Le imprese culturali e creative a Montecitorio per la giornata Altagamma

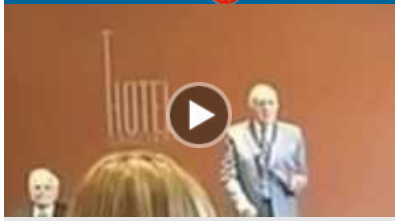


Si è chiusa oggi a Roma con la Consulta Strategica la Giornata Altagamma 2018, evento annuale di Fondazione Altagamma. La Giornata Altagamma è stata un'occasione importante per offrire una riflessione strategica e proposte concrete per un comparto i cui settori rappresentano il 5% del PIL Italiano: una punta di diamante dell'economia italiana il cui sviluppo è fondamentale per il Sistema Paese. Nell'incontro tenutosi presso la Sala Regina di Palazzo Montecitorio il Presidente di Altagamma Andrea Illy ha presentato il libro "Altagamma. Strategie per l'Italia d'eccellenza".

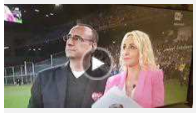
Un'opera di ampio respiro nata grazie ad un grande sforzo di sintesi che contiene non solo le proposte della Fondazione per dare nuovo slancio all'economia italiana attraverso un'industria culturale e creativa più forte e competitiva ma anche i contributi sul futuro dell'economia italiana di oltre 70 protagonisti di primo piano tra imprenditori, analisti, esperti di finanza sul futuro dell'economia italiana. Con lui, Marco Fortis, Vice Presidente di Fondazione Edison, curatore dell'introduzione di Andrea Illy che riassume le proposte strategiche di Altagamma per l'industria di alta gamma e per il Made in Italy. Dopo un intervento focalizzato sullo scenario macroeconomico da parte di Lucrezia Reichlin, economista della London Business School, tre panel session hanno analizzato le aree in cui si articolano i temi del libro.

Per le Strategie industriali sono stati coinvolti Marc Bolland, Head of European Portfolio Operations, di Blackstone, John Davis, Presidente della Cambridge Family Enterprise Group, Claudio Marenzi, Presidente di Herno e di Confindustria Moda e Francesco Trapani, Vice Presidente Esecutivo di Tages Holding. A discutere le Strategie di formazione, Giovanni Brugnoli, Vice Presidente per le Risorse Umane di Confindustria, Ferruccio Resta, Rettore del Politecnico di Milano, Arduino Salatin, Preside dell'Istituto Universitario Salesiano Venezia, consulente del MIUR e coordinatore del progetto Formazione di Altagamma e Gianmario Verona, Rettore dell'Università Luigi Bocconi. Le strategie di Promozione sono state analizzate con Paola Antonelli, Senior Curator of the Department of Architecture&Design del MoMA, Tony Chambers, Brand and Content Director di Wallpaper*, Paolo Glisenti, Commissario Generale di Sezione EXPO 2020 Dubai e Michele Scannavini, Presidente di Agenzia ICE. All'interno di un mercato dell'alto di gamma che a livello mondiale vale quasi €1.200mld, con un tasso di crescita del 5%, superiore alla media dell'industria, i marchi italiani detengono già una quota di circa il 10%, con punte superiori al 20% in alcuni settori, quali moda, design, alimentare.

Il Messaggero TV



Di Maio: «Conosco Savona da un mese» Ma spunta un video datato 2016 che lo smentisce


Partita del cuore, l'omaggio a Fabrizio Frizzi: lacrime e applausi al Ferraris


Esplosivi e contrabbando, arrestati il viceprefetto dell'Elba e un boss della 'ndrangheta


Nigeriano tenta di lanciare un ragazzo sotto il treno per rubargli la bici


Roma, entra in ascensore e cade nel vuoto per sei piani: muore donna


Salvini al telefono: «Se va bene a Di Maio, va bene anche a me» Video


Turisti troppo stanchi a Venezia: dormono durante il giro in gondola (e tutti ridono)


Noemi riparte da Roma: «Prima il concerto, poi mi sposo»


Tour Eiffel colpita dal fulmine, le spettacolari immagini

IL VIDEO PIU' VISTO


Romina Power, post su Instagram dopo il concerto con Al Bano: «È veramente un miracolo...»

+ VAI A TUTTI I VIDEO

Casa
ilmessaggerocasa.it

Per accrescere queste quote e per fare dell'industria culturale e creativa il motore della crescita economica del Paese, Altagamma propone un set di strategie che coinvolgono il Governo, l'industria del Made in Italy nel suo complesso e quella culturale e creativa, e fanno leva su un approccio cooperativo che esalti quel modello di ecosistema di cui i distretti industriali costituiscono un esempio virtuoso. Tra queste: Valorizzazione la straordinaria brand equity del Made in Italy e l'identità dell'Italia come Paese dell'Eccellenza Investimenti in formazione, soprattutto a livello tecnico-professionale, per colmare il gap tra domanda e offerta di diplomati per l'Industria 4.0, che nei prossimi 5 anni è stimato in circa 280.000 unità. Attualmente Le scuole professionali italiane formano ogni anno soltanto 10mila diplomati contro gli 800mila della Germania. Su questo tema Altagamma sta lavorando ad un progetto sugli ITS che punta da una parte ad arricchire e rinnovare l'offerta formativa rendendola più vicina alla domanda delle imprese e alla disruption tecnologica in atto e dall'altra ad aumentare con adeguate risorse economiche e misure di sostegno la quota di iscritti, puntando ad almeno 50.000 (dai 10.000 attuali) entro cinque anni. Politiche fiscali mirate a favorire crescita, ricerca e sviluppo, imprenditoria giovanile. Politiche di promozione del Made in Italy basate sulla digitalizzazione e su di un concept coerente in grado di rappresentare al meglio la molteplicità di quei valori che sono un punto di forza del nostro paese.

Le imprese di alta gamma, da parte loro, sono chiamate a Rafforzare il proprio modello di governance, favorendo il ricambio generazionale e la manageriazzazione. Capitalizzarsi, sfruttando le opportunità offerte dalla finanza evoluta, che nel settore luxury, sempre più anche in Italia, offre strumenti specifici e più vantaggiosi per dotare le aziende della liquidità necessaria a investimenti per innovazioni di processo e di prodotto. Operare una convinta digitalizzazione, che permetta di intercettare consumatori Millennials la cui esperienza d'acquisto è sempre più digitale, con il 75% delle operazioni che sono ormai digitally influenced. Ripensando quindi una nuova strategia retail che integri l'ambiente reale e quello virtuale in modo coerente e univoco. Innovare la supply chain, integrando manifattura e tecnologia, e tenendo presente la richiesta di sostenibilità sempre più pressante da parte dei consumatori Fondazione Altagamma opera nella convinzione che uno sviluppo sostenibile dell'industria culturale e creativa italiana possa fare da traino all'economia del paese. In partnership con il Governo, punta a offrire il proprio contributo promuovendo l'immagine del Paese e l'essenza dell'italianità, creando contenuti che esaltino la bellezza, l'heritage e lo stile di vita italiano e lavorando per connettere, soprattutto attraverso la digitalizzazione, i vari ecosistemi su cui l'Italia può contare.

FONDAZIONE ALTAGAMMA Fondazione Altagamma riunisce oggi le migliori imprese dell'Alta Industria Culturale e Creativa che promuovono nel mondo l'eccellenza, l'unicità e lo stile di vita italiani. Unica per la sua trasversalità, Altagamma accoglie brand dei settori della moda, del design, della gioielleria, dell'alimentare, dell'ospitalità, della velocità e del wellness. Dalla sua nascita, nel 1992, Altagamma è cresciuta fino ad includere quasi 100 soci in 10 differenti settori, garantendo così un'ampia rappresentatività dell'industria del bello italiano. Nel corso di più di due decenni, la Fondazione ha compiuto un graduale ma continuo processo di sviluppo che ha ampliato le sue aree di attività dagli studi sul settore e dalla diplomazia commerciale a favore delle imprese associate ai programmi di business development e di promozione internazionale dell'industria di eccellenza italiana e del Sistema Paese, secondo un approccio ormai consolidato di partnership con privati, associazioni e Governo. Contestualmente, il mercato mondiale di alta gamma ha registrato una strepitosa crescita, passando da un valore di €232 miliardi nel 1992 agli attuali €1.161 (con il lusso personale - abbigliamento, gioielleria e accessori - che è passato da €63 miliardi a €262). Più che decuplicati i consumatori: dai 37,5 milioni del 1992 ai 415 attuali. I Soci Altagamma. MODA: Agnona, Alberta Ferretti, Bottega Veneta, Brioni, Brunello Cucinelli, Corneliani, Emilio Pucci, Ermenegildo Zegna, Etro, Fedeli Cashmere, Fendi, Gucci, Herno, Isaia, Loro Piana, Max Mara, René Caovilla, Salvatore Ferragamo, Sergio



Nuova Villa,
3.900.000 €
VENDITA NUOVA VILLA A SPERLONGA
VEDI TUTTI GLI ALTRI VEDI TUTTI GLI ANNUNCI SU ILMESSAGGEROCASA.IT



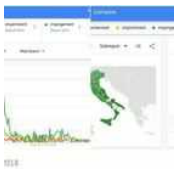
IL VIDEO PIÙ VISTO

Romina Power, post su Instagram dopo il concerto con Al Bano: «È veramente un miracolo...»

ALTRE STORIE



Le imprese culturali e creative a Montecitorio per la giornata Altagamma



ERRORE SOCIAL
Di Maio minaccia lo stato d'accusa al presidente? Gli italiani su Google cercano...



IL SERVIZIO
Roma, arriva "Taxi web" piattaforma unica per il trasporto pubblico

Cerca il tuo immobile all'asta

Regione: Qualsiasi
Provincia: Tutte
Fascia di prezzo: Tutti
Data: gg-mm-aaaa
INVIA
Ilregalmente

Rossi, Stone Island, Tod's, Valentino, Versace. DESIGN: Alessi, Alias, Artemide, B&B Italia, Bisazza, Boffi, Danese, Driade, Fantini, FontanaArte, Frette, Kartell, Living Divani, Moroso, Poltrona Frau, Porro, Valcucine, Zanotta. OSPITALITÀ: Albereta, Andana, Bauer, Bellevue Syrene, Belmond Hotel Splendido, Bulgari, Capri Palace, Cristallo, De Russie, Lungarno, Masseria San Domenico, Principe di Savoia, San Maurizio 1619, Town House Galleria, Verdura Resort, Villa d'Este. FOOD&BEVERAGES: Agrimontana, Allegrini, Baratti&Milano, Bellavista, Biondi Santi, Ca' del Bosco, Calvisius, Cantine Ferrari, Domori, Feudi di San Gregorio, illycaffè, Livio Felluga, Luce della Vite, Masi Agricola, Mastrojanni, Nonino, Ornellaia, S.Pellegrino, Segnana. MOTORI: Alfa Romeo, Ducati, Ferrari, Maserati. NAUTICA: Amico&Co, Arcadia Yachts, Baglietto, Benetti, Cantiere delle Marche, Cantieri Navali del Mediterraneo, Perini Navi, Riva Yachts. GIOIELLERIA&HARD LUXURY: Aurora, Buccellati, Bulgari, Chantecler Pomellato, Vhernier. ALTRI SETTORI: Acqua di Parma, Manifatture Sigaro Toscano, Moleskine, Skira, Technogym.

Giovedì 31 Maggio 2018 - Ultimo aggiornamento: 11:29

© RIPRODUZIONE RISERVATA

COMMENTA LA NOTIZIA

Scrivi qui il tuo commento

ULTIMI INSERITI

0 di 0 commenti presenti

PIÙ VOTATI

© 2018 Il MESSAGGERO - C.F. e P. IVA 05629251009

3 MESI A SOLI 15,99€

LEGGI L'EDIZIONE DIGITALE