

PUGLIA, UN DISTRETTO SPAZIALE

VIVERE L'AUTUNNO CON ELEGANZA

INCHIESTA
LA BATTAGLIA
PER I
SUPERCOMPUTER

ANTONIO MARCEGAGLIA, SPIRITO D'ACCIAIO

QUANTO È RICCO JOE BIDEN

SETTEMBRE, 2023

Forbes

Italia 4,90 euro - CH CT 11,90 Chf - Côte d'Azur 13,90 euro - Anno 7 - N° 71 - settembre 2023 - Periodicità: mensile - Prima immissione: 11/09/2023
Mensile - Poste Italiane SpA - Spedizione in abbonamento postale D.L. 363/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n. 46) Art. 1 comma 1 LO/MI



Classifiche

Le scuderie di Formula 1
che valgono di più

COVER STORY

VITE DI FAMIGLIA

VIAGGIO TRA LE MIGLIORI CANTINE D'ITALIA

DOMINGA (AL CENTRO), MARTA (PRIMA DA SINISTRA) ED ENRICA COTARELLA (ULTIMA A DESTRA)
IMPRENDITRICI DEL VINO DI FAMIGLIA COTARELLA





- 11 | I podcast di Steve Forbes
Steve Forbes
- 12 | Solidità secolare
Andrea Giacobino
- 14 | L'highlander dello streaming
Giovanni Iozzia

FRONTRUNNER

- 17 | Sempre più forte
- 20 | TikTok parla italiano
- 24 | Che fortuna Mr. President
- 25 | Mondì sonori

NEWS

- 26 | Innovation people
Giovanni Iozzia
- 28 | Social responsibility
Enzo Argante
- 30 | Forbes silicio
Gabriele Di Matteo
- 31 | Space news
Emilio Cozzi

COVER STORY

- 32 | Storie di vino
Storie di vita
Luca Sessa

SPECIALE VINO

A cura di Luca Sessa

- 38 | Una cantina al bacio
- 40 | Questione di etichetta
- 41 | Anima toscana
- 42 | La tradizione si rinnova
- 44 | I migliori anni della nostra vite
- 46 | Il cuore dell'isola
- 48 | Tris di qualità



THE INVESTIGATION

- 50 | La battaglia dell'invisibile
Tommaso Carboni
- 54 | Ricomincia il Grande Gioco
Cosimo Maria Palleschi
- 56 | L'India è spaziale
Patrizia Caraveo e Emilio Cozzi

CONTRARIAN

- 59 | Spirito d'acciaio
Piera Anna Franini
- 62 | La seconda volta,
non si scorda mai
Giovanni Iozzia

QUALITY LEADER

- 65 | Non è tutto fumo
Maurizio Abbati
- 68 | Missione possibile
Matia Venini
- 70 | L'importanza di comunicare
Gabriele Di Matteo
- 72 | Calcio, che passione
Massimiliano Carrà

IL CORAGGIO DI OSARE

CONTRARIAN

di Piero Anna Franini

Antonio Marcegaglia guida, assieme alla sorella Emma, il gruppo fondato dal padre, un gigante da 10 miliardi di euro di fatturato. All'attività siderurgica affianca quelle per la formazione e le arti. "L'imprenditore moderno deve contribuire al benessere sociale, culturale ed economico. È moralmente giusto"

Spirito D'ACCIAIO

H



“Ho avuto una grande fortuna: nascere povero”. Parole di Steno Marcegaglia, mentre a raccontare l'aneddoto è il figlio Antonio, presidente e amministratore delegato di Marcegaglia Steel. Un'azienda siderurgica che si sintetizza nella formula 10.1.0.0.0, nel senso che sta per toccare i 10 miliardi di fatturato, 1 miliardo di ebitda, ha 0 debiti e aspira a 0 emissioni e 0 infortuni. Il quadro si completa con 7.500 dipendenti, 37 stabilimenti in quattro continenti e 15mila clienti. Numeri che fanno del gruppo la vetta mondiale nel settore della trasformazione dell'acciaio e nella produzione di tubi saldati in acciaio inox, nonché leader d'Europa nella produzione di tubi saldati in acciaio al carbonio.

Antonio (classe 1963) e la sorella Emma, con cui condivide la guida del gruppo, non sono nati poveri, ma a forgiarli è stato comunque un ambiente improntato alla concretezza. Piedi per terra e sguardo oltre la linea di partenza, bagaglio di conoscenze acquisite in Bocconi, dove si laureava col massimo dei voti a 23 anni, Antonio entrava giovanissimo in un'azienda che alla fine degli anni Ottanta contava poco più di 1.000 dipendenti e non arrivava all'equivalente di mezzo miliardo di euro di fatturato. “Non nego il privilegio di aver potuto condividere con mio padre un percorso lavorativo di 27 anni, saldando i valori professionali con quelli umani. Penso che questo sia all'origine del nostro successo”, osserva. Di che cosa si parlava a cena nella casa di questo triumvirato di capitani d'impresa? “Di azienda, pur con qualche lamentela di mamma, che ancora oggi associo all'immagine di squisita tenerezza. Papà era l'immediatezza, semplicità e umanità fatte persona. Qualità che a noi figli sembravano scontate, invece poi ho compreso che erano merce rara”.

La prima pietra dell'impresa veniva posata nel 1959 con lo stabilimento di Gazoldo degli Ippoli-

ti, nel mantovano, dove mesi fa è stata inaugurata Casa Marcegaglia, un percorso museale sulla famiglia e sull'acciaio. Inteneriscono le foto di Antonio ed Emma fanciulli, d'estate, sulle spiagge di Jesolo. “Abbiamo avuto un'infanzia e una giovinezza semplici, di assoluta normalità. Si andava in campeggio con gli amici e i compagni di scuola”, che spesso erano i figli dei dipendenti dell'azienda. Tanta normalità si sbriciolava in un colpo nel 1982 con il rapimento di Steno: 51 giorni di prigionia, la fuga e poi la conquista della libertà. “L'incontro dopo la liberazione è stato il momento più intenso della nostra famiglia. Eravamo riuniti nel salotto di casa, saluti, abbracci, narrazioni, occhi lucidi”. Era notte fonda, Steno si riprendeva dal bagno di emozioni e chiedeva al figlio e ai collaboratori - “risolleatevi ma sfiniti” - il resoconto aziendale dei mesi d'assenza. È presto fatto l'identikit di Casa Marcegaglia.

L'ufficio racconta chi sia il presidente. Arredi spartani e pragmatici in acciaio inossidabile, apparecchiature high-tech, manufatti e opere d'arte da tutto il mondo, dall'estremo Oriente all'estremo Occidente. È ampio lo spettro delle epoche storiche: si spazia dagli Etruschi a Medhat Shafik, artista egiziano contemporaneo, fino al toscano Vito Tongiani. I Marcegaglia sono mecenati nella città, che è un potente lascito dei Gonzaga (“sarò banale, ma è lo skyline della città lo scorcio di Mantova che ho sempre negli occhi. Piazza delle Erbe, poi, è un gioiello”). Sostengono il Festival della Letteratura e quello musicale Tra-





ROBERTO TRECCANI

me Sonore, fondato 11 anni fa da Carlo Fabiano. “Trame Sonore è un’eccellenza che accompagniamo dalla nascita. Siamo appassionati di musica, ma siamo convinti che l’imprenditore moderno debba contribuire al benessere sociale, culturale ed economico del territorio in cui opera. È moralmente giusto. Ci piace investire nelle iniziative di grande contenuto, valore e slancio. Trame Sonore risponde a questi criteri. È diventato una realtà dal respiro internazionale, innova e aggrega, è orientato ai giovani e destinato anche a un pubblico non specialistico”. Nei cinque giorni di festival, ovunque si posi lo sguardo si vedono spettatori che sciamano, gente che corre di luogo in luogo per i 150 concerti offerti da 350 musicisti. Tutto questo accade nei più bei palazzi, chiese e cortili di Mantova, da Palazzo Te al Ducale, fra

Antonio Marcegaglia, presidente e ad di Marcegaglia Steel. Nell’altra pagina, il taglio del nastro per l’inaugurazione di Casa Marcegaglia con Attilio Fontana (a sinistra), presidente della Regione Lombardia, la sorella Emma e Carlo Bonomi, presidente di Confindustria.

Mantegna e Rubens, Leon Battista Alberti e Giulio Romano, giardini segreti e piazze, con apice nel teatro Bibiena. L’edizione 2023 ha attratto 50mila spettatori.

La sensibilità per il bello dei Marcegaglia si è ritrovata anche nel 2009, quando l’azienda, insieme alla Triennale di Milano, per festeggiare i 50 anni dalla fondazione del gruppo, “commissionò a giovani artisti che avevano familiarità con l’acciaio opere *ad hoc* per l’esposizione Steellife, alla quale invitammo amici, dipendenti, collaboratori. Fu una grande festa”.

Uno dei motti dell’azienda è “crescere. Una crescita equilibrata e autofinanziata, solida e attenta alle persone, improntata alla logica dei risultati e delle performance, ma ancor prima alla sostenibilità economica e ambientale”. Il grande tema dell’imprenditoria 5.0 è il capitale umano, spesso non allineato alle richieste di un mondo che cambia velocemente. Anche da questa istanza muove la Marcegaglia Academy, nata per “sviluppare competenze in linea con un contesto complesso, fatto di cigni neri che non devono però condizionarci. L’academy vuole rafforzare le competenze delle persone di oggi, lavorando anche a quelle del futuro, e ambisce a essere un riferimento per strutturare e capitalizzare il patrimonio di conoscenze”.

Poi la stoccata. “Trovo che un certo modo di interpretare il lavoro, il grado di resilienza e di tenacia, la propensione al dettaglio e l’attitudine all’analisi siano elementi che spesso si tende a sottovalutare. Per questo è utile, oltre che opportuno, che anche l’impresa, e non solo le istituzioni, dia un contributo”. L’aspirazione è che “vi siano corsi destinati sia ai nostri collaboratori, sia a chi ambisce a fregiarsi del riconoscimento di avere frequentato la nostra academy. Vorremmo poi far confluire tutte le conoscenze e informazioni in una libreria digitale. Offrire una formazione specifica, ma con lo sguardo aperto, verso nozioni anche di geopolitica”. E ancora, un obiettivo oltre il perimetro aziendale: “Creare una rete fra le academy italiane per alimentare la cultura d’impresa”. È il sogno di un capitano d’azienda in controtendenza con tanta imprenditoria nostrana: in Marcegaglia non si cedono pezzi, semmai si acquistano. Il 2023 si è aperto con un colpo: l’acquisizione dell’intera divisione prodotti lunghi di Outokumpu. Per la prima volta nella storia, l’azienda ha investito nella produzione primaria di acciaio, in un’operazione strategica dal forte valore simbolico: nel 1913, a Sheffield nasceva e si sviluppava l’acciaio inossidabile. **F**