

## I media internazionali raccontano l'industria italiana

### Rassegna stampa di gennaio 2020

Le passerelle della moda maschile e le strategie di crescita dei marchi (italiani all'estero e internazionali in Italia) attirano a gennaio l'attenzione dei corrispondenti e degli inviati stranieri. Il lusso, come di consueto, è il protagonista delle segnalazioni che i media internazionali dedicano all'Italia: oltre all'abbigliamento, però, c'è spazio anche per l'automotive e la nautica, e anche per qualche articolo dedicato alle aziende italiane che colgono la sfida della sostenibilità.

**Lusso** - Le passerelle maschili di Milano riportano la moda sotto i riflettori dei media internazionali. Mentre alcuni articoli passano in rassegna le proposte autunno/inverno dei diversi stilisti "per il prossimo decennio" (*New York Times*, 12 gennaio - [Milan Designers Consider Menswear for the Next Decade](#); 13 gennaio - [Milan Designers Hybridize Menswear for Next Fall/winter\\*](#) 15 gennaio - [At Milan Men's Week, the War Lives On\\*](#)), altri si soffermano sui singoli marchi: è il caso di **Gucci**, con attenzione alla figura del direttore creativo **Alessandro Michele** che "da 5 anni rivoluziona lo stile maschile" (*New York Times*, 14 gennaio - [Gucci's Michele Marks 5 Years of Challenging Masculine Codes\\*](#)) e che ora pensa a nuovi progetti futuri (13 gennaio - [Gucci's Alessandro Michele on His Job Prospects\\*](#)), oppure di **Prada** che propone la propria idea di "pendolare chic" (*The Guardian*, 12 gennaio - [Prada works commuter chic at Milan men's fashion week](#)) e vede emergere la "figura atipica" dell'"avventuroso" **Lorenzo Bertelli** – figlio dei fondatori del marchio – nella lista delle persone più influenti del mondo del lusso (*El Pais*, 10 gennaio - [Lorenzo Bertelli deja su vida de aventurero para ejercer de heredero del imperio Prada](#)).

Oltre le sfilate milanesi, su *New York Times* c'è spazio anche per le strategie di **Zegna** che "guarda a Est", investendo nel designer Raghavendra Rathore, "conosciuto per la capacità di traslare le tradizioni indiane in vestiti tradizionali per le élite globali" (11 gennaio - [Zegna's Indian Ambitions\\*](#)); il quotidiano racconta il "tocco di colore" della nuova collezione di **Armani** presentata a Parigi (21 gennaio - [Armani Pairs Stern Tailoring With Vibrant Colors for Paris Show\\*](#)) e sottolinea l'investimento di **Prada** nella relazione con i clienti, con feste esclusive ed "esperienze che i soldi non possono comprare" (20 gennaio - [Inside Prada's Pop-Up Private Club\\*](#)). Esperienza del cliente al centro anche per **Loro Piana** che, secondo *Financial Times*, si rivolge a un "élite globale nomade" con i tessuti esclusivi (17 gennaio - [How Loro Piana serves 'nomadic elite' with €7,000 cashmere coats\\*](#)). *Reuters*, invece, racconta come le nuove aperture dei negozi all'estero facciano "impennare le vendite di **Calzedonia** che continua a focalizzarsi sull'espansione internazionale" (27 gennaio - [New shops abroad push 2019 sales at Italy's Calzedonia\\*](#)).

L'agenzia di stampa, infine, segnala l'investimento di Saint Laurent a **Scandicci**, "**patria delle pelletteria**" dove il marchio francese aprirà una nuova fabbrica, creando 300 posti di lavoro (10 gennaio - [Saint Laurent to open new leather goods factory in Italy, add 300 jobs](#)).

Sulla stampa spagnola c'è spazio anche per il design: supplemento *Fuera de Serie* del quotidiano spagnolo *Expansion* si dedica all'arredamento con i mobili di **Minotti** "che uniscono presente e futuro" e sono presenti in 60 Paesi, grazie a un'avventura imprenditoriale che dura da 70 anni (22 gennaio - [Minotti, los muebles italianos de lujo que aúnan pasado y futuro](#)).

**Automotive e nautica** - Diverse anche le segnalazioni dedicate al mondo dei motori, di lusso e non. Il quotidiano *Expansion*, nel supplemento della nautica, parla del Diamond 145 di **Benetti**, appena varato a Viareggio, ricordando che "nessun'altra imbarcazione di questa grandezza è costruita in fibra di vetro" (31 gennaio - [BENETTI CREA UN 'DIAMANTE' DE VIDRIO DE 44 METROS](#)), mentre *Die Welt* racconta dei 5 nuovi modelli di auto di lusso elettriche di **Pininfarina** (22 gennaio - [Modellausblick: Pininfarina](#)). E se il quotidiano tedesco celebra i 40 anni della Fiat Panda (27 gennaio - [Tradition: 40 Jahre Fiat Panda](#)), *Wall Street Journal* recensisce la **Ferrari** Portofino, "entry level" di Maranello, "una macchina da tutti i giorni per i molto ricchi" (23 gennaio - [2020 Ferrari Portofino: An Everyday Supercar for the Very Wealthy\\*](#)).

**Sostenibilità** – Da segnalare anche un crescente numero di articoli dedicati alla sostenibilità. *Reuters* riporta la disponibilità di **Intesa Sanpaolo** a finanziare 50 miliardi di euro di "investimenti verdi" nell'ambito del Green Deal europeo (16 gennaio - [Intesa Sanpaolo CEO says ready to fund 50 billion euros in green investments](#)) e parla della nuova copertura ecosostenibile della pista di Fiumicino, grazie all'asfalto innovativo realizzato dall'azienda italiana **Iterchimica** (22 gennaio - [Rome's Fiumicino airport tests pioneering eco-friendly tarmac](#)). *Les Echos*, infine, annuncia l'investimento che il gruppo francese dell'ecoturismo Coucoo punta a realizzare in Italia, con una struttura da individuare fra Milano e Torino (21 gennaio - [Le spécialiste de l'écotourisme Coucoo va se nicher en Italie\\*](#)).

\*articolo disponibile a pagamento/ con registrazione

