

# La ricetta del successo

*Chef e imprenditore che diventa star tv. Alessandro Borghese si racconta tra arte, nuovi format e il 'lusso della semplicità'*

di **Giulia Piscina**

**S**i dice chef eclettico, volto televisivo, ambasciatore dell'enogastronomia italiana nel mondo, ma soprattutto imprenditore risoluto nel cuore delle città tra le più affascinanti e cosmopolite d'Italia: Milano e Venezia. Alessandro Borghese non si ferma mai, tra ricerca di nuove interpretazioni culinarie e divulgazione del mondo della ristorazione, sia sulle emittenti televisive nazionali che sui canali social. Lo avevamo lasciato con il coronamento di 30 anni di carriera, con l'apertura del suo ristorante AB - Il lusso della semplicità a CityLife, quartiere metropolitano del capoluogo lombardo. Oggi il suo regno si è esteso. Uno spirito rock'n'roll, il suo, che ben si accosta al rococò della laguna e allo scorrere lento e romantico del Canal Grande, con delle ricette che rispecchiano fedelmente la tradizione del territorio.

Non solo preparazioni accurate e certosine: l'arte infatti rimane il filo conduttore dell'esperienza enogastronomica targata Borghese. Come succede nella sede meneghina, ai ricercati piatti vengono abbinare meravigliose opere di artisti di fama internazionale.

**IL SUO NUOVO RISTORANTE DI VENEZIA HA UN ATTRACCO PRIVATO SUL CANAL GRANDE, UN GRANDE GIARDINO E, COME A MILANO, APRE LE PORTE ALL'ARTE, TRA MOSTRE ED ESPOSIZIONI SIA PERMANENTI CHE TEMPORANEE**

E quale migliore occasione dell'80esima edizione del Festival del Cinema di Venezia per dare spazio alla creatività degli artisti? Il giardino di AB si è trasformato in galleria *open air*, ospitando la mostra di Michelangelo Galliani dal titolo *Lassù*, che trova nel marmo il suo protagonista.

Il segreto? Trasmettere gusto, sapori e

colori del cibo in un modo fresco e innovativo, per un'intrigante missione alla quale Alessandro non ha mai rinunciato. Sul fronte comunicazione sono oltre 20 le trasmissioni che lo hanno reso un punto di riferimento per l'ampia e variegata offerta del palinsesto food&beverage, con la quale valorizza il patrimonio del made in Italy.

Tra i viaggi televisivi prosegue *4 Ristoranti*, il longevo format che ha insegnato agli spettatori ad approcciarsi più dettagliatamente al settore della ristorazione, valutando l'insieme degli elementi che compongono la proposta di un professionista.

In un *back to back* tra Milano e Venezia, torna anche il programma che porta coppie di vip ai fornelli chiedendo loro di narrarsi tramite un menù che riesca a conquistare i giudici. *Celebrity Chef*, che vede al timone Borghese stesso, vanta un equipaggio composto da due eccellenze dell'enogastronomia, scritta e pratica: Angela Frenda, food editor del *Corriere della Sera*, e Riccardo Monco, chef trisstellato dell'Enoteca Pinchiorri di Firenze. E per la prima volta anche Costantino della Gherardesca, conduttore che interpreta il gusto dei clienti più esigenti.

Perfettamente equilibrato tra pietanze e ri-



Alessandro Borghese riversa il suo animo rock'n'roll in ogni progetto, dai ristoranti ai format televisivi



flettori, lo chef diventato star non ha mai dimenticato il suo passato da ragazzo ambizioso, curioso e itinerante.

**Alessandro Borghese, ben trovato. Siamo a un anno esatto dall'apertura della location di Venezia, corretto?**

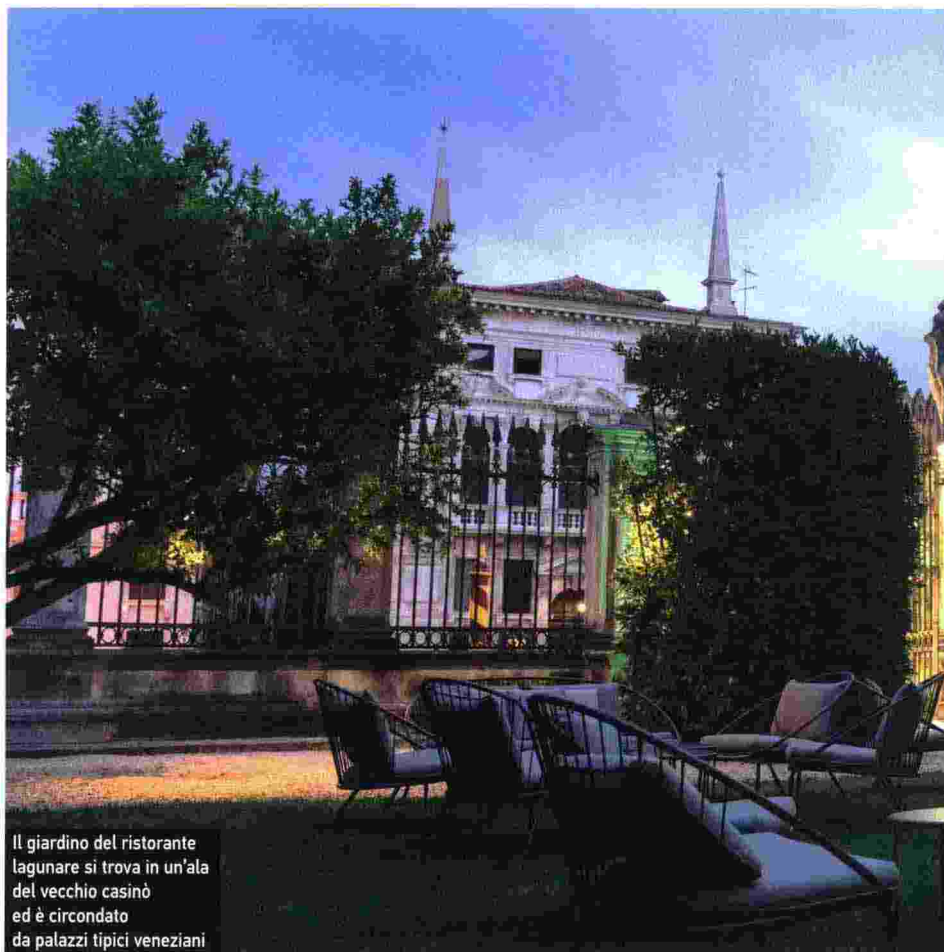
Sì, esatto. Abbiamo festeggiato un anno a fine giugno. Un'avventura straordinaria, lunga e intensa. Che parte da una meravigliosa ristrutturazione, poi l'apertura e l'avviamento, come si confà alle classiche attività imprenditoriali. Un percorso a tappe. Nel nostro grazie anche a una brigata di giovanissimi, sia in sala che in cucina, volenterosi, desiderosi di dare il meglio, entusiasti di fare grandi cose. Sono molto orgoglioso di loro.

**AB – Il lusso della semplicità tra Milano e Venezia. Quale è il fattore comune?**

Sicuramente la mia filosofia di cucina del lusso della semplicità! Certamente in una declinazione più lagunare nel caso di Venezia, in una più cosmopolita nel caso di Milano. Il *fil rouge* tra loro è rappresentato dai colori, gli arredi, i toni verdi, il vetro, l'acciaio, il bronzo, che si sposano in entrambi i locali. A Venezia abbiamo fatto un lavoro certosino con le Belle Arti, sulle travi, i pavimenti tirati a lucido, le tinte del Canaletto, oltre a 'giocare' con la carta da parati e con le stoffe. Il contesto è quello che è: meraviglioso. Città tanto stupenda quanto delicata. E la musica ovviamente non poteva mancare: il rock and roll, nella Venezia barocca tanto rock and roll. Fa parte della mia anima.

**Quali invece le differenze?**

Sicuramente le location. Quella di Venezia ha un attracco privato sul Canal Grande, un giardino enorme e l'arte si respira un po' ovunque. Siamo ospitati all'interno di un'ala del vecchio casinò, la più antica casa da gioco del mondo, ma anche nel palazzo di Wagner. Un contesto unico! Siamo circondati da palazzi tipici veneziani e il canale scorre di fronte a noi. Un colpo d'occhio veramente mozzafiato. Diverso naturalmente da City Life, dal centro urbano e tecnologico di Milano, attorniato da strutture moderne, il parco sottostante, il suo centro commerciale. Due anime molto distanti e distinte, ma



Il giardino del ristorante lagunare si trova in un'ala del vecchio casinò ed è circondato da palazzi tipici veneziani

belle entrambe. Venezia è quasi un film *noire*, dove si cammina a piedi, e l'inverno ha una certa *allure* gotica e misteriosa. Affascinante.

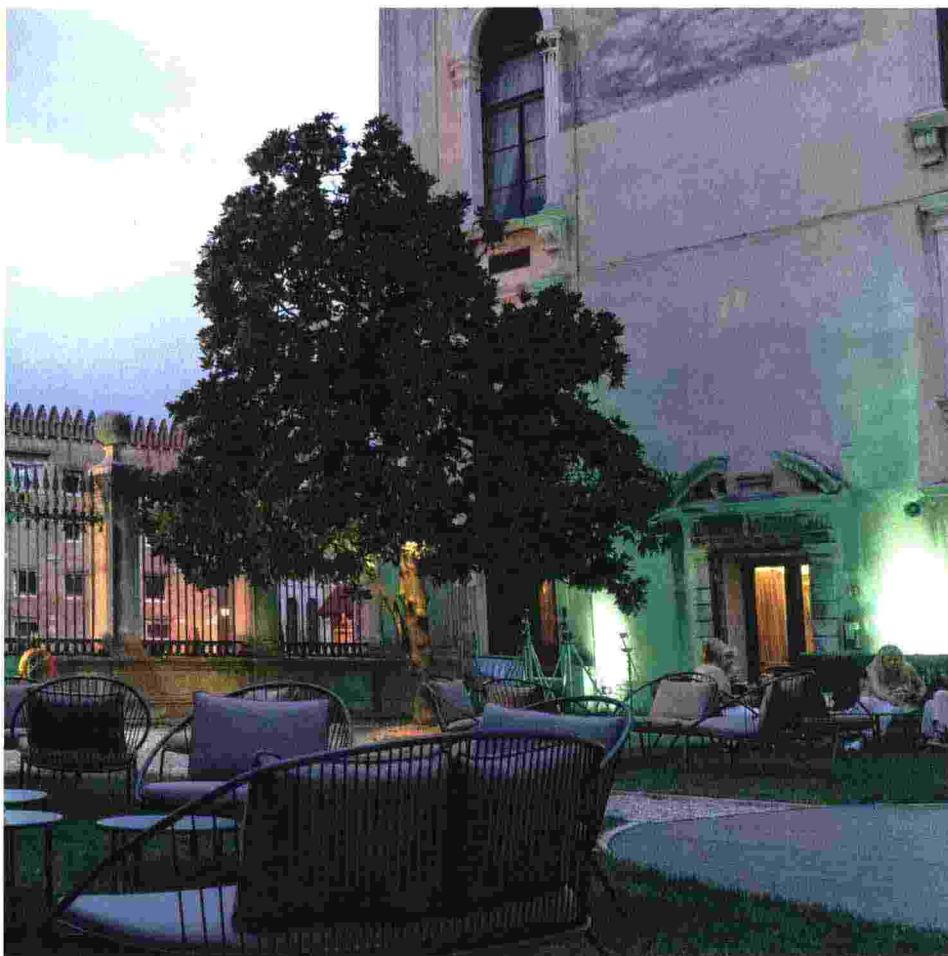
**E poi c'è la poesia dell'arte.**

Anche a Venezia esponiamo opere. Mostre permanenti e temporanee a disposizione dei nostri ospiti. L'ultimo vernissage è quello di Michelangelo Galliani, scultore tra i più quotati in Europa, del quale mi sono letteralmente innamorato. E tutte le opere presenti sono in vendita. Una vera e propria galleria a cielo aperto. L'arte oltretutto è un elemento che su Venezia ha quel *quid* in più essendo una città che ospita eventi culturali a tutto tondo. Direi arte e artigianato si mescolano a menadito. Cucina e arte, binomio a me caro, per Venezia calza a pennello.

**E da buon artigiano quale si definisce, non si fa scappare le materie prime. Anche quelle cosiddette 'invasive', come il Granchio blu.**

Sono andato al mercato di Rialto, per comprendere tutto quello che ruota e delinea il commercio di questo crostaceo, che io definisco un astice che non ce l'ha fatta. Molto saporito, buono, gustoso, con possibilità di lavorarlo in varie sfaccettature. Da me inserito in carta come *Granchio blu m'hai provocato*, alla Albertone nazionale. Cozze, vongole, crostacei, la laguna si basa molto su questo genere di alimenti. Cerchiamo di inserirlo per farlo conoscere. È necessario 'ascoltare' il territorio nel quale ci si trova e dove si lavora.

**'Ascoltare il territorio'. Lei lo fa da anni, in tutta la Penisola. E infatti la troviamo**



**ambasciatore a New York della cucina italiana nel mondo. Siamo diretti verso l'Unesco?**

Speriamo. La cucina regionale italiana ci stupisce ogni giorno. A New York mi sono fatto ambasciatore avendo esperienza non solo in cucina. Girando l'Italia intera, vengo a conoscenza di molte delle sue peculiarità, tra fornitori, materie prime, luoghi, tradizioni e cultura gastronomica. E infatti mi chiedo spesso come mai non siamo ancora Patrimonio Unesco. Il governo ha iniziato l'iter che durerà circa due anni, io cerco di portare il mio contributo al fine di spingere la nostra cucina italiana all'estero. Rafforzarla quantomeno, come giusto che sia. Questo poi è ciò che faccio da tanti anni in *4 Ristoranti*. Qui il valore aggiunto è dato anche dai tantissimi borghi, molti ancora non conosciuti dal grande pubblico.

**A proposito, come stanno procedendo i suoi format?**

Guardi, tra un'ora sarò con alcuni ristoratori in Costa Azzurra, per poi tornare in Lombardia. Ripartiamo con *Celebrity Chef* sia a Venezia che a Milano per la nuova stagione. Si ritorna con tanti vip che vogliono sfidarsi ai fornelli. Accaniti oltretutto. Arrivano con nessun genere di velleità per poi duellare senza tregua. Come entrano in cucina scatta la magia, e si trasformano! D'altronde la cucina è qualcosa di viscerale, è quotidianità, entra dentro la nostra cultura, è famiglia, è un po' tutto. Una competizione che esalta e galvanizza.

**Programmi a cui lei da molto. Viceversa? Porta qualcosa di quelle esperienze anche nelle sue attività imprenditoriali?**

Sì, assolutamente. Da oltre un decennio, dal

preciso momento in cui arrivo, ogni luogo mi dà tanto. In qualsiasi posto d'Italia incontro la tradizione locale, gli allevatori, i coltivatori. Porto con me un bagaglio che poi 'trasmigro' nelle mie ricette. È la bellezza del contatto con le persone. Ripeto e ribadisco, dobbiamo essere Patrimonio Unesco. Che poi, in teoria, lo siamo già inconsciamente.

**Alessandro e la moglie Wilma Oliverio, eletta tra le 100 donne di successo 2023 proprio da Forbes Italia: chi è più imprenditore?**

È il mio grande orgoglio, ed è lei la vera imprenditrice, non io, io sono il cuoco. Ci occupiamo di impresa nel mondo del cibo ad ampio spettro. Con Food Media Factory – società fondata da AB Normal e MNcomm – creiamo e gestiamo moltissimi progetti: produzioni televisive, contenuti digitali, oltre a nuove aperture in ambito ristorativo. Dalla pasticceria alla pizza. Alla ricerca, anche, di nuovi talenti nel comparto del food.

**Milano, Venezia e poi?**

Le proposte ci sono, le stiamo vagliando, sia in Italia che all'estero. Ma adesso puntiamo a consolidare Venezia. Ci sono altre iniziative imprenditoriali in essere, come il Padel Palace, uno dei campi da Padel più belli della città, munito di aria condizionata. Ci stiamo aprendo un bistrot, oltre ad affacciarci alle cosiddette nuove tecnologie, che io chiamo il Web 4.0. Insomma, ci facciamo trovare sempre pronti!

**A proposito di futuro. Previsioni?**

Senza dubbio ottimistiche, dove funziona un'offerta ben definita: le persone sono disposte a spendere, ma a patto di avere garanzie in termini di prodotto, standard e servizio. Qualità, correttezza, igiene, provenienza e certificazione della materia prima sono aspetti fondamentali a cui oggi il consumatore finale sta più attento. La trasparenza prima di tutto. Questo conduce ad un lavoro sempre più attento, alla volontà di operare in maniera che il cliente si fidelizzi al luogo che ama e nel quale decide di trascorrere il suo tempo di qualità, ormai sempre più prezioso.