

**SUPERLUSSO**  
SUMMIT A MARANELLO

## Quanto era global Marco Polo

*I signori dell'eleganza e dello stile mondiale a convegno tra le Ferrari. Per affrontare la grande sfida del mercato asiatico.*

■ di ANTONELLA MATARRESE

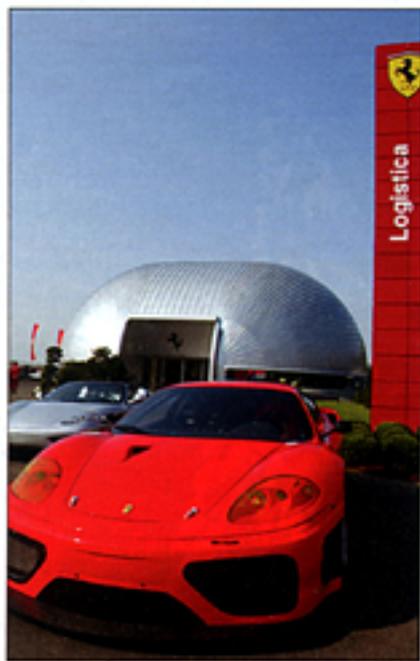
**F**inanzieri, amministratori delegati, signori del lusso discuteranno di grandi mercati, seduti fra le Ferrari. Succederà a Maranello il 18 e 19 novembre, durante la kermesse che riunirà nei nomi dell'impresa internazionale ([www.fashionsummit.it](http://www.fashionsummit.it)). Tutti insieme in un tempio del lusso e dell'alta tecnologia portata alla perfezione dello stile.

«È stata una proposta di Luca Cordero di Montezemolo» ricorda Paolo Panerai, patron della Class Editori, che edita tra gli altri *Milano Finanza* e *Mf Fashion*, unico quotidiano europeo dedicato alla moda e al lusso, nonché ideatore del Global summit, insieme con il *Wall Street Journal Europe* e la Camera della moda italiana.

Due giorni di fermento dialettico e di scambi di esperienze tra personaggi di estrazione e formazione professionale diverse: come lo sceicco Majed J. Hamoud al-Sabah, presidente della Villa Moda lifestyle di Dubai; come Concetta Lanciaux, braccio destro di Bernard Arnault, presidente del gruppo Lvmh; come l'avvocato cinese Handel Lee, responsabile del Three on the Bund, lo storico palazzo di Shanghai che ospita le boutique più importanti del mondo (Armani compreso), oltre a quattro ristoranti, una spa e una galleria d'arte d'avanguardia. Tra i relatori italiani, Diego Della

### MOTORI DELL'ECONOMIA

Modello di Gianfranco Ferré in sfilata. Sotto, una Ferrari fresca di fabbrica a Maranello.



PIRELLA

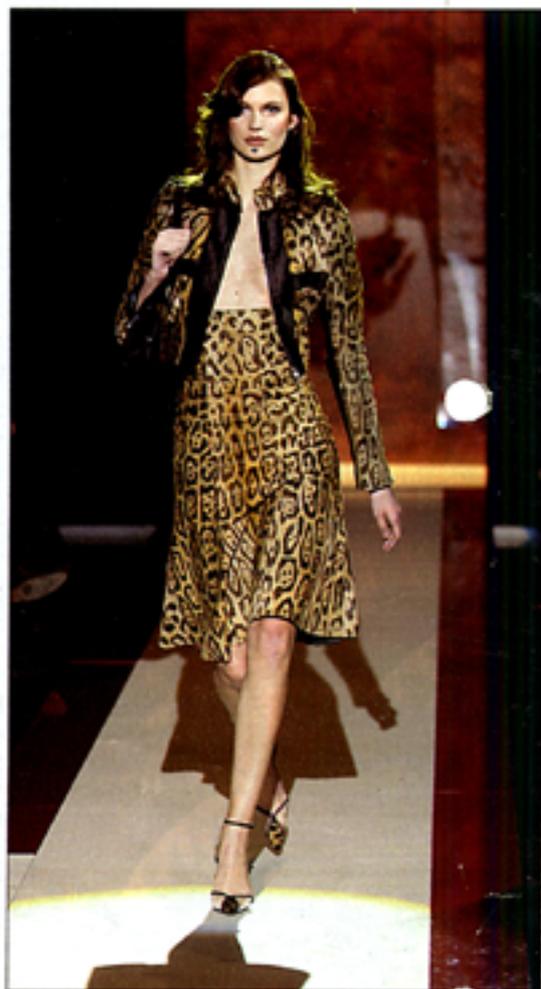
### PREZIOSI DA ESPORTAZIONE

Un anello di Cartier tempestato di diamanti. Intorno, un collier di Bulgari a due fili con smeraldi, topazi, acquemarine e brillanti.



Valle, Sergio Loro Piana, l'ambasciatore italiano negli Usa Sergio Vento, Maurizio Tamagnini della Merrill Lynch, sponsor della manifestazione.

«Non è stato difficile scegliere il tema di quest'ultima edizione che propone una riflessione sulle tracce di Colombo e Marco Polo» racconta ancora Panerai. «Perché se c'è una prospettiva per i mercati è più verso l'Asia e l'America, intesa non solo come New



York, che verso l'Europa, dove viviamo problemi gravi rispetto all'Oriente, sul piano sia della sicurezza sia della gestione del sistema economico».

Proiettato verso il Sol Levante anche Francesco Trapani, da 20 anni amministratore delegato della Bulgari. «Il mercato europeo ha prospettive complesse perché le economie locali sono in difficoltà, anche il turismo asiatico e americano in Italia è in fase calante per l'euro troppo forte» sottolinea Trapani. «Il mercato in cui crediamo è quello asiatico, con il Giappone in testa (dove la Bulgari ha 400 dipendenti e 30 store), seguito da Corea, Hong Kong e Singapore».

Più fiducioso verso l'Europa appare Tonino Perna, presidente della It Holding, che crede «nei mercati dell'Est europeo». E se Perna chiede di «salvaguardare il know-how italiano per la produzione nei mercati asiatici», Francesco Trapani lancia la possibilità di invitare al Summit figure politiche italiane. ●