

## I media internazionali raccontano l'industria italiana

### Rassegna stampa di giugno 2022

Il design che torna a far vivere Milano con la 60esima edizione del Salone del Mobile, la prima in presenza dalla pandemia. E poi il ricordo di Leonardo Del Vecchio, fondatore di un "impero mondiale degli occhiali", insieme con nuove notizie sui piani di elettrificazione dell'automotive italiano, ad iniziare da Ferrari. Queste le notizie del mese dedicate all'Italia sulle pagine economiche dei media internazionali.

**Design e moda a Milano** - Il **Salone del Mobile** torna a far vivere **Milano** nella sua 60esima edizione, la prima in presenza dopo la pandemia. Il *New York Times Style Magazine* celebra l'evento ritrovato "brindando" nel "fantastico giardino" di Villa Necchi Campiglio (7 giugno - [In a Fantastical Garden in Milan, T Magazine Toasts Salone del Mobile\\*](#)) e propone una sintesi delle proposte presentate attraverso 13 installazioni (17 giugno - [13 Standouts From Salone Del Mobile\\*](#)). *Financial Times*, invece, racconta il Salone ripercorrendo la storia del design italiano attraverso sei oggetti iconici (4 giugno - [The story of Italian design in six objects\\*](#)) e riportando i piani di crescita di **B&B Italia**, holding del settore che punta ad acquisire nuovi marchi dell'arredamento per diventare la "LVMH del design" (8 giugno - [B&B Italia owner sketches out plan to become 'LVMH of design'\\*](#)).

E se *Handelsblatt* parla dell'ultima creazione di Lorenza Luti, nipote del fondatore di **Kartell**, che lancia "Re-chair", una sedia fatta di materiale riciclato (25 luglio - [Was die Gründer-Enkelin mit der italienischen Designmarke Kartell vorhat](#)), *Expansion* propone l'ultima linea di divani **Cassina** di cui la spagnola Patricia Urquiola è direttrice creativa (27 giugno - [Antonio Citterio se apunta al estilo "sixties" con su nuevo sofá para Cassina](#)).

Dopo il design di interni, lo stile non abbandona Milano: terminato il Salone del Mobile, nella metropoli lombarda arriva la Fashion Week (*El País*, 20 giugno - [La moda masculina toma en Milán las riendas de su propio 'revival'](#)): un "glorioso ritorno della moda maschile" (\**The New York Times*, 22 giugno - [Dressing Simply, but Well. It's Not So Simple](#)) grazie ai marchi più famosi e alle celebrità dello sport, dello stile e dei social network" (*Le Monde*, 21 giugno - [Chez Prada, Gucci ou Versace, les invités stars défilent](#)). Sempre su *Le Monde* un approfondimento sulla Pasticcino Bag di **Max Mara**, con un giro per i luoghi emblematici di Venezia (18 giugno - [Pasticcino Bag Venezia, tout Venise dans un sac à main\\*](#)).

**Il ricordo di Del Vecchio** - Le pagine economiche dei media internazionali si concentrano, inoltre, sul ricordo di Leonardo Del Vecchio, sottolineando i risultati ottenuti da questo "imprenditore che ha iniziato con una piccola fabbrica per arrivare creare il leader mondiale dell'industria degli occhiali" (*Bloomberg*, 27 giugno - [Leonardo Del Vecchio, Billionaire Owner of Ray-Ban, Dies at 87\\*](#)); Del Vecchio, spiegano gli articoli, è "partito da un orfanotrofio per diventare il secondo uomo più ricco d'Italia" (*Financial Times*, 27 giugno

- [Luxottica founder Leonardo Del Vecchio dies aged 87\\*](#)), grazie alla capacità di “fondere gli occhiali con la moda, trasformando un bisogno quotidiano in un’icona di stile” (*The New York Times*, 27 giugno - [Leonardo Del Vecchio Dies at 87; Transformed Eyeglass Industry\\*](#)). Altri giornali lo descrivono semplicemente come “l’uomo che ha fatto indossare gli occhiali al mondo” (*El Pais*, 28 giugno - [Muere Leonardo Del Vecchio, el hombre que le puso gafas al mundo](#)) e ha costruito “un autentico impero mondiale” (*Expansion*, 27 giugno - [Muere Leonardo del Vecchio, fundador de Luxottica y segunda persona más rica de Italia](#))

**Elettrificazione, innovazione, crescita** - Elettrificazione e tecnologia nell’industria italiana continuano a essere protagoniste nelle cronache dei media stranieri. I riflettori si accendono questa settimana sul piano industriale di **Ferrari**, presentato dall’amministratore delegato **Benedetto Vigna** durante “un tanto atteso investor-day”. *Bloomberg* spiega che la svolta elettrica del Cavallino rampante non “intaccherà i margini di lusso” del marchio, sottolineando che Vigna ha offerto agli investitori “una performance rassicurante” durante la presentazione (16 giugno - [Ferrari Vows Electric Shift Won’t Eat Up Its Luxury Margins\\*](#); 17 giugno - [Ferrari’s Prancing Horse Will Need Its Skillful Rider\\*](#)). *Reuters*, invece, sottolinea che l’elettrificazione del marchio “significa vetture ancora più uniche” grazie a 4,4 miliardi di investimenti al 2026 (16 giugno - [Ferrari says going electric means 'even more unique' cars](#)).

Il *New York Times*, poi, analizza come **Ferrari** o **Lamborghini** mirino a “creare modelli a batteria capaci di generare la stessa devozione delle costose vetture a combustione interna” (27 giugno - [Icons of Italian Automotive Style Struggle to Go Electric\\*](#)), mentre *Reuters* parla anche della strategia di sostenibilità di **Iveco** che produrrà in Italia autobus a emissioni ridotte (20 giugno - [Iveco to make low emissions buses in Italy](#)).

Sempre sull’agenzia di stampa, spazio alla storia del gruppo chimico **De Nora** in vista della quotazione in Borsa (30 giugno - [Third time lucky for Italy's De Nora family as shares hit market](#)); una notizia ripresa anche da *Boersen Zeitung* (20 giugno - [De Nora vor Milliarden-IPO\\*](#)).

Tecnologia e finanza, infine, si uniscono nell’articolo in cui **Euronext** racconta il futuro della Camera di compensazione, l’ex CC&G che il gruppo europeo ha acquisito fondendosi con **Borsa Italiana**: la piattaforma potrà contare su “un modello di rischio rinnovato” per la gestione degli scambi di debito sovrano (*Les Echos*, 21 giugno - [Euronext se met en ordre de marche pour développer sa chambre de compensation\\*](#)).

\* articolo disponibile a pagamento/su registrazione