

LE PRIORITÀ DELL'INDUSTRIA DEL MADE IN ITALY DI ECCELLENZA

Contributo di Fondazione Altagamma all'indagine conoscitiva sul Made in Italy: valorizzazione e sviluppo dell'impresa italiana nei suoi diversi ambiti produttivi

(Commissione X Attività produttive, 21.02.2023)

ALTAGAMMA E L'INDUSTRIA ITALIANA DI ECCELLENZA

Fondazione Altagamma rappresenta 112 imprese dell'alta industria culturale e creativa italiana nei comparti Moda e Gioielleria, Design, Alimentare, Ospitalità, Motori, Nautica.

L'industria italiana di alta gamma vale 144 miliardi di euro e fornisce un contributo al PIL del 7,4%. La quota dell'export è di circa il 50%. Coinvolge 1.922.000 occupati, diretti e indiretti.

Il contributo intangibile di questa industria è altrettanto importante: ambasciatori nel mondo di alcuni fra i migliori attributi dell'Italia, costituiscono un elemento fondante del nostro Soft Power.

Altagamma opera dunque a favore delle aziende socie e del Sistema Paese nel suo complesso con alcune finalità prioritarie fra le quali vogliamo qui portare all'attenzione:

- Tutelare i brand e la **proprietà intellettuale**
- Preservare la **manifattura**
- Favorire l'**espansione internazionale** (Internazionalizzazione)
- Sostenere la **competitività** delle imprese italiane

TUTELARE I BRAND E CONTRASTARE LA CONTRAFFAZIONE

La contraffazione è un fenomeno negativo per tutti i comparti produttivi. Per le imprese dell'alto di gamma, che hanno nel brand un valore intangibile di enorme importanza, l'impatto è ancora più rilevante.

Nel periodo 2008/2021 sono stati sequestrati in Italia oltre 617 milioni di articoli contraffatti, per un controvalore complessivo di quasi 6 miliardi di €, con una crescita del 87% tra il 2020 ed il 2021 (fonte: rapporto UIBM/Iperico 2022).

Al fine di contrastare la contraffazione riteniamo utile una serie di misure, di diverso ordine:

- Misure Legislative: importante, sul piano penale, istituire la procura nazionale anti-contraffazione mentre, sotto il profilo civile, concentrare la competenza nelle cause in materia di diritti di PI in un numero ridotto di Tribunali e Corti. Fondamentale anche prevedere una procedura accelerata di distruzione dei prodotti contraffatti sequestrati;
- Misure in ambito della comunicazione e formazione: riteniamo necessario mettere in campo progetti di sensibilizzazione del consumatore, campagne ad hoc sui social media, nonché istituire corsi sul tema della proprietà intellettuale obbligatori nelle facoltà scientifiche;
- Misure amministrative: importante promuovere la tracciabilità dei prodotti per il tramite di blockchain, rafforzare l'azione delle Dogane, della Guardia di Finanza e delle polizie locali, promuovere la proattività del contrasto alla contraffazione online da parte delle piattaforme a partire dal Digital Service Act.

PRESERVARE LA MANIFATTURA

Il saper fare è al cuore dell'eccellenza del Made in Italy, è un elemento distintivo delle nostre creazioni e un nostro grande vantaggio competitivo.

Dalle indagini che periodicamente Altagamma svolge con Unioncamere, emerge il problema della **carenza di talenti manifatturieri**. Un paradosso in un Paese che vede più del 23% di disoccupazione giovanile. L'ultima

stima parla di 346.000 profili che da qui al 2026 le imprese dell'alto di gamma italiana cercheranno e che il mercato del lavoro solo per metà è in grado di soddisfare.

La carenza di profili professionali è dovuta almeno a due ordini di problemi: da una parte la difficoltà ad allineare i programmi delle scuole tecniche e professionali con le esigenze delle imprese, che cambiano con la velocità dettata dalla trasformazione tecnologica e dall'evoluzione dei modelli di business; dall'altra parte la bassa attrattività dei mestieri manuali, che incide sulla scarsa vocazione a intraprendere i relativi percorsi di formazione

Altagama ha redatto due libri su questo tema (I Talenti del Fare 1 e 2) presentando i dati di una ricerca Unioncamere sul tema. Successivamente ha lanciato il progetto **Adotta una Scuola** (giunto alla seconda edizione), in collaborazione con il Ministero dell'Istruzione, attraverso il quale già 23 imprese Altagama hanno intrapreso percorsi formativi specifici con altrettante scuole secondarie, integrando i programmi didattici per creare i profili di cui hanno bisogno.

La diffusione della conoscenza di questi programmi e la valorizzazione dei mestieri manifatturieri dell'alto di gamma sono requisiti indispensabili per tutelare la manifattura italiana e Altagama sta lavorando a una serie di iniziative aggiuntive per cui sarebbe importante poter contare sul supporto delle istituzioni. Tra questi:

- **School Orientation Kit**, da distribuire nelle Scuole Medie a insegnanti e studenti per informarli sulle opportunità offerte dal percorso di carriera indirizzato ai mestieri tecnico professionali.
- **OPEN DAYS I Talenti del Fare (Milano e Roma)**, tre giorni di eventi pensati per le famiglie e i giovani sulla rilevanza dei percorsi professionali manifatturieri di eccellenza. Un'occasione per avvicinare il pubblico a questi temi attraverso l'expertise dei Maestri della Manifattura dei migliori marchi italiani. In Francia eventi simili hanno visto la partecipazione di migliaia di persone.
- **Campagna di Comunicazione su Artigianalità e Saper Fare**: Sarebbe opportuno realizzare campagne di sensibilizzazione mirate alle famiglie e ai giovani utilizzando i media più opportuni (Spot, Social con il Coinvolgimento di influencer, Docus-serie su TV (Amazon, Netflix, Rai).

Inoltre, proprio per promuovere la diffusione della cultura del "made in Italy" nei confronti delle giovani generazioni e favorirne la formazione nelle professioni artigianali, riteniamo importante premiare le aziende che stanno investendo in questi progetti a favore del Sistema Italia prevedendo anche un **contributo a fondo perduto per le Academy aziendali delle imprese culturali e creative o un sistema di incentivazione che le motivi a proseguire affiancando così il lavoro delle scuole sul territorio.**

FAVORIRE L'ESPANSIONE INTERNAZIONALE

Con più del 50% di fatturato realizzato in media all'estero, la promozione all'estero è una priorità per le imprese di alta gamma. I principali mercati di sbocco per i prodotti di alta gamma sono rappresentati da Americhe (32%), Europa (27%), Cina (17%), resto dell'Asia (15%), con gli USA a trainare il mercato nel 2022 e la Cina prevista al ritorno ai livelli precedenti al Covid-19 dopo i severi lockdown da non molto conclusi.

Particolarmente importante **l'attività di promozione del Sistema Paese**, in sinergia con i Ministeri competenti, che sia incentrata sulla valorizzazione della nostra tradizione artistica e manifatturiera, sul patrimonio naturalistico e culturale, sulla capacità innovativa, su tutti gli ambiti in cui si esprime la nostra creatività. Altagama su questo è da sempre a disposizione delle Istituzioni per dare il proprio contributo con il know how e gli strumenti di comunicazione delle aziende socie.

Il **Turismo** rappresenta inoltre uno dei più importanti volani trasversali per l'industria di alta gamma. Da tempo Altagama promuove nei confronti delle istituzioni una strategia di riposizionamento verso l'alto

dell'offerta turistica in grado di generare crescita per le industrie che ruotano intorno all'indotto del comparto e di incrementare la domanda di prodotti italiani. Non solo oggi il 60% degli acquisti di prodotti di lusso in Italia (e il 50% in UE) è effettuato da stranieri, ma in generale **il turismo di alta gamma** ha un impatto economico complessivo, considerando il contributo diretto, indiretto e indotto pari al 3% del PIL per un valore di 60 miliardi (25 miliardi solo quelli diretti). Rappresenta meno dell'1% delle imprese ricettive, ma genera il 25% della spesa dei turisti nel nostro Paese. Opportunamente potenziato, può crescere fino a **€100 miliardi di valore diretto**.

Riteniamo in questo senso importanti **contributi e finanziamenti agevolati** a favore di quelle imprese che investono in programmi volti allo sviluppo dell'offerta turistica.

Anche l'attività della Fondazione nell'ambito dell'internazionalizzazione si concretizza in progetti di promozione e comunicazione nei Paesi Chiave. Per il 2023 sono previsti i seguenti progetti:

- In collaborazione con MAECI-ICE Agenzia è tuttora in corso la **campagna Mini Program WeChat** per la valorizzazione dei brand Altagama in Cina
- Ad Aprile Altagama, sempre in collaborazione con ICE-Agenzia e in continuità con il Mini Program WeChat, sarà presente alla Fiera internazionale dei beni di consumo di **Heinan**, con **Panorama, una videoinstallazione a 360° sulla bellezza Italiana**, incentrata sul trinomio Natura-Cultura-Manifattura.
- Il network internazionale **ALTAGAMMA CLUB**, nato in collaborazione con MAECI, prevede tra 2023 e 2024 l'apertura delle sedi di **Dubai** e **Giappone**, che fungeranno da centri di coordinamento delle attività integrate dei brand Altagama sui mercati e di relazione con le Istituzioni locali.
- **In vista di EXPO2025**, a Osaka, Altagama opererà per facilitare i rapporti dei Soci Altagama con il Padiglione Italia e – attraverso l'Altagama Club – per implementare eventuali iniziative di avvicinamento e preparazione all'evento.
- Gli eventi all'estero, in particolare con il supporto degli Altagama Club, potranno avvalersi, come precedentemente avvenuto a New York e Shanghai, del format **NEXT DESIGN PERSPECTIVES**, un think tank ad assetto variabile che mira ad indagare i futuri trend della creatività e del design, e che accredita l'industria culturale e creativa italiana come soggetto di avanguardia anche relativamente ai temi della progettualità industriale e sociale, con particolare attenzione alla sostenibilità.

SOSTENERE LA COMPETITIVITÀ DELLE IMPRESE ITALIANE

(cfr. documento di approfondimento già condiviso con Ministero delle Imprese e del Made in Italy, qui allegato)

Per sostenere le imprese italiane di eccellenza occorre rafforzare la competitività, e in questo senso Altagama propone una serie di raccomandazioni tecniche e pragmatiche:

Formazione del personale - Estensione e potenziamento del credito d'imposta Formazione 4.0 al fine di rendere più efficace il processo di trasformazione tecnologica e digitale delle imprese

Patent Box - Reintroduzione del marchio tra i beni intangibili rilevanti ai fini del Patent Box, sia per sostenere gli investimenti in R&S delle grandi imprese sia per sostenere l'indotto da esse generato

Credito di Imposta Design e Ideazione Estetica - Rafforzamento del credito d'imposta per (i) attività di design e ideazione estetica e (ii) attività di innovazione tecnologica finalizzate alla transizione ecologica e all'evoluzione digitale 4.0 nei prossimi anni

Credito d'imposta ricerca, sviluppo e innovazione - Incremento dei costi eleggibili al beneficio del credito d'imposta per attività di ricerca, sviluppo e innovazione, anche in ottica di potenziare gli istituti di specializzazione, quali gli ITS

Welfare Aziendale - Incremento della soglia di non imponibilità, ai fini delle imposte sui redditi, dell'importo dei beni ceduti e dei servizi prestati dalle aziende ai propri lavoratori a titolo di welfare aziendale.

Forme pensionistiche complementari - Incremento dei valori deducibili ai sensi dell'art. 10 TUIR dei contributi versati alle forme di previdenza complementare, a sostegno del reddito dei dipendenti.

A livello europeo, insieme a Camera Nazionale della Moda Italiana, proponiamo inoltre **l'istituzione di Fondo Europeo comune**, da assegnare ai singoli Stati in base al criterio della rilevanza industriale nei settori strategici, che salvaguardi i livelli di mercato mettendo le imprese nelle condizioni di competere e di crescere.