

I media internazionali raccontano l'industria italiana

Rassegna stampa estiva (luglio-agosto 2018)

Lusso e cibo concentrano gli articoli che la stampa estera dedica alla manifattura italiana durante i mesi di luglio e agosto. I quotidiani internazionali prestano particolare attenzione alle strategie di crescita di entrambi questi settori del made in Italy sui mercati esteri.

Lusso e moda - *Financial Times* parla dell'acquisizione, da parte di **Ermenegildo Zegna** del marchio americano Thom Browne (28 agosto - [Italy's Ermenegildo Zegna buys US label Thom Browne*](#)), mentre *The New York Times Style Magazine* racconta il "mondo color d'arcobaleno" di **Angela Missoni** celebrando i suoi 21 anni da direttrice creativa dell'azienda di famiglia (14 agosto - [Inside Angela Missoni's Rainbow-Colored World*](#)). Spazio anche alla gioielleria, con *WSJ Magazine* che passa un giorno nella vita di **Lucia Silvestri**, direttrice creativa di Bulgari e "cacciatrice di gemme", sempre in giro per il mondo alla ricerca della "pietra perfetta" (16 agosto - [A Day in the Life of Bulgari's Creative Director Lucia Silvestri*](#)).

Enogastronomia - Per i prodotti gastronomici *New York Times* racconta di come sia arrivati a New York il prosciutto di **Carpegna** con la sua "dolce ricchezza" di gusto (30 luglio - [A Richer Prosciutto Arrives in New York*](#)). Per il vino e gli alcolici, *El Mundo* racconta l'inizio della vendemmia in Italia "paese le cui esportazioni hanno battuto record storici nel primo quadrimestre dell'anno" (12 agosto - [Italia ya vendimia](#)), mentre *Reuters* parla del successo dello **Spritz** e del suo effetto positivo sul conto economico di Campari (1 agosto - [Growing taste for Aperol 'Spritz' lifts spirits at Campari](#)).

*articolo disponibile a pagamento / su registrazione