

Altagama: si cresce con imprenditoria giovanile, politiche fiscali e quotazione in borsa

Eccellenze italiane da difendere

In cantiere un progetto per la promozione dei tesori tricolore

DI GIANFRANCO FERRONI

Le eccellenze italiane vanno difese ad ogni costo. Per il presidente di Altagama **Andrea Illy**, la parola d'ordine di **Mario Draghi**, «whatever it takes» (costi quel che costi), dovrebbe essere estesa al sostegno delle imprese tricolori. La giornata romana alla Camera dei Deputati per la presentazione del volume Skira *Altagama. Strategie per l'Italia d'eccellenza*, che vanta una copertina con il *Terzo Paradiso* dell'artista Michelangelo Pistoletto, e all'interno i 78 contributi dei rappresentanti del mondo delle imprese ed esperti, tra cui il premio Nobel per l'economia **Michael Spence**, ha offerto una serie di riflessioni, tra le analisi dei gap di competitività e di competenze da colmare per consolidare la crescita italiana, e in particolare dell'industria culturale e della creatività, e le proposte di possibili soluzioni a partire dal valore aggiunto del modello di business italiano, fondato su ecosistemi collettivi, come i distretti, i consorzi, le cooperative. Tutto questo all'interno di un mercato dell'alto di gamma che a livello mondiale vale quasi 1.200 miliardi, 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 e alimentare.

Se per l'economista della **London Business School** **Lucrezia Reichlin**, «tante imprese medie e grandi già dal 2010 hanno intrapreso un percorso di riscatto e di crescita», resta la sfida di creare le condizioni per la crescita delle imprese più piccole, meno produttive non solo delle medio-grandi nostrane, ma anche delle omologhe dei nostri partner europei. Il modello proposto da Altagama, con ecosistemi che intrecciano settori diversi e attori che operano insieme sulla base

del principio «cooperare per competere può essere vincente, ma non bisogna sottovalutare il problema dell'emigrazione giovanile che ha portato via dall'Italia skill e talenti, soprattutto al sud», ha avvertito. Il vicepresidente della **Fondazione Edison** **Marco Fortis** ha sottolineato che l'Italia sfiora il primato in più di un ambito: «Siamo secondi alla Germania come paese manifatturiero europeo, alla Spagna per pernottamenti di turisti stranieri, alla Francia nell'agricoltura, ma è prima per numero di settori dell'industria culturale e creativa, grazie a brand di eccellenza che detengono il 10% dei consumi mondiali». Anche se incomplete, secondo Fortis, un contributo importante è venuto dalle politiche economiche degli ultimi anni dirette a stimolare gli investimenti, dal rifinanziamento della «Sabatini» al super e iperamortamento, dal patent box a impresa 4.0.

Numerose le raccomandazioni rivolte a tutti gli stakeholder, e in particolare al mondo della politica. Spingere, innanzitutto, per favorire politiche industriali dedicate alle produzioni ad alto valore aggiunto, secondo l'indicazione di Illy. Il modello italiano basato sugli ecosistemi resta efficace, avendo come riferimento il più famoso ecosistema globale, la **Silicon Valley**, nato dallo studio dei distretti industriali italiani, ma deve essere potenziato. Da qui l'accordo di collaborazione siglato da Altagama con il Politecnico di Milano, per studiare proposte concrete in questa direzione.

Il secondo campo di intervento è quello delle politiche fiscali, che devono puntare a far crescere le

imprese con ogni mezzo, e al rinnovamento tramite il sostegno all'imprenditoria giovanile. Per Illy il «whatever it takes» che ha mosso l'azione di Draghi alla guida della Bce deve valere anche per le scelte rivolte all'industria italiana, guardando soprattutto alle

piccole imprese familiari, fragili e sottocapitalizzate.

«Una delle strade per incentivare il passaggio a un modello aperto di capitalismo familiare passa per la partecipazione al programma Elite di Borsa italiana, che prepara le imprese alla quotazione», ha detto Illy, secondo cui può essere utile al rafforzamento delle imprese a prescindere dalla decisione finale circa il quotarsi o meno.

Quindi, lo sviluppo dei talenti indispensabili per promuovere l'innovazione, a cominciare dall'aumento del numero dei diplomati negli istituti tecnici superiori e dei laureati nei settori tecnologici. Un gap da colmare con urgenza, se si pensa che nelle nostre filiere ci sono almeno 100 mila posti di lavoro non coperti per mancanza di competenze, a fronte di una disoccupazione giovanile che negli anni più duri della crisi ha toccato il 44% nella fascia sotto i 25 anni, ha ricordato Illy.

Infine, le politiche promozionali a sostegno dell'export e del turismo, sfruttando la digitalizzazione e i nuovi media, e creando un concept coerente che valorizzi tutto il made in Italy e comunichi la bellezza e lo stile di vita italiano. A questo proposito Altagama ha in cantiere un altro progetto, dedicato alla promozione dei tesori dell'Italia. Con una innovativa campagna di comunicazione.

© Riproduzione riservata

