

## I media internazionali raccontano l'economia e l'industria italiana

### Rassegna stampa di ottobre 2024

*Finanza, lusso ed enogastronomia sono i protagonisti, questo mese, degli articoli che la stampa internazionale dedica all'Italia. Insieme ai risultati del settore bancario e all'attrattiva di Milano per i manager che lasciano Londra, i media raccontano storie e strategie della moda made in Italy, celebrando anche vini e produzioni tipiche che vengono associate, in diversi articoli, al turismo culturale.*

#### Imprese e lavoro

In primo piano la finanza con i risultati migliori delle aspettative che **Intesa Sanpaolo** ottiene nel terzo trimestre (*Bloomberg*, 31 ottobre - [Intesa Lifts Profit Goal as Fee, Hedging Strategy Pays Off\\*](#)) e con la crescente attrattiva di **Milano** nei confronti dei manager che stanno abbandonando Londra dopo la Brexit (*Financial Times*, 15 ottobre - [Buzzing Milan aims to entice London's bolting non-doms\\*](#)).

Fra le storie aziendali, protagonista è il lusso. Il *New York Times* racconta il "ritorno in America" di **Giorgio Armani** con un nuovo negozio e nuove residenze firmate dallo stilista italiano a Manhattan (19 ottobre - [The Essential Italian Returns to America\\*](#)). Il quotidiano americano spiega anche come **Bottega Veneta** sia capace di portare "l'artigianato a toccare nuove vette", grazie alla celebrazione della creatività e del know-how delle persone che lavorano la pelle per il marchio (25 ottobre - [An Italian Luxury House Takes Artisanry to New Heights\\*](#)). Il brand è al centro, poi, di un articolo del *WSJ Magazine* che parla dei suoi nuovi profumi (1 ottobre - [With New Fragrances, Bottega Veneta Smells a Hit\\*](#)).

#### Cultura e turismo

L'enogastronomia è la protagonista delle segnalazioni che la stampa estera dedica alla cultura e al turismo italiani. Il *Financial Times* visita la "lussureggiante" **Franciacorta**, per scoprire "la risposta italiana allo champagne" (23 ottobre - [Franciacorta uncorked: discovering Italy's answer to Champagne\\*](#)), mentre il *Wall Street Journal* recensisce il libro "Italy in a Wineglass: The Story of Italy Through Its Wines" che ripercorre la storia della vitivinicoltura nella penisola e nel Mediterraneo (11 ottobre - ['Italy in a Wineglass' Review: Pouring Out History\\*](#)). Il quotidiano finanziario americano parte anche alla scoperta di **Torino**, città che viene definita un "sogno per gli amanti del cioccolato" grazie alle sue pasticcerie e alle loro specialità (28 ottobre - [Italy's Turin Is a Chocolate Lover's Dream\\*](#)).

Turismo, cultura ed enogastronomia si incontrano, poi, nelle segnalazioni che il *Financial Times* dedica a **Venezia**, nell'ambito della sua guida *FT Globetrotter*. Il quotidiano britannico racconta la cucina della laguna (19 ottobre - [Venice in three ingredients\\*](#)) e la filiera

cortissima garantita da una “rivoluzione” nelle pratiche agricole (16 ottobre [Inside Venice's farm-to-table revolution\\*](#)). Si sofferma inoltre sull'architettura, in un viaggio che spazia da Palladio, con l'**Abbazia di San Giorgio Maggiore** (17 ottobre - [Under the spell of Venice's San Giorgio Maggiore island\\*](#)) alla Venezia modernista di **Carlo Scarpa** (15 ottobre - [Back to the \(retro\)future: Carlo Scarpa's Modernist Venice\\*](#)). Spazio infine al *New York Times* che racconta di come la **Biennale**, “all'ombra delle arti visive”, celebri anche la musica (22 ottobre - [In the Art Biennale's Shadow, Venice Celebrates Music, Too\\*](#)).

\*articolo disponibile a pagamento/su registrazione