

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

### Rassegna stampa di settembre 2024

*I riflettori della stampa internazionale si accendono sulle passerelle della moda milanese, raccontando proposte e strategie dei marchi del lusso made in Italy. Spazio anche ad altre storie di crescita aziendale, così come a proposte culturali, ad iniziare da Homo Faber, la manifestazione che a Venezia ha riunito "l'élite dell'artigianato d'arte".*

#### Imprese e lavoro

Complice la **settimana della moda** milanese, i riflettori delle testate internazionali si accendono sulle proposte delle passerelle e sui marchi del made in Italy. *Le Monde* racconta le proposte di **Max Mara** e **Tod's** (23 settembre - [A la fashion week de Milan, le chic géométrique\\*](#)) all'interno di un'edizione in cui la moda italiana, secondo *El Pais*, "guarda al passato per costruire il futuro" (19 settembre - [La pasarela de Milán mira al pasado para construir el futuro](#)), grazie alle proposte di **Prada** e **Fendi**. Il quotidiano spagnolo si occupa anche dei marchi capaci di "trasformare i capi in oggetti di culto" come **Bottega Veneta**, **Gucci**, **Dolce & Gabbana** (22 settembre - [Diseñar la rutina: la semana de la moda de Milán apuesta por convertir las prendas realistas en objetos de culto](#)). Questi e altri grandi nomi del lusso italiano sono protagonisti di diversi articoli apparsi su *The Guardian* (17 settembre - [Fendi marks 100th year with 1920s-inspired Milan fashion week show](#); 19 settembre - [Prada and Max Mara bring strangeness and science to Milan fashion week](#); 20 settembre - [Gucci's 'casual grandeur' rules the runway at Milan fashion week](#)).

Su giornali ed agenzie estere c'è spazio anche per approfondimenti dedicati alle singole aziende del settore: mentre *Bloomberg* racconta di come **Zegna** continui a scommettere sul mercato cinese (18 settembre - [Zegna CEO Still Betting on China Despite Uncertain Growth](#)), *Les Echos* dedica un ritratto a **Remo Ruffini**, "visionario imprenditore" e "artigiano della rinascita" di **Moncler** (27 settembre - [Remo Ruffini, l'artisan de la renaissance des doudounes Moncler\\*](#)). Spazio anche ai giovani di **Sunnei**, secondo il *New York Times* "il marchio più pazzo" della Fashion Week (17 settembre - [Can Milan's Craziest Fashion Brand Grow Up\\*](#)).

Altre notizie economiche riguardano storie di crescita aziendale e di innovazione: *Bloomberg* spiega come **Intesa Sanpaolo** sia pronta a crescere con un'acquisizione in Egitto (20 settembre - [Egypt Nears First Major Stake Sale Since Devaluation\\*](#)) e ripercorre gli obiettivi di elettrificazione di **Ferrari** (27 settembre - [Ferrari's First Electric Supercar Is 'Fully on Track,' CEO Says\\*](#)). "L'incredibile rinascita del vino italiano" è invece la chiave con cui *Les Echos* racconta "l'impero vitivinicolo" della famiglia **Antinori** (6 settembre - [La famille Antinori ou l'incroyable renaissance du vin italien\\*](#)).

Su *Reuters*, infine, spazio anche ai potenziali investimenti di Blackrock che guarda con interesse a nuovi data center in Italia (30 settembre - [Italy and BlackRock discuss potential data centres investment\\*](#)).

## Cultura e turismo

Arte in primo piano con le segnalazioni culturali. Il *New York Times* festeggia i 20 anni dell'Hangar Bicocca creato da **Pirelli**, "una grande casa per l'arte contemporanea" (24 settembre - [In Milan, a Vast – and Unlikely – Home for Contemporary Art\\*](#)). Sempre sul quotidiano americano spazio all'artigianato creativo con **Homo Faber**, manifestazione tenutasi a Venezia e curata da **Luca Guadagnino**, in laguna anche per il Festival del Cinema (4 settembre - [Luca Guadagnino Gets Crafty](#)). Della manifestazione che "raccolge l'élite dell'artigianato d'arte" si occupa anche *Le Monde* (13 settembre - [Design : Venise fait l'éloge des métiers d'art\\*](#)).

Il *New York Times*, poi, dedica un articolo a una villa di Salina in cui si "celebrano natura, arte e design" (20 settembre - [On an Italian Island, a Home That Celebrates Color and Craft\\*](#)). *El País*, invece, si ferma più a nord, a Vicenza, "uno dei gioielli del Veneto" in cui propone un viaggio fra i "geniali monumenti" di Andrea Palladio (4 settembre - [24 horas en Vicenza con Andrea Palladio como protagonista](#)).

Diversi anche gli articoli dedicati ai personaggi italiani: se la *Frankfurter Allgemeine Zeitung* celebra i 90 anni di **Sophia Loren** (20 settembre - [Ewiger Stern an gleich mehreren Himmeln](#)), altre testate si dedicano allo sport. In primo piano la vittoria di **Jannik Sinner** agli US Open (*Die Zeit*, 8 settembre - [Italiener Jannik Sinner gewinnt US Open\\*](#)) e il ricordo di **Toto Schillaci**, "rilevazione" ed "eroe" dei Mondiali di calcio di Italia 90 (*Le Monde*, 18 settembre - [Le footballeur italien Salvatore « Toto » Schillaci, héros de la Coupe du monde 1990, est mort\\*](#); *New York Times*, 20 settembre - [Remembering Toto Schillaci, Who Helped Usher Us Into the Future\\*](#)).

\*articolo disponibile a pagamento/su registrazione