



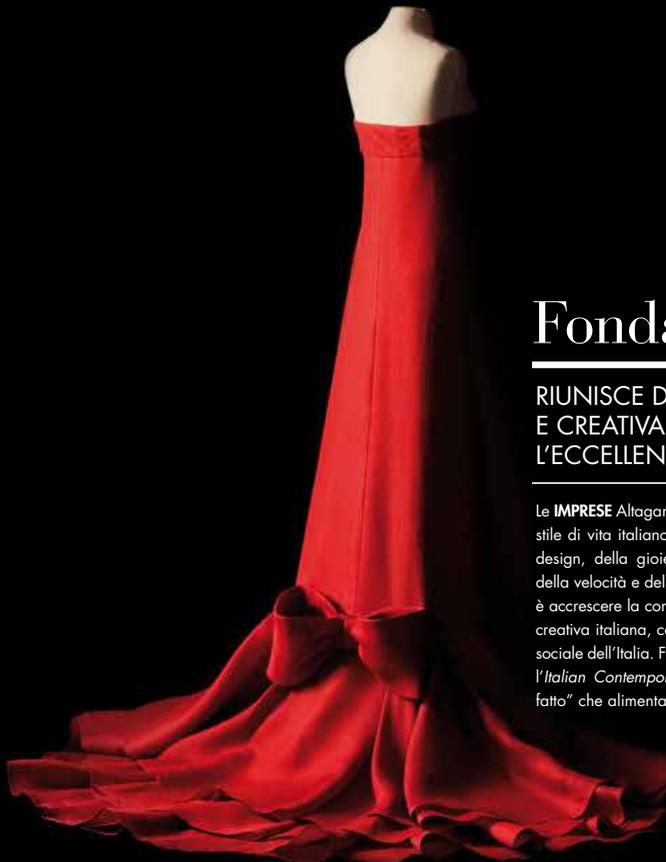
FOND AZIONE— ALTA— GAMMA



ALTAGAMMA
CREATIVITÀ E CULTURA ITALIANA

CREA—
TIVITÀ;
E CULT
—URA



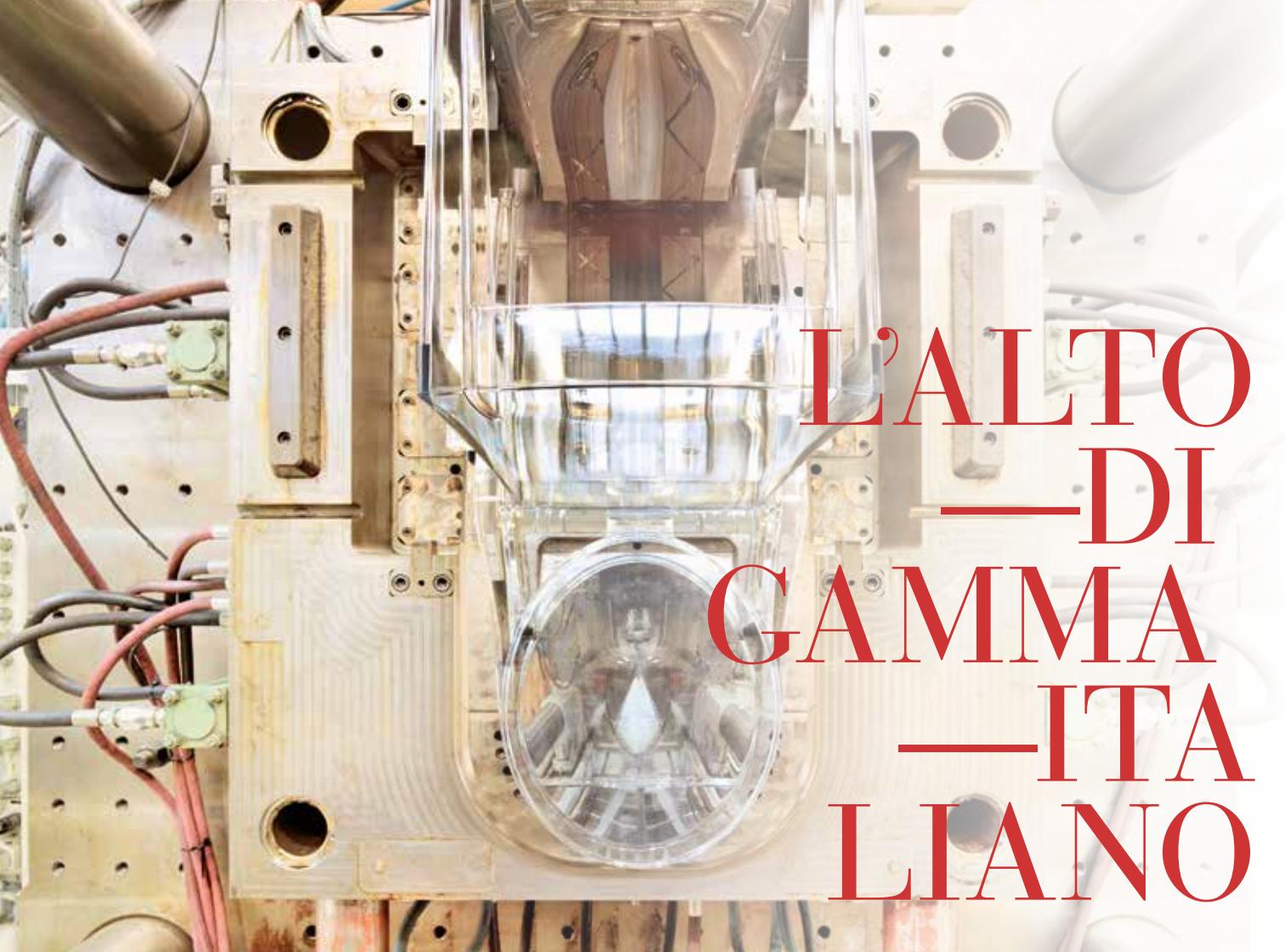


Fondazione Altagamma

RIUNISCE DAL 1992 LE IMPRESE DELL'ALTA INDUSTRIA CULTURALE E CREATIVA ITALIANA CHE PROMUOVONO NEL MONDO L'ECCELLENZA, L'UNICITÀ E LO STILE DI VITA ITALIANI.

Le **IMPRESE** Altagamma sono ambasciatrici mondiali dello stile di vita italiano, operano nei settori della moda, del design, della gioielleria, dell'alimentare, dell'ospitalità, della velocità e del wellness. La **MISSIONE** di Altagamma è accrescere la competitività dell'alta industria culturale e creativa italiana, contribuendo alla crescita economica e sociale dell'Italia. Fin dalla sua fondazione ha valorizzato l'*Italian Contemporary Essence*: il "bello, buono e ben fatto" che alimentano questa essenza è simbolizzato dal

marchio di Altagamma, l'*Ycosaedron vacuus*, che Leonardo da Vinci disegnò per il trattato *De divina proportione* di Luca Pacioli, in cui l'artista e il matematico si incontrano per definire le regole di realizzazione del bello. Dal 2017 Fondazione Altagamma ha **SEDE** in Via Montenapoleone 9, a Milano, città che nel corso dei decenni ha svolto il ruolo di catalizzatrice delle eccellenze nate su tutto il territorio italiano.



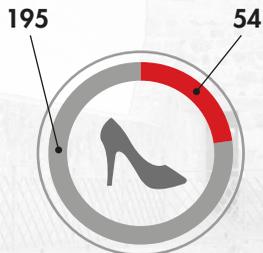
L'ALTO
— DI
GAMMA
— ITA
LIANO

L'Alto di Gamma Italiano

ALL'INTERNO DI UN SEGMENTO DI MERCATO IN COSTANTE CRESCITA DI CONSUMI IN TUTTO IL MONDO, LE IMPRESE ALTAGAMMA GIOCANO UN RUOLO DA PROTAGONISTA.

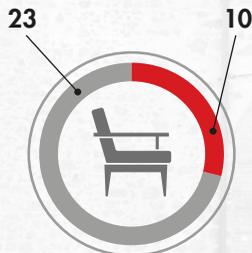
Totale dei consumi mondiali di alta gamma: 1.042 MLD di Euro
Quota di mercato complessiva dei brand italiani: \approx 9%

Fonte: Fondazione Altagamma / Bain&Company



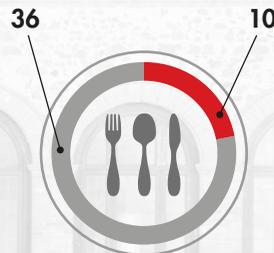
BENI DI LUSO PER LA PERSONA

(MLD di Euro)
Quota Brand Italiani sul totale: 22%



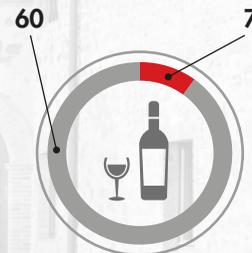
DESIGN ARREDAMENTO

(MLD di Euro)
Quota Brand Italiani sul totale: 33%



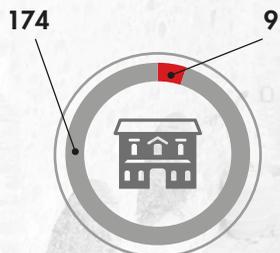
FOOD, BEVERAGE & RESTAURANTS

(MLD di Euro)
Quota Brand Italiani sul totale: 22%



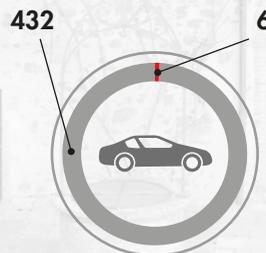
VINI E LIQUORI

(MLD di Euro)
Quota Brand Italiani sul totale: 10%



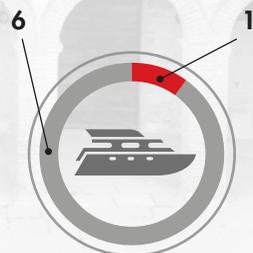
OSPITALITÀ

(MLD di Euro)
Quota Brand Italiani sul totale: 5%



AUTOMOBILI

(MLD di Euro)
Quota Brand Italiani sul totale: 1%



NAUTICA

(MLD di Euro)
Quota Brand Italiani sul totale: 9%

● Brand Resto del Mondo
● Brand Italiani

01/LA VOCAZIONE ESTETICA

Stile, Design, Gusto per la Bellezza, Eleganza.

04/LA QUALITÀ SOCIALE

Senso della Comunità, Azienda-famiglia, Distretti produttivi.

03/IL PATRIMONIO CULTURALE ED ARTISTICO

Rapporto con la storia, Legame con le radici, Identità, Senso di appartenenza al territorio.

02/LA QUALITÀ ARTIGIANALE

Abilità manuale, Cura per i dettagli, Trasmissione dei saperi produttivi, Artigianalità creativa e non ripetitiva.

05/LA QUALITÀ RELAZIONALE

La varietà-molteplicità. Ricchezza naturale, culturale e produttiva. Varietà di culture, stili e gusti.

07/LA QUALITÀ COMPLESSIVA DELLA VITA

Gli Italiani "sanno vivere", Ritmi di vita più rilassati, Piccoli piaceri quotidiani, Senso di leggerezza e di autenticità.

06/ LA VARIETÀ MOLTEPLICITÀ

Ricchezza naturale, culturale e produttiva. Varietà di culture, stili e gusti.

08/LA CREATIVITÀ

Estro, Talento, Passione, Curiosità, Flessibilità, Inventiva.

Gli 8 Tratti Distintivi della Qualità Italiana

ALLA BASE DELL'ECCELLENZA STILISTICA E CREATIVA DEI BRAND ITALIANI DI ALTA GAMMA, E DEL LORO SUCCESSO NEL MONDO, SONO ALCUNI CARATTERI STORICI DEL PAESE E DEGLI ITALIANI, CHE ALL'ESTERO SONO UNANIMAMENTE RICONOSCIUTI. QUESTO SIGNIFICA NEL PRODOTTO ITALIANO C'È SEMPRE UN "VALORE AGGIUNTO" CHE DERIVA DALL'ITALIANITÀ DEL MARCHIO, IN AGGIUNTA ALLO SPECIFICO PATRIMONIO DI IMMAGINE DI OGNI SINGOLA IMPRESA E DI OGNI SINGOLO BRAND.

LE
—AREE
STRATE
GICHE
DI—
ATTI
VITÀ



01/Business Development

LA FONDAZIONE OPERA AD AMPIO SPETTRO PER RAFFORZARE LA COMPETITIVITÀ DELLE IMPRESE: DALLA CONOSCENZA DEI MERCATI ALLE RELAZIONI ISTITUZIONALI, DALLE ATTIVITÀ DI NETWORKING A QUELLE DEDICATE ALLE TEMATICHE SPECIFICHE DEL SETTORE.



STUDI E RICERCHE

Altagama è il punto di riferimento a livello mondiale nell'area della conoscenza del mercato dell'alto di gamma. Ogni anno la Fondazione cura 8 ricerche condotte insieme ai partner internazionali più autorevoli. Corredati da panel session di alto profilo, gli eventi di presentazione degli studi sono diventati appuntamenti attesi dai media e dalla business community. I mercati dell'alto di gamma sono analizzati sia dal lato dell'offerta che della domanda.

- **ALTAGAMMA WORLDWIDE MARKET MONITOR:**
i consumi di prodotti di alta gamma nei mercati mondiali, con **BAIN&CO.**
- **ALTAGAMMA HIGH END DESIGN MONITOR:**
I consumi di arredamento di design nei mercati mondiali, con **BAIN&CO.**
- **TRUE GLOBAL LUXURY CONSUMER INSIGHT:**
il consumatore globale di alto di gamma, con **BOSTON CONSULTING GROUP.**

- **DIGITAL LUXURY EXPERIENCE:**
il comportamento digitale del consumatore e le performance online, con **MCKINSEY & COMPANY.**
- **ALTAGAMMA RETAIL EVOLUTION:**
l'evoluzione del retail di alta gamma, con **EXANE BNP PARIBAS.**
- **TAX FREE CONSUMPTION IN THE EUROPEAN UNION:**
i consumi Tax Free di alta gamma nell'Unione Europea, con **GLOBAL BLUE.**
- **ALTAGAMMA CONSENSUS:**
le previsioni sull'andamento del mercato dell'alto di gamma, realizzato da Fondazione Altagama.
- **BOATING MARKET INSIGHT:**
il mercato mondiale della nautica da diporto, con **DELOITTE.**



RELAZIONI ISTITUZIONALI

Altgamma rappresenta, tutela e valorizza gli interessi delle aziende socie anche attraverso un'attività di relazioni istituzionali sia a livello nazionale che a livello internazionale.

In particolari, le aree oggetto di queste relazioni sono:

- **PROPRIETÀ INTELLETTUALE**
- **POLITICA INDUSTRIALE**
- **POLITICA COMMERCIALE E DISTRIBUZIONE SELETTIVA**
- **ACCESSO AI MERCATI INTERNAZIONALI**
- **GOVERNANCE DI INTERNET**
- **FISCALITÀ**
- **FORMAZIONE E APPRENDISTATO**

A livello nazionale sono attive le relazioni con le

Istituzioni governative e gli enti locali, sia riguardo a temi e normative del mercato interno ed europeo sia riguardo a quelle industriali e relative alla formazione. Al di fuori dell'Europa, Altgamma continua a svolgere attività di relazioni istituzionali per la riduzione dei dazi e delle barriere non tariffarie così come per la lotta alle importazioni parallele.

ECCIA: Altgamma è stata promotrice e membro fondatore della *European Cultural and Creative Industries Alliance (ECCIA)*, l'organismo di rappresentanza dell'alto di gamma europeo che riunisce, oltre ad Altgamma, la francese *Comité Colbert*, la britannica *Walpole*, la tedesca *Meisterkreis* e lo spagnolo *Circulo*

Fortuny. Il 26 settembre 2012 la Commissione Europea ha riconosciuto la valenza culturale e creativa delle Imprese europee di alta gamma e ne è stato ulteriormente riconosciuto il modello di business originale e trasversale. Tali imprese sono state indicate come leve indispensabili della competitività Europea nel mondo e della crescita economica e sociale dell'Europa.



NETWORKING

Fondazione Altagamma rappresenta inoltre un luogo di incontro e scambio tra i soci che dà vita ad una rete di contatti e relazioni che favoriscono la nascita di concrete opportunità di business. Distintivo è anche il prezioso network di contatti internazionali:

L'ALTAGAMMA HONORARY COUNCIL riunisce organizzazioni ed imprese internazionali che sono da anni partner delle Imprese Altagamma a livello globale. Insieme alle imprese fondatrici costituiscono una rete prestigiosa di

circa 200 protagonisti dell'eccellenza mondiale. Dal 2013 l'Altagamma International Honorary Council include anche personalità italiane di notorietà internazionale, Ambasciatori dell'Italianità nel mondo. Del Council oggi fanno parte anche i Territori Altagamma, luoghi ad alta vocazione turistica che sono a tutti gli effetti brand italiani di eccellenza riconosciuti universalmente e alcune tra le più importanti Istituzioni Culturali ed Artistiche italiane.

02/Cultura d'Impresa

LA CRESCITA DELLA COMPETITIVITÀ DELL'INDUSTRIA CULTURALE E CREATIVA ITALIANA RICHIEDE UNA COSTANTE RIFLESSIONE NELL'AMBITO DELLA CULTURA D'IMPRESA. IL SUPPORTO DI FONDAZIONE ALTAGAMMA AI SUOI SOCI SI RIVOLGE A IMPRENDITORI, MANAGER E MAESTRANZE.



IMPRENDITORI

Attraverso le diverse modalità di counseling e think tank, tra cui le riunioni di Consulta Strategica, Altagamma affianca gli imprenditori su diverse tematiche e fornisce supporto, a livello sia individuale che collettivo, per la comprensione delle dinamiche sociali ed economiche dell'alto di gamma e per l'affinamento delle strategie aziendali.

MANAGER

Con SDA Bocconi Altagamma ha creato da oltre un decennio una solida collaborazione che ha l'obiettivo di formare manager capaci di gestire un mondo di valori immateriali di un'economia simbolica in equilibrio tra innovazione e mantenimento dell'identità. Il **MASTER IN FASHION, EXPERIENCE & DESIGN MANAGEMENT**, attivo da 15 anni e oggi numero 1 al mondo, crea figure professionali in grado di coniugare competenze di

general management con la valorizzazione degli elementi intangibili. Il **MASTER IN MANAGEMENT IN FOOD AND BEVERAGE** opera secondo gli stessi criteri didattici focalizzandosi sui settori food, beverage e hospitality. Da settembre 2015 è attivo il **MASTER IN ARTS MANAGEMENT AND ADMINISTRATION**, realizzato in collaborazione con diversi autorevoli partner e istituzioni nell'ambito artistico e culturale.

MAESTRANZE

L'eredità della sapienza artigianale tramandata da generazioni è un dono che il nostro Paese ha il dovere di preservare e valorizzare. Il saper fare manuale costituisce la risorsa fondamentale dell'industria italiana di eccellenza, e una parte essenziale della sua filiera. La valorizzazione del lavoro manuale, integrato dalle competenze rese necessarie dalle nuove tecnologie, è dunque fra gli obiettivi di Altagamma. Nel 2017 è

stata siglata una partnership con il Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca per la creazione della prima Scuola Politecnica del Saper Fare Italiano a carattere sperimentale. Un progetto che mira a formare professionisti per le imprese nel contesto competitivo dell'Industria 4.0, contribuendo ad alleviare il problema della disoccupazione giovanile in Italia.



03/Promozione del Sistema Altagama

LE IMPRESE DI ALTA GAMMA CONTRIBUISCONO FORTEMENTE ALLA FORMAZIONE DELL'IMMAGINE POSITIVA DELL'ITALIA COME PAESE DEL BELLO, DEL BUONO E DEL BEN FATTO, E HANNO UN PESO FONDAMENTALE PER L'ECONOMIA E PER LA SOCIETÀ NEL LORO COMPLESSO.

Il contributo socio economico dell'alta gamma al Paese.

	Alto di gamma	Altri segmenti	
Contributo occupazionale* (numero medio di occupati per azienda)	234	15	Maggiore forza occupazionale dei segmenti di alta gamma
Contributo alle esportazioni (percentuale del fatturato generato all'estero)	49%	27%	Maggiore propensione all'export dei segmenti di alta gamma
Investimenti (rapporto medio tra investimenti e fatturato)	7,67%	4,45%	Maggiore capacità di generare rendimenti futuri, maggiore orientamento al futuro da parte delle alte gamme
Contributo fiscale (valore medio delle imposte pagato)	1,8 milioni di euro	40.000 euro	Maggiori introiti fiscali generati dalle alte gamme

Fonte: Fondazione Altagama/ CRESV

*L'alta gamma italiana conta circa 500.000 addetti tra diretti e indiretti



Altagama Italian Experiences

by IC Bellagio

ALTAGAMMA ITALIAN EXPERIENCES

Il turismo è un asset economico e simbolico di importanza cruciale per l'Italia. Per contribuire ad attrarre il turismo internazionale di fascia alta, nel 2017 Altagama ha lanciato le Altagama Italian Experiences, esperienze di viaggio tailor-made e fuori dal consueto, destinate ad una selezionata clientela. Realizzate in collaborazione con IC Bellagio, le Experiences propongono come vere e proprie destinazioni i marchi del Lifestyle italiano noti in tutto il mondo come eccellenze della creatività, della manifattura, dell'artigianato e del servizio al cliente. Il programma arricchisce

i tipici itinerari italiani alla scoperta del patrimonio naturale ed artistico del Paese, in cui IC Bellagio è fortemente specializzato, con esperienze uniche ed esclusive presso le Imprese Altagama. Fra queste: visite alle sedi aziendali, ai siti produttivi, ai laboratori, agli atelier così come degustazioni di vini straordinari nelle cantine più rinomate, con la possibilità di incontri vis-à-vis con gli imprenditori.

www.altagammainitalianexperiences.com



PANORAMA: UN'IMMERSIONE NELLA BELLEZZA ITALIANA

In occasione di EXPO2015, Fondazione Altagamma ha dato vita a Panorama, una video-esperienza straordinaria che attraverso una emozionante proiezione a 360° coinvolge lo spettatore in un viaggio unico alla scoperta delle eccellenze italiane, dalle sfilate di moda ai paesaggi naturali, dai luoghi d'arte ai vigneti, dal design ai borghi tipici con i loro sapori: l'essenza dello stile di vita italiano narrata in immagini. Panorama è un progetto di sistema realizzato insieme a Ministero dello Sviluppo Economico, Agenzia ICE, SIMEST, Comune di Milano, Camera di Commercio di Milano, Camera Nazionale della Moda Italiana, Salone del Mobile Milano, e in collaborazione con il Ministero

dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo. La video-installazione, sorta durante Expo2015 in Piazza Gae Aulenti, ha registrato 230.000 visitatori in 5 mesi, ha accolto più di 30 delegazioni istituzionali e commerciali da tutto il mondo ed è stata sede di numerosi eventi organizzati dai partner. Dal 25 giugno al 20 luglio 2016 Panorama ha fatto tappa a New York, con una installazione ad hoc in Grand Central Terminal, che ha richiamato più 16.000 visitatori. A Novembre 2016, Panorama ha fatto tappa a Shanghai, durante il Salone del Mobile.

www.panoramaitaly.org



NAUTICA ITALIANA

Da settembre 2015 l'eccellenza nautica italiana si è riunita in un nuovo organismo di rappresentanza, legato a doppio filo ad Altgamma: l'associazione Nautica Italiana nasce infatti contestualmente alla sua affiliazione alla Fondazione, a sottolineare la vicinanza in termini di posizionamento e di obiettivi strategici, nell'ambito della promozione dell'Industria Culturale e Creativa Italiana. Nautica Italiana ha l'obiettivo di riunire le eccellenze

dell'intero comparto - Industria, Servizi e Territori - per disegnare la migliore strategia di sviluppo del settore, con una particolare attenzione all'export. A maggio 2017 ha luogo la prima edizione del Versilia Yachting Rendez Vous, il nuovo evento internazionale dedicato ai prodotti e alla produzione d'eccellenza nautica che, anche grazie al contributo di Altgamma, intende valorizzare in modo trasversale il meglio del Made in Italy.



PREMIO GIOVANI IMPRESE

believing
in the future

PREMIO GIOVANI IMPRESE

In linea con la mission di aumentare la competitività dell'alta industria culturale e creativa italiana e del Sistema Paese, Altgamma ha lanciato nel 2015 il Premio Giovani Imprese - Believing in the Future, con l'obiettivo di contribuire a garantire anche per il futuro quel primato italiano che vanta una quota di mercato mondiale del lusso pari al 10%, con punte del 25% nei prodotti per la persona e nell'alimentare e del 30% nel design. Unica nella sua trasversalità, Altgamma intende offrire un programma di affiancamento e di mentorship che possa supportare le giovani imprese che presentano le

adeguate caratteristiche imprenditoriali e creative. Con il contributo di un Advisory Board d'eccezione, ogni anno vengono premiate 7 imprese appartenenti alle diverse categorie rappresentate da Altgamma. Ai vincitori Fondazione Altgamma mette a disposizione la Membership gratuita per un anno e un percorso di mentorship creato su misura e costituito da una serie di incontri organizzati all'interno delle aziende socie. Il progetto è realizzato in collaborazione con Borsa Italiana, Maserati, SDA Bocconi e con la partecipazione de L'Uomo Vogue.





ALTRI —PRO GETTI DI ALTA —GAM MA—



2013 LARTE

Perfetto esempio della sinergia intersettoriale e della contaminazione dell'industria creativa con il mondo dell'arte e della cultura, LARTE è un concept restaurant, concepito all'interno di Altagama, che sorge nel centro di Milano e in cui ogni dettaglio è un richiamo allo stile

vita italiano nella sua più alta accezione. Concepito sotto la direzione creativa di Davide Rampello, Larte è al tempo stesso caffè, cioccolateria, hosteria – nel senso originario di luogo “in cui si ospita” - ristorante e galleria.

2012 MOSTRA ALTAGAMMA ITALIAN CONTEMPORARY EXCELLENCE

In occasione dei vent'anni dalla sua fondazione, Altagama ha realizzato una rappresentazione congiunta dei valori e dei simboli che caratterizzano l'alto di gamma italiano all'interno di un format di alto valore culturale e di forte richiamo. Altagama Italian Contemporary Excellence è una raccolta di istantanee realizzate da dieci giovani fotografi italiani di reportage, coordinati dall'agenzia Contrasto, al cui sguardo incondizionato e non didascalico è stato affidato il compito di restituirci un punto di vista inedito sull'eccele-

nza italiana. Le immagini compongono un mosaico unico, che esalta “il bello, il buono e il ben fatto” delle imprese italiane di eccellenza. Il progetto, curato da Cristina Morozzi, ha dato vita ad un volume fotografico, pubblicato da Rizzoli e Rizzoli International, e ad una mostra itinerante, che ha preso il via a dicembre 2012 alla Triennale di Milano ed è proseguita allo Shanghai Italian Center dal 29 Aprile 2013.



2011 IL SUCCESSO NELLE MANI

Fondazione Altgamma si è impegnata in un progetto di valorizzazione del lavoro manuale, chiamato *"Il successo nelle mani"*, che si rivolge in particolare agli studenti delle scuole medie inferiori e ai loro genitori, per invitarli a considerare una carriera tecnico-professionale. In collaborazione con il Centro Sperimentale di Cinematografia di Milano, è stato realizzato un filmato che illustra e valorizza il lavoro manuale, in modo da invogliare i ragazzi ad imboccare questo percorso. Il

video riporta una serie di testimonianze di imprenditori Altgamma (Gianmaria Buccellati, Vittorio Moretti, Ottavio Missoni, Carlo Riva) e alcuni talenti di altre imprese (Paolo Dazzara di illycaffè, Clemente Olivadotti di Bulgari, Federica Giorgi di Gucci, Francesco Rodriguez di Flos) che hanno basato sull'abilità manuale il loro successo.

2009 "BELLA E POSSIBILE" (SKIRA)

Nel 2009 ha intrapreso un progetto per la valorizzazione dell'immagine dell'Italia nel mondo, che è sfociato nella pubblicazione del libro *Bella e Possibile*, edito da Skira. Un gruppo di studio formato da qualificati professionisti in diversi ambiti ha svolto un'analisi sulla percezione dell'immagine dell'Italia all'estero, esaminando i suoi punti di forza e di debolezza, e suggerendo le linee guida per una corretta ed efficace comunicazione e promozione del "brand" Italia.



LA
—GOVERN
NANCE
ALTA—
GAMMA

GOVERNANCE

Presidente Andrea Illy

Vice Presidenti Armando Branchini
Giuseppe Fontana
Matteo Lunelli
Claudio Luti
Laudomia Pucci
Lamberto Tacoli
Paolo Zegna

Presidente Fondatore Santo Versace

Presidente Onorario Leonardo Ferragamo

**Consiglieri
di Amministrazione** Stefano Agostini
Nerio Alessandri
Stefano Alessi
Carlo Alberto Beretta
Rossella Bisazza
Francesca Bortolotto Possati
Fabio Boschi
Maria Cristina Buccellati
Brunello Cucinelli
Claudio Domenicali
Giovanni Geddes da Filicaja
Aldo Melpignano
Carmen Moretti
Giuseppe Prezioso
Dario Rinero
Gabriella Scarpa

Direttore Generale Stefania Lazzaroni

Eventi Elena Besana

**Organizzazione
e Amministrazione** Anna Maria Caimi

**Comunicazione
e Ufficio Stampa** Edoardo Carloni

Segreteria Gemma Ranzani



ALTAGAMMA
CREATIVITÀ E CULTURA ITALIANA





LA MEMBERSHIP ALTAGAMMA

I **SOCI FONDATORI** sono imprese posizionate nella fascia più alta del mercato che forniscono prodotti o servizi per la persona o per la casa, con un brand riconosciuto a livello internazionale. Esprimono, nella gestione d'impresa e nel prodotto, la cultura e lo stile italiani. I **SOCI PARTNER** sono persone fisiche o giuridiche italiane ed internazionali con forti relazioni con l'industria dell'alto di gamma, che condividono principi e obiettivi della Fondazione Altagama, sostenendola concretamente e partecipando attivamente a tutte le sue attività, o a specifici progetti.

Le quote associative sono differenziate per scaglioni di fatturato. L'ingresso in Altagama avviene per cooptazione, attraverso la segnalazione dell'azienda da parte di due o più soci, e successive votazioni del Consiglio di Amministrazione e dell'Assemblea.

I vantaggi tangibili ed intangibili della membership:

- Appartenenza all'élite dell'alto di gamma italiano.
- Supporto anche individuale su specifiche tematiche: normative fiscali, proprietà industriale, distribuzione selettiva, governance di internet, accesso ai mercati.

- Accesso al più qualificato panel di studi sul settore tramite l'area riservata del sito web.
- Supporto al business delle imprese associate attraverso la rappresentanza dei loro interessi presso le Istituzioni competenti
- Segnalazione di specifiche opportunità di business.
- Networking internazionale con Honorary Members e ECCIA
- Relazione con imprenditori e top manager dell'alto di gamma italiano ed internazionale, con incontri collettivi o individuali.
- Incontri periodici dei gruppi di lavoro settoriali
- Incontri periodici per la definizione di progetti collettivi di comunicazione e opportunità di co-marketing tra singole imprese.
- Accesso alla rassegna stampa quotidiana nazionale ed internazionale sull'industria dell'alto di gamma.
- Partecipazione alle riunioni della Consulta Strategica.
- Speaker opportunities agli eventi Altagama
- Visibilità attraverso gli eventi e l'attività di comunicazione della Fondazione.

SOCI

MODA	DESIGN	OSPITALITÀ	ALIMENTARE	MOTORI	NAUTICA	GIOIELLI	ALTRI
Agnona	Alessi	Albereta	Agrimontana	Alfa Romeo	Amico&Co	Aurora	Acqua di Parma
Alberta Ferretti	Alias	Andana	Allegrini	Ducati	Arcadia Yachts	Buccellati	Manifatture Sigaro Toscano
Bottega Veneta	Artemide	Bauer	Baratti & Milano	Ferrari	Baglietto	Bulgari	Moleskine
Brioni	B&B Italia	Bellevue Syrene	Bellavista	Maserati	Benetti	Chantecler	Skira
Brunello Cucinelli	Bisazza	Belmond Hotel Splendido	Biondi Santi		Cantiere delle Marche	Vhernier	Technogym
Corneliani	Boffi	Bulgari	Ca del Bosco		Cantieri Navali del Mediterraneo		
Emilio Pucci	Danese	Capri Palace	Calvisius		Perini Navi		
Ermenegildo Zegna	Driade	De Russie	Cantine Ferrari		Riva		
Etro	Fantini	Hotel Cristallo	Domori				
Fedeli Cashmere	FontanaArte	Lungarno	Feudi di San Gregorio				
Fendi	Frette	Masseria San Domenico	illycaffè				
Gucci	Kartell	Principe di Savoia	Livio Felluga				
Herno	Living Divani	San Maurizio 1619	Luce della Vite				
Isaia	Moroso	TownHouse Galleria	Masi Agricola				
Loro Piana	Pallrona Frau	Verdura Resort	Mastrojanni				
Max Mara	Parro	Villa d'Este	Nonino				
Rene Caovilla	Zanotta		Ornellaia				
Salvatore Ferragamo			San Pellegrino				
Sergio Rossi			Segnana				
Stone Island							
Tod's							
Valentino							
Versace							

PARTNER

Bain&Company
 BCG – Boston Consulting Group
 Fiera Milano
 Global Blue
 La Rinascente
 McArthur Glen

McKinsey & Company
 Pirelli
 Robilant & Associati S.p.A.
 SACE
 SDA BOCCONI
 Società Italiana Brevetti

SIMEST
 Unicredit
 Value Retail
 Yoox NaP

SOCI ONORARI

INTERNAZIONALI

Al Ostoura, Kuwait
Al Rubaiyat, Arabia Saudita
Al Tayer Group, EAU
American Express Company, USA
Associazione Dimore
Storiche Italiane, Italia
Babochka, Russia
Banyan Tree Group, Singapore
Barneys New York, USA
Bergdorf Goodman, USA
Beymen Holding, Turchia
Bloomingdale, USA
Bosco Di Ciliegi, Russia
Brunschwig, Svizzera
Carluccio's, GB
Carouzou, Grecia
Central Department Store, Thailandia
Central Saint Martins College, GB
Chalhoub Group, EAU
Cii, India
Cinmar Lighting, EAU
Club 21, Singapore
Conde' Nast International, GB
Conde' Nast Publications, USA
Conde' Nast Verlag, Germania
Daimaru, Giappone
David Jones, Australia
Deloudis, Grecia
El Corte Ingles, Spagna
Euro Food, GB
Fashion Club 70, Belgio
Ficci, India
Gruppo Ristoratori Italiani, USA
Hang Lung Group, Hong Kong
Harrod's, GB
Harry Rosen, Canada
Harvey Nichols, GB

Hearst Magazines, USA
Hindustan Times, India
House Of Fraser, GB
Iguatemi, Brasile
Imaco, Russia
Imaginex Holdings, Hong Kong
Inform Interiors, Canada
Interdesign, Cile
Interior Design Magazine, USA
Isetan, Giappone
Jamilco Zao, Russia
Jhsf, Brasile
Kadewe, Germania
Kafea, Grecia
Kenzo Tange Associates, Giappone
Kurt Geiger, GB
La Galerie Semaan, Libano
Le Bon Marché, Francia
Li&fung, Hong Kong
Lotte Dept. Store, Corea Del Sud
Louis Boston, USA
Lumina Aydinlatma, Turchia
Luminaire, USA
Mafaital Luxury, India
Mahagaya Perdana, Indonesia
Melium, Malesia
Mercury Distribution, Russia
Meubles Et Fonctions, Francia
Ministry Of Commerce And Industry, India
Mitchells/richards, USA
Mitsui, Giappone
Mitsukoshi, Giappone
Mohit Diamonds, India
Neiman Marcus, USA
Nordstrom, USA
Ogaan Publications, India
Oger, Olanda
Paris Gallery, EAU
Peek&cloppenburg, Germania

Printemps, Francia
Rainbow Group, Macao
Rsh, Singapore
Royal College Of Art, GB
Rustan Group, Filippine
Saks Fifth Avenue, USA
Sanki Shoji, Giappone
Santa Eulalia, Spagna
Sanyo Shokai, Giappone
Sarika Rodrik, Cile
Selfridges, GB
Space Furniture, Australia
Sun Motoyama, Giappone
Takashimaya, Giappone
Tate Modern, GB
Tange, Giappone
The Hour Glass, Singapore
The Link, Singapore
The Oberoi Group, India
The Wadia Group, India
Tianhong, Cina
Tony Salame Group, Libano
Uae Trading Establishment, EAU
Verve, India
Villa Moda, Kuwait
Visa International, USA
Weinland Ariane Abayan, Germania
Yamagiwa, Giappone

ITALIAN AMBASSADORS

Massimiliano Alaïmo
Mario Bellini
Andrea Berton
Andrea Bocelli
Massimo Bottura
Antonio Citterio
Michele De Lucchi

Gillo Dorfles
Massimiliano Fuksas
Ludovico Einaudi
Giochetto Giugiaro
Piero Lissoni
Gualtiero Marchesi
Alessandro Mendini
Davide Oldani
Mario Pedal
Michelangelo Pistoletto
Stefano Righini
Niko Romito
Davide Scabin
Franca Sozzani

TERRITORI ALTAGAMMA

Associazione MonteNapoleone
Consorzio Cortina Turismo
Consorzio Costa Smeralda
Fondazione Capri

ISTITUZIONI CULTURALI

La Biennale di Venezia
La Triennale di Milano
MAXXI
Teatro Alla Scala