

## Dalla ricchezza all'influenza: come cambia il potere globale dei miliardari

2026-04-14 13:29:29 di Forbes.it

URL:<https://forbes.it/2026/04/14/dalla-ricchezza-allinfluenza-come-cambia-il-potere-globale-dei-miliardari/>

*Contenuto tratto dal numero di aprile 2026 di Forbes Italia. [Abbonati!](#) **Non tutti i miliardari sono uguali.** E soprattutto, non tutti sono percepiti allo stesso modo. È il punto di partenza dello [studio Reputation Scenario pubblicato dall'azienda di intelligenza artificiale CogitAi](#), che ribalta la logica della classifica tradizionale di *Forbes*, introducendo una variabile spesso trascurata: la reputazione. Se la World's Billionaires misura il patrimonio sulla base di asset finanziari e partecipazioni azionarie, il report costruisce una classifica alternativa, basata su matrici reputazionali elaborate con modelli di intelligenza artificiale. Il risultato è una gerarchia diversa, in cui il capitale simbolico pesa quanto – se non più – di quello economico. Lo studio analizza infatti la percezione pubblica dei grandi miliardari attraverso variabili come fiducia, impatto sociale, innovazione e controversie. Ne emerge una segmentazione per 'profili reputazionali', che supera la tradizionale distinzione per settore o patrimonio. In questa logica, un imprenditore può essere percepito come innovatore visionario, filantropo credibile o figura divisiva, indipendentemente dalla sua posizione nella classifica dei più ricchi. Il dato chiave è che la reputazione non è lineare: cresce, si deteriora e si polarizza molto più rapidamente della ricchezza. Non è un aspetto secondario. La letteratura economica evidenzia come la reputazione incida direttamente sul valore economico e sulla performance delle imprese, soprattutto in un contesto dominato da social media e percezione pubblica. Il confronto con le classifiche tradizionali evidenzia uno scarto significativo. Figure stabilmente ai vertici per patrimonio, come Elon Musk, possono risultare più deboli sul piano reputazionale (solo al settimo posto), mentre altri leader meno ricchi, come Warren Buffett, emergono per credibilità e coerenza narrativa. Il motivo è strutturale: la reputazione si costruisce su elementi qualitativi, come la capacità di generare fiducia nel lungo periodo. Non a caso, diversi studi sottolineano come il 'capitale reputazionale' sia una leva strategica per i miliardari stessi, al pari degli asset finanziari.*

### Gli archetipi reputazionali

Uno degli elementi più interessanti del report è la **costruzione di archetipi reputazionali**. Pur con sfumature diverse, emergono quattro modelli principali: il visionario tecnologico, associato a innovazione e disruption, ma spesso esposto a polarizzazione; il filantropo istituzionale, che costruisce consenso attraverso impegno sociale e stabilità; il capitalista tradizionale, forte sul piano economico, ma meno rilevante nella narrazione pubblica; la figura controversa, caratterizzata da alta visibilità, ma reputazione instabile. Nel contesto attuale, la reputazione è diventata un moltiplicatore – o un distruttore – di valore. Non riguarda solo l'immagine personale, ma incide su accesso ai capitali, capacità di attrarre talenti e consenso politico. Non è un caso che molti miliardari investano sempre più nella costruzione di una narrativa pubblica coerente. La reputazione, come ricordava Warren Buffett, richiede anni per essere costruita e può essere distrutta in pochi minuti. Il punto centrale dello studio è che stiamo entrando in una fase in cui la classifica dei più ricchi non basta più a spiegare il potere reale. La ricchezza resta una misura quantitativa. La reputazione, invece, è una misura qualitativa di influenza. E oggi, nell'economia dell'attenzione e della fiducia, è sempre più la seconda a determinare la prima.