design, nell'automotive, nella moda, le aziende italiane cercano oggi (oggi, 2019) e per i prossimi cinque anni duecentotrentaseimila posti di lavoro. Ma non trovano da coprirli. L'Italia cerca mano d'opera qualificata. Cerca i “talenti del fare”, fiore all'occhiello del made in Italy. Ma non li trova. Il 70% di queste figure, e parliamo di tecnici enogastronomici, tessitori, specialisti dell'hospitality, progettisti e meccanici specializzati nel settore automobilistico, non ci sono. Eppure il lavoro è lì. Non hanno che da proporsi. Mi chiedo: è vera crisi?

• Luciano Clerico

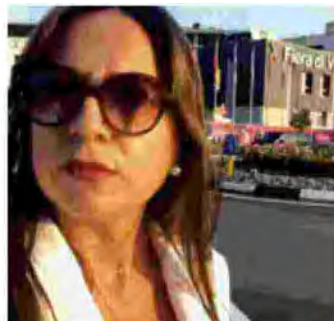


OROITALY Gianni Lepre: «Nel Mezzogiorno tassi di disoccupazione ancora troppo alti» «Mancano all'appello 236mila nuovi talenti»

NAPOLI. «L'allarme lanciato da Altagamma dovrebbe trovare una rapida risposta istituzionale. Non è possibile che, in un paese come l'Italia, che presenta ancora tassi di disoccupazione elevata nel Mezzogiorno, si debba trovare difficoltà a individuare nuovi talenti per dare linfa al Made in Italy». È amareggiato Gianni Lepre (nella foto a sinistra), segretario generale Oroitaly, l'associazione che rappresenta oltre 170 imprese di uno dei settori da sempre vincenti del prodotto "bello e ben fatto" nazionale: l'oreficeria. Nel volume "I talenti del fare", presentato da Altagamma a Mon-



tecitorio, si documenta come siano ben 236mila le richieste di personale adeguato che da oggi al 2023 produrranno i cinque settori di punta della manifattura ita-



liana: automotive, alimentare, moda, ospitalità, design. Il problema è che in molti, troppi casi, queste richieste rischiano di cadere nel vuoto. I ragazzi che, terminate le medie inferiori, scelgono gli istituti tecnici, sono appena il 30%, mentre per i professionali non si supera il 15%. Agli Itspoi, ossia al canale formativo post diploma che si pone come opzione alternativa all'università, sono iscritti nel complesso non più di tredicimila giovani. Per avere un'idea di come tale numero sia esiguo, basti pensare che in Germania le Fachhochschule sono frequentate da 880mila giovani. Un abisso che, al momento, mette in forse l'avvenire di settori portanti del tessuto produttivo italiano.

Servono tecnici, insomma, ma non si vedono all'orizzonte. Come sottolinea il presidente di Oroitaly, Salvio Pace: «Paghiamo come sempre la politica ondeggiante in materia di formazione. Abbiamo varato riforme dell'istruzione a ritmo seriale, ciascuna posta in atto per azzerare quella precedente. Il risultato è che, come giustamente evidenzia uno dei curatori dello studio, Stefano Micelli (nella foto a destra), non esistono scuole in grado di formare profili coerenti con le richieste del mercato. E questo accade in un Pae-



se dove il tasso di disoccupazione giovanile viaggia intorno al 30%, ossia sette punti più della media europea. È una situazione dalla quale occorre uscire al più presto, se non si vuole davvero imboccare la strada del declino». Le criticità riguardano sia i comparti a più alto tasso di innovazione tecnologica, in cui la creatività ormai si esprime in un'ottica 4.0, sia i settori più vicini alla dimensione artigianale, in cui l'evoluzione tecnica è approdata, ma non ha raggiunto livelli tali da mettere in discussione il primato dell'arte manuale. «In questo campo - spiega la consigliera Bianca Pezzuto (nella foto al centro) - non mancano certo problemi connessi all'assenza di strutture formative adeguate. In moltissime circostanze, tuttavia, basterebbe valorizzare il ruolo delle antiche botteghe, venendo incontro a maestri artigiani che non hanno la disponibilità economica per caricarsi dei costi di formazione di un apprendista. Da tempo abbiamo presentato un progetto in materia, basterebbe sgravare di tali oneri il piccolo imprenditore per creare migliaia di nuovi posti di lavoro. Si cominci almeno a procedere in questa direzione».

MARTINA PAGE

Istituti tecnici superiori, una carta per il Made in Italy

STEFANO MICELLI

Qualche settimana fa Andrea Illy ha presentato a Montecitorio i risultati di una ricerca promossa da Altagamma sul futuro del lavoro nelle migliori imprese del Made in Italy. I dati sono allarmanti. Nei prossimi cinque anni le imprese manifatturiere che hanno puntato sulla qualità faticheranno a trovare personale qualificato. Tenuto conto di coloro che vanno in pensione e delle attuali iscrizioni ai percorsi tecnico-professionali, sono circa 230.000 i profili che mancano all'appello da qui al 2023.

Non si tratta, è bene sottolinearlo, di lamentele generiche su giovani che non sono disposti a lavorare a fronte di

vere (o presunte) offerte di lavoro. Si tratta di profili professionali in uscita dal mercato del lavoro che difficilmente troveranno un'adeguata sostituzione per mancanza di vocazioni e di percorsi formativi adeguati. L'Italia (il Nordest soprattutto) è rimasto un grande paese manifatturiero e le imprese che oggi continuano a produrre sul nostro territorio stentano a trovare le competenze necessarie ad alimentare un Made in Italy proiettato a scala internazionale.

Chi manca all'appello sono soprattutto i tecnici qualificati in grado di rinnovare una tradizione tutta italiana di qualità e personalizzazione. Negli ultimi vent'anni il comparto manifatturiero ha cambiato pelle. Le imprese italiane che oggi competono in mo-

do efficace sul mercato internazionale hanno abbandonato da tempo produzioni seriali su larga scala. Che si tratti di accessori moda per le grandi griffe del lusso francese o di componenti per il settore dell'automobile, i migliori produttori italiani hanno scommesso da tempo su produzioni "su misura" investendo su una leva di artigiani high tech consapevoli e motivati.

Gli Istituti Tecnici Superiori sono oggi il contenitore ideale per promuovere competenze e profili professionali coerenti con le richieste del mercato. Le trasformazioni tecnologiche di questi anni, lungi dal far scomparire il lavoro nei processi manifatturieri, hanno spinto verso la formazione di profili ibridi, capaci di padroneggiare i ge-

sti della tradizione e, allo stesso tempo, di sfruttare al meglio le potenzialità di Industria 4.0. Sono gli ITS a offrire percorsi e metodologie di apprendimento ad hoc, capaci di coinvolgere professori così come esperti provenienti dal mondo delle imprese.

Il Veneto ha costruito in questi anni un'offerta formativa solida e coerente con l'evoluzione del mercato. Molti degli ITS della Regione sono posizionati ai vertici delle classifiche redatte annualmente dai soggetti incaricati della valutazione dell'offerta didattica. Si tratta di dare legittimità e risorse a un'offerta che, pur garantendo risultati incoraggianti sul fronte dell'occupazione, stenta a crescere in termini di notorietà presso i giovani e le famiglie. —

BY NC ND / ALCONI DOTTORI RISERVATI



Per inserirsi nel comparto del lusso meglio scegliere questo tipo di percorso



L'ITALIA RESTA TRA
I PAESE LEADER DI
UN SETTORE CHE VALE
IL 5% DELL'ECONOMIA

C'è un settore di mercato che, nel nostro Paese, non sembra conoscere crisi: quello del luxury. Il comparto del lusso vale, a livello globale, qualcosa come 1.200 miliardi di euro e cresce del 5% all'anno.

ALTO VALORE AGGIUNTO

In Italia rappresenta il 5% del Pil e, soprattutto, il know-how del made in Italy è riconosciuto in tutto il mondo come sinonimo di qualità ad altissimi livelli. Si tratta, insomma, di un vero e proprio patrimonio che,

però, rischia di andare perduto o di subire un arresto. Stando a un recente studio di **Altagamma** - la fondazione delle imprese dell'alta industria creativa italiana - tra cinque anni ci saranno 50mila posti di lavoro vacanti nel settore tecnico-professionale che non potranno essere sostituiti. E questo perché è ancora troppo ridotto il numero di studenti che sceglie un percorso scolastico che consenta di diventare uno dei cosiddetti "artigiani del futuro".





SERVIZI TV E RADIO



ALTAGAMMA
CREATIVITÀ E CULTURA ITALIANA

TG1 ECONOMIA (Ora: 16:41:03 Min: 1:35)

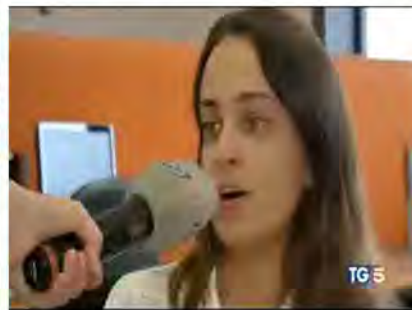
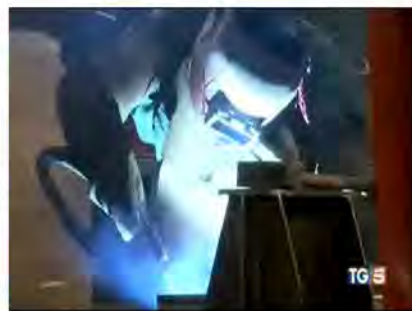
Utili i nostri colleghi tedeschi che formano 100 volte i nostri studenti più di lui nel 2018 sono cresciute le compravendite di



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

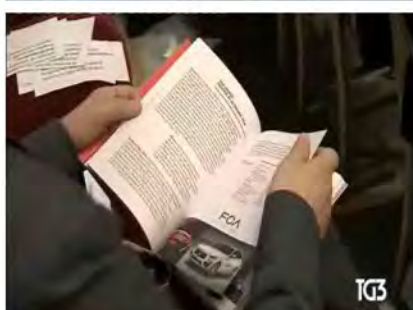
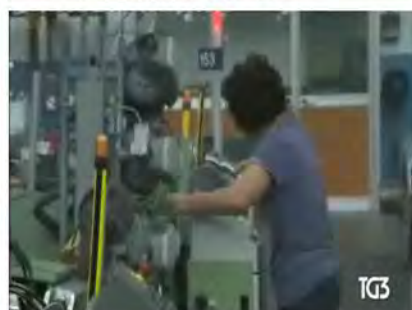
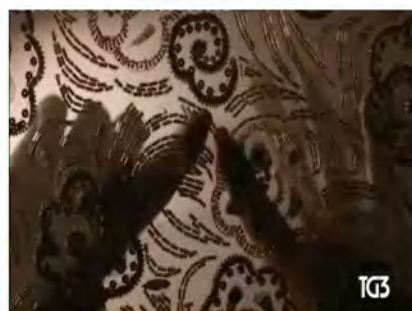
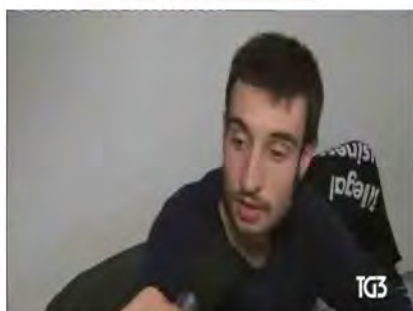
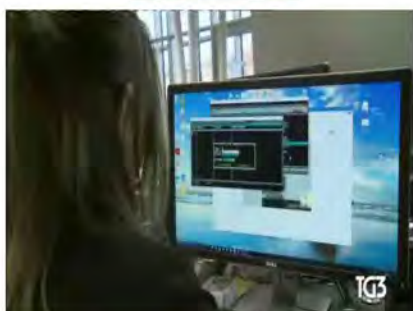
TG5 H. 20.00 (Ora: 20:19:27 Min: 1:58)

Tutti amano il made in Italy. Ma nessuno vuole farlo. Sembra incredibile, ma è davvero così. Pensate che nei prossimi 5 anni ci sono delle aziende che faranno fatica a trovare impiegati specializzati. La disoccupazione giovanile, veleggia intorno al 30 %. Eppure le aziende italiane faticano a trovare personale qualificato. Mancano all'appello, 236000 giovani talenti in settori chiave del made in Italy come l'automobile, la moda e l'ospitalità come turismo e ristorazione a fotografare questo paradosso è lo studio della Fondazione **Altagamma**, le figure più ricercate anche le più rare da reclutare sono i tecnici specializzati e tra i laureati, ingegneri meccanici, informatici ad incontrare le maggiori difficoltà nel trovare personale qualificato, sono principalmente le aziende metalmeccaniche, come questa impresa di Cernusco sul Naviglio, che oggi ha 10 dipendenti. Negli ultimi due anni sono riuscito a trovare delle figure di alta caratura che mi stanno dando grandi soddisfazioni, ma è stato un lavoro durissimo, aziende come la Miart nella zona e non solo come la mia, sono alla ricerca di personale qualificato, che purtroppo non riescono tuttora trovarlo in Lombardia, dove c'è la maggiore concentrazione di aziende manifatturiere. Il problema è molto sentito. Cerchiamo di coinvolgere sin da subito con i colleghi progetti alternanza scuola lavoro, portando l'azienda giovanili. La chiave è legata alla formazione, tant'è che, per la carenza di profili adeguati sempre più imprenditori aprono scuole, nelle proprie aziende. Abbiamo costruito la nostra Accademia, con la quale, appunto, una volta selezionate le persone vengono formati direttamente da lui non ho avuto difficoltà, perché oltre alla teoria in quel corso in faccia fare anche molta pratica. E perciò mi sono ambientato subito al contesto lavorativo. Andiamo ora a Londra alla mostra visionaria



TG3 H. 19.00 (Ora: 19:17:10 Min: 1:42)

Manca il lavoro e specie quello dei giovani nelle migliori imprese di fascia alta del made in Italy: se ne parla con Andrea Illy, presidente della Fondazione **Altagamma**, che parla anche della formazione nelle scuole tecniche superiori e anche della fondazione dell'Università del Caffè.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

NOTIZIARIO H 16.00 (Ora: 16:23:53 Min: 1:44)

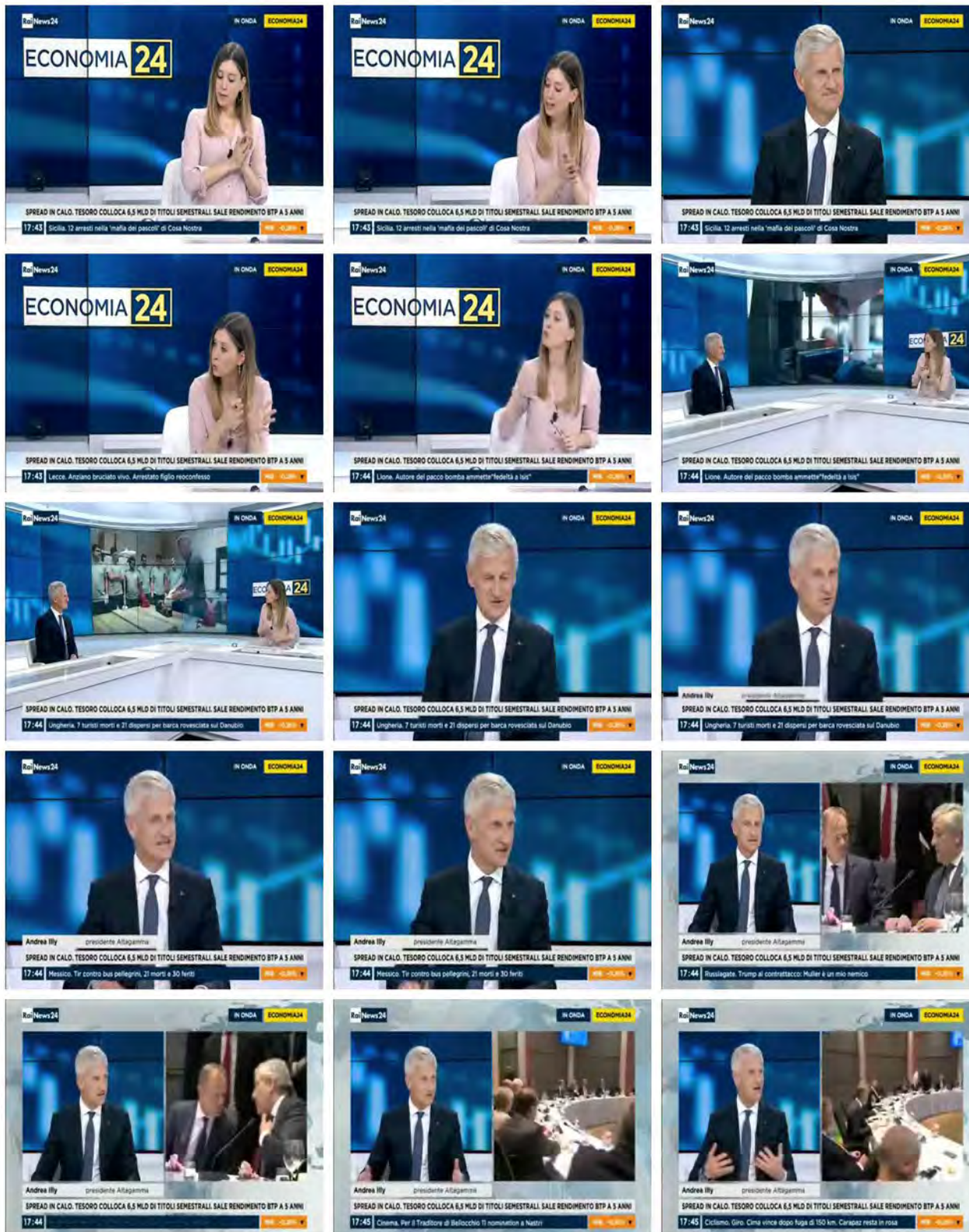
Torniamo in Italia per parlare dell' allarme della Fondazione **Altagama**, nel made in Italy nei prossimi 5 anni. Manca rafforzati lavoro qualificata almeno 5 settori di eccellenza cercano professionisti specializzati sentiamo Chiara Rancati, la manifattura di alto livello in Italia ha bisogno di tecnici specializzati nei mestieri di punta, ma fatica a trovare per colpa di carenze nell' offerta formativa nella vocazione dei giovani e scarsa interazione tra scuole e aziende. A lanciare l' allarme è **Altagama** Fondazione che riunisce oltre 100 imprese attive in settori di eccellenza come la moda, la gioielleria l' alimentare i motori in un convegno alla Camera, lancia le sue proposte per il rilancio di quelli che chiama i talenti del fare e migliorare i percorsi di formazione, grazie alla collaborazione tra pubblico e privato, incentivare gli investimenti e informare i giovani famiglie sull' opportunità del settore nei prossimi 5 anni. Secondo i calcoli della Fondazione serviranno almeno 236000 profili dai progettisti meccanici per l' auto alle guide Eno turistiche dai tecnici di pelletteria agli specialisti Ospitalità posti di lavoro, appetibili per quelle aziende lamentano di non trovare candidati qualificati la formazione professionale in Italia attira sempre meno ragazzi attualmente dicono ancora le cifre di **Altagama**, gli istituti tecnici nel nostro Paese hanno solo diecimila iscritti contro i 240000 nelle scuole superiori per tecnici in



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

ECONOMIA24 (Ora: 17:43:44 Min: 11:01)

Manca il lavoro e specie quello dei giovani nelle migliori imprese di fascia alta del made in Italy: se ne parla con Andrea Illy, presidente della Fondazione **Altagamma**.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

SKY NEWS TG24 H 20.30 (Ora: 20:51:23 Min: 2:13)

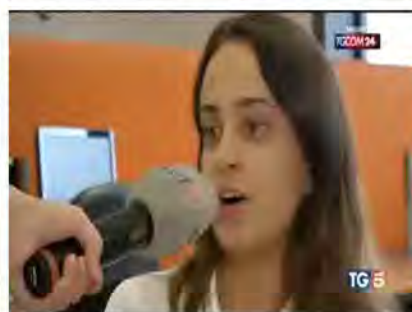
Un po' i talenti del fare di **Altagamma**, per aiutare a tutelare ed arricchire la tradizione artistica manifatturiera italiana e stimolare i giovani a specializzarsi un incontro a Montecitorio con alcuni rappresentanti del lusso del made in Italy guarda lui tutto dati in contrapposizione tra di loro che devono far riflettere. Da un lato una disoccupazione giovanile al 30% dall'altra nei prossimi 5 anni le imprese italiane che operano nel settore del lusso avranno bisogno di centinaia di migliaia di talenti e di figure tecniche specializzate che però, secondo alcune previsioni, non saranno disponibili si occupa di questo **Altagamma** parla di questo libro i talenti del fare. Sono mestieri di eccellenza sono mestieri che danno non solo una capacità economica molto interessante, ma devono dare la rispettabilità sociale che, probabilmente, in passato sempre con Pino pensa questo lavoro in questo libro. Oggi presentiamo 30 accademie delle aziende di **alta gamma** che hanno fatto da sole se sono fatte le proprie scuole. Il che è positivo, ma sarebbe meglio se all' queste scuole arrivassero dei ragazzi già una strada già tracciata dai privati. Ma lungo la quale la Fondazione a cui fanno capo le migliori imprese dell' industria culturale e creativa per promuovere nel mondo lo stile di vita italiano cerca una traiettoria comune per valorizzare la tradizione artistica artigianale del nostro Paese. Penso che mostrare il lavoro. Così il lavoro di una maniera moderna, sarà molto efficiente e per fare questo lavoro desiderabili.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

TG5 H 20.00 (Ora: 20:19:27 Min: 1:58)

Made in Italy. Ma nessuno vuole farlo. Sembra incredibile, ma è davvero così. Pensate che nei prossimi 5 anni ci sono delle aziende che faranno fatica a trovare impiegati specializzati. La disoccupazione giovanile, veleggia intorno al 30 %. Eppure le aziende italiane faticano a trovare personale qualificato. Mancano all' appello, 236000 giovani talenti in settori chiave del made in Italy come l' automobile, la moda e l' ospitalità come turismo e ristorazione a fotografare questo paradosso è lo studio della Fondazione **Altagamma**, le figure più ricercate anche le più rare da reclutare sono i tecnici specializzati tra i laureati, ingegneri meccanici, informatici ad incontrare le maggiori difficoltà nel trovare personale qualificato, sono principalmente le aziende metalmeccaniche, come questa impresa di Cernusco sul Naviglio, che oggi ha 10 dipendenti. Negli ultimi due anni sono riuscito a trovare delle figure di alta caratura che mi stanno dando grandi soddisfazioni, ma è stato un lavoro durissimo, aziende come la mia, nella zona e non solo come la mia, sono alla ricerca di personale qualificato, che purtroppo non riescono tuttora trovarlo in Lombardia, dove c'è la maggiore concentrazione di aziende manifatturiere. Il problema è molto sentito. Cerchiamo di coinvolgere sin da subito con i colleghi. Il progetto alternanza scuola lavoro, portando l' azienda a giovani. La chiave è legata alla formazione, tant'è che, per la carenza di profili adeguati sempre più imprenditori aprono Scuole nelle proprie aziende. Abbiamo costruito la nostra Accademia, con la quale, appunto, una volta selezionate le persone vengono formati direttamente da lui non ha avuto difficoltà, perché oltre alla teoria anche ai corsi e sappiamo fare anche molta pratica. E perciò mi sono ambientato subito al contesto lavorativo. Andiamo ora a Londra alla mostra visionaria

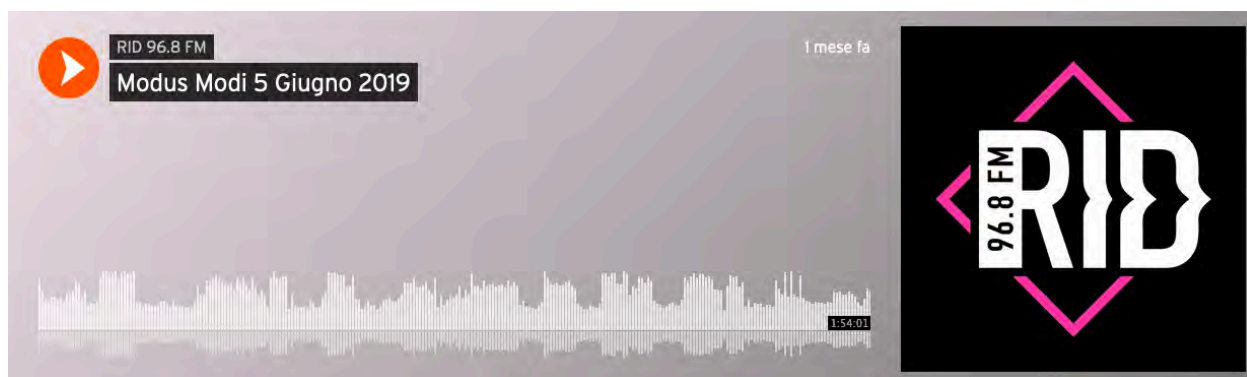


SPECIALE CLASS CNBC (Ora: 14:52:13 Min: 4:07)

Dal 1000, 992 **Altagama** riunisce le migliori imprese dell' alta industria culturale e creativa che promuovono nel mondo l' eccellenza, l' unicità e la selettività italiani a Palazzo Montecitorio, si svolta la Consulta strategica della Fondazione, presentando il libro Italia anti welfare e la campagna di spot di sensibilizzazione su questo tema, manifesto il tema della nostra giornata di **Altagama**, oggi sono il talento del fare e quindi dell' industria culturale e creativa italiana anche una filiera di circa mezzo milione di posti di lavoro, dove si pensa che nei prossimi 10 anni verranno mancare oltre 200000 posti. Sono circa le stesse 200000 posti che sono oggi sul tavolo del ministero dello sviluppo economico, come casi di crisi aziendale in media in Italia, traina il Pil ma tra 5 anni, secondo le previsioni, al pagamento, ma anche i profili ricercati dalle aziende di settori come la moda, la gioielleria Desailly motori la nautica. Lo Spi Italimpianti e food & beverage, il 70% di questi profili sono tecnici e professionali. Abbiamo una grande disponibilità di persone che magari hanno avuto anche un percorso di studi storici qualificato con lauree, magari materie umanistiche o comunque di questo tipo. E purtroppo non sufficiente. Cita di ragazzi da quelli che sono gli istituti superiori, scuole, università, di diritto, tecnica questo un problema importante per le aziende che paradossalmente potrebbero svilupparsi molto di Più e non riescono a farlo proprio per mancanza di questo personale qualificato dall' altra per i nostri giovani che poi si ritrova adesso dal 30% di gioco patologico, invece, magari, hanno comunque passato anni della loro vita, studiare ci sono posti disponibili che loro non riescono a coprire l' alta, altissima la lita, coniugando qualità, tradizione e cultura non dovrà solo far fronte alla carenza di forza lavoro, ma anche alla trasformazione digitale ed ecosostenibile continuamente in atto. Abbiamo bisogno di avere un' altra gamba che faccia da cassa di risonanza per far capire alle famiglie e ai giovani, ai giovani e alle famiglie che ci sono delle possibilità legata ancora i lavori con le mani, la cui tesi, ma che verrebbe di questo con un lavoro con le mani, diverso da quello che è stato dal passato vuol sicuramente seguono Russia né che il mondo ha avuto innovazione digitale, infatti, non sono interessato a domanda di lavoro creando nuove professioni Maccagnani anche le competenze richieste nelle professioni, esistendo più in là, cosiddetta Digital trasforma il San Michele, era sempre più profili professionali Stem cioè con competenze scientifiche e tecnologiche ingegneristiche e matematiche. Cosa fare per colmare. Quindi il gatto tra Ferri da di lavoro e domanda di lavoro è formare giovani professionisti in linea con le richieste del mercato. Donato, bisogna potenziare la scuola secondo gli istituti più ex investire in questa professionalità dall' altro, Thuram, mente le volute le tecnologiche richiederà sempre maggiori competenze. Penso all' intelligenza artificiale bibita alla allentato Philips che in qualche maniera, necessitano saranno se per quasi un quarto, invece, le università e accademia può dare un contributo aggiunge una andrà proprio fatto formativa. Quindi si sviluppano nuovi lavori, nuove norme gestionali per avvicinare sempre di più questo fatto formazione allergy insieme a me per questo ci vuole anche un grosso intervento sulle vocazioni maglia Rockstar ci sono anche negli atelier ci sono anche nell' industria della della gioielleria e della bella della nautica della nelle nel tessile in tutti questi settori dove l' Italia produce questi dissi in Bolivia la nostra sede di vita della nostra cultura. Li ci sono altrettante rockstar e quindi bisogna far rinascere il desiderio per questi mestieri meravigliosi che sono anche pagati molto bene



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



Emittente: RID 96.8 FM

Trasmissione: Modus Modi

Data: 5 giugno 2019

INTERVISTA DI FABIANA GIACOMOTTI AL DIRETTORE GENERALE DI ALTAGAMMA, STEFANIA LAZZARONI

...Il tema dei Talenti del Fare, della vocazione ai mestieri manifatturieri, del sistema educativo chiamato a formare i creatori del bello, del buono e del ben fatto italiani è da molti anni al centro dell'attenzione di Altagamma.

Promuovere un'azione strutturata e coordinata volta a perfezionare il sistema formativo e ad avvicinare i giovani ai lavori manifatturieri, è un obiettivo di primaria importanza. Nel 2018 solo il 31% dei giovani ha scelto di intraprendere un percorso di studi presso gli istituti tecnici. Ad aggravare questo deficit tra la domanda e l'offerta di lavoro, contribuisce un disallineamento tra le competenze richieste dal settore e i programmi di formazione professionale.

Abbiamo voluto raccontare come le imprese Altagamma stiano agendo per reperire i loro "Talenti del Fare" o formarli in modo autonomo. Circa il 30% dei nostri Soci ha sviluppato al proprio interno progetti formativi complessi, ma ne stanno via via nascendo di nuovi. Abbiamo quindi incluso un elenco delle 76 Scuole Tecniche e Professionali sul territorio con cui le aziende Altagamma collaborano in diverse forme: attraverso la condivisione dei programmi didattici, stage formativi e curriculari, piani di recruiting o la creazione di aule dedicate. Le scuole qui descritte sono state identificate unicamente attraverso la segnalazione delle nostre aziende e testimoniano questa preziosa relazione – fatta di collaborazione, confronto e dialogo continuo – fra aziende e istituti sul territorio...



ONLINE



ALTAGAMMA
CREATIVITÀ E CULTURA ITALIANA

CORRIERE DELLA SERA

Homepage Corriere della Sera 30 maggio 2019

Su *Corriere Salute*: adolescenti dipendenti dallo smartphone Test e consigli per i genitori

Su *Corriere Salute* in edicola gratis oggi con il *Corriere della Sera* due pagine per spiegare il fenomeno e le domande per capire se i figli utilizzano in maniera eccessiva il cellulare

7 *CORRIERE DELLA SERA* Domani su 7 le ragazze del calcio azzurro in campo

di Michela Proietti
Nel nuovo numero, un servizio che invita a fare il tifo per la nazionale azzurra femminile: al debutto il 9 giugno nei Mondiali in Francia. Poi inchieste, interviste e tanto altro

L'Economia

Lusso, 236 mila posti da coprire entro 5 anni. Ma le aziende non trovano addetti

di Claudia Voltattori
L'allarme lanciato dalla Fondazione Altagamma: portiamo il Made in Italy nel mondo ma non troviamo lavoratori

pranzo con loro a Como [Foto](#)

di Simone Fonti
La coppia lancia una sfida online, i vincitori saranno ospiti a Villa Oleandra. Basta donare da 10 a 5 mila dollari alla Clooney Foundation

Cucina

La dieta proteica in 7 ricette: per dimagrire velocemente (ma in modo bilanciato)

di Tommaso Gatti
Se state cercando di assicurarvi in vista della bella stagione questi piatti possono fare al caso vostro
Come perdere 5 chili in 10 giorni
La dieta di Franco Berrino per ringiovanire
I 15 cibi da non mangiare la sera

STYLE MAGAZINE

Bici elettriche, i 15 modelli migliori del 2019 (per prezzo e prestazioni) [Le immagini](#)

CORRIERE DELLA SERA

https://www.corriere.it/economia/lavoro/19_maggio_30/lusso-236-mila-posti-coprire-entro-5-anni-ma-aziende-non-trovano-professionisti-6cb94d1a-82c3-11e9-93b3-f04c99d00891.shtml

30 maggio 2019

STUDIO

Lusso, 236 mila posti da coprire entro 5 anni. Ma le aziende non trovano professionisti

di Claudia Voltattorni | 30 mag 2019



Duecentotrentaseimila posti da coprire. Duecentotrentaseimila figure professionali di alto livello da trovare sul mercato del lavoro entro i prossimi 5 anni. Nel design come nel settore alimentare, nell'automotive come nella moda, le aziende del Made in Italy sempre più cercheranno profili altamente specializzati e sempre più faranno fatica a trovarle. «Mancherà una parte consistente della forza lavoro qualificata che serve alla loro crescita», spiega Andrea Illy, presidente della Fondazione Altagamma che raccoglie le migliori imprese di fascia alta del Made in Italy che a Roma hanno presentato il libro «I talenti del fare» con i dati di quali e quanti professionisti il settore avrà bisogno da qui al 2023. Ma il 70% di queste figure non sarà disponibile: profili tecnici e professionali come progettisti e meccatronici per il settore automobilistico; tecnici della vinificazione e guide enogastronomiche per il food&beverage; pellettieri, tessitori, sarti, prototipisti per il settore moda; specialisti dell'ospitalità, della cura, della ristorazione per il turismo. Si tratta, sottolinea lo studio, di «una drammatica carenza di forza lavoro per i marchi più prestigiosi che portano nel mondo la capacità italiana di coniugare nel prodotto qualità, bellezza, tradizione, cultura, in una parola l'alta artigianalità».

Made in Italy settore trainante

Il libro diventa dunque una sorta di manifesto delle aziende Altagamma per trovare risposte e suggerire soluzioni. «Il Made in Italy - dice il ministro dei Beni Culturali Alberto Bonisoli - è a tutti gli effetti un settore che traina: mi chiedo se il governo si è occupato sufficientemente di questa parte dell'economia di cui andiamo così orgogliosi. Quello che è sicuro - continua - è che deve diventare uno dei principali punti dell'agenda governativa». Come? Intanto, si può partire dai più giovani, sostiene Bonisoli: «Il mio ministero si sta impegnando per far capire ai ragazzi e alle famiglie che va incentivata la scelta di professioni tecniche per restituire a questi mestieri il valore e la reputazione che meritano, è una sfida che non possiamo perdere».

► Il lusso cerca «mani», la campagna Altagamma



Il gap nella formazione

Il problema parte da lontano. Dopo la scuola media meno di un ragazzo su 3 (30,7%) sceglie di proseguire gli studi in un istituto tecnico, e appena il 15% sceglie un istituto professionale. La maggioranza continua ad orientarsi verso i licei nonostante i settori dove c'è maggiore probabilità di trovare subito un'occupazione siano scoperti. Basti pensare che in Italia gli iscritti agli istituti tecnici superiori sono appena 10mila, mentre negli istituti equivalenti tedeschi - le Fachhochschule - sono 880mila e in quelli francesi che rilasciano il Bts (brevet de tecnico superiore) sono 240mila. Ecco perché Altagamma propone un tavolo di lavoro istituzionale sul tema della formazione cui possano partecipare le aziende ma anche le istituzioni, perché diventa sempre più urgente «agire su una valorizzazione e un riposizionamento di questi lavori che ancora oggi vengono visti dai giovani come poco attraenti». C'è anche una campagna di comunicazione con uno spot ideato da Discovery per sensibilizzare e raccogliere contributi e interventi.

A caccia di «talenti»

Da Lamborghini a Bruno Cucinelli, da Bottega Veneta a Fendi, da Technogym a Tod's Group, da Gucci a Illy Caffé sono molte le aziende della Fondazione che hanno creato al loro interno laboratori di istruzione e apprendistato per formare «in casa» i propri professionisti del futuro e molte di loro già hanno una collaborazione stretta con gli istituti tecnici e professionali del loro territorio. Ma è solo un inizio e c'è ancora molto da fare.

Il Messaggero

https://www.ilmessaggero.it/economia/news/altagamma_in_5_anni_alle_imprese_serviranno_236_mila_talenti_del_fare-4526307.html

30 maggio 2019

Altagamma: "In 5 anni alle imprese serviranno 236 mila talenti del fare"

ECONOMIA > NEWS
Giovedì 30 Maggio 2019



(Teleborsa) - Il Made in Italy traina il Pil ma tra 5 anni mancheranno 236 mila profili ricercati dalle imprese. È quanto è emerso dalla Consultazione Strategica di Altagamma – la Fondazione cui fanno capo le migliori imprese dell'Alta Industria Culturale e Creativa che promuovono nel

mondo lo stile di vita italiano – riunita oggi a Palazzo Montecitorio.

I dati contenuti nel volume "I talenti del fare", presentato oggi alla Giornata Altagamma, fotografano un'Italia in cui la disoccupazione giovanile si attesta al 30%, ossia 7 punti percentuali in più rispetto alla media dell'Unione Europea (23%). Eppure, nei prossimi cinque anni, le imprese italiane che operano nei settori rappresentati da Altagamma, avranno bisogno di centinaia di migliaia di talenti, per il 70% di figure tecniche e professionali, che, secondo le previsioni elaborate dalla Fondazione, non saranno disponibili.

"Un serio lavoro di recupero dei mestieri manifatturieri e un'offerta formativa adeguata possono essere garantiti grazie al patrimonio inestimabile di competenza delle aziende italiane, con la cooperazione delle Istituzioni. Concorreremo, così, allo sviluppo del settore e alla riqualificazione delle professioni, ma anche alla nascita di nuovi significati e di ulteriori fascinazioni del concetto fatto in Italia" ha affermato il ministro per i Beni e le Attività Culturali, Alberto Bonisoli.

Nel dettaglio, secondo il Rapporto di Altagamma, da qui al 2023 le imprese avranno bisogno di 46.400 professionisti nella moda; 18.300 nel design; 49.000 nell'alimentare; 33.220 nel settore dell'ospitalità e 89.400 in quello dell'automotive. Le professionalità più richieste saranno: progettisti, meccatronici e manutentori, per il settore automobilistico; tecnici della vinificazione, tecnici della comunicazione & marketing, addetti all'accoglienza e guide eno-turistiche, per il settore food & beverage; tecnici specializzati in calzature, pelletteria, sartoria, tessuto e maglieria, nonché prototipisti, per la moda; specialisti dell'ospitalità, della cura, della ristorazione, nel settore turistico.

Una necessità che, nel corso della Giornata, è stata ribadita anche dai rappresentanti di due Imprese Altagamma: Serge Brunswig, Ceo e Chairman di Fendi e Stefano Domenicali, Ceo e Chairman di Automobili Lamborghini.

Per questo motivo, alla luce della situazione attuale, per Altagamma è necessaria la creazione di un Tavolo di Lavoro istituzionale sul tema della Formazione che possa fare luce sulle diverse criticità. Un tavolo a cui partecipino anche le aziende che sono protagoniste di questo scenario. Secondo la Fondazione è, inoltre, necessario agire su una valorizzazione e un riposizionamento di questi lavori, che vengono visti dai giovani come poco attraenti. Altagamma ha sottolineato l'importanza dei laboratori di istruzione e apprendistato interni alle aziende e della collaborazione già avviata con i 77 Istituti Tecnici e Professionali con cui i marchi Soci della Fondazione si interfacciano.

IL FOGLIO

<https://www.ilmagnum.it/economia/2019/05/30/news/ce-penuria-di-talenti-perfino-nel-made-in-italy-257927/>

30 maggio 2019



C'è penuria di talenti (perfino) nel Made in Italy

Dall'industria della moda al design, dall'alimentare al turismo, saranno 236mila i posti di lavoro vacanti per mancanza di competenze. Come se ne esce?

di Giancarlo Salemi

30 Maggio 2019 alle 17:41



Milano, Salone del mobile 2010. Gli artigiani dell'isola Nella foto: Monica Castiglioni, designer di gioielli, fotografa e video artista (LaPresse)

Annuncio chiuso da Google

Roma. Disallineamento delle competenze. O se vogliamo dirla in inglese: skill mismatch. Cresce la difficoltà per le imprese italiane a trovare figure professionali adeguate,

soprattutto tra i millennial per diventare tecnici in calzature, sartoria o specialisti nel design. Già l'Istat ci ha ricordato come "i posti vacanti" sono saliti all'1,2 per cento nell'ultimo anno e in particolare risultano non pervenuti l'1,1 dei posti dell'industria e dell'1,4 nel settore dei servizi. Si tratta dei livelli più alti sperimentati negli ultimi otto anni, ovvero da quando il nostro istituto di statistica compie questo genere di rilevazione.

Una conferma è arrivata anche dalla **fondazione Altagamma** che riunisce le migliori imprese dell'alta industria culturale e creativa, un'industria da 115 miliardi di euro e che in Italia fornisce un contributo al pil del 6,8 per cento coinvolgendo oltre 400 mila occupati. Ebbene secondo i loro calcoli nei prossimi cinque anni alle aziende manifatturiere e a quelle dei servizi tipici del Made in Italy, **dalla moda al design, dall'alimentare al turismo**, mancherà una parte consistente della forza lavoro qualificata che serve alla loro crescita. In tutto **236mila posti di lavoro che ci sono ma che non vengono occupati** perché mancano "i talenti del fare" come li ha chiamati il presidente, **Andrea Illy**.

Numeri che fanno riflettere sull'arretratezza del sistema Italia se si considera anche che **il nostro Paese ha il più alto livello di disoccupazione giovanile**, oltre il 30 per cento nel 2018. Secondo lo studio, il settore con più bisogno di lavoratori qualificati sarà quello dell'automotive con 89.400 richieste, nella moda serviranno 46.400 persone, nel design 18.300, nel settore alimentare 49.000 e in quello dell'ospitalità 33.220.

Come se ne esce? La soluzione di certo non è dietro l'angolo anche perché [i provvedimenti del governo gialloverde](#) hanno puntato, almeno fino ad oggi, sull'aiuto ai più deboli con il reddito alla cittadinanza o si sono occupati di chi invece vuole andare in pensione anticipata con quota 100. E per questo, spesso, **le aziende sono costrette poi a fare da sole**, a puntare sulla formazione fatta in casa. "Le aziende stanno creando moduli formativi al loro interno", ha detto **Stefania Lazzaroni** direttore generale di Altagamma presentando la ricerca a Montecitorio. Si cerca quindi di supplire al deficit pubblico e di competenze, anche se le Università si muovono e il rettore del Politecnico di Milano, **Ferruccio Resta** – "mi sento un po' sul banco degli imputati" – ha ricordato che sono attive nella sua facoltà 120 startup ma, di certo, questo non basta per sopperire alla richiesta che arriva dal mondo delle imprese. Manca proprio la competenza tecnica per certi mestieri, sono praticamente scomparse quelle che un tempo si chiamavano le maestranze in grado di guidare e formare i più giovani.



In Italia, gli studenti che al termine delle scuole secondarie decidono di proseguire gli studi presso gli Istituti Tecnici sono solo il 30,7 per cento, e ancora chi sceglie un Istituto

Professionale rappresenta il 15, laddove i licei tradizionali assorbono più della metà degli studenti dopo la licenza media. **Gli iscritti agli Istituti Tecnici Superiori italiani sono 10mila, un numero davvero esiguo** se paragonato agli allievi degli equivalenti tedeschi, Fachhochschule, che arrivano a 880mila, e a quelli francesi che rilasciano il Bts (Brevet de Technicien Supérieur) e attraggono 240mila studenti. "Non deve sorprenderci che oggi il primo mestiere che vogliono fare i giovani è il cuoco – ha ricordato Laura Carofoli chief content officer di Discovery – la televisione detta l'agenda delle professioni".

Allora ciò che serve è certamente un cambio di passo. Ci prova almeno a metterlo nell'agenda il ministro per i Beni Culturali **Alberto Bonisoli**: "Stiamo uscendo con grande fatica da tempi di crisi – ha detto – Il Made in Italy è a tutti gli effetti un settore che traina. Il governo si è occupato a sufficienza di questa parte dell'economia di cui andiamo così orgogliosi? Quello che è sicuro è che il Made in Italy deve diventare uno dei principali punti dell'Agenda governativa." Come? "Parlando ai ragazzi e alle famiglie per [incentivare la scelta di professioni tecniche](#) e restituire a questi mestieri il valore e la reputazione che meritano".

30 maggio 2019

MADE IN ITALY: IN 5 ANNI MANCHERANNO 236MILA TALENTI CERCATI DA IMPRESE

30 Maggio 2019



ROMA (ITALPRESS) - "Nei prossimi anni alle aziende manifatturiere e a quelle dei servizi tipici del Made in Italy, a cominciare da quelle di eccellenza, mancherà una parte consistente della forza lavoro qualificata che serve alla loro crescita. Le aziende di 5 diversi settori ricercheranno 236.000 talenti, molti dei quali manifatturieri". Lo ha detto Andrea Illy, presidente di Altagamma, la Fondazione cui fanno capo le migliori imprese dell'Alta Industria Culturale e Creativa che promuovono nel mondo lo stile di vita italiano, a margine della Consulta Strategica riunita oggi a Palazzo Montecitorio. In questa occasione è stato presentato il libro "I talenti del fare" a cui hanno contribuito le Imprese Altagamma, Arduino Salatin (preside dell'Istituto Universitario Salesiano di Venezia) per la parte di analisi dei dati e Stefani Micelli (professore dell'Università Ca' Foscari di Venezia) con un capitolo sui Mestieri del Made in Italy quali elementi fondamentali per la qualità dei nostri prodotti. Il libro si apre con un contributo del ministro per i Beni e le Attività Culturali, Alberto Bonisoli e del presidente di Altagamma Andrea Illy, che fotografa la situazione ad oggi partendo da una premessa: in Italia la disoccupazione giovanile si attesta al 30%, ossia 7 punti percentuali in più rispetto alla media dell'Unione Europea (23%). Eppure, nei prossimi cinque anni, le imprese italiane che operano nei settori rappresentati da Altagamma, avranno bisogno di centinaia di migliaia di talenti, per il 70% di figure tecniche e professionali, che, secondo le previsioni elaborate dalla Fondazione, non saranno disponibili. Per ciascun settore in cui opera la Fondazione, Altagamma ha evidenziato per la prima volta il numero di professionisti di cui si avrà necessità da qui al 2023 e la somma di queste previsioni porta alla cifra significativa di 236.000 persone, di cui circa il 70% sono profili tecnici e professionali: 46.400 nella moda, 18.300 nel design, 49.000 nell'alimentare, 33.220 nell'ospitalità, 89.400 nell'automotive. (ITALPRESS). sat/com 30-Mag-19 18:00

30 maggio 2019

IMPRESE

L'allarme di Altagamma: «Da qui al 2023 servono 49mila tecnici del Food&beverage»

Silvia Marzaletti

Alta la richiesta di professionisti della vinificazione, della comunicazione, del marketing e di guide eno-turistiche

Un deficit di 49mila professionisti dell'agroalimentare da qui al 2023. Li ha quantificati Altagamma, la Fondazione cui fanno capo le migliori imprese dell'industria culturale e creativa, promotrici del made in Italy nel mondo. Mancano, in particolare, tecnici della vinificazione, della comunicazione, del marketing, guide eno-turistiche.

Più in generale, tra tutti i comparti del made in Italy il fabbisogno sarà di 236mila talenti. In particolare nella moda occorreranno 46.400 tecnici; 18.300 nel design; 33.220 nell'ospitalità; 89.400 nell'automotive. Le professionalità più richieste saranno: progettisti, meccatronici e manutentori per il settore automobilistico; tecnici specializzati in calzature, pelletteria, sartoria, tessuto e maglieria, nonché prototipisti, per la moda; specialisti dell'ospitalità, della cura e della ristorazione.



I principali motivi di tale situazione - si legge nel libro «I talenti del fare» - sono imputabili a: carenza nell'offerta formativa, mancanza di vocazione da parte dei giovani e non adeguata interazione tra istituti scolastici e aziende che operano nel settore. In Italia, gli studenti che al termine delle scuole secondarie decidono di proseguire gli studi presso gli Istituti tecnici sono il 30,7%, la quota che sceglie un Istituto professionale rappresenta il 15%, mentre i licei tradizionali assorbono più della metà degli studenti dopo la licenza media. Gli iscritti agli Istituti tecnici superiori italiani sono 10mila, un numero esiguo se paragonato agli allievi degli omologhi tedeschi che frequentano le Fachhochschule (880mila) e a quelli francesi che ricevono il Bts (Brevet de Technicien Supérieur): 240mila.

Per garantire continuità e aggiornamento di questi mestieri, le imprese di Altagamma sono impegnate in programmi di formazione specifici, sia attraverso le Corporate Academy, sia attraverso diverse forme di collaborazione con Scuole, Istituti Tecnici e Professionali, ITS, Centri di Formazione e altri enti formativi sul territorio.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

<https://scuola24.ilsole24ore.com/art/scuola/2019-05-30/automotive-moda-cibo-e-design-ricerca-240mila-talenti-194625.php?uuid=ACyiNiK>

30 maggio 2019

FAMIGLIE E STUDENTI

Automotive, moda, cibo e design alla ricerca di 240mila talenti

di Claudio Tucci

C'è la fetta più avanzata di manifattura e servizi tipici del «Made in Italy» che spinge export e Pil; ma che, a breve, per via delle difficoltà a reperire personale adeguato rischia di subire una frenata, a danno di tutto il Paese. Da qui al 2023 infatti in cinque settori «core» dell'eccellenza italiana, vale a dire automotive, alimentare, moda, ospitalità, design, serviranno oltre 236mila «talenti», il 70% dei quali sono figure con competenze tecnico-professionali. Ma le selezioni, già si sa, si annunciano in salita, visti gli attuali numeri dell'offerta scolastica, secondaria e terziaria professionalizzante: i ragazzi, in uscita dalle medie, che scelgono gli istituti tecnici sono appena il 30,7%; ai professionali si scende, addirittura, al 15%, e agli Its, a oggi l'unico canale formativo post diploma alternativo all'università, gli iscritti sono circa 13mila (una cifra davvero esigua se paragonata agli 880mila allievi delle Fachhochschule tedesche e ai 240mila studenti delle analoghe scuole tecniche francesi). A ciò si aggiunga, che nei prossimi cinque anni, in tutto il mercato del lavoro entreranno solamente 665mila laureati, mentre ne servirebbero tra gli 800 e i 900mila, specie nelle materie «Stem» (cioè scientifiche, tecnologiche, ingegneristiche e matematiche, oggi sempre più centrali nell'era del 4.0).

I numeri che Altagamma, la fondazione cui fanno capo le migliori imprese dell'alta industria culturale e creativa, ha reso noti ieri, a Montecitorio, presentando il libro «I talenti del fare», coordinato dai professori Stefano Micelli e Arduino Salatin, mostrano, con chiarezza, la delicatezza del tema.



Nell'automotive, rientrano in questo ambito le aziende che fabbricano macchinari, attrezzature e mezzi di trasporto, per esempio, si stima che serviranno, nei prossimi cinque anni, 89.400 professionisti (ci sarà spazio per progettisti di prodotti e materiali, meccatronici, montatori e manutentori). Nell'alimentare, il fabbisogno sarà di 49mila risorse: qui si andrà a caccia di tecnici della vinificazione, di comunicatori ed esperti di marketing, di addetti all'accoglienza, di guide eno-turistiche. E ancora: nella moda, ci sarà necessità di 46.600 profili, in particolare specialisti in calzature, pelletteria, sartoria, tessuto, maglieria, oltre ai prototipisti. Nell'ospitalità i posti da offrire, sempre da qui al 2023, saranno 33.200 (si spazia dagli addetti alla reception agli esperti di food e ristorazione), nel design le selezioni saranno per 18.300 (soprattutto, artigiani specializzati).

«C'è bisogno di ripensare, e in fretta, l'offerta di istruzione - ha sottolineato il presidente di Altagamma, Andrea Illy -. Serve maggior orientamento presso ragazzi e famiglie e spingere la ricerca tecnico-scientifica. Dobbiamo, poi, riscoprire la cultura del lavoro di squadra, rafforzando l'asse pubblico-privato».

A pesare, come un macigno, è l'elevato mismatch tra domanda e offerta di lavoro: a livello nazionale si calcola che circa il 30% dei candidati è introvabile. Tra i settori, più di un terzo delle entrate nella moda e nel legno sono considerate «difficili», il 41,3% nella meccanica, il 26% nei beni per la casa e il tempo libero, il 18,4% nell'alimentare (oltre alle competenze tecniche specifiche, mancano le soft skills).

Un paradosso, nel paradosso, considerato che, da noi, il tasso di disoccupazione giovanile veleggia intorno al 30% (ossia ben sette punti in più rispetto alla media dell'Unione europea, 23%); e abbiamo, pure, la percentuale più elevata di giovani scoraggiati a ricercare un lavoro, ben il 13 per cento. Senza contare, poi, l'impatto della digital transformation e dell'ecosostenibilità sul mondo dell'occupazione: da qui al 2023 verrà interessato da queste novità quasi il 30% dei lavoratori, e si stima che aziende e pubblica amministrazione ricercheranno circa 270-300mila addetti con specifiche competenze matematiche e informatiche, digitali o, comunque, connesse a Industria 4.0.

Di qui, pertanto, la scelta di diversi imprenditori di giocare d'anticipo: sta diventando sempre più frequente la costituzione di Academy aziendali (nelle imprese Altagamma se ne contano una trentina) e si intrecciano, anche, collaborazioni virtuose con le scuole: sono 77 gli istituti tecnici e professionali con cui i soci della fondazione si interfacciano ogni giorno per co-progettare percorsi didattici in linea con le nuove richieste del settore produttivo. In autunno partirà pure la campagna «MANIfesto», uno spot di 30 secondi realizzato assieme a Discovery Italia, per sensibilizzare famiglie e studenti proprio a riscoprire «l'intelligenza del fare».

«È necessario far riscoprire l'importanza del lavoro nella manifattura», ha aggiunto Andrea Illy. Un messaggio condiviso dal ministro per i Beni e le Attività culturali, Alberto Bonisoli, e dal collega di governo, vice ministro dello Sviluppo Economico, Dario Galli.

La sfida, quindi, è «coinvolgere, anche con più orientamento, famiglie e studenti», ha detto Serge Brunschwig, chairman and Ceo di Fendi.

«Noi abbiamo puntato molto sul senso di appartenenza, sull'emozionalità, sull'eccellenza e sul legame con il territorio - ha chiosato Stefano Dominicali, chairman and Ceo di Automobili Lamborghini -. Qualche anno fa abbiamo fatto partire un progetto di formazione duale per legare scuola e impresa. Formiamo i ragazzi e poi li inseriamo in azienda».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

<https://www.italiaoggi.it/news/altagamma-caccia-ai-talenti-per-far-crescere-l-eccellenza-del-made-in-italy-2362220>

31 maggio 2019

Altagamma, caccia ai talenti per far crescere l'eccellenza del made in Italy

DI GIANFRANCO FERRONI

Il made in Italy ha bisogno di talenti. Tanti. Un'emergenza, per il presidente di Altagamma Andrea Illy, che ieri alla camera dei deputati ha detto che «nei prossimi anni alle aziende manifatturiere e a quelle dei servizi tipici del made in Italy, a cominciare da quelle di eccellenza, mancherà una parte consistente della forza lavoro qualificata che serve alla loro crescita. Le aziende ricercheranno 236 mila talenti». Per ciascun settore in cui opera la fondazione, Altagamma ha evidenziato per la prima volta il numero di professionisti di cui si avrà necessità da qui al 2023, di cui circa il 70% sono profili tecnici, tra moda, design, alimentare, ospita-



Andrea Illy

lità e automotive. Secondo il presidente di Altagamma, «abbiamo un'economia a bassa inflazione e a bassa occupazione e l'imperativo è combattere con tutte le forze la deflazione che è il peggior dei mali dell'economia. Da tempo non c'è più margine per la crescita attraverso la globalizzazione e siamo entrati in questa fase molto fluida che tutti chiamano unicameralismo in cui i grandi protagonisti sono gli Stati Uniti e la Cina. Gli unicameralismi vedono una logica più locale e quindi le grandi marche globali sono sempre meno apprezzate. Per questo è necessario costruire il consumatore glocal e questo significa capire e interpretare la cultura dei popoli delle nazioni in cui andiamo a esportare».

Per il numero uno di Altagamma, «ci sono ancora troppe aziende padronali, bisogna crescere attraverso la finanza, è necessario fare un passo culturale e smetterla di essere troppo gelosi della propria azienda. La crescita si realizza attraverso le alleanze». E la fondazione punta anche sulla tutela dell'ambiente. «Per riuscire a raggiungere gli obiettivi della conferenza del clima di Parigi dobbiamo andare in carbon negative e si tratta di una sfida copernicana: se non riusciamo nella sfida della decarbonizzazione il mondo non sarà più abitabile. Viviamo in un'era in cui l'essere umano ha cambiato i connotati del mondo e, nella seconda fase di quest'era, dobbiamo riparare ai danni fatti».

Occasione dell'incontro romano, la presentazione del volume *I talenti del fare*: il libro si apre con un contributo del ministro per i beni e le

attività culturali, Alberto Bonisoli, secondo il quale «un serio lavoro di recupero dei mestieri manifatturieri e un'offerta formativa adeguata possono essere garantiti grazie al patrimonio inestimabile di competenza delle aziende italiane, con la cooperazione delle istituzioni. Concorreremo, così, allo sviluppo del settore e alla riqualificazione delle professioni, ma anche alla nascita di nuovi significati e di ulteriori fascinazioni del concetto fatto in Italia». Oltre al libro, è stata presentata la campagna «MANIfesto», uno spot di 30 secondi di sensibilizzazione realizzato pro-bono per Altagamma da Discovery Italia, prodotto dal team creativo interno sotto la direzione di Laura Carafoli, chief content officer e responsabile di tutti i contenuti del gruppo Discovery in Italia.

—© Riproduzione riservata—



<https://www.mffashion.com/news/livestage/altagamma-le-imprese-sono-a-caccia-di-professionisti-201905301817312902>

31 maggio 2019



Il presidente di Altagamma Andrea Illy

Nel 2023 in Italia mancheranno 236 mila professionisti qualificati nelle fila delle imprese rappresentate da **Altagamma** nonostante oggi la disoccupazione giovanile si attesti al 30%, circa 7 punti percentuali in più rispetto alla media dell'Unione Europea (23%).

È questo il dato emerso ieri durante la Consulta strategica della Fondazione che si è tenuta a Palazzo Montecitorio, a Roma. «Bisogna far riemergere le vocazioni, ci si dimentica della meraviglia di questi mestieri che fanno l'Italia grande nel mondo», ha spiegato **Andrea Illy**, presidente di Altagamma, che ha aperto il dibattito insieme a **Alberto Bonisoli**, ministro per i beni e le attività culturali, e **Dario Galli**, viceministro dello sviluppo economico.

«Sono mestieri caduti in desuetudine e invece sono i pochi che continueranno a offrire posti di lavoro in futuro: quando tutte le fabbriche saranno automatizzate, gli artigiani ci saranno ancora».

Alla base del deficit anche la scelta del percorso di studi dei giovani. Oggi infatti solo il 30,7% degli studenti delle medie sceglie gli istituti tecnici, che contano così su 10 mila iscritti l'anno contro gli 880 mila della Germania e i 240 mila della Francia. Così, solo nella moda, tra 5 anni potrebbero mancare oltre 46 mila professionisti.

«L'Italia ha un sistema di istruzione professionale complicato, frammentato fra l'impegno del Governo e delle Regioni, e anche i sistemi legislativi per creare delle scuole sono complessi. Per questo qui ce ne sono solo 90», ha aggiunto il chairman di Altagamma, prossimo alla fine del suo secondo mandato.

«Bisogna semplificare il sistema. L'unico modo è che le aziende facciano da sole». Soluzione illustrata anche dal libro presentato ieri, *I talenti del fare*, che, tracciando un quadro dello scenario occupazionale nei settori di provenienza delle Imprese di Altagamma introduce le Corporate academy, laboratori di formazione interni alle aziende.

«È positivo», conclude Illy, «ma sarebbe meglio che i giovani arrivassero nelle aziende già formati». «È un problema quotidiano quello di trovare i talenti necessari per continuare a crescere. È nostro dovere comunicare l'interesse per questi lavori ai giovani e alle famiglie», ha aggiunto **Serge Brunschwig**, ceo di **Fendi**. «Sono molto attento a questo tema, l'anno scorso per esempio con l'operazione «Les journées patriculières», abbiamo messo insieme i nostri mestieri, i computer e gli street artist per comunicare le professioni di oggi, non di ieri. Lo rifaremo».



<https://it.finance.yahoo.com/notizie/made-italy-5-anni-serviranno-imprese-236-mila-122908299.html?guccounter=1>

31 maggio 2019

Made in Italy, in 5 anni serviranno a imprese 236 mila talenti -2-

BOL

Asknews 30 maggio 2019



Roma, 30 mag. (askanews) - Secondo il Ministro Bonisoli, riporta il comunicato degli organizzatori, "un serio lavoro di recupero dei mestieri manifatturieri e un'offerta formativa adeguata possono essere garantiti grazie al patrimonio inestimabile di competenza delle aziende italiane, con la cooperazione delle Istituzioni. Concorreremo, così, allo sviluppo del settore e alla riqualificazione delle professioni, ma anche alla nascita di nuovi significati e di ulteriori fascinazioni del concetto fatto in Italia".

Oltre al libro, è stata presentata la campagna "MANifesto", uno spot di 30" di sensibilizzazione su questo tema realizzato pro-bono per Altagamma a da Discovery Italia, prodotto dal team creativo interno sotto la direzione di Laura Carafoli, Chief Content Officer e responsabile di tutti i contenuti del gruppo Discovery in Italia. Lo spot verrà trasmesso in autunno su Real Time (canale 31 del digitale terrestre) così come su altri canali del portfolio Discovery e sarà proposto anche ad altre reti televisive sensibili al tema e che intendono dare un contributo prezioso per la campagna.

Per ciascun settore in cui opera la Fondazione, Altagamma ha evidenziato per la prima volta il numero di professionisti di cui si avrà necessità da qui al 2023 e la somma di queste previsioni porta alla cifra significativa di 236.000 persone, di cui circa il 70% sono profili tecnici e professionali:

MODA: 46.400 nella moda DESIGN: 18.300 nel design ALIMENTARE: 49.000 nell'alimentare OSPITALITÀ: 33.220 nell'ospitalità AUTOMOTIVE: 89.400 nell'automotive

Nel corso della Giornata Altagamma sono intervenuti sul tema anche i rappresentanti di due Imprese Altagamma: Serge Brunschwig, CEO e Chairman di FENDI e Stefano Domenicali, CEO e Chairman di AUTOMOBILI LAMBORGHINI.

Due aziende di settori diversissimi eppure accomunate dalla medesima sensibilità verso l'importanza di promuovere in Italia iniziative di sensibilizzazione pubblica su un'urgenza cruciale per il paese.

Le professionalità più richieste saranno: " progettisti, meccatronici e manutentori, per il settore automobilistico " tecnici della vinificazione, tecnici della comunicazione & marketing, addetti all'accoglienza e guide eno-turistiche, per il settore food & beverage " tecnici specializzati in calzature, pelletteria, sartoria, tessuto e maglieria, nonché prototipisti, per la moda " specialisti dell'ospitalità, della cura, della ristorazione, nell'ospitalità

In effetti, in Italia, gli studenti che al termine delle scuole secondarie decidono di proseguire gli studi presso gli Istituti Tecnici sono solo il 30,7%, e ancora chi sceglie un Istituto Professionale rappresenta il 15%, laddove i Licei Tradizionali assorbono più della metà degli studenti dopo la licenza media. Gli iscritti agli Istituti Tecnici Superiori italiani sono 10.000, un numero davvero esiguo se paragonato agli allievi degli equivalenti tedeschi, Fachhochschule, che arrivano a 880.000, e a quelli francesi che rilasciano il BTS (Brevet de Technicien Supérieur) e attraggono 240.000 studenti.



<https://quifinanza.it/finanza/altagamma-illy-istruzione-gioco-di-squadra-e-made-in-italy-alla-base-della-crescita/278699/>

30 maggio 2019

Altagamma, Illy: “Istruzione, gioco di squadra e Made in Italy alla base della crescita”

 Condividi su Facebook



30 maggio 2019 - (Teleborsa) - “È necessario puntare sull'istruzione perché nei prossimi anni alle aziende manifatturiere e a quelle dei servizi tipici del Made in Italy, a cominciare da quelle di eccellenza, mancherà una parte consistente della forza lavoro qualificata che serve alla loro crescita. **Le aziende di 5 diversi settori ricercheranno 236mila talenti**, molti dei quali manifatturieri”. A dirlo è **Andrea Illy, Presidente di Altagamma**, in occasione della Giornata Altagamma – I Talenti del Fare, in corso da questa mattina a Palazzo Montecitorio.

“Abbiamo un'economia a bassa inflazione e a bassa occupazione e l'imperativo è **combattere con tutte le forze la deflazione che è il peggiore dei mali dell'economia**” ha affermato Illy. Secondo il Presidente di Altagamma “da tempo non c'è più margine per la crescita attraverso la globalizzazione e siamo entrati in questa **fase molto fluida che tutti chiamano unicameralismo in cui i grandi protagonisti sono gli Stati Uniti e la Cina**”. “Gli unicameralismi – ha spiegato Illy – vedono una logica più locale e quindi le grandi marche globali sono sempre meno apprezzate. Per questo è **necessario costruire il consumatore glocal** e questo significa capire e interpretare la cultura dei popoli dei Paesi in cui andiamo a esportare”.

E-DUESSE.IT

TELEVISIONE

<http://www.e-duesse.it/News/Televisione/Discovery-con-Altagamma-per-i-talenti-del-fare-239293>

30 maggio 2019

30 MAGGIO 2019 14:07

DISCOVERY CON ALTAGAMMA PER “I TALENTI DEL FARE”

share f t g+ p in

Eliona Corti



Al via la nuova campagna Discovery for Good dedicata al settore manifatturiero e all'eccellenza del Made in Italy

Nuova iniziativa di Discovery for Good, il brand che racchiude tutte le attività di Corporate Social Responsibility di Discovery Italia, questa volta al fianco di Altagamma, la Fondazione cui fanno capo le migliori imprese dell'Alta Industria Culturale e Creativa. La partnership è stata annunciata in occasione della Consulta Strategica riunita oggi a Palazzo Montecitorio e della presentazione del libro *I talenti del fare*. Il team creativo interno di Discovery, Discovery Creative, ha realizzato la campagna *“MANifest”*, on air da questo autunno sui canali del gruppo, girato anche presso alcune aziende associate, che esaltano l'abilità dei gesti che vengono compiuti ogni giorno per realizzare prodotti d'eccellenza.

30 maggio 2019

HOME / ECONOMIA



MADE IN ITALY CERCA TALENTI, 236MILA POSTI ENTRO IL 2023

di Redazione

30 maggio 2019



I cinque settori che più rappresentano il Made in Italy nel mondo - moda, design, alimentare, automotive e ospitalità - avvertono: nei prossimi cinque anni avranno bisogno di coprire 236mila nuovi posti di lavoro. Cercano soprattutto profili tecnici, ma la loro paura è quella di non riuscire a trovarli e di rischiare così un indebolimento della filiera industriale. I numeri sono di Altagamma, la fondazione a cui fanno capo alcune delle migliori imprese dell'alta industria culturale e creativa, quelle che promuovono nel mondo lo stile di vita italiano.

A fronte di un mercato "in crescita costante del 5 per cento a livello mondiale, la prima risorsa - quella dei

talenti - è in progressiva decrescita: le industrie segnalano infatti una preoccupante difficoltà a reperirli", fa notare il presidente di Altagamma, Andrea Illy, sottolineando che ben il 70% dei profili di cui avranno bisogno queste imprese, da oggi al 2023, sono di tipo tecnico-professionale. Il settore manifatturiero che fra cinque anni avrà più bisogno di personale - secondo le stime di Altagamma su dati Unioncamere - sarà quello dell'automotive con 89.400 richieste, seguito dall'alimentare con 49mila profili ricercati, dalla moda a cui ne serviranno 46.400, da quello dell'ospitalità con 33.220 e infine del design con 18.300. Gli iscritti agli istituti tecnici superiori italiani però "sono 10mila, un numero davvero esiguo se paragonato agli allievi degli equivalenti tedeschi, Fachhochschule, che arrivano a 880mila, e a quelli francesi che rilasciano il Bts (Brevet de Technicien Supérieur) e attraggono 240mila studenti" avverte Altagamma spiegando che le ragioni di questa situazione "sono complesse e richiedono un'analisi sistemica" ecco perché la fondazione lancia al governo l'idea di istituire un tavolo di confronto sulla formazione.

Dal canto suo, il ministro dei Beni e delle attività culturali, Alberto Bonisoli, fa sapere subito che il suo dicastero si sta occupando "con grande impegno" di parlare a ragazzi e famiglie "per incentivare la scelta di professioni tecniche e restituire a questi mestieri il valore e la reputazione che meritano". Sulla stessa lunghezza d'onda anche il viceministro allo Sviluppo economico, Dario Galli, secondo il quale "bisognerebbe avvicinare il più possibile scuole e imprese", ma anche compiere un'azione importante sulle famiglie, "per far capire che ci sono professioni, come quelle tecniche, che una volta potevano essere immaginate di serie B", ma ora non più.

LA SICILIA

<https://www.lasicilia.it/take/ultima-ora/248272/nuova-castelli-illy-con-lactalis-gioco-di-squadra-italo-francese.html>

30 maggio 2019

Nuova Castelli: Illy, 'con Lactalis gioco di squadra italo-francese'

30/05/2019 - 12:57



Roma, 30 mag. (AdnKronos) - L'acquisizione di Nuova Castelli, azienda che distribuisce ed esporta formaggio Dop, tra i quali un campione del made in Italy come il Parmigiano Reggiano, viene salutata positivamente da Andrea Illy, presidente della fondazione Altagamma.

"Il sodalizio italo-francese, che esiste da prima ancora della nascita dei due Paesi, è un interscambio" afferma a margine della Consulta strategica di Altagamma alla Camera dei Deputati. "Negli stessi giorni in cui Lactalis compra questa azienda, Fca fa un accordo alla pari con Renault - prosegue - accordo in cui, da una parte c'è un azionista italiano molto forte e dall'altra c'è solamente un azionariato pubblico".

Quindi, secondo Illy si tratta "sempre di più un gioco di squadra franco-italiano necessario per innalzare la competitività del nostro Paese e dell'Europa intera. Viviamo in un momento in cui non valgono più le regole del multilateralismo della globalizzazione ma valgono di più quelle dell'unilateralismo. E' una battaglia tra grandi pesi massimi, gli Stati Uniti e la Cina, e nessuno di questi due ha interesse che l'Europa sia forte. Quindi se vogliamo evitare di essere schiacciati - conclude - dobbiamo metterci assieme. Evviva questa storica alleanza tra la Francia e l'Italia".

Altagamma Forecasts Lack of Workforce in High-End Companies by 2023

The association released a tome highlighting that the industry will miss 236,000 professionals profiles in five years.

By [Sandra Salibian](#) on May 30, 2019



📷 Gucci's École de l'Amour.
Courtesy Photo

MILAN — The Italian high-end companies operating in fashion, design, hospitality, automotive and food categories will face a lack of 236,000 professional profiles by 2023, according to [Altagamma](#).

The association, which represents more than 100 Italian cultural and creative high-end firms, on Thursday presented a book highlighting the issue at Rome's Palazzo Montecitorio, which houses [Italy's](#) chamber of deputies.

ESSENTIALIST

— TODAY'S MUST READ —



[Altagamma Forecasts Lack of Workforce in High-End Companies by 2023](#)

LATEST GALLERIES

Dubbed “I Talenti del Fare,” or “The talents of making” in English, the book offers an analysis of the companies’ current situation and forecasts the challenges the industry will have to face in the future.

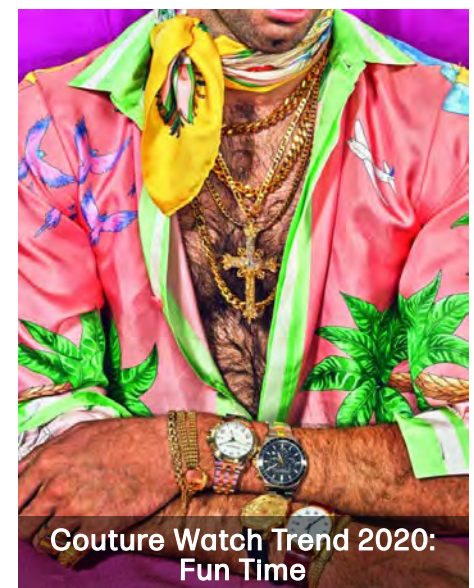
“In the upcoming years, Made in [Italy](#) manufacturing companies and those offering services will see a lack of a consistent part of qualified workforce needed to fuel their growth,” said Altagamma’s president [Andrea Illy](#).

Out of the 236,000 jobs expected to be missing, 70 percent are technicians, as specialized schools are not enrolling and training enough students to meet the companies’ demand. According to the tome, the gap is a result of institutional and technical issues since schools are managed independently by each region, and also due to the little appeal these types of jobs hold for younger generations.

Students opting to attend professional schools or technical institutes account for 15 percent and 30.7 percent of the total, respectively. In numbers, technical institutes enroll just 10,000 students compared to the 240,000 people attending the Brevet de Technicien Supérieur French counterpart and the 880,000 students taking courses at the German Fachhochschule.

In the next five years, the companies represented by Altagamma will need to employ 46,400 people in fashion, 18,300 in design and 33,220 in hospitality. The average percentage of technical roles requested in each category is 67 percent. In particular, Italian high-end fashion companies will need trained professionals to cover craftsmanship roles in the footwear and leather goods categories as well as prototype-makers and tailors for the apparel, knitwear and textile sectors.

“To worsen the gap between the job demand and offer, there’s a misalignment between the skills requested by the industry and the professional training programs as well as a lack of vocation of the younger generations,” said Altagamma’s managing director [Stefania Lazzaroni](#), who hopes the publication will help enhance the appeal of these jobs, save artisanal roles risking extinction and ultimately support the Italian companies in growing and increasing their competitiveness worldwide.





Bottega Veneta's Scuola dei Maestri Pellettieri Courtesy Photo

For this reason, the book mentions 24 Altagamma Corporate Academy cases — referencing laboratories, educational and internship programs implemented by companies that are part of the association — to highlight the importance luxury players are already giving to craftsmanship.

Examples include Bottega Veneta's Scuola dei Maestri Pellettieri; Brunello Cucinelli's Scuola di Arti e Mestieri di Solomeo; the Bulgari Jewellery Academy; Ermenegildo Zegna's Made to Measure Academy; Fendi's Scuola di Pelletteria; Gucci's École de l'Amour; LVMH's Institut des Métiers d'Excellence; Sergio Rossi's SR Academy, and Valentino's Bottega Couture, among others.

To further raise awareness of the topic, Altagamma also presented the “MANIfesto” 30-second video campaign spotlighting the importance of craftsmanship for the Italian industry. The clip focuses on manufacturing skills and gestures done by hand, as the name of the campaign also references the Italian word “mani,” standing for “hands” in English.

