

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. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n. 46) Art. 1 comma 1 LO/M



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

ISSN 2532958-8



3 0071

9 772532 958005

INSIDE



32 | Storie di vino

Storie di vita

Nel 1979 i fratelli Riccardo e Renzo Cotarella fondavano l'azienda vitivinicola Famiglia Cotarella. Oggi a guidarla sono tre donne della nuova generazione: Dominga, Marta ed Enrica. Alla gestione affiancano iniziative di formazione e di contrasto ai disturbi alimentari. Perché l'attività d'impresa è anche "uno strumento per fare qualcosa di diverso"

di Luca Sessa



- 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

108



126



111

UNDER 30

74 | Gli algoritmi del cambiamento
A cura di **Daniele Rubatti**

GOOD STORIES

86 | Apripista della comunicazione
Ettore Mieli

88 | Pronti a ogni sfida
Maurizio Abbati

90 | Il re dei beni rifugio
Lavinia Desi

92 | Al servizio della connessione
Maurizio Abbati

94 | Il Davide dell'online
Massimiliano Carrà

96 | L'agorà dei brand
Ignazio Mirabella

98 | Ingegneri del pollice verde
Anna della Rovere

101 | Occhio alla sostenibilità
Gianpaolo Ansalone

SMALL GIANTS

A cura di **Piera Anna Franini**

111 | Le stelle della Puglia

115 | Spazio al Sud

LOGISTICA

103 | Al fianco dei piccoli
Nicolò Rubeis

106 | Tutto sotto controllo
Matteo Calzaretta

108 | Curare il dettaglio
Raffaella Galamini

DESIGN

117 | Il design è giovane
Valentina Lonati

FORBES LIFE

121 | Sinfonia d'autunno
Alessia Bellan

126 | I volti nuovi dell'eleganza
Penelope Vaglini

LIVING

127 | Milano **Alessia Bellan**

128 | Roma **Mara Cella**

129 | New York **Aka Sarabeth**

130 | Pensieri e parole *Consigli*

CASA EDITRICE

BFC Media Spa

Via Melchiorre Gioia, 55 - 20124 Milano
Tel. (+39) 02.30.32.11 - Fax (+39) 02.30.32.11.80
info@bfcmedia.com - redazione@bfcmedia.com

BFC MEDIA SPA editore

ELIO PARIOTA Amministratore delegato

ALESSANDRO MAURO ROSSI Direttore responsabile

Strategy editor: Andrea Giacobino

Managing editor: Daniel Settembre

Video content officer: Valerio Gallorini

Events & Award director: Fabio Wilhelm Indica

WRITERS

Massimiliano Carrà, Matteo Chiamenti, Roberta Maddalena,
Matteo Novarini, Edoardo Prallini, Matteo Rigamonti, Matteo Sportelli

SPECIAL CONTRIBUTORS

Smart mobility: Giovanni Iozzia

Lifestyle: Susanna Tanzi

Technology: Gabriele Di Matteo

Space economy: Emilio Cozzi

Responsibility: Enzo Argante

Contributors: Maurizio Abbati, Gianpaolo Ansalone, Giovanni Aragona, Alessia Bellan, Patrizia Caraveo, Tommaso Carboni, Andrea Celesti, Mara Cella, Danilo D'Aleo, Anna Della Rovere, Lavinia Desi, Agostino Desideri, Piera Anna Fradini, Raffaella Galamini, Marco Gemelli, Davide Lizzani, Valentina Lonati, Ettore Mieli, Ignazio Mirabella, Cosimo Maria Palleschi, Daniele Rubatti, Nicolò Rubeis, Aka Sarabeth, Luca Sessa, Penelope Vaglini, Matia Venini.

Grafica: Filippo Scaglia, Patrizia Terragni

Stampa: Rotolito S.p.A. - Via Bergamo 7/9 - 20063 Cernusco sul Naviglio (Milano)

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 49572012

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. - 200090 Segrate (MI). Per le Edicole richieste tramite sito: <https://servizioretrati.mondadori.it> - Per Privati collezionisti richieste tramite email: 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

Direttore Commerciale: Michele Bellingheri - bartolini@bfcmedia.com

Sales director: Michele Gamba - gamba@bfcmedia.com

Direttore Marketing: Andrea Agostini - agostini@bfcmedia.com

Digital specialist: Giovanni Aragona - aragona@bfcmedia.com

FORBES GLOBAL MEDIA HOLDINGS INC.

Steve Forbes chairman and editor-in-chief

Michael Federle president & ceo

Randall Lane chief content officer

Alicia Hallett-Chan design director

Katya Soldak editorial director, international editions

Peter C. Hung president, licensing and branded ventures

Matthew Muszala president, licensing & branded ventures

MariaRosa Cartolano general counsel

Nikki Koval vice president & assistant general counsel

È un'iniziativa



bfcmedia.com

FORBES ITALIA is published by BFC Media 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 pubblicato da BFC Media 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.

Founded in 1917

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©2022 Forbes Media LLC. All rights reserved. Title is protected through a trademark registered with the U.S. Patent & Trademark Office.

Sidelines

Dove c'è vino, c'è famiglia

Settembre è tradizionalmente il mese della vendemmia. Tra l'altro quest'anno, a causa del gran caldo, molte aziende hanno addirittura anticipato i tempi della raccolta. Si metterà così in moto, come ogni anno, un meccanismo produttivo che coinvolgerà migliaia di aziende in tutta Italia. Il vino è un prodotto di eccellenza che aiuta a fare sempre più grande il made in Italy e le aziende che lo producono sono in gran parte aziende familiari o comunque guidate da famiglie che dimostrano la passione, l'orgoglio, lo sforzo, l'impegno, la scelta di tecnologie sempre più avanzate per migliorare un prodotto che, appunto, è già di per sé un'eccellenza. Per questo *Forbes* dedica in questo numero di settembre, un ampio servizio di copertina e uno speciale al "vino di famiglia", raccontando il meglio dell'enologia italiana attraverso proprio le storie di successo di alcune famiglie.

Quando si parla di Riccardo Cotarella, uno dei più grandi enologi italiani (suo fratello Renzo è amministratore delegato di Antinori), si parla di un professionista che lavora per clienti importanti (Brunello Cucinelli, Bruno Vespa o la rockstar Sting tanto per citarne alcuni) ma soprattutto ha costruito nel tempo un'azienda che si è conquistata il mercato in Italia e nel mondo partendo dall'Umbria e dal Lazio e allargandosi fino a territori-simbolo del vino top come Montalcino. E sicuramente l'espansione sulla qualità non è finita qui anche perché le tre sorelle Cotarella, Dominga, Marta ed Enrica (pur sotto gli occhi attenti di Riccardo e Renzo) sono tre giovani manager di grande intraprendenza e personalità che non hanno nessuna voglia di accontentarsi.

Sempre sulla famiglia, la tradizione e l'innovazione si basa il successo di altre famiglie del vino come i Moretti, guidati da Vittorio, ma con la figlia Francesca nel ruolo di presidente ed enologa del gruppo, diventato produttore per intuizione nella sua Franciacorta e poi salito fino alle posizioni più alte delle classifiche mondiali con i suoi vini come il Bellavista. Da tempo i Moretti hanno un diamante in più, la Cantina Petra che in origine era una tenuta maremmana come altre. Ora invece è la realizzazione di un sogno che Francesca Moretti, vicepresidente di Holding Terra Moretti, ha fatto da adolescente. L'annata 2020 del suo vino più rappresentativo ha ricevuto un punteggio record dal critico americano James Suckling.

Dall'altra parte del Mare Tirreno, in Sardegna, non lontano da Cagliari, ormai tre generazioni fa, Antonio Argiolas immaginava una cantina che rispecchiasse l'identità sarda, ma che producesse vini adatti alle cucine di tutto il mondo. Oggi la sua idea è portata avanti dai nipoti, Antonio, Valentina e Francesca, che puntano sul valore della terra e sulla sperimentazione tecnologica.

Insomma, dove c'è vino c'è famiglia. **F**

Alessandro Mauro Rossi

— ALESSANDRO ROSSI, DIRETTORE



Il re dei beni rifugio

IN PERIODI DI INCERTEZZA ECONOMICA, CRISI FINANZIARIE E FORTE INFLAZIONE, L'ORO CRESCE DI VALORE E RESISTE ALLE TEMPESTE. L'AZIENDA VERONESE **CAREISGOLD**, SECONDO IL SUO PRESIDENTE **CLAUDIO BOSO**, "STA CAMBIANDO LE REGOLE DEL MERCATO ITALIANO, RENDENDO IL METALLO ALLA PORTATA DI TUTTI"

L

za", ha affermato **Claudio Boso**, fondatore e presidente di **Careisgold**, società per azioni veronese che si occupa di oro puro fisico da investimento. "Il caso della Silicon Valley Bank non ha fatto eccezione: dopo il fallimento, il prezzo dell'oro è salito di circa il 9% nei dieci giorni successivi".

Le banche centrali, stando ai dati del World Gold Council, nel 2022 ne hanno acquistato 1.136 tonnellate, per un valore di circa 70 miliardi di dollari: è il massimo dal 1967. L'ultimo rapporto Gold Demand Trends rivela che la domanda di oro nel 2022 è aumentata del 18% su base annua, raggiungendo le 4.741 tonnellate.

Dopo la crisi finanziaria del 2008, caratterizzata da scarsa

liquidità e da crisi di solvibilità per le banche, gli stati e le imprese, paesi come Stati Uniti, Cina, Russia ed Emirati Arabi sono tornate ad acquistare oro, per via della scarsissima volatilità del metallo e della capacità di resistere alle turbolenze dei mercati, alle crisi e all'inflazione.

L'introduzione della legge n° 7 del 2000 ha portato in Italia un importante cambiamento nel settore, consentendo di superare il monopolio di stato in vigore fino a quel momento e permettendo a ogni cittadino di acquistare e vendere liberamente oro puro fisico da investimento. Quando si parla di oro, spesso si pensa che possano detenerlo solo persone con grande disponibilità economica. Careisgold, spiega Boso, "sta cambiando le regole del mercato

italiano e le modalità di accesso all'investimento, rendendo il metallo alla portata di tutti". L'azienda punta a rendere l'oro più accessibile, dando la possibilità di investire anche piccole cifre. "Ma questo non basta", continua Boso. "La vera forza di Careisgold, ciò che ci distingue nel settore, si trova nel connubio tra un ottimo prodotto e la capacità di creare, gestire e guidare una grande rete di distribuzione in tutta Italia. Il mercato in cui operiamo, inoltre, è ancora in una fase embrionale, senza concorrenza, ricco di opportunità e potenzialità". Gli italiani detengono in banca, tra conti

La sua estrazione risale a circa seimila anni fa, nel Nord Africa, in Mesopotamia, nella valle dell'Indo e nella parte orientale del Mediterraneo. Per millenni è stato considerato il mezzo di pagamento più sicuro e oggi, ancora di più dopo il fallimento della Silicon Valley Bank, si è riconfermato come bene rifugio per eccellenza. Si tratta dell'oro, che durante i periodi di instabilità economica tende ad aumentare il suo valore. "Come per ogni crisi, che sia economica, finanziaria o sociale, l'oro si è rivelato come un rifugio sicuro per proteggere i propri capitali in tempi di incertez-



Claudio Boso

correnti e depositi, circa duemila miliardi. “Quei soldi non fruttano nulla. A causa dell’inflazione, il potere d’acquisto diminuisce. Con l’oro, il discorso cambia”.

Oggi l’azienda ha un capitale sociale di due milioni e una rete di distribuzione capillare, estesa in tutta Italia, denominata 4Change Your Business. “Sono serviti oltre dieci anni di lavoro e l’impegno di decine di persone per creare questa realtà dalle fondamenta”, spiega Boso. “Abbiamo tre divisioni distinte. Le sezioni private e corporate sono orientate ai professionisti del settore, ai consulenti finanziari, agli agenti, alle banche e ai broker intenzionati ad aggiungere un nuovo asset per i loro clienti. La divisione prime, invece, racchiude tutti i professionisti,

anche neofiti, orientati alla formazione e alla ricerca di un nuovo orizzonte imprenditoriale. È stato indispensabile l’apporto di molte persone di grande esperienza per costruire, formare e stimolare una rete di distribuzione efficiente e in costante crescita”.

L’azienda, tramite l’offerta formativa Care Academy, mette a disposizione diversi percorsi. Tra questi spicca il Dna del Leader: il corso che guida i partecipanti nella conoscenza del mercato dell’oro, per insegnare loro le nozioni fondamentali e le strategie per operare nel settore. “Gli aspiranti collaboratori imparano a identificare le opportunità di mercato, a relazionarsi con i clienti, a sviluppare una mentalità imprenditoriale e, cosa più importante, a mantenere

rapporti interpersonali e gestire risorse umane. Per selezionare e formare una rete così complessa, facendola funzionare al meglio, c’è bisogno di persone di fiducia, che appoggino e sostengano il progetto al 100%. E mi riferisco in particolare a cinque manager: Giacomo Gasperini, Pierluigi Leoni, Stefano Dal Zovo, Roberto Ravazzolo e Paolo Dell’Osso”.

Boso aggiunge che “la consapevolezza della responsabilità verso i clienti è ciò che ci spinge a dare sempre il meglio di noi stessi, con serietà e passione per il lavoro. La nostra azienda vuole essere un tramite per una nuova prospettiva. Scegliere di farne parte significa abbracciare un mondo di possibilità, in cui la crescita personale e il successo sono alla portata di chiunque”. **F**



Da sinistra: Roberto Ravazzolo, Pierluigi Leoni, Giacomo Gasperini, Paolo Dell’Osso e Stefano Dal Zovo