

Wilma e Alessandro, una storia d'amore
e d'impresa non poi così "Normal"

GALEOTTO FU IL VINO

"AB - Il lusso della semplicità", con sedi in zona CityLife a Milano e Ca' Vendramin Calergi a Venezia, sono le due perle ristorative italiane di Chef Alessandro Borghese, coadiuvato e affiancato dall'eccentrica e talentuosa consorte Wilma Oliverio, imprenditrice, frontwoman di AB Normal, la società che gestisce le poliedriche attività del marito, e tra le 100 donne di successo 2023 per Forbes Italia.



Nonostante i 30 anni di carriera, 20 di Televisione, e una miriade di successi, per il volto popolare della gastronomia nazionale, si aprono nuove sfide, prima fra tutte 'ABKS Break Time' al Padel Palace del capoluogo lombardo, sinergico bistrot che vede coinvolti anche Joe Bastianich, Max Giusti, Gabriele Corsi, Diletta Leotta, Junior Cally e Umberto Chiaramonte. Tra i seguitissimi "Alessandro Borghese 4 ristoranti", "Celebrity Chef e - nel corso del tempo - decine di altri format per il piccolo schermo di grande respiro, sia l'itinerante Alessandro che l'inarrestabile Wilma, si raccontano anche in un settore che li vede entrambi impegnati e protagonisti: non solo Food, ma Wine! Dai primi corsi da Sommelier all'Hilton di Roma al romantico gesto delle sei bottiglie che fecero scoccare la scintilla tra loro, dalla scelta (e differenza) di etichette e approccio per le due location all'indole della Oliverio per il gioco di squadra tra donne; il tutto guarnito con simpatici aneddoti e un'assoluta certezza che li unisce più che mai: i futuri progetti in cantiere della AB Normal, confermandosi realtà pioniera nel mondo della cucina tradizionale italiana, esaltandone e valorizzandone tutte quelle micro sfumature territoriali che sono vanto del Made in Italy nel mondo.

Alessandro Borghese e il vino: che cosa significa questo binomio?

Beh, il vino è una mia grande passione sin dai tempi della cucina. Ricordo che quando i miei genitori andavano fuori a cena e organizzavo cene 'clandestine' con gli amici, andavamo a rifornirci al supermercato in zona Olgiata, dove vivevo.

Cosa prediligevate in quel periodo?

Ne dico alcuni, dal Mateus al Lancers, dall'Aragosta al Muller-Thurgau, ma la vera sliding verso le uve e l'intero comparto enologico è avvenuta quando ho



iniziato a lavorare in cucina, a fare apprendistato all'Hilton. Lì - l' AIS (L'Associazione Italiana Sommelier)- con a capo all'epoca Antonio Ricci e Daniela Scorbogna - organizzava corsi di Sommelier, ove mi sono iscritto e ho preso il diploma da professionista.

Esperienza che ricorda con piacere?

Certamente. Classi piccole rispetto a oggi, da 14-15 persone massimo. Si bevevano dei grandi vini in quei corsi a cui - fortunatamente e in tempi non sospetti - ho avuto l'onore di partecipare, fino allo step finale, poi tramutata in vera passione. D'altronde, 'rosso d'inverno, bianco d'estate, bollicine tutto l'anno' è il mio motto. Tra i vari mi piacciono molto anche i noti vini francesi, la Borgogna per citarne uno, con la sua espressione del Pinot Nero. Sono inoltre amante dei freschi estivi, quindi i Sauvignon, le Ribolle.

Diciamo che la 'bolla' è stata quella che ha scelto?

La bolla è a tutto campo, ma anche i vini "scoperte", come il Nerello Mascalese, un'uva delle falde dell'Etna, quindi molto aromatico, molto minerale, dovuto al terreno Vulcanico, che è quindi acidulo, fresco, stiamo vicino al mare, abbiamo una favolosa bollicina molto persistente e rosé. L'abbiamo scelta come cuvée della casa. Etichettiamo insieme a loro con un notevole riscontro da parte dei clienti.

Ovvero?

Che lo amano, lo richiedono, lo diamo in cadeau ogni volta che abbiamo degli eventi o sotto Natale, quando si fanno i soliti regali aziendali. Ormai è una prassi e viene richiesto sempre. Mio suocero sosteneva che il vino è fantasia.

Le cantine delle sue location, gli AB di Milano e Venezia, c'è un "fil

rouge" che le lega o si ravvisano delle differenze tra l'una e l'altra?

Diciamo che lascio molta carta bianca ai miei Sommelier, ai miei Direttori nella scelta dei vini, allo Chef di cucina, che sa che quando deve abbinare con un piatto ha anche conoscenza del vino e come indirizzarlo in base alla pietanza. Va dato spazio agli altri, condividere più possibile, anche in azienda. Ma, certamente, i vini blasonati non devono mancare, così come le piccole realtà territoriali che vanno fatte conoscere. La differenza tra Milano e Venezia è che a Milano c'è anche la carta, mentre a Venezia abbiamo due menù degustazione che di tanto in tanto vengono arricchiti da degli special.

Scelta dei vini anche durante la cottura e in simbiosi con le materie prime che utilizzate?

Assolutamente, anche il vino che si usa per cucinare è fondamentale, ovvero di qualità. Il vino deve essere usato in abbinamento al piatto, e non deve passare l'idea dello spreco, perché se facciamo un risotto, o uno stracotto, o la mia guancia, dev'essere fatta con un Montepulciano d'Abruzzo di altissimo livello.

4 ristoranti, è un po' la sua occasione di vedere davvero l'ospitalità italiana girando il Paese in tutti i suoi angoli. Dal settore enogastronomico, che poi è il vero gancio delle nostre tradizioni, che cosa riesce a trarre da questi suoi meravigliosi viaggi? Pro e contro delle macro e micro aree geografiche?

Migliorare un po' la parte della biodiversità gastronomica, della vastità di prodotti che noi abbiamo, di nicchie, di formaggi, di paste fatte in casa, di insaccati, di preparazioni, è il nostro tesoro, il nostro vero bagaglio. Dobbiamo saperli sfruttare nella maniera corretta. Tante volte questo viene un po' meno per molti motivi; vuoi la burocrazia, vuoi la mancanza di voglia, vuoi per la sconcertante e perenne competizione con l'estero che ci scopiazza qualsiasi cosa. Noi dovremmo essere maggiormente più in grado di tutelarci, cosa in cui non siamo ancora molto efficaci. Vedi i francesi, si riescono a 'proteggere' in maniera perfetta, c'è quindi un problema al nostro interno dove non ci riusciamo a mettere d'accordo, anche tra noi stessi, ma a discapito di una collettività che dovrebbe essere faro nel mondo.

Perché loro ci riescono e noi no?

Tutti vengono in Italia perché - come diceva - il gancio è quello gastronomico, perché per quanto un piatto di orecchiette lo mangi al nord, e noti le differenze con il sud, è pur sempre un buon piatto di orecchiette. Difficile mangiare male in Italia. Non ci dobbiamo cullare perché si mangia comunque bene, così come l'enoturismo, comparto vini, siamo dotati molto più degli altri di strumenti eccezionali sul territorio, natura in primis, raffinarci quindi, e dare il meglio tutti noi per un patrimonio che è nostra ricchezza e vanto generazionale.

Ci racconti dell'ultimo progetto al Padel Palace di Milano

Il Padel Palace si è concretizzato da un anno e mezzo. È uno sport che adesso ha avuto la sua grande esplosione. Ci sembrava un investimento nuovo, corretto, divertente, che ha un futuro accanto alla gastronomia. "ABKS Break Time" sarà il nostro piccolo angolo gastronomico all'interno di un circolo di padel, ma aperto anche all'esterno. Per fare eventi, ma anche solo per mangiare, e senza associare la parte sportiva a un cibo per forza healthy. Quindi birra alla spina, borghi burger, costine di maiale, mac&cheese, lasagna,



IN QUESTE PAGINE

Wilma e Alessandro in vacanza, le sale dei ristoranti di Milano (sopra) e di Venezia (sotto).

tiramisù a schiaffo sul piatto. Abbiamo messo un paio di referenze di Joe Bastianich, perché mi divertiva fare una cosa insieme a lui. Un luogo di incontro insomma, considerando che poi Padel Palace ha anche soci quali Max Giusti, Gabriele Corsi, Diletta Leotta, Junior Cally, Umberto Chiaramonte.

INTERVISTA A WILMA OLIVERIO

Wilma Oliverio, recentemente incoronata tra le 100 donne di successo di Forbes. Ci conferma che il vino è stato un po' il Cupido tra voi?

Per conquistarmi, quando mi ha conosciuto nel 2008, come regalo per il mio compleanno mi ha mandato sei diversi vini in ufficio. Stavo partendo verso Sottimano, per fare degustazione della Barbera. E quindi sì, il vino è stato il primo regalo che mi ha fatto.

AB Normal, la vostra società. Ci racconti come tutto è nato...

È nata la AB Normal mentre si guardava il film Frankenstein Junior. Dovevamo trovare il marchio, il logo, c'era già tutta la strategy aziendale, e a me piaceva molto giocare sulle iniziali, proprio mentre



stavano guardando il grande classico.

E cosa successe...

Lui, che è un geniaccio, mi disse, "Cosa ne pensi di AB Normal, che di normal non c'è niente?"

Perfetto! Fu la mia risposta.

Poco 'Normal'?

Andavamo incontro ad un modo di lavorare che non c'era ancora, cioè iniziare a parlare di un territorio come l'Italia sulla ristorazione, andando a toccare comunque delle corde molto delicate, perché l'italiano è bravo a cucinare, è bravo a far tutto a casa sua. E noi dovevamo invece portare questo messaggio fuori. L'ho aiutato perché io mi sono sempre occupata di strategie aziendali.

E di Alessandro cosa le riconosce in campo imprenditoriale?

La sua predilezione a lavorare in squadra. Viene da un'educazione anglosassone. Il playmaker ha la sua importanza, ma senza il team non si fa il gioco. È Borghese, è la persona che oggi parla a tutti gli italiani, un po' come faceva Funari con la politica.

Accostamento interessante con Funari...

A me è sempre piaciuto questo paragone. Sono figlia degli anni '80 e '90, Funari faceva uguale, un tempo si parlava di politica solo al telegiornale, non esisteva Porta a Porta, non esistevano i programmi extra TG. E' stato uno sdoganatore della comunicazione politica. L'ha fatta diventare pop. Idem per Alessandro con la cucina. Sa far passare bene il messaggio, perché tra i fautori in questo, giacché sono vent'anni (2004-2024) che ha iniziato con le primissime trasmissioni televisive. Anche uno dei pochi personaggi che era sui social. Un artigiano, come ama definirsi lui! D'altronde chi fa cibo, chi fa ristorazione, ha due elementi fondamentali che sono la responsabilità e l'etica. Chi viene qui a mangiare si aspetta tanto, e non devi deluderlo.

Wilma, sente avanguardia in questo mondo?

Sento che di buono sono arrivate le donne, in un mestiere che è stato sovente prettamente maschile. Sappiamo sfruttare soprattutto questa parte femminile anche per gli incontri. Le donne che, fino a qualche tempo fa, organizzavano il tè delle 5, oggi sono fantastiche leader di incontri di degustazione di vini. Io l'ho fatto da ragazzina con mio padre, a diciotto anni. Lui era un intenditore e si occupava di food and beverage portando i sapori delle cantine al Sud dal Nord.

Donna valore aggiunto dunque?

Absolutamente. Arrivo dalla danza classica, dalla moda, quindi sono stata veramente in contatto con tante donne e so che abbiamo una marcia in più. Questo lo dico con estrema franchezza perché riusciamo a fare più cose. Ho lavorato molto con loro. Ne vado orgogliosa.

Suo desiderio a chiusura Wilma?

Organizzare con le donne più situazioni dedicate proprio al vino, cioè le donne del vino. Cito Napa Valley, in California, luogo che funziona principalmente perché hanno delle strutture. Se si va a vedere la cantina di Francis Ford Coppola si comprende cosa al suo interno riescono a trasmettere, un mondo che si estende non solo al vino, ma ad un marketing che ha il sapore dell'incredibile.

Si raccontano storie col vino.