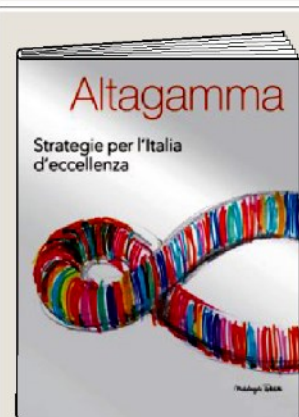


Made in Italy. Formazione tecnica, con l'inserimento di corsi ad hoc, e accordi con Politecnico e Bocconi

Altagamma arruola Its e atenei

Brugnoli: «Aziende a caccia di 280mila nuove figure in cinque anni»**IL LIBRO****DIECI SETTORI STRATEGICI**

Filo diretto con l'alta gamma
È stato presentato ieri a Roma il libro "Le Strategie per l'Italia di Eccellenza" di Andrea Illy, presidente della Fondazione Altagamma e di Marco Fortis, direttore e vicepresidente della Fondazione Edison

ECOSISTEMA CULTURALE

Il presidente Illy: «Comparto solido che ha contribuito alla crescita del Pil e che costituisce un'area di sviluppo irrinunciabile»

Nicoletta Picchio

ROMA

■ Una crescita per il 2018 che, in Italia, sfiora il 5%, trend positivo che va avanti da anni. In un mercato mondiale che ha registrato una vera e propria escalation, arrivando a un valore di 1.200 miliardi di euro, con circa 415 milioni di consumatori, più che decuplicati rispetto ai 37,5 del 1992. È l'eccellenza delle imprese dell'alta gamma, mix di qualità, bellezza, raffinatezza, preziosità, tradizione e creatività. «Se il Pil italiano ha avuto

un segno positivo è anche grazie ai risultati del loro export, si tratta di un comparto solido, che costituisce un'area di sviluppo irrinunciabile». Andrea Illy, presidente di Altagamma, ha esordito con questa considerazione aprendo i lavori della Consulta strategica alla Camera dei Deputati. Motivo per cui, ha continuato Illy, le aziende dell'alta gamma vanno sostenute nelle sfide internazionali, in un dialogo «continuo e solido» con le istituzioni.

Riflessione e proposte arrivano dal libro presentato ieri, "Altagamma, Strategie per l'eccellenza dell'Italia". «È stata una attività di ascolto durata circa un anno e mezzo. Un'antologia di proposte frutto dell'esperienza quotidiana dei partner di Altagamma e di esperti internazionali», ha continuato Illy. C'è anche un'analisi del premio Nobel per l'economia Michael Spence tra i 78 contributi, la maggior parte espressione degli oltre 100 soci di Altagamma (nata nel 1992) che raccoglie dieci differenti settori, dalla moda al design, alimentare, ospitalità, velocità e wellness.

L'Italia deve darsi una «strategia olistica del made in Italy», indica il primo capitolo del libro dove viene presentata, a firma di Illy, la proposta di Altagamma, in quattro aree prioritarie: politiche industriali e fiscali focalizzate sull'industria ad alto valore aggiunto; nuove politiche dell'istruzione per sviluppare i talenti del futuro promuovendo anche una formazione tecnica; promozione dell'export e del turismo grazie anche alla digitalizzazione.

Bisogna sviluppare un ecosistema creativo e culturale per accelerare e posizionare verso l'alto il made in Italy. Temi dibattuti ieri nelle tavole rotonde. Nei prossimi cinque anni le aziende avranno bisogno di oltre 280mila figure

professionali in cinque settori fondamentali (meccanico, alimentare, tessile, chimico, Ict), ha messo in evidenza Giovanni Brugnoli, vice presidente di Confindustria per il Capitale umano: «È una carenza del sistema paese, che deriva da alcuni fattori: le aziende non hanno manifestato in pieno le proprie esigenze, il mondo della scuola si è chiuso, le famiglie non vedono l'industria come sbocco per i figli. Serve potenziare l'alternanza scuola lavoro e migliorare la reputazione degli Its. Dobbiamo fare come con i cuochi che sono diventati chef: lavorare per i Master Tech del futuro», ha detto Brugnoli.

Nell'alta gamma la mancanza di figure potrebbe essere di circa 100mila persone: per intervenire in tempi rapidi Altagamma sta lavorando con gli Its per inserire corsi ad hoc e si sta lavorando ad un protocollo di intesa anche con le università, il Politecnico di Milano e la Bocconi.

La promozione è un altro dei terreni su cui Altagamma sta lavorando. Dei 520 milioni del piano triennale made in Italy, ha detto il presidente dell'Ice, Michele Scannavini, 170 sono stati destinati ai beni di alta gamma. Ci sono due aspetti importanti, ha spiegato Scannavini, su cui l'Ice si sta impegnando: spingere sull'e-commerce (anche grazie all'accordo con Yoox Net a Porter) e far fare un salto di qualità a quelle imprese tra i 50 a 150 milioni di fatturato per stimolare l'internazionalizzazione.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

