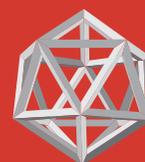
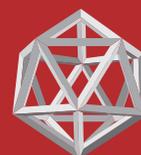


FONDAZIONE  
ALTAGAMMA  
**VALUE REPORT**  
2013-2015



FONDAZIONE  
ALTAGAMMA  
**VALUE REPORT**  
**2013 - 2015**

p. 4	LETTERA DEL PRESIDENTE
p. 6	INTRODUZIONE
p. 7	BUSINESS DEVELOPMENT
p. 8	Studi e Ricerche
p. 11	Relazioni Istituzionali
p. 15	Networking
p. 17	CULTURA D'IMPRESA
p. 18	Consulta Strategica
p. 20	Formazione Manageriale
p. 21	PROMOZIONE
p. 22	Progetti
p. 23	Larte
p. 24	Milano Creativa
p. 25	Panorama
p. 26	Fondazione Italia Patria della Bellezza
p. 27	Nautica Italiana
p. 28	Italian Style Itineraries
p. 29	Eventi Pubblici e Comunicazione



LETTERA DEL PRESIDENTE

# VALORE PER I SOCI E PER IL SISTEMA PAESE

Non conosco un solo imprenditore italiano che non ami sinceramente il suo Paese.

Al netto delle difficoltà che comporta infatti fare impresa in Italia, ci sentiamo intimamente riconoscenti per lo straordinario patrimonio culturale, artistico e paesaggistico che abbiamo ereditato e che nutre i nostri sogni imprenditoriali. La Bellezza ci educa a una inestimabile sensibilità estetica ed è una risorsa intangibile ma di cui riconosciamo sempre di più il valore.

Per questo tutelare e valorizzare l'industria di alta gamma – meglio definita dall'Unione Europea "Alta Industria Culturale e Creativa" – significa sostenere il Paese e porre le basi per il suo rilancio economico e sociale.

La strategia di Altagamma e della mia Presidenza è stata dunque modellata sul principio che l'interesse della nostra industria corrisponde a quello del Paese e il metodo più efficace per perseguirlo è la collaborazione fra tutti i soggetti coinvolti, privati e pubblici.

D'altra parte il fulcro dell'attività di Altagamma – lo sviluppo del business – è stato mantenuto ed arricchito. Per alimentare la cultura d'impresa, indispensabile alla crescita delle nostre aziende, abbiamo creato la Consulta Strategica. Per sostenere la loro competitività, lavoriamo a livello nazionale, europeo e internazionale con i più autorevoli interlocutori istituzionali. Per agganciare infine opportunità come EXPO2015, sono stati ideati progetti di promozione in una collaborazione sistemica di Imprese, Associazioni ed Istituzioni.

Siamo dunque molto lieti di narrare questo percorso nel Primo Value Report Altagamma che illustrando il lavoro fatto nello scorso triennio testimonia l'impegno e la passione con cui Altagamma interpreta la propria missione. Il report include anche una valorizzazione economica delle attività del triennio: leggerlo significa cogliere il potenziale che Fondazione Altagamma ancora può sprigionare e i tangibili benefici che la Fondazione è orgogliosa di consegnare ai Soci.

Questi risultati non sarebbero stati raggiunti senza il sostegno dei Vice Presidenti, che durante i nostri incontri mensili contribuiscono attivamente ad affinare le strategie e le modalità operative della Fondazione: un doveroso ringraziamento va dunque a Francesca Bortolotto Possati, Armando Branchini, Matteo Lunelli, Claudio Luti, Laudomia Pucci, Lamberto Tacoli, Paolo Zegna.

Le sfide globali che ci attendono sono sempre più complesse. Altagamma si impegnerà in questa direzione divenendo per le aziende – ed è il nostro auspicio – un partner imprescindibile in termini di conoscenza, networking e di valorizzazione del patrimonio di eccellenze creative del nostro Paese.

Andrea Illy



## VALORIZZAZIONE DELLE ATTIVITA' DEL TRIENNIO

Le attività di Altagamma generano un valore concreto per i Soci della Fondazione. Dai progetti di promozione alla visibilità degli eventi pubblici, dalle uscite sui mezzi di informazione al valore intrinseco del Brand Altagamma: molti sono gli elementi che concorrono a generare questo valore. Per la prima volta, Fondazione Altagamma ha voluto misurare questo ROI con l'aiuto di esperti e in particolare del Prof. Maurizio Dallochio di SDA Bocconi. Sono stati quantificati così i benefici per i Soci derivati dall'appartenenza ad Altagamma nell'ultimo triennio.

I primi risultati dello studio evidenziano per ciascun Socio, a fronte di una quota media associativa di 22.000 euro, un valore complessivo annuo di **circa 220.000 euro**, così ripartito per le macro aree di attività della Fondazione:

BUSINESS DEVELOPMENT: 60%

PROMOZIONE: 25%

CULTURA D'IMPRESA: 15%

22k  
**220k**  
€ ROI

INTRODUZIONE

# UN'ALTAGAMMA SOLIDA E AUTOREVOLE PER AFFRONTARE LE SFIDE GLOBALI



Stefania Lazzaroni  
Direttore Generale

La sfida di realizzare un Value Report ci ha spinti a guardare a quanto fatto dal 2013 ad oggi valutandone i risultati concreti, le innovazioni e la rilevanza per i Soci.

Fermarsi a cogliere il valore di ciò che si è fatto è sempre utile ma diventa necessario alla vigilia di un nuovo triennio.

Crediamo che Fondazione Altagamma sia evoluta. La governance è cambiata pur nel rispetto del percorso costruito dai Presidenti e da Armando Branchini: 22 i nuovi Soci, 12 i nuovi partner, 16 i nuovi membri dell' Honorary Council, selezionati fra i più importanti Ambasciatori del lifestyle italiano (chef, designer e intellettuali), 4 i primi Territori d'Eccellenza e

6 le prime Giovani Imprese d'Altagamma che offrono lo spunto per indagare i nuovi talenti imprenditoriali e quelli che saranno i Brand del domani.

Se a questo aggiungiamo la straordinaria progettualità messa in campo per Expo con il progetto PANORAMA, l'affiliazione di Nautica Italiana e il sostanziale incremento di eventi e di riunioni interne, ci rendiamo conto - noi stessi - di quanto è stato realizzato.

Il mio ringraziamento va primariamente al team Altagamma - Elena Besana, Annamaria Caimi ed Edoardo Carloni - per aver abbracciato i nuovi progetti con tenacia, passione ed efficacia. È stato questo impegno quotidiano che ha permesso di offrire ai Soci i risultati che le prossime pagine descriveranno.

Le soddisfazioni sono state tante. Riteniamo che l'autorevolezza della Fondazione si sia rafforzata in questo percorso e pensiamo di avere posto le basi per costruire insieme il prossimo triennio. L'obiettivo primario rimane il medesimo: costruire valore per i Soci e diventare un punto di riferimento imprescindibile, in Italia e oltre i confini, per l'Alta Industria Creativa e Culturale.

1

# BUSINESS DEVELOPMENT

Rafforzare la competitività  
delle imprese

STUDI & RICERCHE  
RELAZIONI ISTITUZIONALI  
NETWORKING



# STUDI & RICERCHE

L'analisi e l'approfondimento dei numeri e delle dinamiche del mercato sono da sempre tra i fiori all'occhiello dell'attività di Altagamma.

I mercati mondiali, i consumatori, i canali, la finanza sono stati nell'ultimo triennio sotto la lente di ingrandimento della Fondazione, che li ha analizzati direttamente e con il contributo dei partner internazionali più qualificati in ciascuna area specifica.

Il complesso delle ricerche costituisce la più completa ed autorevole overview sul mercato mondiale di alta gamma. Ne ha delega il Vice Presidente Armando Branchini.

Dal 2013 il panel di studi si è arricchito di tre importanti nuovi strumenti di analisi:

## I/ L'ALTA GAMMA: UN MODELLO SOSTENIBILE NELLA COMPETIZIONE DI VALORE

Realizzato nel 2013 con il Centro di Ricerca e Sviluppo dell'**Università Bocconi**, lo studio analizza dal punto di vista qualitativo e dimensionale il modello di business dell'alto di gamma, evidenziandone le caratteristiche in termini di strategie competitive ed il rilevante contributo che riesce a generare, grazie alla sua trasversalità, sulle principali variabili macroeconomiche.



ARMANDO BRANCHINI

Vice Presidente, Responsabile delle aree Studi e Ricerche, Relazioni Istituzionali

STUDI REALIZZATI  
IN COLLABORAZIONE CON:

**SDA Bocconi**  
School of Management

**BCG**  
THE BOSTON CONSULTING GROUP

**BAIN & COMPANY**

**BNP PARIBAS**



**Global Blue**

**McKinsey & Company**



## 2/ TRUE LUXURY GLOBAL CONSUMER INSIGHT

Realizzato a partire dal 2014 con **Boston Consulting Group**, è uno studio qualitativo focalizzato sul consumatore di alta gamma e condotto su un panel di 40.000 intervistati in oltre 20 Paesi. Il target di riferimento è di circa 390 milioni di consumatori, con un focus specifico su una élite di 15 milioni di consumatori core del lusso. Lo studio individua e descrive, con un elevato livello di dettaglio, 12 profili "tipo" di consumatore.

## 3/ DESIGN MARKET MONITOR

Realizzato nel 2015 in collaborazione con **Bain&Company**, lo studio è fondato sull'analisi di 350 aziende italiane ed internazionali di 30 Paesi diversi, operanti nel settore del design, con uno specifico approfondimento sul segmento più alto del mercato.

## STUDI ANNUALI

### ALTAGAMMA WORLDWIDE MARKETS MONITOR

Realizzato in stretta collaborazione con **Bain&Company**, è il report storico di Altagama sui consumi mondiali. Da più di 15 anni il Monitor analizza i bilanci di centinaia di imprese del segmento, rispettando una metodologia rigorosa che ha permesso la creazione di serie storiche uniche. È la fonte più citata nel mondo relativamente ai consumi di lusso.

### IL CONSUMO TAX FREE NELL'UNIONE EUROPEA

Realizzato in collaborazione con **Global Blue**, azienda leader al mondo nel Tax Refund, rileva ed analizza gli acquisti effettuati in Europa da cittadini extraeuropei che richiedono il rimborso dell'IVA.



#### FASHION & LUXURY INSIGHT FOOD & HOSPITALITY INSIGHT

I due studi, realizzati in collaborazione con **SDA Bocconi**, prendono in esame le performance delle aziende di moda, lusso, cibo e ospitalità quotate nelle più importanti Borse del mondo. Un benchmark sugli indicatori economici e finanziari anche per le Imprese Altagamma non quotate.

#### ALTAGAMMA CONSENSUS

Realizzato da **Fondazione Altagamma** con la collaborazione di una trentina di analisti specializzati di tutto il mondo, è lo studio previsionale sul mercato di alta gamma, analizzato per aree geografiche e categorie. Essenziale e di agevole consultazione, è il risultato dell'elaborazione dei forecast forniti quest'anno alla Fondazione da quasi 30 tra le più importanti società di consulenza e banche di investimento.

#### ALTAGAMMA RETAIL EVOLUTION

Realizzato con **Exane BNP Paribas**, è lo studio che analizza l'evoluzione e le prospettive delle strategie retail delle imprese, basandosi su ricerche empiriche e sull'elaborazione dei dati pubblici di un centinaio di aziende tra quotate e non, per un totale di 12.500 punti vendita.

#### DIGITAL LUXURY EXPERIENCE

Lo studio condotto in collaborazione con **McKinsey&Company** analizza il comportamento digitale del consumatore di alta gamma e le performance online delle imprese del segmento.

#### MARKET FOCUS

Parallelamente agli studi aggiornati annualmente, Altagamma dedica approfondimenti specifici a mercati di particolare interesse per il segmento, con convegni partecipati da esperti e da imprenditori Altagamma: al **Market Focus** dedicato alla **Russia** nel 2014 è seguito l'anno successivo quello sui consumi di alta gamma nell'**Africa Subsahariana**, in collaborazione con **ISPI** e **SACE**.



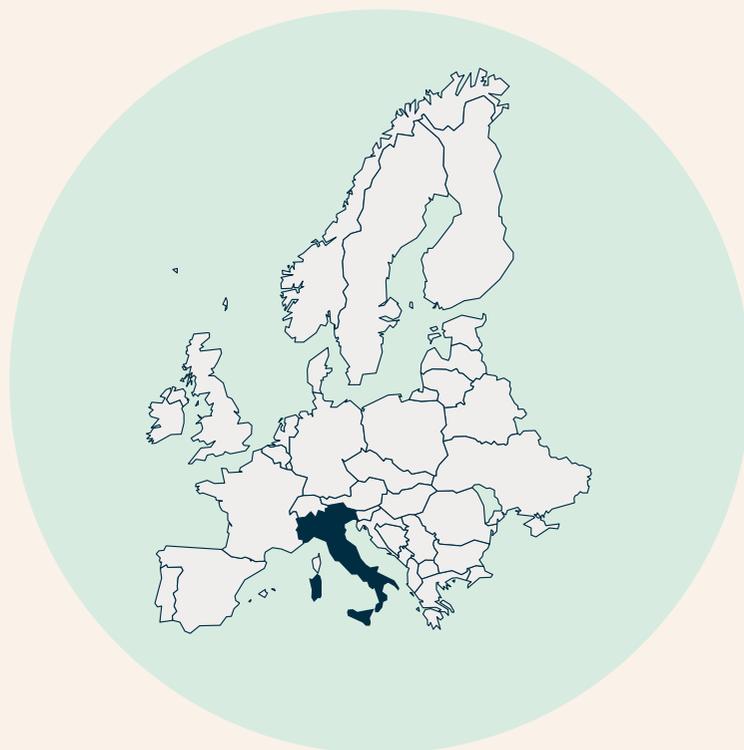
# RELAZIONI ISTITUZIONALI

Fondazione Altagamma rappresenta, tutela e valorizza gli interessi delle imprese associate attraverso un'attività strutturata di Relazioni Istituzionali in Italia, in Europa e nel Mondo.

**ITALIA** | Obiettivo dell'attività, svolta dal Vice Presidente Armando Branchini, è stato aprire un dialogo continuo ed articolato con le Istituzioni Italiane, finalizzato a consolidare una prassi di collaborazione tra settore pubblico ed industria.

È stato intrapreso un percorso di accreditamento nei confronti di Presidenza del Consiglio, Ministero dello Sviluppo Economico, Ministero dell'Economia e delle Finanze, Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, attraverso un impegno personale del Presidente Andrea Illy, con l'obiettivo di sensibilizzare i referenti politici sull'importanza dell'industria di alta gamma per il Paese.

A questo fine è stato presentato ai Premier **Monti, Letta e Renzi**, e a molti altri rappresentanti nazionali e locali delle Istituzioni lo studio commissionato a **CRESV BOCCONI** sul modello di business e sul contributo al Paese da parte dell'industria dell'alto di gamma.



“L'obiettivo primario delle relazioni Istituzionali di Altagamma è stato aprire un dialogo continuo ed articolato con le Istituzioni Italiane, finalizzato a consolidare una prassi di partnership tra pubblico e privati.”



# Our Global Challenge

Shaping the Global Agenda

Nel corso del triennio, i Ministri **Federica Guidi**, **Pier Carlo Padoan**, **Enrico Franceschini**, il Vice Ministro **Carlo Calenda** sono stati coinvolti in numerosi incontri a porte chiuse o in Conferenze pubbliche organizzate da Altagamma.

World  
Economic  
Forum

Con il World Economic Forum è stata intrapresa una collaborazione che ha avuto l'avvio a Novembre 2014 in un Convegno a porte chiuse su creatività, innovazione e competitività e riconfermato nel 2015 con un contributo sul tema delle sfide globali delle imprese del comparto.

Aumentare la  
capacità  
competitiva  
dell'industria  
Altagamma

Fondazione Altagamma ha elaborato, per presentarlo al Governo il 26 novembre 2015, il documento "**Aumentare la capacità competitiva dell'industria Altagamma**", che mira ad individuare le strategie operative per generare un aumento di 5 punti del PIL ed un milione di nuovi posti di lavoro

Nei confronti di Commissioni Parlamentari, MISE, MIBACT, Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, CNAC, Agenzia delle Dogane, nel triennio sono state svolte le attività di proposta e di intervento in particolare sulle tematiche:

**Lotta alla Contraffazione**

**Controllo delle Merci in Transito**

**Distribuzione Selettiva**

**Normativa Internet**

**Normativa Aperture Negozi**

**Normativa Tax-Free**

**Revisione normativa sulle Sponsorizzazioni**

**Riduzione delle Barriere Tariffarie e Non-Tariffarie**

## European Cultural and Creative Industries Alliance



**EUROPA** | A livello europeo, Altagamma gestisce le relazioni con i decision maker europei sulle tematiche non fiscali, tramite **ECCIA European Cultural and Creative Industries Alliance**, di cui Armando Branchini è Past President e componente dell'Executive Team.

In materia fiscale europea, Fondazione Altagamma gestisce da anni direttamente a Bruxelles le relazioni con la DG Taxud (Tassazione e Dogane) e dal 2013 ha un proprio rappresentante nel "VEG – VAT Expert Group", il Gruppo di lavoro incaricato di risolvere le difficoltà normative ed applicative dell'IVA tra i Paesi membri dell'Unione Europea.

Il 9 dicembre 2014 ECCIA ha presentato alla Commissione Europea ed al Parlamento Europeo la seconda edizione dello studio di Frontier Economics sull'importanza dell'industria europea del lusso.

Il report ha evidenziato che la cifra d'affari complessiva delle aziende dei diversi settori dell'alto di gamma è cresciuta del 28% tra il 2010 e il 2013 e che nello stesso periodo il comparto ha creato 200.000 posti di lavoro aggiuntivi in Europa.

Tematiche più rilevanti per l'industria di alta gamma:

[Revisione dello European Trade Marks System](#)

[Controllo di Originalità delle Merci in Transito](#)

[Mandatory Origin Marking / Made In obbligatorio](#)

[Governance di Internet](#)

[con particolare enfasi sulla tematica del Duty of Care](#)

[Distribuzione Selettiva](#)

[Accesso ai Mercati](#)

[Riduzione delle Barriere Tariffarie e Non-Tariffarie](#)

[Negozianti dei due Trade Agreement "EU-Giappone" e "EU-Stati Uniti"](#)

**MONDO** | Le Relazioni Istituzionali nei confronti di Paesi extraeuropei, nel triennio, si sono concentrate su tre Paesi: **Brasile, India e Repubblica Popolare Cinese**.

Nei confronti di tutti e tre i Paesi si sono affrontate: la tematica della riduzione delle **barriere tariffarie** e non-tariffarie e delle tasse aggiuntive interne e la tematica della tutela della **proprietà intellettuale** e della **lotta alla contraffazione**.

Nel caso della Cina nel corso del 2013 e 2014, al Ministero dell'Industria Cinese, al Ministro Wei Ming ed alla Commissione Le-

gislativa del Parlamento Cinese, sono state avanzate proposte per una maggiore Tutela dei Marchi Notori, cinesi e stranieri, nella fase di elaborazione della nuova normativa sull'IP che è entrata in vigore l'1 maggio 2014.

Nel corso del 2014 e del 2015 sono stati forniti ai Ministeri Cinesi del Commercio e delle Finanze, studi e documenti sull'acquisto prevalentemente all'estero dei Prodotti di Lusso per la Persona da parte dei consumatori cinesi, insieme alle richieste di riduzione dei Dazi Doganali e delle tasse interne aggiuntive, sia a livello centrale che locale.



*Presidenza del Consiglio*



*Ministero  
dell'Economia e delle Finanze*



*Ministero  
dello Sviluppo Economico*



*Ministero dei Beni  
e delle Attività Culturali  
e del Turismo*

Nel febbraio 2015 ha iniziato ad operare il Gruppo di Lavoro Relazioni Istituzionali, che riunisce i referenti delle Imprese Altagama responsabili per quest'area, quasi 30 in totale.

Grazie al contributo del Gruppo di Lavoro Fiscalità, che dal 2012 riunisce 30 Tax Head delle Imprese Altagama, sono state presentate proposte politiche e tecniche alle istituzioni di competenza sulle tematiche:

#### **Incremento dell' ACE**

*detassazione degli utili reinvestiti*

#### **Art Bonus**

*a favore delle erogazioni liberali per arte e cultura*

#### **Nuovi Criteri**

*per l'individuazione di Paesi Black List*

#### **Deducibilità**

*dei costi sostenuti dalle imprese verso fornitori dei Paesi Black List*

#### **Rimpatrio Dividendi**

*distribuiti da società in Paesi Black list*

#### **Aumento Deducibilità**

*delle Spese di Rappresentanza*

#### **Semplificazione IVA**

*per operazioni con soggetti esteri*

Importante è stata nel triennio l'attività a sostegno dell'introduzione in Italia di una disciplina presente da anni in molti Paesi europei e denominata IP Box o Patent Box.

Nella Conferenza Altagama del 22 settembre 2015, insieme al Ministro delle Finanze Pier Carlo Padoan, al DG delle Politiche Industriali del MISE, Stefano Firpo e al DG dell'Agenzia delle Entrate, Rossella Orlandi, sono stati discussi i possibili miglioramenti alla disciplina italiana del Patent Box.

# NETWORK

Tra gli obiettivi di Altagamma dal 2013 vi è il rafforzamento della rete di relazioni che fanno della Fondazione un network unico nel mondo dell'industria culturale e creativa.

## L'ALTAGAMMA HONORARY COUNCIL: UN NETWORK ANCORA PIÙ GRANDE

L'Altagamma Honorary Council, il network internazionale che riunisce aziende e istituzioni politiche ed accademiche che contribuiscono a promuovere l'eccellenza italiana, accoglie dal 2013 **due nuove categorie di Soci Onorari**: gli Ambasciatori dell'Eccellenza e i Territori di Eccellenza.

**Gli Ambasciatori dell'Eccellenza** sono personalità italiane che hanno portato nel mondo il meglio dello stile di vita italiano. Sono: Mario Bellini, Andrea Berton, Massimo Bottura, Antonio Citterio, Michele De Lucchi, Gillo Dorfles, Ludovico Einaudi, Massimiliano Fuksas, Piero Lissoni, Gualtiero Marchesi, Alessandro Mendini, Davide Oldani, Mario Pedol, Niko Romito, Davide Scabin, Franca Sozzani.

**I Territori di Eccellenza** sono i grandi brand del territorio italiano: località di grande rinomanza, con forte vocazione turistica e posizionati nella fascia più alta del business dell'accoglienza e che simboleggiano nel mondo la bellezza italiana: ne fanno parte Cortina Turismo, Consorzio Costa Smeralda, Fondazione Capri, MonteNapoleone.



Nel corso del triennio le occasioni di incontro tra i Soci di Altagamma sono quasi raddoppiate:

**2013 / 15**  
**2014 / 22**  
**2015 / 29**

**22 nuovi Soci** 2013: 77

**+23%** 2014: 81  
2015: 95

**13 nuovi partner** 2013: 6

**+200%** 2014: 15  
2015: 18



Cena Luxury & Finance 2015 / Premiazione Giovani Imprese

### GIOVANI IMPRESE ALTAGAMMA

Il primato italiano nell'industria culturale e creativa richiede che si valorizzino le giovani imprese che rappresentano il futuro di un comparto così importante per la nostra economia.

Per questo dal 2015 un selezionato numero di brand emergenti appartenenti a diversi settori entra in Altagamma con un programma di mentorship personalizzato che si avvale della collaborazione di uno o più Soci.

La selezione è avvenuta quest'anno attraverso il Premio Giovani Imprese – Believing in the Future, organizzato in collaborazione con Uomo Vogue, Borsa Italiana, Maserati.

I vincitori del Premio nel 2015 sono stati Alvaro Gonzalez, Bea Bongiasca, Blackshape, CrowdM Italy, DA A, Gusto.

### GRUPPI DI LAVORO SETTORIALI

I Gruppi di Lavoro settoriali offrono ai manager delle Imprese Altagamma l'opportunità di confrontarsi su tematiche specifiche con i colleghi e con autorevoli consulenti esterni.

Sono attivi il Gruppo Fiscalità, il Gruppo Relazioni Istituzionali e il Gruppo Cross Marketing e Comunicazione. Quest'ultimo, nato nel 2014 e coordinato da Clement Vachon di Sanpellegrino, si è riunito 10 volte e ha dato vita, con l'obiettivo di rafforzare il senso di appartenenza alla Fondazione, all'Altagamma Club, una comunità cui appartengono i rappresentanti delle Imprese Associate. A questi è riservato l'accesso privilegiato a specifici benefit e servizi offerti dalle imprese stesse.

### CONVENZIONE EXPORT

Per sostenere l'export delle imprese socie, nel 2015 è stato avviato un programma che offre loro un accesso privilegiato all'ampia gamma di servizi assicurativo-finanziari di SACE e mette a disposizione delle imprese strumenti in grado di rafforzarne la capacità di investimento e la competitività commerciale.



Un incontro del Gruppo Cross Marketing e Comunicazione

2

## CULTURA D'IMPRESA

Contribuire all'arricchimento  
della Cultura d'Impresa  
e alla promozione dei talenti

LA CONSULTA STRATEGICA

LA FORMAZIONE DEI MANAGER DELL'INTANGIBILE

# LA CONSULTA STRATEGICA

La Consulta Strategica è un organismo ad assetto variabile che mette gli imprenditori Altagamma a confronto con esperti di settori diversi ma attigui all'alto di gamma, per arricchire la comprensione di tutti gli elementi che circondano il mercato e la società contemporanea.

Dal 2013 si sono tenuti cinque incontri che hanno visto la partecipazione di autorevoli personalità del mondo imprenditoriale, istituzionale e culturale. Questi appuntamenti sono stati anche l'occasione per coinvolgere e premiare i nuovi Honorary Members italiani.



11 Luglio 2013, Venezia

## IL RILANCIO DELL'ITALIA

Nerio Alessandri \ Technogym

Brunello Cuccinelli

Andrea Illy

Vittorio Radice \ La Rinascente

Angela Vettese \ Assessore alla Cultura del Comune di Venezia, e critica d'arte

Paolo Galluzzi \ Storico della Scienza

5 Dicembre 2013, Milano

## MILANO, GALLERIA DELLA CREATIVITÀ

Ferruccio De Bortoli \ Corriere della Sera

Andrea Guerra \ Persol

Renato Mannheimer

Giuseppe Sala \ EXPO2015

Paolo Zegna

6 Maggio 2014, Firenze

## IL TURISMO COME LEVA PER VALORIZZARE L'ITALIAN CONTEMPORARY ESSENCE

Max Bergami \ Università di Bologna

Francesca Bortolotto Possati \ Hotel Bauer

Mario Calabresi \ La Stampa

Carlo Calenda \ Ministero Sviluppo Economico

Manfredi Catella \ Hines

Pierluigi Celli \ Enit

Marco Fortis \ Fondazione Edison

20 Novembre 2014, Roma

## COMPETITIVITÀ ED INNOVAZIONE

Jennifer Blanke \ World Economic Forum

Nicholas Davis \ World Economic Forum

Federico Barbieri \ Kering

Riccardo Donadon \ H Farm

Francesco Trapani \ Clessidra Sgr

Alberto Piantoni \ Missoni



26 Novembre 2015, Roma

## SFIDE E OPPORTUNITÀ GLOBALI

Nerio Alessandri \ Technogym  
 Armando Branchini \ Fondazione Altagamma  
 Carlo Calenda \ Ministero Sviluppo Economico  
 Claudio Domenicali \ Ducati  
 Andrea Illy \ Fondazione Altagamma  
 Claudio Luti \ Kartell  
 Michele Norsa \ Salvatore Ferragamo  
 Fabrizio Pagani \ Ministero Economia e Finanze  
 Olivier Schwab \ World Economic Forum  
 Lamberto Tacoli \ CRN

I Quaderni di Consulta Strategica propongono i temi e le discussioni emerse nel corso degli incontri annuali della Consulta.

# LA FORMAZIONE DEI MANAGER DELL'INTANGIBILE

Da 15 anni Altagamma ha scelto SDA BOCCONI come partner nell'area della formazione e della ricerca.

La partnership è stata rinnovata e ampliata nel 2015 e prevede un approccio olistico all'Eccellenza Creativa Italiana rappresentata da Moda, Design, Food e Arte, con l'obiettivo di promuovere l'Economia Simbolica italiana e valorizzare l'heritage culturale.

Sono tre i Master internazionali che mirano alla formazione di manager capaci di coniugare teoria e pratica di gestione aziendale con i valori immateriali propri dell'economia simbolica:

## MASTER IN FASHION, EXPERIENCE AND DESIGN MANAGEMENT / MAFED

Giunto alla 14esima edizione, ad oggi ha formato più di 600 studenti provenienti da 40 Paesi. Il Placement rate è tra i più alti della sua categoria, con l'85% dei diplomati che entro il primo anno hanno trovato lavoro in imprese italiane e internazionali.

## MASTER IN FINE FOOD AND BEVERAGE / MFB

Il corso riprende la metodologia del MAFED focalizzandosi sull'industria del Food & Beverage di alta gamma

## MASTER IN ARTS MANAGEMENT AND ADMINISTRATION / MAMA

Rivolto a laureati in discipline umanistiche e a professionisti che lavorano per organizzazioni operanti in ambito artistico e culturale, il nuovo Master si propone di sviluppare precise competenze manageriali e di leadership per coloro che intendono operare nel settore delle arti.



“Dalla rinnovata collaborazione con Fondazione Altagamma nasceranno progetti di grande qualità e impatto globale, in grado di promuovere l'eccellenza italiana nel mondo e i valori che ne sostengono lo sviluppo”

BRUNO BUSACCA

Dean SDA Bocconi

**SDA Bocconi**  
School of Management

3

## PROMOZIONE

Promuovere l'Industria Culturale  
e Creativa Italiana e il Sistema Paese  
nel suo complesso

PROGETTI

EVENTI PUBBLICI

# PROGETTI



## LARTE

Aperta al pubblico dal 2013, LARTE è il concept store dedicato all'Italian lifestyle. Concepito all'interno di Altgamma, con la direzione artistica di Davide Rampello, è stato realizzato da un pool di Soci e di partner di eccellenza che appartengono a diversi settori, coerentemente con lo spirito trasversale della Fondazione.

A pochi passi dal Teatro La Scala, in Via Manzoni 5, LARTE è al tempo stesso caffè, cioccolateria, hosteria – nel senso originario di luogo “in cui si ospita” –, ristorante e galleria: è un luogo che parla italiano e in cui ogni dettaglio è un richiamo allo stile di vita italiano nella sua più alta accezione.

A due anni dall'apertura, LARTE ha registrato un grande successo di clientela e di critica, ed è diventata un luogo di ritrovo informale per la community Altgamma.



MILANO  
PORTA  
CREATIVITÀ

## MILANO CREATIVA

L'industria italiana di alta gamma trova la sua linfa vitale nella creatività diffusa su tutto il territorio nazionale, alimentata a sua volta dallo straordinario heritage naturale ed artistico che caratterizza il Paese.

Milano è tradizionalmente il centro di attrazione di queste energie creative e il palcoscenico che è in grado di rilanciarle nel mondo.

Per questo Fondazione Altagamma nel 2013 ha affidato a FutureBrand, società di branding leader a livello internazionale, il compito di indagare la brand essence della creatività italiana e al contempo il ruolo di Milano nel rappresentarla. Il risultato dello studio è stata l'elaborazione di una identità visiva incentrata sul concept Milano Porta della Creatività.



# FONDAZIONE ITALIA PATRIA DELLA BELLEZZA

Fondazione Altagamma è tra i partner fondatori della Fondazione Italia Patria della Bellezza, ideata da Maurizio di Robilant con l'obiettivo di definire e sostenere l'Identità Competitiva dell'Italia per contribuire al Rilancio del Paese.

La Fondazione opera come una piattaforma progettuale aperta che aggrega da un lato le Istituzioni della società civile che già operano a vario titolo nella direzione della valorizzazione del patrimonio italiano e, dall'altro, la migliore Imprenditoria del Paese.



panorama

## PANORAMA

Paesaggi, Manifatture, Cultura:

Panorama è uno straordinario viaggio nella Bellezza Italiana, declinata nelle sue molteplici forme e fruibile attraverso una esperienza immersiva a 360° di 15 minuti, ogni giorno, in Piazza Gae Aulenti a Milano durante il periodo di EXPO 2015.

Frutto di una collaborazione senza precedenti tra pubblico e privato, con il contributo determinante del Vice Ministro Carlo Calenda, Panorama è stato realizzato da: Fondazione Altagamma, Camera Nazionale della Moda Italiana, Salone del Mobile Milano, Ministero dello Sviluppo Economico, ICE, SIMEST, Comune di Milano e Camera di Commercio di Milano, con la collaborazione del Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo.

Inserita nel circuito di Expoincittà, è stata una delle iniziative che ha riscosso il maggior successo di pubblico, con più di **220.000 visitatori**, **230 uscite** su media nazionali e internazionali e più di 40 visite di delegazioni internazionali, sia istituzionali che commerciali.

Il video Panorama, riadattato nel formato, resta a disposizione delle Istituzioni come formidabile strumento di storytelling e promozione del Sistema Paese.



## NAUTICA ITALIANA

A settembre 2015 è nata “Nautica Italiana”, l’associazione affiliata ad Altagamma che riunisce l’eccellenza nautica italiana.

Un comparto simbolo dell’eccellenza italiana ha così trovato adeguata rappresentanza in Fondazione Altagamma.

Presieduta da Lamberto Tacoli, Vice Presidente di Altagamma, l’associazione riunisce 45 Top Brand del settore che rappresentano l’80% del valore della produzione della cantieristica della nautica italiana.

Al contempo 10 Brand dell’ eccellenza nautica italiana si sono uniti a Riva diventando Soci della Fondazione:

**Amico&Co, Arcadia Yachts, Azimut Yachts, Baglietto, Benetti, CRN, Ferretti Yachts, Perini Navi, Pershing, Picchiotti.**



## ITALIAN STYLE ITINERARIES

Avvalendosi del supporto di diversi esperti fra cui il Prof. Max Bergami dell'Università di Bologna, Altagamma ha curato un progetto innovativo per la creazione di itinerari turistici personalizzati di altissimo profilo: gli ITALIAN STYLE ITINERARIES.

Itinerari innovativi e pensati per una clientela luxury che intendono svelare l'Italia meno nota, ma anche offrire la possibilità di entrare in contatto diretto con alcune delle più straordinarie aziende del Made in Italy.

Per Fondazione Altagamma il progetto risponde all'obiettivo strategico di valorizzare il Sistema Paese e di promuovere al contempo i Brand Altagamma come ambasciatori dell'Italia e vere e proprie icone territoriali.

Project leader del progetto è il Vice Presidente Paolo Zegna.

# EVENTI PUBBLICI E COMUNICAZIONE

Presentazione degli studi, Conferenze Stampa, Public Speaking a eventi esterni Nazionali e Internazionali: dal 2013 al 2015 sono incrementate del **50%** le occasioni pubbliche in cui Altagamma ha promosso in diversi modi l'Industria Culturale e Creativa Italiana, contribuendo alla conoscenza del mercato e delle tematiche più attuali.

La business community italiana ed internazionale invitata agli **eventi Altagamma** consiste di circa 5.000 contatti selezionati (tra Soci, Honorary Members e Business Community).

La risposta media per gli eventi più significativi è di circa 400 partecipanti e 40 giornalisti che garantiscono un'ampia copertura mediatica.

Fra le **Top Luxury Conferences** Internazionali a cui Altagamma ha partecipato a vario titolo:

- FT Business Of Luxury Summit \ Financial Times
- China Luxury Summit \ China Luxury Industry Association
- Prestige Brands Forum \ China Europe Intl. Business School
- Indian Design Forum \ IDF
- MINT Luxury Summit \ Hindustan Times
- Dialogue on Luxury Conference \ Confederation of Indian Industry
- Dubai Design District \ DDD
- The Global Department Store Summit \ IGDS
- Luxury Summit \ Il Sole 24 Ore
- Forum Food & Made in Italy \ Il Sole 24 Ore
- Milano Fashion Global Summit \ Pambianco



**2013 / 16 eventi**

**2014 / 20 eventi**

**2015 / 24 eventi**



*Altgamma Italian Contemporary Excellence, 29 Ottobre 2015 - Unicredit Pavilion di Milano.  
Mostra tenutasi in occasione dell' Osservatorio Altgamma*

## UFFICIO STAMPA

L'autorevolezza e l'accreditamento istituzionale della Fondazione derivano anche dalla frequenza e dalla qualità con cui è presente sui mezzi d'informazione.

Dal 2013 Altgamma ha registrato **un incremento del 30%** delle presenze sui media nazionali ed internazionali.

Sono state **2.500** le uscite tra carta stampata, radio TV e Web.

Il valore pubblicitario equivalente è stato pari a circa **12.200.000 euro**.

## RASSEGNA STAMPA MONDO ALTAGAMMA

Uno dei più apprezzati servizi proposti ai Soci dalla Fondazione è la Rassegna Stampa Mondo Altgamma, che ogni mattina offre ai Soci una panoramica delle più rilevanti uscite stampa nazionali ed internazionali sul mondo dell'alto di gamma, con una selezione che predilige il taglio business/istituzionale.

Facilmente accessibile anche da mobile, dal 2014 la rassegna stampa quotidiana è migliorata sia dal punto di vista qualitativo che da quello numerico, con una media di 40 articoli al giorno.

## SITO WEB

Dopo un primo restyling grafico e una riorganizzazione dei contenuti realizzata nel 2013, il sito Altgamma.it è stato interamente rinnovato nel 2015, in collaborazione con LuxHub Havas, con una veste grafica più innovativa, una migliore navigabilità ed un arricchimento dell'area riservata ai Soci.

## PRESENTAZIONE ISTITUZIONALE

La nuova brochure, in italiano ed inglese, consultabile e scaricabile sulla home page del sito Altgamma.it, racconta con linguaggio sintetico e grafica innovativa la nuova Fondazione Altgamma.

## TWITTER

Da ottobre 2013 le attività della Fondazione, le novità dei Soci, le notizie più rilevanti dell'Industria Culturale e Creativa, sono state amplificate grazie ad una attività quotidiana di Digital Pr che ha ulteriormente arricchito il network di Altgamma.

Nell'arco del triennio i follower dell'account @altgamma\_it sono cresciuti da 60 a 2100.

FONDAZIONE ALTAGAMMA

Via Carducci, 36  
20123 Milano

T +39 02.720.033.21

[altagamma.it](http://altagamma.it)  
[altagamma@altagamma.it](mailto:altagamma@altagamma.it)



Fondazione  
Altagamma