

LOW PROFILE, HIGH PERFORMANCE

IDEE DI LUSSO SOTTO L'ALBERO

METAVERSO
LA GUERRA
DEI MONDI
VIRTUALI

QUANDO IL GIOCO È UNA COSA SERIA

LA SIGNORA DELL'ACETO

DICEMBRE, 2021

Forbes

Italia 4,90 euro - Anno 5 - N° 50 - Dicembre, 2021 - Periodicità: mensile - Prima immissione: 4/12/2021
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/MI



COVER STORY

PERCHÉ VINCE L'ITALIA

RICCARDO ILLY
PRESIDENTE DEL POLO DEL GUSTO

Classifiche

Nba, canestri
pieni d'oro



INSIDE



40 | Sulle orme del nonno

Riccardo Illy è un imprenditore *sui generis*: innovativo, controcorrente quanto basta, attento alla responsabilità sociale e all'ecologia. Dall'industria del caffè di famiglia ha sviluppato parallelamente il Polo del Gusto, subholding del settore food & beverage di grande qualità ripercorrendo un antico sogno del suo avo Francesco. Ora vuole aprire il capitale a investitori istituzionali. Per svilupparlo e poi andare in Borsa.

di **Alessandro Rossi**



22



25



54

19 | Basta con questi furti legalizzati!
Steve Forbes

20 | Il Monte in lontananza
Andrea Giacobino

22 | L'uomo dei miracoli
Marino Bartoletti

FRONTRUNNER

25 | Schiacciate d'oro

28 | I segreti dell'omnichannel

30 | Talenti in erba

32 | Lo scigno nel cielo

NEWS

34 | Innovation people
Giovanni Iozzia

35 | Space economy
Emilio Cozzi

36 | Social responsibility
Enzo Argante

37 | Forbes silicio
Gabriele Di Matteo

BRANDVOICE con Banca Ifis

38 | Per un'economia sostenibile e inclusiva

COVER STORY

40 | Sulle orme del nonno
Alessandro Rossi

46 | Il paese del lusso moderno
Alessandro Dall'Onda

50 | Primati oltre l'atmosfera
Emilio Cozzi

BRANDVOICE con Abb

52 | Il primo mattone delle città intelligenti

THE INVESTIGATION

54 | La battaglia per un nuovo universo
Tommaso Carboni



76

CONTRARIAN

61 | Vita di famiglia
Matteo Novarini

66 | Low profile, high performance
Alessandro Rossi

68 | Il rocker della comunicazione
Giovanni Iozzia

70 | Un'economia tra le onde
Enzo Argante

72 | Giocare è una cosa seria
Edoardo Prallini

74 | L'aceto che fa bene
Roberta Maddalena

76 | La grandeur dei trottatori
Marco Trentini

78 | Sfida contro il tempo

BRANDVOICE con Fortinet

80 | Le strategie per difendere la digitalizzazione

GOOD STORIES

82 | Guardare lontano
Luigi Dell'Olio

84 | Progresso inclusivo
Camillo de Angelis



156



161



155

86 | Innovazione a 360 gradi
Matteo Marchetti

88 | Leadership al femminile
Edoardo Prallini

90 | Onore al merito
Elisa Serafini

92 | Il baluardo della prevenzione
Elisa Serafini

94 | Uno ogni cento è Unobravo
Edoardo Prallini

96 | Responsabilità in salute
Valentina Magri

97 | La ricetta del benessere
Anna della Rovere

BRANDVOICE con Med Group

98 | Sviluppo tecnologico a partire dalla mela

100 | L'energia delle idee
Vittorio Mantovani

102 | Inversione di rotta
Claudia Cavaliere

104 | Imparare dalle piante
Antonio Potenza

106 | Una banca per migliore amico
Matteo Chiamenti

108 | Come cinguetta la pubblicità
Massimiliano Carrà

110 | Tutto il green della logistica
Valentina Magri

112 | Destinazione lusso
Anna della Rovere

115 | Il costruttore di imprese
Massimiliano Carrà

117 | Le vie della sostenibilità
Daniilo D'Aleo

118 | Gettarsi nell'arena
Anna della Rovere

122 | Verso una nuova fiscalità
Daniilo D'Aleo

123 | Ambizioni globali
Ettore Mieli

124 | Diritto all'ambiente
Roberto Pianta

128 | La legge del più forte
Daniilo D'Aleo

WATCHES

133 | 220 anni ad arte
Mara Cella

136 | Cuore svizzero,
passione italiana
Mara Cella

FORBES LIFE

139 | Natale a colori
Alessia Bellan

142 | Negozi in festa
Anna della Rovere

143 | Imballaggi sartoriali
Valentina Lonati

144 | Creatività in perline
Mara Cella

146 | Il laboratorio dei talenti
Anna della Rovere

148 | Il LinkedIn dell'arte
Edoardo Prallini

150 | L'automobile umanocentrica
Alfonso Rizzo

152 | Champagne, le parole per berlo
Susanna Tanzi

154 | Le magnifiche sette
Roberta Maddalena

156 | Gastronomia secolare
Roberta Maddalena

157 | Sorsi di cooperazione
Antonio Potenza

158 | La boutique del fitness
Antonio Potenza

LIVING

159 | Milano **Alessia Bellan**

160 | Roma **Mara Cella**

161 | New York **Aka Sarabeth**

162 | Pensieri e parole
Pionieri

146



CASA EDITRICE

BFC Media 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

Strategy editor: Marino Bartoletti, Andrea Giacobino

Managing editor: Daniel Settembre

Video content officer: Valerio Gallorini

Events & Award director: Fabio Wilhelm Invidià

WRITERS

Marcello Astarri, Massimiliano Carrà, Matteo Chiamenti, Roberta Maddalena, Matteo Novarini, Edoardo Prallini, Matteo Rigamonti

SPECIAL CONTRIBUTORS

Smart mobility: Giovanni Iozzina

Style: Susanna Tanzi

Technology: Gabriele Di Matteo

Space economy: Emilio Cozzi

Responsibility: Enzo Argante

Fashion: Eva Desiderio

Automotive: Alfonso Rizzo

Londra: Angela Antetomaso

Hong Kong: Federico Morgantini

Contributors: Alessia Bellan, Claudia Cavaliere, Mara Cella, Danilo D'Aleo, Camillo de Angelis, Anna della Rovere, Alessandro Dall'Onda, Valentina Lonati, Valentina Magri, Vittorio Mantovani, Matteo Marchetti, Matteo Marini, Roberto Pianta, Antonio Potenza, Aka Sarabeth, Elisa Serafini, Daniele Tortoriello, Marco Trentini, Carlo Zanardi

Grafica: Psychodesign-Milano, Patrizia Terragni, Filippo Scaglia

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 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

Sales director: Michele Gamba gamba@bfcmedia.com

Sales manager e marketing director: Marco Bartolini bartolini@bfcmedia.com

Project manager: Michele Bellingheri belingheri@bfcmedia.com

Digital specialist: Giovanni Aragona aragona@bfcmedia.com

FORBES GLOBAL 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 Hung executive director, Forbes IP (HK) limited global branded ventures

Matthew Muszala vice president, global media ventures

MariaRosa Cartolano general counsel

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



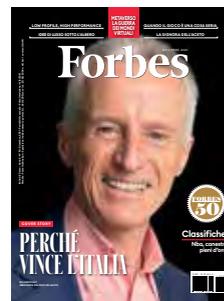
Certificato PEFC

Questo prodotto è realizzato con materia prima da foreste gestite in maniera sostenibile e da fonti controllate
PEFC®
PEFC/17-12-03 www.pefc.it

Sidelines

I nostri primi 50 numeri

C'è un legame forte tra l'edizione italiana di *Forbes* e il mondo americano del magazine sviluppatosi nel mondo in 28 edizioni e con oltre 140 milioni di lettori e di utenti unici sul web. È il coraggio. Il coraggio di osare degli imprenditori a cominciare dagli editori di *Forbes* (non a caso una lunga sezione del magazine si chiama proprio "Contrarian, il coraggio di osare"). B. C. Forbes nel 1917, l'anno in cui gli Stati Uniti entrarono in guerra, decise di osare fondando una rivista che parlava delle imprese e degli uomini che avevano raggiunto il successo economico. Cento anni dopo, Bfc Media ha portato in Italia *Forbes*. Era il 2017, l'anno più nero per l'editoria italiana. Nessuno aveva il coraggio di intraprendere nuove iniziative. Si parlava solo di chiusure, licenziamenti, fallimenti nel campo dei media italiani. Quando presentammo *Forbes Italia* al Four Seasons a Milano, molti rimasero affascinati dall'iniziativa, molti altri però scossero la testa. Oggi, dopo quattro anni e 50 numeri di *Forbes* siamo qui a celebrare il successo del coraggio di osare, di andare controcorrente, di fidarsi dei propri mezzi, della propria inventiva, della propria capacità. "Celebrare il successo". Sì. Avete letto bene. In questa frase non c'è presunzione, non c'è autocelebrazione. C'è un dato di fatto. *Forbes Italia* è un sistema editoriale che spazia dal magazine, al web, alla tv, ai podcast, agli eventi e che si è conquistato una posizione di primo piano nel panorama editoriale italiano. Non ha concorrenti nel target di riferimento: chi legge *Forbes* si immedesima in esso, vuole esserci, vuole partecipare, vuole progettare, vuole sognare insieme a lui. *Forbes* è il media dei giovani, delle donne, dei professionisti, degli imprenditori, degli startupper, degli sportivi e degli artisti, delle persone che lavorano con il proprio ingegno e la propria manualità perché racconta il successo e non l'aristocrazia del denaro. Il successo è democratico: tutti possono raggiungerlo, indipendentemente dai risultati economici. Possono avere successo una startup e un grande gruppo informatico, un artigiano e un colosso del design. La fornice dei guadagni può essere infinitamente ampia ma tutti hanno storie di successo da raccontare e ci sono migliaia, milioni di persone che vogliono leggerle, ascoltarle, condividerle. E l'individualismo degli italiani, spesso, genera competizione facendo da motore ai miglioramenti, alla ricerca di obiettivi sempre più grandi. Questi nostri primi 50 numeri di *Forbes* sono la sintesi di tutto questo, la prima tappa di un cammino cominciato quattro anni fa che continueremo a percorrere, cercando di migliorarci ancora, ma sempre insieme ai nostri collaboratori, ai nostri lettori, ai nostri partner, ai nostri sponsor. Grazie a tutti. Non solo per quello che avete fatto finora, ma per quello che faremo insieme in futuro. **F**



Alessandro Rossi

—ALESSANDRO ROSSI, DIRETTORE

La legge del più forte

4cLEGAL PRESENTA LA TERZA EDIZIONE DEL TALENT DEDICATO AL MONDO LEGALE.

DIECI EPISODI CHE RACCONTERANNO LA PROFESSIONE ATTRAVERSO MOMENTI DI FORMAZIONE E PROVE GIURIDICHE.
AL TERMINE VERRÀ PREMIATO IL MIGLIORE DEI CINQUE CONCORRENTI NEOLAUREATI IN GIURISPRUDENZA



Cogliere la bellezza e le peculiarità del mondo di avvocati d'affari e giuristi d'impresa, unendo entertainment e qualità dei contenuti. È con questo obiettivo che **4cLegal**, con *Forbes* ancora una volta come media partner dell'iniziativa, presenta la terza edizione della 4cLegal Academy, il primo talent

Al centro Alessandro Renna, founder & ceo di 4cLegal, insieme a Mario Alberto Catarozzo, business coach e formatore, e Lorena Urti, legal head hunter.

dedicato al mercato legale, che in dieci episodi racconta il cammino che permetterà al migliore dei cinque giovani e brillanti neolaureati

in giurisprudenza di aggiudicarsi il titolo di Legal talent of the year. Un riconoscimento prestigioso che arriverà al termine di un percorso impegnativo e sfidante che vedrà alternarsi momenti di formazione a cura di studi legali di *standing* primario ed esperti del settore legale e prove giuridiche concrete, proposte ai partecipanti da avvocati *in-house* e manager appartenenti a grandi aziende italiane e multinazionali.

Proiettato in un mondo in cui la rivoluzione tecnologica e digitale innescata dal Covid-19 ha cambiato diversi aspetti della nostra vita, il nuovo giurista dovrà necessariamente rispondere alle sfide e, al tempo stesso, alle opportunità offerte dal post-pandemia. “Questa edizione della 4cLegal Academy arriva in un momento in cui sembra si siano prese le misure alla pandemia. Il Covid ha lasciato il mercato legale certamente diverso da come lo ha trovato, anzitutto velocizzando processi già in atto e digitalizzando la gestione del lavoro quotidiano dei professionisti”, dice **Alessandro Renna**, founder & ceo di 4cLegal. Il quale pone l'accento anche sull'impatto rivoluzionario offerto dalle missioni immaginate dal Piano nazionale di ripresa e resilienza dalla sostenibilità, focus principale delle riforme politiche, sociali e aziendali. “Sarà soprattutto il Pnrr a disegnare un mercato legale del tutto nuovo, meno fondato sul contenzioso e popolato da studi legali organizzati in senso pienamente aziendale per affrontare la rivoluzione esg e la trasformazione digitale”.

Rispetto alle prime due edizioni, non cambieranno i valori fondanti della competizione - competenze, merito, sana concorrenza e dinamismo,- tuttavia saranno diverse le novità. Come la ‘convocazione’ di un gruppo di *special guest* che supporterà i giudici nella scelta dei cinque partecipanti, con Mario

Umberto Caccuri, legal talent della precedente edizione, Antonella Cupiccia (general counsel di MM), Manuela Bellasio (legal counsel di MM), Luca Arnaboldi (managing partner di Carnelutti Law Firm), ed Elisabetta Racca (head of legal affairs di Ibsa Farmaceutici).

Dopo una prima fase di *recruiting*, che ha visto la candidatura di centinaia di giovani, grazie anche alla collaborazione di Manpower Group, sponsor tecnico dell'iniziativa, inizierà una ulteriore selezione effettuata dai tre giudici dell'Academy: oltre a Renna, **Mario Alberto Catarozzo**, business coach e formatore, e **Lorena Urtiti**, legal head hunter che, supportati dagli special guest, sceglieranno i cinque talenti che avranno l'opportunità di giocare le proprie carte nella finale del talent. E, novità di quest'anno, lo faranno anche a seguito di un colloquio preliminare, in cui saranno testati in poche decine di minuti soft skill, capacità di visione, e cognizioni tecniche.

Di altissimo livello anche il panel di docenti coinvolti: da Patrizia Pasetti, responsabile governance e innovazione digitale direzione legal e tax di Tim, a Gabriella Scapicchio, sindaco (ceo) di Le Village by Ca Milano, fino ad arrivare a Giovanna Moschetto, vp & general counsel di Vertiv, a Sonia Fernan-

dez, legal director di Heidelberg Cement. Senza dimenticare Carlo Maria Capè e Gian Battista Lazarino, rispettivamente amministratore delegato e director di Bip, Alessandra Bini, direttrice ufficio legale Ibm Italia e Davide Pelizzari, chief legal operations officer di A2a. Ovviamente, fondamentale per la formazione dei partecipanti è la presenza di alcuni tra i più rinomati studi legali: con la presenza di Paolo Balboni e Luca Bolognini, entrambi founding partner di Ict Legal Consulting, Christian Iannaccone, partner corporate e Barbara Donato, avvocato del dipartimento corporate entrambi di Dla Piper e, infine, Carlo Alberto Giovanardi, managing partner Giovanardi Studio Legale.

Scopo della 4cLegal Academy, quindi, non è soltanto arrivare alla proclamazione del vincitore del 2022, ma offrire un percorso formativo unico, con interlocutori di eccellenza, che rappresenta una tappa importante per la crescita professionale dei partecipanti. Un banco di prova per conoscere la bellezza e le sfide del mondo legale che avrà inizio il 26 gennaio 2022 alle ore 21.00 e proseguirà ogni mercoledì sera, sempre in prime time, sul canale 511 di Sky tv di Bfc Media e, successivamente, sui canali web di 4cLegal e di *Forbes Italia*. **F**

● “Sarà soprattutto il Pnrr a disegnare un mercato legale del tutto nuovo. Ci saranno più studi legali organizzati in senso aziendale per affrontare la rivoluzione esg e la trasformazione digitale”