

«Il Giappone mercato e vetrina ideale per l'alta qualità italiana»

Expo di Osaka

Matteo Lunelli, presidente di Altagamma: «Lavoriamo a partnership strategiche»

Giulia Crivelli

«I giapponesi non solo apprezzano, ma comprendono il valore dell'artigianalità italiana e della qualità di ogni prodotto made in Italy»: Gianluigi Benedetti, ambasciatore d'Italia in Giappone, ha introdotto così, da un convegno ospitato all'Expo di Osaka, le relazioni, culturali ed economiche, e il potenziale in parte inesplorato delle nostre filiere di eccellenza in Giappone.

L'obiettivo dell'incontro di ieri a Osaka, organizzato da Fondazione Altagamma in collaborazione con Confartigianato, era chiaro fin dal titolo, "Creatività e design, artigianato e innovazione. Italia e Giappone a confronto", ed è stato sottolineato da Matteo Lunelli, presidente dell'associazione che riunisce 120 imprese di ben sette settori – moda, design, gioielleria, alimentare, ospitalità, motori e nautica.

«Italia e Giappone condividono una profonda sensibilità per l'estetica e la qualità artigianale e sono protagonisti di quella che definiamo l'economia della bellezza, che rappresenta il 7,4% del Pil italiano – ha spiegato Lunelli –. Il Giappone è un

mercato strategico per l'alto di gamma made in Italy e auspichiamo che Expo 2025 Osaka possa rafforzare ulteriormente il solido legame che unisce le nostre culture e i nostri Paesi». A confermare l'intesa con il corpo diplomatico italiano in Giappone è stata Stefania Lazzaroni, direttrice generale di Fondazione Altagamma, ricordando che «nel 2024, in occasione della prima Giornata del made in Italy, fu grazie all'ambasciatore Benedetti se riuscimmo a illuminare la torre di Tokyo con il tricolore».

A sottolineare il ruolo dell'Italia anche Fabrizio Mollicone, Maria Porro e Marco Granelli, presidenti, rispettivamente, della Commissione cultura, sport e scienza della Camera dei deputati, del Salone del mobile di Milano e di Confartigianato. Evidentemente ricredutosi sull'opportunità di usare l'inglese (o il *globish*, come disse qualche mese fa) quando non esiste un vocabolo italiano adatto, Mollicone ha parlato di «*soft power* dell'Italia», che si esprime anche nella manifattura e nell'artigianato di eccellenza. Le affinità già esistenti con il Giappone e che è strategico potenziare sono state sottolineate all'inizio del convegno da Mario Vattani, Commissario generale per l'Italia a Expo 2025 e che sarà tra gli ospiti del Luxury Summit del Sole 24 Ore del 7 maggio. «La scelta del 15 aprile, compleanno di Leonardo da Vinci, come Giornata del made in Italy, ha un significato straordinario e qui a Osaka si possono vedere

due fogli del Codice Atlantico - ha sottolineato - . Leonardo è il simbolo del genio italiano e della sua poliedricità. Da qui anche l'Icosaedro Altagamma, una struttura geometrica costruita in legno di noce al centro di un'installazione del Padiglione Italia». Ispirato al poliedro ideato da Leonardo da Vinci e disegnato da Luca Pacioli, l'Icosaedro si compone di venti triangoli che delimitano lo spazio dell'installazione, e sei di questi rivelano al pubblico la straordinaria varietà della manifattura italiana attraverso le immagini dei 120 brand di Altagamma.

Interessante, in tempi di incertezza geopolitica e quindi economica e di ripensamenti sulla necessità di maggiore inclusività, l'intervento di Sabina Belli, ad di Pomellato e vicepresidente di Altagamma: «I gioielli mostrano da anni tassi di crescita e resilienza alle incognite di ogni tipo che ci circondano: si acquista un gioiello per passione, ma anche perché se ne riconosce il valore intrinseco – ha spiegato –. C'è una ragione se molte pietre si chiamano preziose, per non parlare delle quotazioni dell'oro, che fanno dei gioielli quasi dei beni rifugio, che sempre più spesso le donne si regalano da sole. Devo però notare che a questo convegno c'è solo un'altra donna, oltre a me, Stefania Lazzaroni. I clienti dei prodotti di lusso sono per il 90% donne, ma solo il 2% dei ceo del mondo. *Do the math* (che potremmo tradurre con "ditemi voi")».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Al vertice.
Sabina Belli, ad di Pomellato e vicepresidente di Altagamma

