

I media internazionali raccontano l'industria italiana Rassegna stampa di luglio - agosto 2022

Un'estate di design e di lusso. Questo il quadro degli articoli che le principali testate internazionali hanno dedicato all'Italia durante i mesi estivi, con un'attenzione anche per le performance economiche e i piani di sviluppo dei marchi del made in Italy.

Economia – Il lusso è protagonista delle segnalazioni economiche che la stampa estera dedica all'Italia durante l'estate. *Bloomberg* segnala il piano di **Prada** per la vendita di nuove azioni a Piazza Affari che potrebbe portare nelle casse del gruppo “almeno un miliardo di dollari” (12 agosto - [Prada is Seeking at Least \\$1 Billion in New Milan Listing](#)) e spiega la nuova politica di prezzo di **Ferrari** (2 agosto - [Ferrari's Supercars Are About to Get Even More Expensive](#)), mentre *Financial Times* racconta di come le personalizzazioni richieste dai clienti spingano i conti del Cavallino, raggiungendo 1/5 dei ricavi (2 agosto - [Ferrari gears up for splurge on customised models](#)). Della nuova auto da corsa di Maranello parla, invece *Le Matin*, proponendo “un giro sulla nuova 296 GT3” (6 agosto - [Ferrari tire le rideau sur la voiture de course 296 GT3](#)). *Reuters*, invece, delinea i piani di Stellantis per far crescere **Alfa Romeo** sul mercato americano, grazie allo sviluppo di una nuova vettura di grandi dimensioni (29 luglio - [Alfa Romeo to develop large car in the United States](#)). Su un segmento simile si muove **Fiat** che prepara lo sbarco nelle Americhe della nuova Fastback (*Le Matin*, 7 agosto - [Fiat dévoile les premières images du Fastback 2023](#)).

Moda e design – Accanto alle performance economiche dei marchi del made in Italy, i quotidiani internazionali riservano spazio anche alle nuove tendenze. È il caso di **Dolce & Gabbana** che, dopo la settimana delle Haute Couture parigina, porta in Sicilia “celebrità internazionali” per presentare i propri capi di alta moda, con una “dimostrazione di potenza e creatività 100% italiane” (*Les Echos*, 26 agosto - [Mode : les fêtes siciliennes de Dolce & Gabbana](#)). Riflettori accesi anche sulla collezione che **Giorgio Armani** ha presentato a Pentellieria: “capi essenziali per il caldo, senza rinunciare all'eleganza rilassata che lui stesso ha inventato” (*El Pais* 19 luglio - [El mar que imaginó Giorgio Armani ya se puede vestir](#))

Sul *New York Times*, invece, attenzione per la nuova edizione dell'orologio Piccolissimo di **Bulgari** (22 luglio - [Tiny Watch Movements Are Big at Bulgari*](#)), mentre *Le Matin* si occupa della nuova creazione proposta dallo svizzero Richard Mille e da **Ferrari**: “l'orologio più raffinato del mondo” con solo 1,75 millimetri di spessore (15 luglio - [Avec 1,75 mm d'épaisseur, la montre la plus fine au monde vendue à 1,8 million d'euros](#)). Per gli accessori il *New York Times* si sofferma sulle nuove proposte del **distretto orafa di Vicenza**, “uno dei più importanti al mondo” che questa estate ha riscoperto lo stile anni Ottanta e Novanta (29 agosto - [Italian Jewelers Focus on a Summer of Gold](#)).

La moda è stata protagonista, questa estate, a Milano, con la festa che la stilista americana Isabel Wilkinson Schorfounder ha celebrato nel cortile di **Palazzo Durini** (*The New York Times*, 2 agosto - [Dinner and Dancing in an Ivy-Laced Courtyard in Italy](#)). La città rimane al centro di altre segnalazioni dedicate allo stile. Sempre il *New York Times* visita lo studio

di Eric Egan, designer che ha scelto la metropoli lombarda per lavorare e che sottolinea come la città stia “sperimentando un vero rinascimento, con moltissime energie per il design e la moda” (1 settembre - [An American in Milan With a Taste for ‘Sprezzatura’](#)). Il quotidiano rimane, poi, a Milano per fotografare e raccontare gli interni della casa di **Carlo Alberto Beretta** e **Jacopo Venturini**, “manager di punta del fashion”(16 agosto - [A Milanese Apartment Is Restored, Then](#)).

*articolo disponibile a pagamento/su registrazione