

I media internazionali raccontano l'industria italiana Rassegna stampa di settembre 2019

Il made in Italy in generale, e le produzioni di lusso in particolare, continuano ad attrarre le attenzioni dei quotidiani internazionali. Complice la settimana della moda milanese sotto i riflettori finiscono i marchi dell'abbigliamento e degli accessori, mentre altri articoli si concentrano sul settore delle 'supercar' o sugli yacht di alta gamma.

Moda - Mentre il *New York Times* delinea "le tendenze della primavera" emerse dall'appuntamento milanese (22 settembre - [Next Spring, Next Trends*](#)), *Financial Times* in un articolo che recensisce le diverse sfilate, si dichiara "pazzo per Milano" (23 settembre - [Mad for Milano*](#)), soffermandosi in particolare sulle proposte di **Gucci** (20 settembre - [Gucci by name, and nature*](#)). Del resto proprio il marchio fiorentino, spiega *El Pais*, "ha portato al climax" la settimana della moda (22 settembre - [Gucci lleva al clímax la semana de la moda de Milán](#)). Il "grande potere" di Gucci, insieme al "ruggito selvaggio" di **Dolce Gabbana** sono, poi, protagonisti anche di un articolo di *Associated Press* (ripreso il 22 settembre da *New York Times* - [Gucci Takes a Kinky Turn; Dolce&Gabbana Give a Jungle Roar*](#) e *Washington Post* - [Gucci takes a kinky turn; Dolce&Gabbana give a jungle roar*](#)).

Oltre alla cronaca delle passerelle, il *New York Times Style Magazine* traccia un profilo di **Brunello Cucinelli**, l'inventore dello stile "sportivo chic" che "ha mantenuto le proprie radici in Umbria" (6 settembre - [Brunello Cucinelli, Renaissance Man*](#)), mentre *Le Monde* parla del "mix culturale" alla base delle proposte della stilista **Gabriella Cortese** (6 settembre - [La styliste Gabriella Cortese : « Une recette, c'est un peu la même chose qu'un vêtement »*](#)). Lo stile si mischia poi con il cinema nel documentario, presentato alla Mostra di Venezia, sulla vita **Chiara Ferragni**, "una delle persone più influenti dell'industria della moda" (*New York Times*, 4 settembre - [Fashion Comes to Venice Festival With Instagram Star Ferragni's Film*](#)).

Altri articoli celebrano il connubio fra moda e finanza, parlando della casa di moda **Elisabetta Franchi** che punta a raccogliere capitali in Borsa (*New York Times*, 12 settembre - [Italy's Elisabetta Franchi Fashion Label to List in Milan in Reverse Takeover](#); *Reuters*, 12 settembre - [Italy's Elisabetta Franchi fashion label to list in Milan in reverse takeover](#)).

Die Zeit, invece, si occupa di **Valentino**, rendendo omaggio a Pierpaolo Piccoli direttore creativo della maison (4 settembre - [Der Unabhängige](#)). Dello stilista "amante del bello" parla anche *El Pais* in occasione della vendita della sua Villa La Vagnola, in Toscana da cui sono passate star di tutti i tempi, "da Sophia Loren a Gyneth Paltrow" (6 settembre - [Valentino se despide de su villa toscana; Así es La Vagnola, la villa que Valentino pone a la venta, en imágenes](#)).

Spazio anche all'innovazione e alle nuove nomine di **Tod's** che punta sul digitale (*Reuters*, 27 settembre - [Italy's Tod's appoints former Google executive to ramp up digital effort](#)), oltre che ad **Aviteur**, nuovo marchio di valigeria di Patrizia Gucci (*New York Times*, 27 settembre - [A Gucci Name Comes with Baggage](#)). *Wall Street Journal*, infine, racconta l'acquisizione di **Buccellati** da parte di Richemont, un'operazione da 200 milioni che vede il marchio italiano come "motore per la crescita nella gioielleria" (27 settembre - [Richemont Buys Italian Jewelry Brand Buccellati*](#)).

Supercar e superyacht - I quotidiani internazionali parlano anche del lusso nell'automotive, con una prova dell'ultima "Berlinetta" **Ferrari**, la F8 Tributo (El Mundo, 9 settembre - [Al volante del Ferrari F8 Tributo: la última Berlinetta V8](#)) e con il ritorno di una spider 'Superfast', la 812 GTS, a 50 anni dall'omonimo modello del 1964 (Die Welt, 9 settembre - [Ferrari 812 GTS](#)). Su *Reuters* attenzione, poi, alle strategie di Maranello finalizzate a sostenere "la crescita turbo degli utili e dei prezzi azionari" (Reuters, 9 settembre - [Ferrari mixes sport with power in new Spider and GTS models](#)). L'elettrificazione, invece, è al centro degli sforzi di **Maserati** che investirà, 1,6 miliardi di euro per nuovi modelli da produrre in Italia (*Reuters*, 26 settembre - [Fiat's Maserati to invest at least 1.6 billion euros to launch new models](#); *Expansion*, 27 settembre - [Maserati solo desarrollará y fabricará en Italia sus nuevos modelos electrificados](#); *Die Welt*, 27 settembre - [Maserati Zuküftspläne](#); *Le Matin*, 1 ottobre - [Maserati annonce la production de ses modèles «Made in Italie»](#))

Reuters racconta, inoltre, i piani del produttore di yacht **Ferretti** che si assicura un aumento di capitale da 250 milioni (10 settembre - [Yacht maker Ferretti secures 250 million euro capital increase](#)) in vista della quotazione in Borsa a Milano, prevista per fine ottobre (16 settembre - [Italian yacht maker Ferretti plans to list in Milan by end-October](#)), e di possibili acquisizioni all'estero (16 settembre - [Italy's Ferretti eyeing possible acquisition abroad after IPO: CEO](#)). Altri articoli si soffermano sulla valutazione data dagli investitori al gruppo che sfiora il miliardo di euro (il 30 settembre su *Bloomberg* - [Superyacht Maker Ferretti Valued at Up to \\$1.2 Billion in IPO](#) e *Reuters* - [Italian yacht maker Ferretti aims for up to one billion euro valuation in IPO](#)),