

REPUTAZIONE ENERGETICA

VIAGGI STELLARI SULLA RAMPA

SMART  
MOBILITY

IL FUTURO  
È ELETTRICO

COME CAMBIANO I LUSSI

BUON COMPLEANNO, MONOPOLY

Italia 4,90 euro - CH CT11,30 CHF - Côte d'Azur 9,00 euro - Anno 4 - N° 31 - Aprile 2020 - Periodicità: mensile - Prima immisione: 7/5/2020  
Mensile - Poste Italiane Spa - Spedizione in abbonamento postale D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n. 46) Art. 1 comma 110/M1

# Forbes

MAGGIO 2020

STEFANO PESSINA  
EXECUTIVE VICE  
CHAIRMAN E CEO  
DI WALGREENS  
BOOTS ALLIANCE

# BILLIONAIRES

Cosa fanno i più ricchi del mondo  
per combattere il coronavirus

CONFRONTO  
ARTOM/COTTARELLI  
LA RIPARTENZA  
DI STATO  
E IMPRESE

ISSN 977-253295800-5  
00031  
9 772532 958005

**CASA EDITRICE**

**Blue Financial Communication Spa**  
Via Melchiorre Gioia, 55 - 20124 Milano  
Tel. (+39) 02.30.32.11.1 - Fax (+39) 02.30.32.11.80  
info@bfcmedia.com - redazione@bfcmedia.com

**DENIS MASETTI editore**

**ALESSANDRO ROSSI direttore responsabile**

**Direttore Forbes.it:** Marco Barlassina

**Direttore Forbes Live:** Fabio Wilhelm Invidiata

**Strategies editor:** Andrea Giacobino

**Special issue editor:** Carlo Montanaro

**Video content officer:** Giovanni Iozzia

**Coordinamento:** Daniel Settembre

**REDAZIONE**

Marcello Astorri, Matteo Chiamenti, Roberta Maddalena, Matteo Rigamonti, Daniele Rubatti, Luca Spoldi

**Style editor:** Susanna Tanzi

**Fashion editor:** Eva Desiderio

**Space economy editor:** Emilio Cozzi

**Technology editor:** Gabriele Di Matteo

**Responsibility editor:** Enzo Argante

**Redazione Londra:** Angela Antetomaso

**Redazione Asia (Hong Kong):** Federico Morgantini

**Contributors:** Angel Au-Yeung, Alessia Bellan, Massimiliano Carrà, Claudia Casiraghi, Camilla Conti, Luigi Dall'Olio, Alessandro Dall'Orda, Fulvio Di Giuseppe, Piera Anna Frantini, Luca Gardini, Marco Gemelli, Alessandro Luongo, Ettore Mielì, Enrico Valerio

**Grafica:** Patrizia Terragni

**Stampa:** Elcograf Spa - via Mondadori, 15 - 37131 Verona

**Distribuzione Italia e estero:** Press - Di Distribuzione stampa e multimedia srl - via Bianca di Savoia, 12 - 20122 Milano

**Gestione abbonamenti**

Direct Channel Spa - via Mondadori, 1 - 20090 Segrate (Milano) - Tel. 02.7542.9001

abbonamenti.bfc@pressdi.it

Il costo di ciascun arretrato è di 8,00 euro

Servizio Arretrati a cura di Press-Di Distribuzione Stampa e Multimedia S.r.l. - 20090 Segrate (MI). Per le Edicole richieste tramite sito: <https://servizioretrati.mondadori.it> - Per Privati collezionisti richieste tramite email: [collez@mondadori.it](mailto:collez@mondadori.it) oppure tel.: 045.888.44.00 nei seguenti orari: lunedì-giovedì 9.00-12.15/13.45-17.00 venerdì 9.00-12.15/13.45-16.00 costo chiamata in base al proprio operatore, oppure fax a numero: 045.888.43.78

**Sales director:** Michele Gamba [gamba@bfcmedia.com](mailto:gamba@bfcmedia.com)

**Project manager:** Michele Belingheri [belingheri@bfcmedia.com](mailto:belingheri@bfcmedia.com)

**Marketing Director:** Luca Baldanza [baldanza@bfcmedia.com](mailto:baldanza@bfcmedia.com)

**Responsabile ufficio stampa e relazioni esterne:** Enrico Torboli [torboli@bfcmedia.com](mailto:torboli@bfcmedia.com)

**FORBES USA**

**Steve Forbes** editor-in-chief

**Randall Lane** chief content officer

**FORBES MEDIA**

**Michael Federle** president & ceo

**Tom Wolf** Senior Advisor, International

**Katya Soldak** Editorial Director, International Editions



THE MEDIA & DIGITAL COMPANY

FORBES ITALIA is published by Blue Financial Communication S.p.A. under a license agreement with Forbes Media LLC, 499 Washington Blvd. Jersey City, NJ 07310.  
"FORBES" is a trademark used under license from FORBES LLC.

FORBES ITALIA (ISSN 2532-9588) è pubblicata da Blue Financial Communication S.p.A. con accordo di licenza di Forbes Media LLC, 499 Washington Blvd. Jersey City, NJ 07310.  
"FORBES" è un marchio su licenza di FORBES LLC.

B.C. Forbes, Editor-in-Chief (1917-54)  
Malcolm S. Forbes, Editor-in-Chief (1954-90) James W. Michaels, Editor (1961-99) William Baldwin, Editor (1999-2010)

\*Copyright © 2017 Forbes LLC. All rights reserved. Title is protected through a trademark registered with the U.S. Patent & Trademark Office.

**Sidelines**

## La grande occasione della Smart Mobility

**Questo è un numero non straordinario ma sicuramente con caratteristiche straordinarie.** La copertina se l'è presa di prepotenza il male oscuro di questo ventunesimo secolo, il coronavirus. Ma *Forbes* è il giornale del futuro, dell'ottimismo e del successo. Quindi non abbiamo costruito questo volume di maggio 2020 emettendo uno dei tanti bollettini di guerra surrogati dai commenti di scienziati e politici come ormai purtroppo accade da mesi dopo il tragico start up cinese. Pubblichiamo la classifica dei Billionaires come ogni anno, ma questa volta siamo andati a cercare gli uomini più ricchi e i marchi più famosi non solo per render conto delle loro ricchezze, quanto per valutare il loro impegno nella lotta contro il coronavirus. Per la copertina abbiamo scelto Stefano Pessina, terzo nella classifica dei Billionaires italiani dopo Giovanni Ferrero e Leonardo Del Vecchio, che con il suo network mondiale di farmacie, Wba, ha dato e sta dando una mano ai governi ma anche alle popolazioni nella lotta al virus negli angoli più diversi del pianeta. Poi c'è il progetto di Larry Ellison fondatore di Oracle, l'impegno delle grandi famiglie, direttamente o attraverso le loro fondazioni, per aiutare a governi, istituzioni, centri di ricerca, ospedali, comunità. Adesso bisogna trasformare la tragedia del coronavirus in una grande opportunità per l'Italia, per l'Europa e per il mondo e ripartire sfruttando le risorse messe a disposizione dalle istituzioni centrali finanziarie e l'allentamento di vincoli che i governi probabilmente adatteranno. Ma, siccome *Forbes* è il giornale che guarda avanti, proprio in questo numero abbiamo potenziato la rubrica della Smart Mobility (un segnale simbolico incoraggiante dopo mesi di quarantena) con 11 pagine dedicate e che diventerà un trimestrale autonomo e allegato a *Forbes* nel quadro di un grande progetto multimediale, intitolato Bike Smart Mobility, lanciato da BFC Media con tv (dal 4 maggio sul Canale 259 del digitale terrestre), diretta live sul web ([bikeplay.tv](http://bikeplay.tv)) e un magazine. Il problema dei collegamenti, degli spostamenti, della mobilità green è già al centro dei dibattiti e dei progetti di sviluppo delle città e delle nazioni. Dopo il virus lo sarà ancora di più, perché la nostra vita è cambiata e come andare velocemente e in sicurezza ma anche in modo sostenibile da una località all'altra per le persone o le merci sarà una delle prime e più importanti scommesse della ripartenza.



*Alessandro Rossi*

—ALESSANDRO ROSSI, DIRETTORE



13 | *Less is more*, molto di più  
Steve Forbes



**FRONTRUNNER**

- 17 | L'evoluzione di un'icona
- 19 | La Costituzione in 72 caselle
- 20 | Cacciatori di meraviglie
- 21 | A tutto gas
- 22 | I podcast di *Forbes Italia*

**BRANDVOICE con Nyerere**

24 | Un ponte con l'Africa per gli investimenti

**COVER STORY**

- 26 | Un impegno in prima fila  
Alessandro Rossi
- 32 | Pomodori e big data contro il coronavirus  
Angel Au-Yeung
- 38 | Dalla A di Abramovich alla Z di Zuckerberg
- 40 | Nuove priorità  
Massimiliano Carrà
- 42 | La resilienza delle idee  
Giovanni Iozzia
- 44 | Stato e imprese, come ripartire  
Alessandro Rossi

**THE LIST**

- 48 | Terra e tecnologia  
Piera Anna Franini
- 50 | I più ricchi del pianeta



**CONTRARIAN**

**STRATEGIES**

- 63 | Spirito di adattamento  
Matteo Rigamonti
- 66 | Internet dell'energia  
Enzo Argante

**ENTREPRENEURS**

68 | Missione benessere  
Matteo Rigamonti

**LEGAL**

70 | Ossigeno per le aziende  
Enrico Valerio

72 | Lavoro, è bollino rosso  
Luigi Dell'Olio

74 | **30 UNDER 30**  
Formare i leader

# TERRA E TECNOLOGIA

Sono i due elementi chiave che compongono il nome Geox, azienda creata dall'imprenditore trevigiano **Mario Moretti Polegato**. Fiero della sua italianità lotta per salvaguardarla: "Lo spirito creativo è nel nostro dna". E sull'emergenza sanitaria: "Dobbiamo tenere duro e rispettare scrupolosamente i divieti".

→ Folgorato sulla via del deserto, Mario Moretti Polegato, classe 1952, diventava il signor Geox. La storia è nota. Nel Nevada per seguire un evento del vino, fa una passeggiata nel deserto. Il caldo è tremendo, bollore ai piedi, "con un coltellino svizzero feci un buco nelle soles. Rientrato in Italia, iniziai a riflettere sulla tecnologia che avrebbe potuto risolvere il problema della traspirazione". Individuava la soluzione e nascevano le scarpe Geox, traspiranti e impermeabili, prodotte in un'azienda, nel trevigiano, che ora conta 30mila dipendenti, di cui 1.700 in Italia, e mille negozi in 115 paesi. 1,3 miliardi di dollari fa del signor Geox uno dei miliardari italiani. Assiduo frequentatore dei Forbes Global Ceo Conference, Moretti Polegato è spesso l'unico imprenditore a issare la bandiera italiana. "Conosco Steve Forbes da anni, mi è stato vicino in

tutta l'evoluzione dell'azienda, dandomi coraggio. Indossa solo le nostre scarpe, e lo fa con convinzione perché ama la tecnologia e l'innovazione. Ogni tanto mi arrabbio con lui perché alle conferenze vuole sempre che racconti la storia del coltello. Io vorrei intervenire anche su altri argomenti, ma la mia vicenda piace, ricorda il sogno americano: l'idea tradotta in progetto. E comunque sono fiero di ricordare che l'Italia ha tante eccellenze in campo tecnologico, sento di portare un'immagine più completa del nostro paese. Capita spesso che ai vari forum, compreso Davos, mi chiedano stupiti: sei italiano? Certo che lo sono. Italia è anche sinonimo di tecnologia all'avanguardia, e lo dobbiamo sottolineare sempre di più" racconta. E aggiunge: "Quando scopro che al comando di multinazionali straniere di successo ci sono italiani, mi rabbuio. Cosa c'è che non va? Perché queste persone non sono riuscite a esprimersi in Italia?".

Ama l'Italia e in particolare il suo Veneto. Lo ha dimostrato anche donando un milione di euro per far fronte all'emergenza sanitaria dettata dal coronavirus. "In questo momento storico di estrema emergenza è un dovere morale sostenere i nostri medici e infermieri, ogni giorno in prima linea, nella lotta contro un nemico invisibile eppure tanto temibile che ci rende tutti uguali, vulnerabili, inermi. Con questo gesto abbiamo voluto esprimere la nostra vicinanza e sostegno a tutte le singole persone, e alle loro famiglie, in sofferenza per il virus", ha dichiarato Moretti Polegato che non ha voluto esprimersi sull'efficacia, o no, dei vari decreti, su proiezioni post-covid. "Una cosa è certa. Dobbiamo tenere duro e rispettare scrupolosamente i divieti. Solo così, con un comportamento responsabile, riusciremo a sconfiggere il male e a tornare presto alle nostre vite. Stiamo attraversando una crisi durissima ma sono certo che rinasceremo, più forti di prima".

Dopo essere stata nella Formula 1, ora Geox è passata alla Formula E, in partnership con la scuderia americana Dragon di Jay Penske. Un'azienda di scarpe e abbigliamento cosa c'entra con i motori? "Anzitutto sono motori elettrici, ed è in questa direzione che bisogna andare: sostenibilità, un termine chiave anche per Geox che fin dal nome esprime il legame con la terra (Geo) e la tecnologia



(x)”. Inoltre, rispondere alla richiesta di alte prestazioni dei piloti spinge ulteriormente a sviluppare la tecnologia da applicare ai loro prodotti. “Il 95% dell’umanità usa suole di gomma e non di cuoio. Sfruttando una serie di brevetti italiani, siamo gli unici nel mondo a fornire un certo tipo di prodotto. Ma dobbiamo continuare a innovarci. Lavorando con piloti, per esempio, siamo arrivati alla soluzione delle scarpe Aerantis. L’Italia è il paese della scarpa bella, d’alta moda. È il sogno di tanti indossare scarpe italiane. Ma dobbiamo guardare al futuro perché presto non sarà più sufficiente offrire un bel manufatto, dovrà anche essere tecnologicamente avanzato. L’italianità va salvaguardata, però non basta”, spiega l’imprenditore che da anni conduce una battaglia per la difesa della proprietà intellettuale. Va nelle università e insiste sul tema: “In questo paese abbiamo inventato grandi cose, faccio esempi banali: la pizza e il caffè espresso. Ma Starbucks e Pizza Hut

sono americane, con migliaia di negozi nel mondo. Negli ultimi trent’anni, il nostro sistema economico ha lasciato ad altri una serie di occasioni. Conta avere un’idea, ma è poi determinante saperla promuovere, difendere, tradurre”. Insomma, in Italia abbiamo un’alta concentrazione di persone che creano, lo spirito creativo è nel nostro dna. “C’è però un problema di fondo”, commenta. “La grande capacità inventiva non è accompagnata dalla cultura di gestione del patrimonio. La questione del brevetto è ancora un tabù. La gente è intimidita. Quanto costa? è la prima domanda. Dopo aver creato il brevetto, il tuo prodotto difficilmente funziona perché essendo nuovo ha bisogno di sperimentazione. Se non c’è sperimentazione poi si brucia. Spesso l’inventore non ha laboratori e centri di ricerca a disposizione, ma ci si può appoggiare alle università. Qui sta il nodo della questione: trasformare un’idea empirica in un progetto”. 