

G's life

2023

numero #006

In copertina

Paolo Gori

La trattoria di quartiere, tra ricordi di famiglia, storie quotidiane, una cucina conviviale e nel pieno rispetto della tradizione. Burde è tutto questo, come ci spiega lo simpatico chef Paolo Gori

Massimo Bottura

Alla scoperta del favoloso mondo dello Chef stellato, tra cucina e impegno sociale



Kondo Takahiko & Karime Lopez

Coppia in cucina e nella vita, vi presentiamo i co-executive chef di **Gucci Osteria**



Anna Prandoni

L'enogastronomia raccontata con passione e spigliatezza. Quattro chiacchiere con la direttrice di **Scarpetta Mag** e di **Gastronomika**



4 **Il gioco delle coppie**

Kondo Takahiko e Karime Lopez
della Gucci Osteria

8 **Effetto Bullfrog**

Romano Brida e Anna-Maria Negri

12 **Il favoloso mondo di Anna**

Anna Prandoni

Amici miei

Paolo Gori

Scuola dell'Arte

Alma - Scuola Internazionale di
Cucina Italiana

Il dono della bellezza

Dottor Pierfrancesco Bove

14



17

22

26 **Due come noi**

Wilma De Angelis e Lucio Nocentini

30 **Idee in movimento**

Massimo Bottura

34 **Protagonisti 2023**

#diventaprotagonistagiblor's

38 **Collezioni Giblor's 2023**

Le tante novità dal mondo Giblor's

41 **Fiere ed eventi**

Gli appuntamenti dove incontrarci



Editoriale

Cari lettori,

Da qualche anno ormai mi confronto con la scrittura di questo editoriale, e chi mi segue si sarà forse accorto che non amo troppo fare bilanci. Preferisco le previsioni, probabilmente perché in fondo sono un ottimista. O meglio, sono un imprenditore a cui piace rimboccarsi le maniche, andare a trovare i clienti di persona quando posso, essere operativo quando si progettano le nuove collezioni... insomma, mi piace lavorare. E credo che, per chi vive il suo lavoro come faccio io, sia normale essere ottimisti, specie in momenti come questo. Abbiamo trascorso un ultimo anno che ci ha restituito una grande speranza: abbiamo ripreso a vivere la quotidianità in maniera naturale, ad incontrarci, a programmare, a fare progetti per il futuro, a lavorare insieme. Personalmente poi ho avuto riscontri positivi in ogni occasione di confronto, sia con i clienti che con i fornitori, in viaggio, in fiera, con i nostri partner storici e con tutto il mondo della ristorazione e del benessere. Non posso che aspettarmi un 2023 di ottimi risultati, di ripresa vera. E di nuove sfide certamente, perché il mercato è in continua evoluzione per sua natura e noi lo seguiamo sempre da vicino, con attenzione. Ma le nuove sfide rappresentano anche opportunità per migliorare e per crescere, ed è quello che auguro a noi tutti.

Roberto Giberti



G's Life 2023

NUMERO #006

GIBLOR'S

Via dei Trasporti, 6A/B
41012 - Carpi (Mo) - Italy
Tel. +39 059 654602
www.giblor.com

CONTENUTI E REDAZIONE

Daniel C. Marcoccia
Tiziana Solidoro | Otq s.r.l.

PROGETTO GRAFICO E IMPAGINAZIONE

Marco Meggiolaro | Otq s.r.l.

IMMAGINI GIBLOR'S

Infraordinario Studio
C&P Studio

SI RINGRAZIANO

Kondo Takahiko • Karime Lopez
Romano Brida • Anna-Maria Negri
Anna Prandoni • Paolo Gori
Alma - Scuola Internazionale di Cucina
Italiana • Dottor Pierfrancesco Bove
Wilma De Angelis • Lucio Nocentini
Massimo Bottura



IL GIOCO DELLE COPPIE

Coppia in cucina e nella vita, Kondo Takahiko e Karime Lopez sono i co-executive chef di Gucci Osteria, il ristorante della celebre Maison sotto la regia di Massimo Bottura. Li conosciamo meglio in questa breve intervista.

Qual è il vostro primo ricordo legato alla cucina?

Karime: Mia nonna che prepara i biscotti per Natale.

Taka: Quando andavo a trovare mia nonna e cucinavamo insieme gli ohagi.

Qual è stata la sfida più grossa per voi con Gucci Osteria?

Per noi si tratta di una responsabilità enorme: da una parte un brand noto come Gucci, dall'altro uno dei più famosi chef del mondo.

Con quale approccio ne avete ideato il menù insieme a Massimo Bottura?

Massimo Bottura non è solo un'ispirazione, ma anche un supporto costante, per confrontarci sul menu e su tutto quello di cui possiamo avere bisogno.

“La forza della nostra unione e la base del nostro lavoro in cucina è la nostra complementarità”



Come interagiscono due co-executive chef quotidianamente e qual è la forza della vostra unione in cucina?

La forza della nostra unione e la base del nostro lavoro in cucina è la nostra complementarità. Ci piace fare cose diverse, ognuno ha diverse qualità. Quello tra noi è un ottimo equilibrio.

C'è una qualità in cucina che invidiate all'altro?

Karime: Gli invidio l'intelligenza emotiva.

Taka: Le invidio l'onestà!





Gucci Osteria

Una linea di ristoranti di cucina italiana contemporanea, declinata nel mondo in multipli e cangianti identità. La sua filosofia culinaria cavalca con creatività, eleganza, humour e sensualità l'onda delle stagioni, dove sempre trae l'ispirazione. Dal 2018 la Gucci Osteria di Firenze incarna dai suoi fornelli, con estro e inclusività, i medesimi valori di alta creatività della maison Gucci. Gucci Osteria è presente anche a Tokyo, Seoul e Beverly Hills.

gucciosteria.com



Cotto e Magnato

Piatto preferito da cucinare?

Karime: Colazione messicana.
Taka: Pollo fritto.

In che modo le vostre origini e le vostre esperienze in giro per il mondo hanno regalato un'identità cosmopolita alla cucina di Gucci Osteria?

I nostri piatti raccontano spesso i ricordi dei nostri due paesi d'origine e le nostre esperienze, lavorative e non, in giro per il mondo. E riusciamo a guardare alla cucina italiana, alla sua tradizione e ai suoi prodotti, con occhi diversi.

Quale insegnamento di Massimo Bottura avete fatto vostro?

Karime: Non conta solo il curriculum. Contano anche il tuo entusiasmo, la tua passione, la tua voglia di fare.

Taka: L'importanza di fare squadra!

Chi cucina più spesso a casa?

Taka!

Giblor's
italian worklife specialist

UNIQUE
COLLECTION

Giacca **SOFIA**
Art. 22P08G293



EFFETTO BULLFROG

*Una Barberia come quelle di una volta e che si vedono nei vecchi film americani. Bullfrog è un'idea diventata presto realtà e soprattutto un successo, come ci raccontano con entusiasmo **Romano Brida** e **Anna-Maria Negri**, titolari del marchio e coppia nella vita.*





Come nasce Bullfrog e cosa lo rende diverso dagli altri barbershop?

Romano Brida: L'idea di Bullfrog è nata in un momento particolare della mia vita, ovvero durante l'anno sabbatico che ho deciso di prendermi nel 2013, lasciando la mia carriera nel mondo della consulenza aziendale in un momento di crisi di mercato. Già nel 2012 avevo iniziato a ragionare su come definire la mia idea di "barbiere" ideale, non tanto partendo da quello che questa figura vuole proporre nel suo negozio – perché ogni negozio è figlio del suo proprietario – ma piuttosto dal "cosa" il cliente vuole trovare in questo spazio.

Com'è cambiato il mondo della "Barberia" e la sua percezione nella nostra società?

Romano: Mentre creavo Bullfrog, agli inizi e poi continuamente nel corso del suo sviluppo, mi sono confrontato con diversi amici e conoscenti rendendomi conto che ognuno di noi ha della barberia un ricordo puntuale,

legato alle prime memorie di bambino che con i genitori doveva andare a tagliare i capelli. Da queste riflessioni sono partito per costruire il "mio" barbiere, cercando di essere portavoce, in un certo senso, di tanti altri uomini che volevano rivivere quel passato troppo lontano, quell'avvolgente calore di umanità e sensazioni. Il risultato è stato quello che vedete oggi: un effetto coinvolgente, democratizzante open mind e senza discriminazioni di ceto sociale, economico, religioso, sessuale. Un luogo dove tutti sono uguali per il servizio che è uguale per tutti... basta rispettare le regole del negozio e della convivenza.

Chi è il cliente tipo di Bullfrog?

Romano: La tradizionale barberia classica all'italiana è stata un luogo

di culto per generazioni di uomini, che vedevano nel salone del barbiere un rifugio in cui sentirsi a loro agio e stare insieme, oltre che naturalmente assolvere alla loro funzione di tagliare i capelli e rasare le barbe. Nel tempo, però, questi luoghi non hanno saputo rinnovarsi e hanno perso di interesse nei confronti delle generazioni più giovani e attente al loro stile, e sono così invecchiati insieme ai loro fedeli clienti. Bullfrog e la nuova generazione di barbieri, ispirandosi ai barbershop anglosassoni e nordamericani, hanno saputo riportare gli uomini in barberia, offrendo un servizio di valore per il cliente in un ambiente con un forte impatto emotivo, di ispirazione tradizionale ma adatto ad un pubblico contemporaneo e cosmopolita. Oggi il nostro cliente tipo è un uomo tra i 25 e i 45 anni, metropolitano, sicuro di

"Ognuno di noi ha della barberia un ricordo puntuale, legato alle prime memorie di bambino che con i genitori doveva andare a tagliare i capelli"



sé e che dal barbiere cerca non solo un taglio di capelli o una regolazione barba impeccabili, ma un ambiente ricercato, un'esperienza autentica, un servizio professionale e puntuale (aspetto fondamentale per le nostre barberie!), un posto dove staccare la spina accomodandosi per mezz'ora su una comoda poltrona. Un vero lusso per questi tempi!

Farsi la barba è diventato un lusso?

Romano: Farsi la barba non è diventato un lusso, il lusso è avere il tempo di farsela fare da un professionista che sappia usare gesti e materiali di alto livello, in un ambiente rilassante e curato. Per questo, per Bullfrog, il valore principale è il tempo che i clienti dedicano alla cura di sé, per la barba ma anche per i capelli, il viso o le mani.

Anna Maria, tu arrivi dal mondo del make-up, come artista e Beauty Editor. Trovi che ci siano oggi maggiori affinità tra l'universo femminile e quello maschile in fatto di estetica?

Anna-Maria Negri: Certamente oggi i consumatori sono più consapevoli e preparati sul mondo beauty. Oggi, anche grazie ai mass media, c'è maggiore libertà di affermare ed esprimere il proprio gusto, con un'apertura a nuove concezioni della bellezza, più adatte ai tempi in cui viviamo. Il mercato dei cosmetici è sempre più attento alle esigenze degli uomini, ma questo non preclude alle donne di utilizzare la skincare "maschile" o le loro fragranze.

Oppure di utilizzare la cera baffi per disciplinare le sopracciglia. Risultato garantito!

Barber shop dal sapore retrò ma attento ai social? Quanto sono importanti oggi per un'attività come la vostra?

Anna-Maria: I social sono stati fondamentali per Bullfrog fin dai suoi esordi: difficilmente una barberia di 20 metri quadri, per quanto innovativa, sarebbe potuta diventare il fenomeno che è oggi senza la potenza comunicativa di Instagram!

Frequentare una barberia come Bullfrog non è solo voler scegliere un servizio di alta qualità, ma anche voler vivere un'esperienza da condividere: non è un caso infatti che il nostro hashtag principale, #EffettoBullfrog sia stato inventato proprio da un cliente. Nel corso degli anni il linguaggio dei social e i social stessi sono cambiati profondamente ed è per questo che anche noi abbiamo fatto evolvere il nostro modo di comunicare, ad esempio incrementando i formati video e aprendo da poco un canale TikTok.



“Frequentare una barberia come Bullfrog non è solo voler scegliere un servizio di alta qualità, ma anche voler vivere un'esperienza da condividere”

Come si è evoluto il progetto Bullfrog dalla nascita a oggi?

Romano: Da un modello dedicato principalmente ai servizi di barberia, oggi Bullfrog è presente sul mercato con 15 negozi, tra proprietari e franchising, che offrono servizi e prodotti e 350 rivenditori di solo prodotto in giro per l'Europa. Il nostro catalogo di prodotti 100% made in Italy conta circa 45 referenze. La presenza attuale dei negozi è in Italia, Svizzera, Germania, Francia, Cipro e Oman.



Quell'aria old school che si respira nei vostri negozi è un po' una costante nella vostra vita, tra musica e automobili. Old school ma soprattutto old's cool?

Romano: Anche questo è un punto che fa parte della storia del brand, legata principalmente alle mie passioni, appunto auto e moto. In realtà, negli anni anche questo ambito è evoluto grazie all'influenza di barberi, più legati al mondo della musica trap e lifestyle collegato, ed alle richieste della clientela. Cerchiamo di mantenere sempre uno spirito tradizionale nel modo in cui intendiamo la barberia, ma anche lì stiamo evolvendo: su due negozi abbiamo inserito una parte grooming, dove si erogano servizi di manicure, pedicure e trattamenti viso.

RUMBLERS CAR CLUB

Romano Brida è il presidente dei Rumblers europei. Fondato nel 1996 a New York City, il Rumblers Car Club partecipa alla rinascita di una cultura tradizionale legata a Hot Rod e Custom Car.

Le regole del Club limitano i veicoli a modelli americani antecedenti al 1960, prevalentemente a due porte e obbligatoriamente marcianti. Dal 2009 il Club è ufficialmente rappresentato in Italia da due Chapter, a Milano e a Roma.

bullfrogbarbershop.com



Il favoloso mondo di Anna



Da oltre 20 anni ci racconta l'enogastronomia con passione, spigliatezza e savoir faire. Parlare di cucina con Anna Prandoni, direttrice di Scarpetta Mag e di Gastronomika, assume contorni davvero gustosi.

Qual è il suo primo ricordo legato alla cucina?

Il Dolce Forno! Lo volevo tantissimo e da quando è arrivato è diventato un compagno di giochi imprescindibile: ce l'ho ancora, e funziona! E ogni volta che lo vedo, nella parte alta

dell'armadio, ricordo quando obbligavo il nonno a mangiare i biscotti e le pizzette che preparavo con grande fierezza. Un giorno o l'altro dovrei riprovarci! Ho persino il ricettario originale, sul quale ci sono già i miei appunti sulle ricette: la grande passione per questo lavoro è nata lì.

Le edicole e il web sono pieni di progetti editoriali legati alla cucina e alla tavola. Scarpetta ha una cosa che spesso manca a molti "concorrenti": la genuinità! È d'accordo? E secondo lei quali sono gli ingredienti vincenti di Scarpetta?

Genuina e autentica: Scarpetta è nata così e così deve rimanere. È un magazine che accoglie e che intorno a sé ha raccolto tanto affetto spontaneo: è un luogo virtuale dove far incontrare storie e persone che hanno voglia di leggerle.

Con quale approccio dirige Scarpetta e Gastronomika?

Voglio fare giornali che siano il più possibile liberi da condizionamenti e da forzature: ed è questo che chiedo alle persone che lavorano con me. Vorrei idealmente scrivere di argomenti che trattano in pochi, ma soprattutto farlo con un taglio identitario e autorevole. Non è facile, non sempre ci si riesce: ma l'idea che deve guidare il pensiero è questa.

Si parla ormai da anni di crisi dell'editoria. La rivista di cucina deve diventare un oggetto raffinato, elegante e valorizzante per sopravvivere?

Deve diventare un oggetto bello e interessante, pieno di contenuti di valore e soprattutto veicolo di una community solida e attaccata al brand. Senza una solida "fan base" nessun magazine oggi può avere successo. E dev'essere necessariamente esclusiva: il lettore deve sapere che ciò che trova su una rivista cartacea non c'è altrove, è tutto lì il valore!

In una recente intervista, Alain Ducasse ha risposto così a una domanda sul senso dell'alta cucina in un mondo che sostiene la sobrietà: "Mangiare bene è più che mai all'ordine del giorno. Pensare a ciò che mangiamo e all'impatto delle nostre pratiche non fa assolutamente sparire il piacere". Questa risposta è in linea con il suo mantra #piùcibomenofood?

Decisamente! Siamo arrivati finalmente a capire che quello che abbiamo nel piatto "diventa noi" e forma il nostro corpo, letteralmente. Quindi dobbiamo scegliere con attenzione e consapevolezza che cosa mangiare e soprattutto quanto. Ma adesso il mondo ci chiede un passo ulteriore nella riflessione: dobbiamo mangiare solo ciò che è etico e rispettoso dell'ambiente e dei nostri simili, e che nella sua produzione non sfrutti né la terra né chi la coltiva. Senza questo passaggio, la nostra nutrizione non sarà mai davvero sostenibile.

Quali ulteriori passi dobbiamo compiere oggi per valorizzare ulteriormente il cibo rispetto al food, oltre a raccontarne la storia e a divulgarne la cultura?

Tornare a rispettarlo, riportarlo al suo valore di nutrimento.

Il cibo sta dilagando sui social. Crede che questa sovraesposizione possa essere deleterio per il cibo e per il gusto?

Può essere un vantaggio che se ne parli molto, ma la sovraesposizione spesso porta a semplificare un messaggio che invece è necessariamente complesso e articolato. Il cibo rimane una cosa seria, perché dal nostro nutrimento dipende la nostra vita. Banalizzarlo non fa di sicuro bene alla sua percezione.

"C'è una autentica rivoluzione in atto: nelle formule, nell'impegno degli addetti ai lavori, nella formazione, ma soprattutto nei piatti"

Ci sono grossi cambiamenti in atto nella gastronomia?

C'è una autentica rivoluzione in atto: nelle formule, nell'impegno degli addetti ai lavori, nella formazione, ma soprattutto nei piatti. Sta tornando a vincere la semplicità, e allo stesso tempo funzionano le iniziative piccole e singole, verticali su un prodotto o un tema. Chi fa questo lavoro

Cotto e Magnato

Piatto preferito da mangiare?

La pizza senza alcun dubbio!

Piatto preferito da cucinare?

Il risotto, che mi ricorda la cucina delle nonne, e il pane, una continua sfida.

lo sceglie, non smette mai di formarsi ed è sempre più attento all'ambiente e al clima di lavoro.

Pandemia e lockdown hanno influenzato molto le abitudini gastronomiche delle persone e degli stessi ristoranti?

Moltissimo! Innanzitutto, ci hanno fatto rivedere le priorità della vita, causando da un lato il disamore per questo lavoro per le generazioni più giovani, e dall'altro la riscoperta di formule più semplici e meno cervelotiche per i clienti.

"Il cibo rimane una cosa seria, perché dal nostro nutrimento dipende la nostra vita. Banalizzarlo non fa di sicuro bene alla sua percezione"

Il cibo è un atto politico... Quale potrebbe essere la sua crisi politica?

Al momento la crisi è nella sua coltivazione e nella sua trasformazione. Se non troviamo un modo di produrlo con etica e rispetto verso la Terra e verso i lavoratori non avremo raggiunto davvero il nostro obiettivo.

Anna Prandoni

Giornalista e scrittrice, Anna Prandoni si definisce una divulgatrice enogastronomica. Ha diretto La Cucina Italiana, Mondo Cucina, Il Panino Italiano e oggi è alla guida di Gastronomika, il magazine del cibo di Linkiesta. Ha lavorato per Gualtiero Marchesi, produce podcast, scrive libri e ha fondato Scarpetta, un bellissimo bookazine autoprodotta (www.scarpettamag.it). Il mantra di Anna è #piùcibomenofood

www.annaprandoni.it



Amici miei

La trattoria come luogo gioviale e popolare, fatto di incontri, di storie e ovviamente di ottimo cibo. Burde è tutto questo, non sfigurerebbe in un film del grande Monicelli. Ce ne parla Paolo Gori, chef che ne porta avanti la tradizione familiare.

Chef, cosa si prova ad essere "protagonisti"?

Non è diverso rispetto a quello che succedeva prima con i miei nonni e con la mia famiglia che, di fatto, vivevano in trattoria. Nell'anima della trattoria c'è proprio l'idea di condividere pubblicamente la vita e quindi farlo oggi attraverso i social non è molto diverso.

Qual è il suo primo ricordo legato alla cucina? Immagino che sia facile per via appunto della trattoria di famiglia...

Il primo ricordo che mi viene in mente è quando, da piccino, saltavo scuola e andavo a fare le schiacciate alla fiorentina, questo dolce classico di carnevale. E quindi mi rivedo mentre imburravo le teglie e aiutavo mia nonna.

Qual è stata la sfida più importante per lei nel portare avanti questa tradizione di famiglia?

In realtà mi sono sempre considerato fortunato di avere ricevuto dalla mia famiglia un locale avviato e che funzionava. Mi sono sempre trovato bene dentro quella che era un po' la nostra storia e non ho mai nemmeno sgomitato per avere una mia identità lì dentro. Ho sempre pensato che la nostra trattoria mi sia stata affidata per custodirne i ricordi e la storia per un periodo e poi lasciarla a chi verrà dopo, a qualcuno dei miei figli o dei miei nipoti, se avranno voglia di continuare.

Cosa le piace di più della cucina fiorentina e, più in generale, toscana?

È una cucina fatta di materia prima, di ingredienti e di territorio. È molto immediata, dipende parecchio dal prodotto che vai a selezionare dal fornitore per dare il meglio che possa arrivare appunto dal territorio. La trattoria

“Abbiamo mantenuto la tradizione della bottega dove trovi ancora il tavolo condiviso per la gente che si ferma per mangiare qualcosa di veloce e magari inizia a scambiare due chiacchiere con chi gli siede accanto”



è il posto dove si va a mangiare, dove puoi incontrare persone e condividere esperienze. Mette al centro la necessità di sfamare le persone, è la sua esigenza primaria. Diventa come una stanza della propria casa.

Come si riesce a fare convivere e a tramandare la tradizione fiorentina, quindi piatti ricchi e parecchia carne, con la nostra epoca?

C'è questo processo alla carne, sia a livello ambientale che funzionale, e sappiamo ormai bene che non deve essere l'alimento principale della nostra dieta. Ma è anche vero che quelle volte che vai in trattoria, magari ti concedi il piatto abbondante di carne. In realtà, le carni, nelle cucine popolari e tradizionali, non sono così diffuse come lo immaginiamo. Una buona parte della mia cucina è fatta di zuppe tutte vegetali. Nella cucina toscana ci sono le carni ma anche tanti legumi come i fagioli e i ceci, e verdure come il cavolo nero.

Avete inoltre mantenuto lo spirito delle vecchie trattorie che erano anche botteghe e spesso luoghi di incontro. Secondo lei il concetto di trattoria è cambiato o è destinato a farlo?

Burde nasce in realtà come bottega di alimentari con dietro uno spazio per cucinare. La cucina di mia nonna era quella del ristorante. Se ora siamo inseriti nel contesto della periferia urbana, prima eravamo invece un paesino a parte accanto a Firenze e funzionavamo un po' come il negozio di campagna, con gli alimentari e i tabacchi, che diventava poi punto ricreativo dove andavi nel pomeriggio con gli amici a giocare a carte, a guardare la televisione e a prendere un aperitivo. Oggi, quella vita del bar o del circolo l'abbiamo un po' persa, anche per i ritmi lavorativi diversi. L'uomo che andava al bar alle cinque di pomeriggio e tornava a casa alle otto non esiste più. Al massimo vai alle sette di sera a fare l'aperitivo. Anche Burde, in questo senso, è cambiato un po', ma abbiamo mantenuto la

tradizione della bottega dove trovi ancora il tavolo condiviso per la gente che si ferma per mangiare qualcosa di veloce e magari inizia a scambiare due chiacchiere con chi gli siede accanto.

Un luogo di piccole storie quotidiane e ricordi...

Burde ha poco più di 120 anni di vita e io dico sempre che ormai è una memoria condivisa, che è nostro ma non soltanto nostro. Mi rendo conto ogni giorno che molte persone hanno tanti ricordi in quelle mura, perché magari hanno mangiato lì il panino o festeggiato un evento importante della loro vita. Ci sono tante storie, c'è tanto vissuto quotidiano che solo la trattoria può avere. Nel nostro caso, poi, questa quotidianità è accentuata dal fatto che Burde è aperto solo a pranzo, una volta sola alla sera e mai la domenica. Abbiamo clienti che vengono anche più volte nella settimana e quindi si sentono come a casa, si conoscono tra di loro. La trattoria rimane alla fine un posto gioiale e popolare.

“Nell’anima della trattoria c’è proprio l’dea di condividere pubblicamente la vita e quindi farlo oggi attraverso i social non è molto diverso”

Un social ancora prima dell’arrivo dei social...

C’è spesso questa idea comune che la trattoria deve conservare e non innovare. Ricordo sempre che la mia famiglia comprò la prima televisione in paese e la gente veniva poi in trattoria a guardarla. Comprare una TV in quegli anni era veramente qualcosa di innovativo. Oggi, io e mio fratello abbiamo fatto lo stesso tipo di discorso con l’arrivo dei social. In trattoria, da sempre, incontri la gente del posto, ascolti le discussioni, la quotidianità, c’è tutta una famiglia dietro. Vivi senza filtro con il pubblico. I social sono la maniera odierna di farlo.



Quale immagine deve comunicare oggi uno chef?

Oggi viviamo in un mondo fatto di immagine ma, in un certo senso, è sempre stato così. Molti, ad esempio, si ricordano di mio nonno che aveva sempre la maglietta bianca, il grembiule e il sigaro. Sono immagini che rimangono, caratteristiche che segnano le persone. Erano immagini spontanee e non costruite, che funzionavano e che la gente amava ritrovare.

Come definirebbe in poche parole la sua cucina?

Sicuramente popolare. Dico sempre che la missione di una trattoria come Burde non è quella

di inventare il nuovo miglior piatto d’Italia ma di essere un’arca dei sapori, una cucina che vuole mantenerli intatti in modo che le persone possano continuare ad assaggiare un piatto così com’era e che altrimenti sarebbe estinto. Alcuni piatti tradizionali sono dei veri trattati storici che raccontano molto del nostro passato dal punto di vista storico, sociale e culturale. Spesso non diamo importanza al fatto che la cucina possa raccontare la nostra storia e il nostro passato. Così come non si va ad asfaltare un reperto storico, dobbiamo stare attenti in cucina a non distruggere certi piatti per costruire qualcosa di nuovo e poi perdere una pezza di storia.

www.vinodaburde.com



Cotto e Magnato

Piatto preferito da mangiare?

Il riso. In tutti i modi, dal budino fino al risotto.

Piatto preferito da cucinare?

La caccagione.



SCUOLA DELL'ARTE

Ogni anno Alma, la Scuola Internazionale di Cucina Italiana, forma studenti provenienti da tutto il mondo negli ambiti della cucina, della pasticceria, del servizio di sala, della sommellerie, della panificazione e del management della ristorazione.

Abbiamo intervistato otto diplomati della mitica scuola avviati oggi a una brillante carriera professionale.



**Jacopo
Gubert**

Restaurant Manager

presso Alessandro Borghese -
Il Lusso della Semplicità (Venezia)

Cosa ama di più della sua professione?

Lavorare nel settore ospitalità e ristorazione vuol dire, tra le tante cose, provare un grande amore nelle relazioni umane. L'empatia è fondamentale per chi vuole percorrere questa strada. Saper creare un team che sia efficiente, affiatato e professionale è l'arma vincente verso le soddisfazioni personali e professionali. Quotidianamente sono alla continua ricerca di ingredienti di qualità e di eccellenza, scoprendo sempre nuovi gusti e sapori. Nella professione di Restaurant Manager è necessario avere un grande amore per l'accoglienza. È di fondamentale importanza far sentire il cliente il protagonista della serata, coccolandolo come se fosse a casa per donargli un'esperienza unica e irripetibile.

Qual è la sfida più grande legata alla sua professione?

Per lavorare in questo settore bisogna avere un'infinita voglia di continuare a studiare, informarsi ed essere sempre aggiornati. Come per il cibo, anche il servizio cambia con una rapidità impressionante. Per questo non bisogna mai smettere di studiare in modo da mantenersi al passo con questi cambiamenti.

ALMA è stata fondamentale perché?

È stata un trampolino di lancio incredibile. Mi sono reso conto ad un certo punto della mia carriera lavorativa che senza un'istruzione importante è molto difficile arrivare al top. ALMA mi ha plasmato per diventare professionalmente e umanamente l'uomo che sono oggi. Sono state fondamentali non solo le lezioni in aula, ma soprattutto le relazioni umane instaurate con i compagni e con gli ospiti.

Il suo ricordo più bello del tempo in ALMA?

Ricordo che aspettavo con impazienza i giorni di lezione. Penso che il ricordo più bello di quel periodo siano le serate che organizzavamo con un gruppo di persone con cui facevamo dei "simposi" in modo da parlare di lavoro, cibo e vino condividendo esperienze e facendoci soprattutto grosse risate.



**Marta
Confente**

Sous Chef

presso Le Normandie By Alain Roux (Bangkok)
2 Stelle Guida Michelin 202

Cosa ama di più della sua professione?

L'aspetto che amo di più è che non sia una professione esercitabile senza il supporto di professionisti. Ogni giorno, per necessità, devo relazionarmi con l'operato di terzi: colleghi diretti, fornitori, collaboratori e, più di tutto, concorrenti. Sono portata quotidianamente a mettermi in discussione, ciò mi permette di crescere, a giorni più o meno rapidamente. Mi permette di alzarmi con il sorriso.

Qual è la sfida più grande legata alla sua professione?

Mantenere l'equilibrio. Nelle parole, nei gesti, nella gestione e nei sapori. Ci vuole forza e calma per mantenersi professionali. Commitment.

ALMA è stata fondamentale perché?

ALMA offre un punto di vista che permette ai giovani di scoprire le meraviglie che l'Italia custodisce nella sua diversità, culinaria e non, osservando attentamente.

Il suo ricordo più bello del tempo in ALMA?

Nel tempo molti sono sfumati, rimane il grande senso di gratitudine per essere stato sempre un valido punto di partenza. Il mio percorso in ALMA è iniziato con le lacrime sulle cipolle e tagli volanti, proseguito attraverso sfide complesse per terminare con tabelle Excel ed abiti eleganti. Mi ha permesso di mettermi alla prova migliorandomi sia come persona che come professionista. Intanto, continuo a piangere sulle cipolle ma ora con il sorriso.



**Marta
Giorgetti**

Chef
presso Chocolate Academy

Cosa ama di più della sua professione?

Amo il poter combinare quotidianamente la creatività con la razionalità. Lo studio e la creazione di nuovi prodotti. La ricerca e la possibilità di formare professionisti interessati alla propria crescita. Ho scelto di lavorare in Chocolate Academy proprio perché è un ambiente sfidante, ricco di stimoli e in cui l'impegno e la determinazione sono ripagati con una crescita costante.

Qual è la sfida più grande legata alla sua professione?

Mantenere sempre alta la curiosità e la voglia di crescere, saper tenere a bada il proprio carattere quando si lavora sotto pressione o quando si collabora con team diversi ogni giorno. Nel mio lavoro, purtroppo o per fortuna, è difficile avere una routine: pertanto la sfida vera consiste sempre e comunque nell'affrontare ogni giornata con il giusto atteggiamento.

ALMA è stata fondamentale perché?

Mi ha introdotta in questo settore, fornendomi tutte le basi fondamentali, non solo relative alle conoscenze teoriche o pratiche, ma mostrandomi l'importanza di tutte quelle soft skills basilari per inserirsi nel mondo del lavoro. ALMA è stata dunque fondamentale, nell'immediato, perché mi ha permesso di prendere confidenza con tutte le preparazioni della pasticceria, e sul lungo termine perché mi ha permesso di capire moltissimi insegnamenti che inizialmente non vedevo strettamente correlati con il mestiere del pasticciere: ho capito l'importanza dello studio, della passione, della curiosità, della ricerca, della comunicazione, dell'analisi sensoriale e nutrizionale del prodotto, della relazione.

Il suo ricordo più bello del tempo in ALMA?

Ricordo i mesi in ALMA come un periodo meraviglioso, magico. Non saprei scegliere un momento in particolare, tutti i mesi passati in ALMA sono come avvolti da una nuvola rosa, o forse zucchero filato.



**Stefano
Chierogato**

Panettiere
presso Chiere - Pane e Pizza (Piacenza)

Panettiere Emergente
per la guida del Gambero Rosso
Pane & Panettieri d'Italia 2023

Cosa ama di più della sua professione?

La mia professione, quindi essere un artigiano, dà la possibilità di vedere gli sviluppi di un prodotto nel quotidiano, scoprire sempre particolari nuovi. Nonostante le molte energie da mettere in gioco, i risultati e le soddisfazioni non mancano mai.

Qual è la sfida più grande legata alla sua professione?

La sfida più grande, posso garantirlo, è quella di tenere sempre una costanza nell'alta qualità che propongo ai miei clienti.

ALMA è stata fondamentale perché?

ALMA è stata fondamentale perché mi ha fornito un metodo e le basi per costruire al meglio il mio mestiere. Non si parla solo di tecnicismi ma anche di impostazione comportamentale.

Il suo ricordo più bello del tempo in ALMA?

Il più bel ricordo che ho del mio periodo ad ALMA è sicuramente quello di quando ho indossato per la prima volta la giacca bianca da cucina. Era la prima volta nella mia vita che la indossavo e mi sono sentito subito molto orgoglioso, nonostante la responsabilità che ricevevo nell'indossarla.



**Antonio
Biafora**

Chef presso Ristorante Hyle (San Giovanni in Fiore – CS)
Chef “Sorpresa dell’anno”
 per la Guida Identità Golose 2021
 1 Stella Guida Michelin 2022

Cosa ama di più della sua professione?

Sicuramente la scoperta è la cosa che ogni giorno mi sorprende e mi spinge ad indossare la giacca nonostante tutte le rinunce che questa professione ti mette davanti continuamente. L'altra parte che contribuisce a mantenere viva la fiamma è sicuramente il fattore umano, la condivisione con altre persone di idee, sacrifici e obiettivi: il far parte di una squadra.

Qual è la sfida più grande legata alla sua professione?

Io vivo in una terra bellissima che, almeno nell'ultimo secolo, non è mai stata meta culturale dell'enogastronomia nazionale. Riuscire un giorno a tracciare un solco che la nuova generazione può percorrere per ridurre il gap con le altre regioni, ma soprattutto ad avere un'identità forte e riconoscibile, è sicuramente la sfida più grande che mi sono posto quando ho deciso di restare in Calabria.

ALMA è stata fondamentale perché?

Banalmente, potrei rispondere perché mi ha dato le basi tecniche della cucina contemporanea, ma mi sento di dire che è stata molto di più. Ha saputo mettermi in connessione con persone provenienti da tutta Italia, di ascoltare culture diverse dalla mia, dandomi la consapevolezza che non fosse inferiore alle altre ma aveva necessità di essere raccontata con parole nuove e soprattutto corrette.

Il suo ricordo più bello del tempo in ALMA?

Non esiste un singolo ricordo, non può esistere perché è stata un'esperienza talmente profonda che non è scindibile in momenti. Il momento in cui ho messo a fuoco il cammino fatto è stato sicuramente quando mi sono trovato dall'altra parte della stufa, a fare lezione, a sentire la responsabilità di tramandare quello che avevo imparato a una nuova generazione, a ripetere delle parole, inconsciamente, che avevo solo sentito dai miei docenti capendone il peso e la responsabilità.



**Sara
Nostrini**

Pastry Chef
 presso Caffè Sicilia (Noto)

Cosa ama di più della sua professione?

Ciò che più mi riempie di gioia della mia professione è poter appagare e rendere felici le persone. Amo quello che faccio e, con la costanza e determinazione, arrivano sempre anche grandi soddisfazioni che continuano a motivarti.

Qual è la sfida più grande legata alla sua professione?

La mia sfida più grande credo non dipenda dal settore del lavoro. È quella di cercare di migliorare il più possibile giorno per giorno, nella tecnica ma anche a livello personale con i collaboratori con cui ti confronti costantemente, dai quali puoi crescere tantissimo.

ALMA è stata fondamentale perché?

ALMA è un trampolino che ti riesce a lanciare direttamente nel mondo del lavoro. Da un momento all'altro, senza neanche rendermi conto di niente, mi sono ritrovata nel miglior posto in cui potevo capitare. Il tempo di permanenza in ALMA è relativamente breve ma ho appreso tantissimo, riescono a toccare ogni argomento di cui tu possa avere bisogno.

Il suo ricordo più bello del tempo in ALMA?

Non ho un momento preferito in particolare. Per me questo percorso è stato ricchissimo di cose indescrivibili che sempre porterò con me, a partire dalle lezioni in laboratorio finendo con legami che riesci a costruire. Riesci a prendere del buono da tutte le persone che conosci, affrontando un percorso con serietà ma serenità, ritrovandoti a fine percorso sicuramente arricchita.



**Ruben
Rapetti**

Corporate Executive Chef
presso Gruppo Terroni (Canada)

Cosa ama di più della sua professione?

La squadra. Il fatto di poter lavorare ogni giorno con dei grandi professionisti. Insieme si affrontano difficoltà, si celebrano successi, si crea, si cresce e si migliora.

Qual è la sfida più grande legata alla sua professione?

Soprattutto dopo la pandemia, la ricerca e la formazione del personale sono diventate una sfida giornaliera. È in tempi come questi che scuole come ALMA sono fondamentali, per preparare e ispirare i professionisti del futuro. Dobbiamo rinforzare la passione per la cucina nei giovani e dimostrare che la vita in cucina può essere una storia di successo. Un luogo di crescita personale e professionale senza limiti.

ALMA è stata fondamentale perché?

ALMA è stata fondamentale per farmi capire quanto sia importante la conoscenza delle basi della cucina e delle materie prime. Con la padronanza delle tecniche e il rispetto degli ingredienti, il limite in cucina è solo la nostra immaginazione. Tutto è possibile.

Il suo ricordo più bello del tempo in ALMA?

Sono più di uno, ma ricordo in particolare una sera in cui io e i miei colleghi studenti stavamo cucinando per una cena ad ALMA. Quella sera Gualtiero Marchesi entrò in cucina, assaggiò una delle patate confit che stavo cucinando e mi disse che erano buone e ben preparate. Da quella sera, tutte le volte che pelo una patata, sorrido e penso al Maestro che ho avuto la fortuna di incontrare.



**Francesco
Mansueto**

Maitre presso Georges Blanc (Vonnas, France)
3 stelle Michelin

Cosa ama di più della sua professione?

Mi piace difendere e cavalcare il contenuto artistico della nostra professione: l'assimilazione del gesto, imposta dalla ripetitività del servizio, e l'estro creativo legato all'esercizio della parola. Questa coordinazione permette un equilibrio tra metodo e inventiva che avvicina la sala alle arti figurative.

Qual è la sfida più grande legata alla sua professione?

Ritengo che la sfida quotidiana, a diversi livelli di gerarchia, sia alimentare una bulimica sete di conoscenza. La cucina ha il compito di "alimentare" come fatto fisiologico: la sala deve "nutrire", e per farlo serve documentarsi e studiare da fonti che non siano riconducibili solo al mestiere. Imparare oggi qualcosa che ieri non sapevamo è un buon paradigma di sviluppo personale.

ALMA è stata fondamentale perché?

ALMA è stato un passaggio fondamentale. È una full immersion giornaliera con persone che da anni dettano il tempo della ristorazione italiana, un qualcosa di estremamente professionalizzante. Lo paragonerei a una sorta di filo di Arianna: il mezzo migliore per esplorare senza smarrimento i tanti labirinti dell'accoglienza.

Il suo ricordo più bello del tempo in ALMA?

I momenti più belli restano quelli legati alle sessioni di studio nelle housing: un'immersione collettiva a cui partecipava tutta la classe. Siamo stati un gruppo unito dal primo giorno. Molti compagni, nel tempo, sono diventati colleghi. È curioso confrontarci oggi su tematiche che, pochi anni fa, erano solo argomenti di studio.



Il dono della bellezza

Sono sempre più le donne e gli uomini che ricorrono a interventi estetici. Un fenomeno che, nell'era dei social, assume una dimensione ancora più vasta. Ne abbiamo parlato con il Dottore Pierfrancesco Bove che ci ha svelato questo mondo affascinante quanto intrigante della medicina e chirurgia estetica.

Come è evoluta la percezione della chirurgia estetica nella società?

Come in tutte le cose, anche nella medicina e chirurgia estetica ci sono pareri contrastanti: da sempre c'è chi è favorevole e chi no. Con il passare degli anni, però, sono sempre più le persone che si avvicinano a questa pratica.

Parliamo di maschi e femmine tra i 19 e 70 anni circa. L'intervento più richiesto da sempre è la mastoplastica additiva. Per quanto riguarda la medicina estetica non chirurgica, il viso rimane al centro dell'attenzione, anche se con il passare degli anni si cerca sempre più un effetto naturale e armonico, senza stravolgere l'aspetto del volto.



Laureato in Medicina e Chirurgia, con specializzazione in Chirurgia Cranio-Maxillo-Facciale con il massimo dei voti e cum laude, il Dott. Pierfrancesco Bove ha poi proseguito i suoi studi conseguendo un Master di II livello in Chirurgia Plastica Estetica presso l'Università degli Studi di Padova. È membro di alcune delle più importanti Società europee ed internazionali nell'ambito della Chirurgia Estetica e Chirurgia Cranio Maxillo Facciale. Opera come volontario in diverse Associazioni Mediche Umanitarie, partecipando attivamente a diverse missioni umanitarie all'estero e ricoprendo in queste il ruolo di Team Leader. Fondatore del brand Chirurgia della Bellezza, gestisce diverse sedi operando su gran parte del territorio nazionale. Esteta a tutto tondo, si occupa nel tempo libero di arte, pittura e fotografia, curando anche diverse mostre personali e collettive. www.pierfrancescobove.it

Qual è il suo approccio alla chirurgia estetica? Quali sono i suoi punti fermi?

Sono ormai anni che svolgo la mia professione in continuo aggiornamento e creazione di nuove tecniche brevettate e descritte da me, utilizzando i migliori prodotti sul mercato. Una cosa fondamentale nel mio approccio con la chirurgia e medicina estetica è la naturalezza. E l'armonia del risultato.

Il chirurgo estetico deve essere compiacente con il cliente oppure consigliere?

Prima di fare qualsiasi intervento o trattamento svolgo una prima visita con i pazienti, perché credo fermamente che sia fondamentale ascoltare quello che sono i loro desideri e le loro aspettative. In base a quello che mi viene richiesto, poi, consiglio e porto i pazienti sulla strada giusta per ottenere il risultato migliore. Sono dell'idea che sia fondamentale ascoltare, ma allo stesso tempo sapere consigliare al meglio.

I social sono entrati prepotentemente anche nella sua professione. Che rapporto ha con loro e in cosa possono diventare un plus per la sua professione?

Sì, ormai da diversi anni si usano i social come piattaforma principale per comunicare e mostrare lavori e progetti ai propri follower. Io personalmente trovo che siano un grande aiuto per avvicinare le persone al mio mondo e far conoscere quanto la chirurgia possa essere amica di uomini e donne che vogliono migliorare qualcosa del loro aspetto, senza cambiare la loro essenza.

I social, e soprattutto alcuni influencer, possono fornire visioni distorte della chirurgia estetica?

Come in tutte le cose, ci sono professionisti ed estremisti. Sicuramente quello degli influencer è un mondo molto vasto. Ho molti amici che hanno intrapreso questa strada, e quello che posso garantire è che le mie pazienti influencer non hanno mai fornito visioni distorte della

chirurgia estetica dal momento che sono trattate da me.

Come definirebbe la sua professione in tre parole?

Difficile racchiudere in tre parole quello che è la bellezza della medicina e chirurgia estetica. Facciamo quattro parole? Parola de Dottor Bove!





Casacca **LUCA**
Art. 23P03K331

Pantalone **CHRIS**
Art. 23P03P336

Giblor's
italian worklife specialist



Casacca **SONIA**
Art. 23P03K330



Due come noi

È uscito “Siamo nati per soffriggere”, autobiografia gastronomica di Wilma De Angelis realizzata assieme all’amico artista e scrittore Lucio Nocentini. Spassosa e divertente, proprio come questi due personaggi amanti delle belle canzoni e delle buone tavolate.

Come definireste “Siamo nati per soffriggere”? Non è solo un’autobiografia e neppure un semplice libro di ricette...

Wilma: È una autobiografia gastronomica che contiene tanti miei aneddoti di vita sia di cantante che di conduttrice televisiva, spadellando a Telemontecarlo. Contiene 350 ricette, molte fattibilissime da chiunque. Avendo passato

i novanta, mi è concesso di fare qualche bilancio e posso guardarmi indietro con affetto. Ma dicono che a tavola non si invecchia, così devo guardare al futuro e allora penso a un bel duetto con Achille Lauro. Sarei pronta anche domani.

Lucio: Sì, è il resoconto di una vita pazzesca che porta Wilma a tenere ancora il piede ben piantato sull’acceleratore.



Wilma De Angelis

Siamo nati per soffriggere

A cura di Lucio Nocentini

La carriera incredibile di Wilma De Angelis raccontata attraverso aneddoti, curiosità e ben 350 ricette. Come non ricordare le sue mitiche interpretazioni di "Patatina", "Nessuno" e "Per tutta la vita". La simpatica cantante è stata anche la pioniera dei programmi di cucina in tivù, cominciando nel lontano 1978 a Telemontecarlo con "Telemenù" e successivamente con "Sale, pepe e fantasia" e "A tavola con Wilma".

Il vostro è un sodalizio che dura da molti anni, ma soprattutto una bellissima amicizia. Lucio, c'è un aneddoto divertente su Wilma che vuole condividere con noi?

Lucio: Wilma una sera è venuta a cena da me e io le ho cucinato una pasta metà salsa di pomodoro e metà pesto alla genovese arricchita da peperoncino e origano. Non si ricordava che si trova a pagina 68 del libro. Le è piaciuta così tanto che adesso la prepara a tutti i suoi amici e la decanta come una mia ricetta. Ma ne ha cucinate talmente tante che non può mica ricordarle tutte...

Wilma, lei è stata una delle prime celebrità a portare la cucina in TV. Come vede quest'invasione dei tanti programmi culinari sul piccolo schermo?

Wilma: Le confesso una cosa. Un segreto di Pulcinella. Io non so cucinare perché mia madre mi teneva fuori dalla cucina dicendo che dovevo fare solo la cantante. Immagini quanto ho dovuto studiare per essere all'altezza della situazione in tivù quando Paolo Limiti mi mise davanti ai fornelli! Gli chef, se propongono ricette fattibili e accostamenti interessanti ben vengano: sono pronta a fare da assaggiatrice!

Lucio, Wilma tornerà presto a rivestire i panni dell'investigatore in uno dei suoi accattivanti romanzi gialli?

Lucio: Mai dire mai. In effetti, dopo "Caccia al lardo" e "Diavoli e cavoli", la sto tradendo perché scrivo apocrifi di Sherlock Holmes. Ma un'ideina ce l'avrei. Qualche anno fa Wilma mi confessò che pur essendo costretta a dichiarare alla stampa che era contenta che Antonella Clerici avesse preso il suo posto ai fornelli in tivù, avrebbe invece goduto se l'avessi uccisa in un mio giallo. Magari lo scriverò.

Cotto e Magnato

Piatto preferito da mangiare?

Lucio: Il risotto con l'ossobuco. **Wilma:** Ravioli di zucca.

Piatto preferito da cucinare?

Lucio: Ossobuco con risotto giallo... che è la stessa cosa. Con cremolada di limone on top! **Wilma:** La minestra di cipolle. Da tagliare usando ovviamente occhialini da piscina.



Lucio, lei è artisticamente molto attivo tra scultura, pittura e scrittura. Quali sono i suoi imminenti progetti?

Lucio: Un thriller su e con Marilyn Monroe. Poi un romanzo che parla di un maiale pensante, inoltre ho in ballo una regia: una commedia, "Algida", tratta dal mio romanzo omonimo uscito alcuni anni fa. Il copione l'ho riscritto con un giovanissimo toscano, Federico Asta, sedicenne, perché era mia intenzione "ringiovanirlo". Sarà rappresentata l'anno prossimo in piccoli teatri in provincia di Arezzo.

C'è un piatto di Wilma che non smetterebbe di mangiare?

Lucio: La zuppa di cipolle, favolosa, che prepara mettendosi gli occhiali da piscina per piangere di meno. Wilma è un mito.



"Ma dicono che a tavola non si invecchia, così devo guardare al futuro..."



Lucio Nocentini

Toscano e da sempre appassionato di gialli d'atmosfera, Lucio Nocentini scrive principalmente apocrifi di Arthur Conan Doyle e di Agatha Christie, ma anche detective stories che vedono impegnata Wilma De Angelis come provetta Miss Marple. La prima indagine pubblicata da Mursia risale al 1999 e si intitola "Il mistero della minestrina vegetale". Lucio è anche critico musicale e pittore. La sua prima mostra importante è stata a Brera, a Milano (dipintidiblu) nel 2003. Nel gennaio 2006 ha esposto con successo al consiglio d'Europa a Strasburgo (Club des Arts). A dicembre 2007, a La fabbrica, a Roma, ha presentato "L'invasione delle uova sode" e nel 2009 con "Seascapes" ha di nuovo esposto a Roma e poi a Toronto, a Rebecca Gallery. www.lucionocentini.com

Giblor's
italian worklife specialist



Grembiule **TROPEZ**
Art. 23P01H149

Grembiule **SCOTLAND**
Art. 23P01H2055

UNITED
ARAB
EMIRATES

JAPAN

ITALY

Idee in movimento

*Dai numerosi ristoranti fino ai refettori di Food for Soul,
un viaggio all'insegna del gusto e dell'impegno
assieme allo Chef emiliano*

SOUTH
KOREA

USA





Osteria Francescana

Modena

La cucina come una collisione di idee, tecniche e culture. Fondata da Massimo Bottura nel 1995, l'Osteria Francescana vanta dal 2011 tre stelle sulla Guida Michelin e si è classificata due volte (nel 2016 e nel 2018) al primo posto del premio World's 50 Best Restaurants del periodico inglese Restaurant.

Casa Maria Luigia

Modena

L'intimità di una villa del XVIII secolo immersa nella campagna emiliana. Un'atmosfera unica tra arte contemporanea, installazioni artistiche italiane e internazionali, fotografie e sculture. Un luogo dal fascino autentico e ideale per lasciarsi trasportare dall'esperienza Francescana at Maria Luigia.



USA

Gucci Osteria
Beverly Hills - Los Angeles



Ristorante Cavallino

Modena

Il ristorante della Ferrari, proprio dirimpetto allo storico stabilimento, dove lo stesso Ingegnere amava fermarsi a pranzo con i suoi ospiti, amici e collaboratori più stretti. La storia della Ferrari, la tradizione della cucina italiana e la valorizzazione del territorio esaltati dalla creatività di Massimo Bottura e del suo team.



Franceschetta 58

Modena

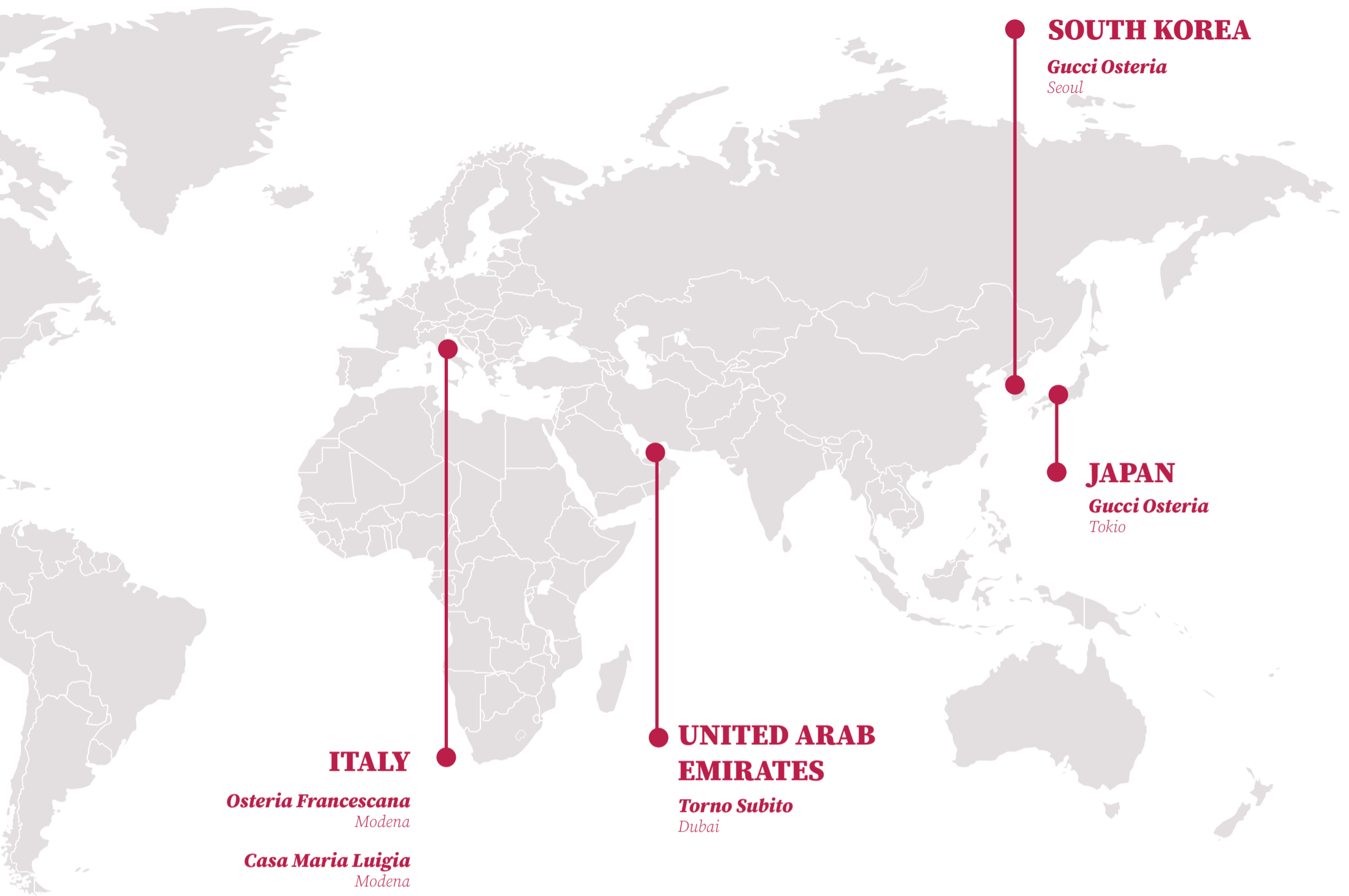
L'affascinante bistrot dell'Osteria Francescana, giovane e dinamico in cui le tradizioni del territorio, i sapori dell'Emilia e delle sue stagioni vengono rivisitate con un pensiero contemporaneo. Propone un menu alla carta e due menu degustazione stagionali e classici.



Gucci Osteria

Firenze | Beverly Hills | Tokio | Seoul

Una linea di ristoranti di cucina italiana contemporanea, presenti in quattro città del mondo con identità varie e differenti. Condividono una filosofia culinaria che cavalca l'onda delle stagioni con creatività, eleganza, humor e sensualità, e da dove traggono ispirazione. Classe, creatività e gusto.



ITALY

Osteria Francescana
Modena

Casa Maria Luigia
Modena

Ristorante Cavallino
Maranello (MO)

Franceschetta 58
Modena

Gucci Osteria
Florence

osteriafrancescana.it
casamarialuigia.com
ferrari.com/it-IT/ristorante-cavallino
franceschetta.it
gucciosteria.com/it
tornosubitodubai.com
foodforsoul.it

UNITED ARAB EMIRATES

Torno Subito
Dubai

SOUTH KOREA

Gucci Osteria
Seoul

JAPAN

Gucci Osteria
Tokio



Refettori Food For Soul

Più di 1,3 miliardi di tonnellate di cibo finisce, ogni anno, nella spazzatura. Food for Soul è un'organizzazione non-profit fondata dallo chef e da sua moglie Lara Gilmore per combattere proprio lo spreco alimentare e allo stesso tempo aiutare i più fragili. Collaborando con organizzazioni locali, produttori, artisti, architetti e leader di comunità, spazi sottoutilizzati vengono trasformati in refettori dove le eccedenze di cibo diventano pasti nutrienti per persone che vivono in condizione di vulnerabilità sociale e isolamento. L'obiettivo di Food for Soul è quello di sviluppare spazi ed esperienze che possano avere un impatto reale e contribuire a rendere le nostre comunità più resilienti, aprire opportunità di crescita economica e rendere il nostro sistema alimentare più sano ed equo.



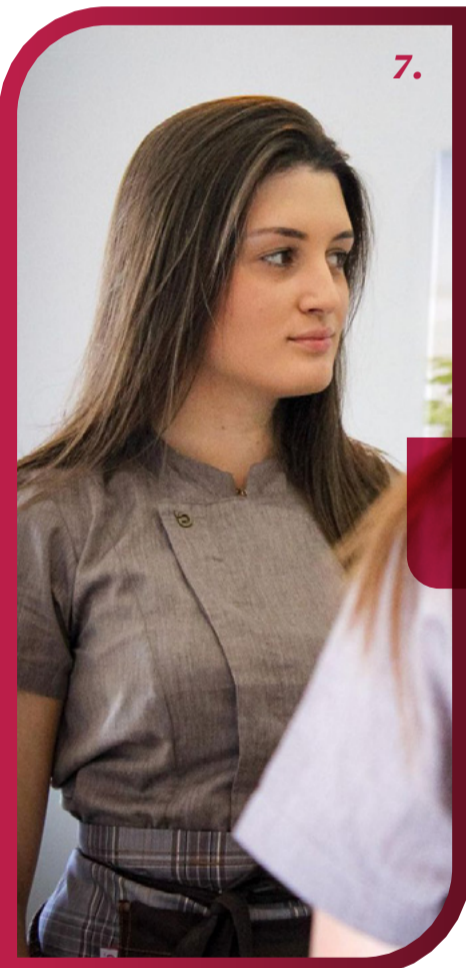
Torno Subito

Dubai

Inaugurato nel 2019, il ristorante Torno Subito a tema "Dolce vita romagnola" è la risposta dello Chef su dove trovare un pasto italiano giocosamente audace sulla spiaggia. È stato premiato con una stella nella prima edizione della guida Michelin Dubai per il suo menu a tema Riviera italiana.

#diventaprotagonistagiblors

Siete voi i veri protagonisti della vostra vita lavorativa. Belli, creativi e sempre in cerca di originalità, vi piace comunicare con il mondo e rivendicare la vostra attitudine. Anche quest'anno abbiamo deciso di premiare alcuni di voi. Potrete scoprire tutte le novità del contest seguendoci direttamente sui nostri canali social!



I NOSTRI PROTAGONISTI 2023

1. chef__d_a_v_i_d_e | 2. ignaziointerrante76 | 3. chefsimonestrano | 4. lochefinmoto | 5. pasquale_cutrone
6. obinucooker | 7. _food_of_dreamer_ | 8. chef_enrico_indellicati | 9. doina_paulesco | 10. lavalebakery



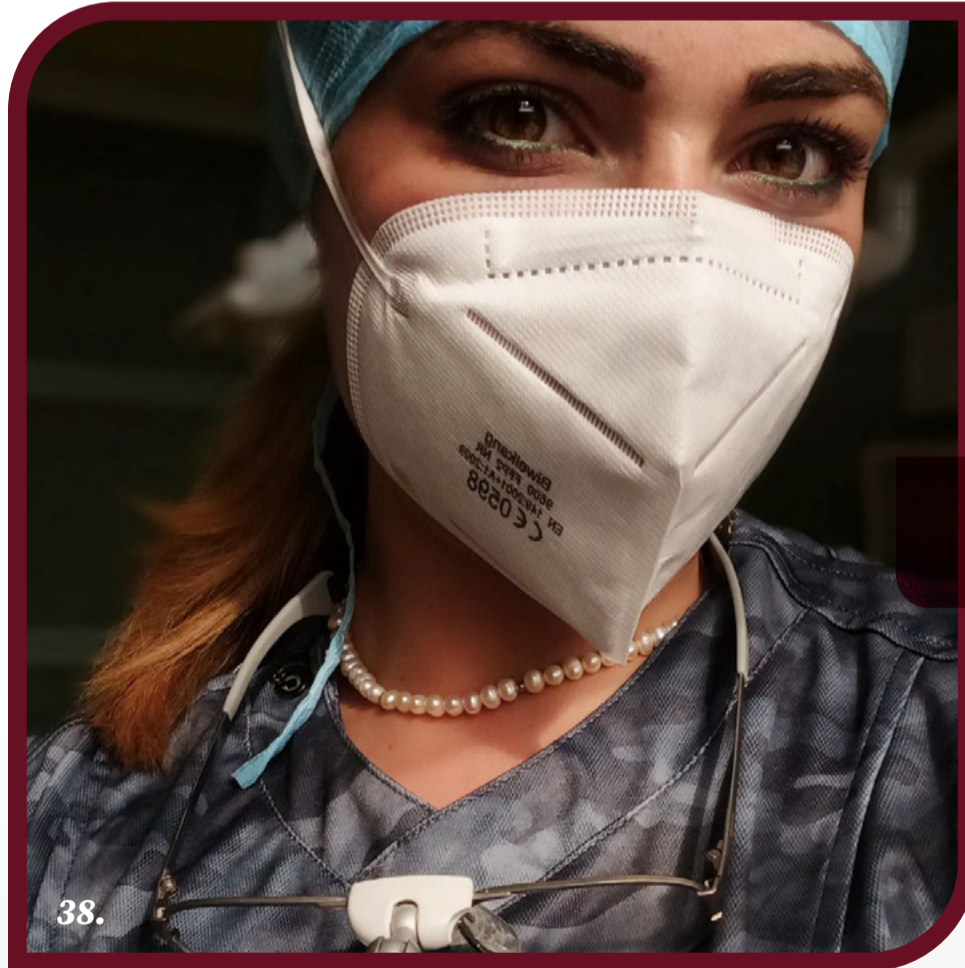
I NOSTRI PROTAGONISTI 2023

11. andrea_ravasio | 12. irene_cavallaro | 13. davide_modesti | 14. davidepellizzer | 15. patrick.gardina
16. mariarita_coppola | 17. emmanuel_minosse2 | 18. cakis_andre | 19. marcozatelli | 20. pasqualinomagagnato



I NOSTRI PROTAGONISTI 2023

21. chef.jo.acevedo | **22.** ciporti_artspiritclub | **23.** millaguarn | **24.** amike_the_butcher_ | **25.** anticafioreriacanosa | **26.** andreanuscis | **27.** _gabrieleincucina | **28.** dott.zaccone | **29.** francesco__lomonte



I NOSTRI PROTAGONISTI 2023

30. m__giulia | **31.** maestrolucaornatino | **32.** rubenrapetti | **33.** sebyvarodi
34. ross__boss_ | **35.** brunella_salvucci | **36.** danijel_food | **37.** f.nompleggio | **38.** de.lucasimona

L'eleganza che guarda al futuro



Giacche
Darcy e Bridget

Le nuove collezioni Giblor's 2023 sono appena state presentate e l'entusiasmo di chi si affida al brand da tempo non ha tardato a farsi sentire. I nuovi cataloghi presentano come sempre moltissime novità, non solo nei modelli, per i quali in Giblor's c'è una cura particolare, ma anche per l'innovazione continua nei tessuti e nelle performance.

Dal momento che Giblor's investe molte delle sue risorse in ricerca, non solo in termini di trattamenti, ma anche di tendenze nel settore moda, in questa collezione si nota la riscoperta di una certa sobrietà, arricchita però dalla consueta passione del brand per i dettagli e dalla cura per le linee, mai banali, che esaltano le forme. Una tendenza condivisa da molti altri brand, e dovuta ad una nuova consapevolezza, fatta di scelte più ponderate e responsabili, nella direzione della sostenibilità.

I modelli di punta della collezione Chef sono dunque giacche bianche dalle linee pulite ma ricercate, come ad esempio la coppia di giacche in Tencel™ elasticizzato di nuova generazione Darcy e Bridget, a cui è dedicata la copertina del catalogo **Chef & Ho.Re.Ca 2023**. Basta un'occhiata per intuire che appartengono alla linea Elegance e che sono frutto di



Giacche
Lorenzo e Ludovica

grande ricerca stilistica in ambito moderno, come evidenziato dal collo alla coreana a squadra, che riprende un disegno ottagonale accordato all'abbottonatura nascosta doppio petto. Un'eleganza che guarda al futuro e dura nel tempo.

Sempre della linea Elegance fanno parte la coppia di giacche uomo e donna **Lorenzo** e **Ludovica**, ricercate nelle linee, nelle rifiniture e nel tessuto, anch'esse in Tencel™ elasticizzato di nuova generazione. Lorenzo e Ludovica hanno un gusto eclettico, che ben abbina una certa classicità con lo stile geometrico contemporaneo, e rappresentano la scelta perfetta per chi ama distinguersi con classe: presentano una mono abbottonatura nascosta con cinque automatici e la manica con polso a camicia con incrocio diagonale, pensata per permettere l'apertura ed essere facilmente arrotolata.



Giacche
Gloria e Giorgio



Giacche
Megan e Harry

Qualità e ricercatezza sono le carte vincenti della coppia **Nile** e **Nora**, realizzate nel nuovo piquet elasticizzato, in grado di resistere alle alte temperature e contraddistinte dal collo francese a squadra, ben armonizzato con l'abbottonatura nascosta. Non ci sono solo nuovi capi, ma anche nuovi tessuti e nuove

varianti colore, per introdurre nuove tendenze, come è per esempio per **Harry** e **Megan**, o **Giorgio** e **Gloria**, veri e propri bestsellers delle collezioni Giblor's, apprezzati sia per il loro design moderno e versatile, che per le caratteristiche di comfort, merito del tessuto ultraleggero, un vero wash&go.

Queste giacche sono infatti realizzate nel nuovo G-TECH PRO, un tessuto dalle incredibili performance: antibatterico e lavabile a 90°, mantiene un'eccellente traspirabilità, tollera gli spruzzi di candeggina, asciuga velocemente, è no-stiro e non stinge.

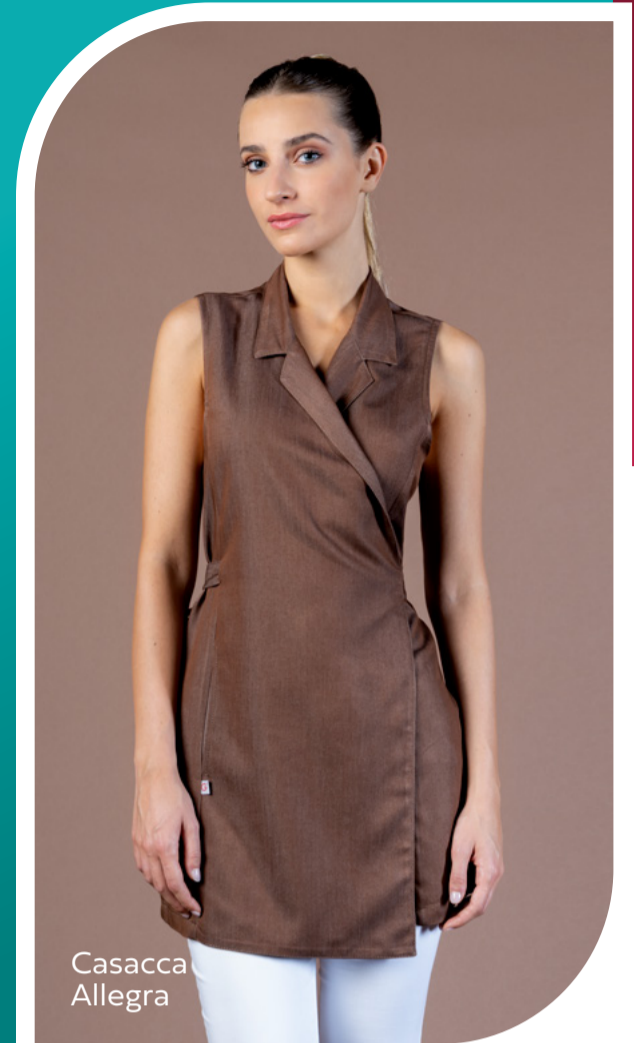
Ma ovviamente le novità non si limitano alle seppur bellissime nuove giacche da chef. Nella collezione 2023 troverete una nuova linea di gilet, grembiuli e pantaloni in disegno principe di Galles, dalla tonalità neutra che spazia tra bianco, nero e grigio: un classico reso attuale dalle linee contemporanee e sempre molto richiesto.

Il denominatore comune di tutti questi capi resta l'impronta personale, che contraddistingue ogni modello: anche gli articoli apparentemente più semplici, infatti, svelano caratteristiche importanti, una sorta di firma per un marchio capace di cogliere e trasformare ogni ispirazione in dettagli sorprendenti.

Una firma che risulta ben visibile anche nella collezione **Health & Wellness 2023**, colorata più che mai e più che mai innovativa, grazie soprattutto al nuovo tessuto G-TECH PRO con fibra Sorona® con finissaggio al grafene®, che rende i tessuti antibatterici senza alterare le tonalità accese e brillanti. Sono tante quindi le varianti cromatiche intense protagoniste di questa collezione, come il capo di copertina del catalogo di quest'anno, la casacca a V **SONIA**, oppure **Luca**, con collo alla coreana e abbottonatura centrale nascosta, entrambe disponibili sia in colorazioni più sobrie e classiche che in altre più di tendenza.



Casacca Alina



Casacca Allegra

C'è poi un altro tessuto che si farà notare in questa collezione: il nuovo jeans morbido e cangiante, che non aderisce al corpo, è brillante e mostra un'eccellente durata nel tempo, oltre a resistere ad alte temperature di lavaggio. In questo bellissimo tessuto, disponibile in un caldo color marrone, è realizzato lo scamicciato **Allegra**, un capo trasversale, smanicato, con chiusura ad incrocio

ed il collo a rever classico, che esalta la femminilità. Ma anche la coppia di casacche a manica corta **Alina e Lapo**, in cui il jeans è abbinato alla classica maglia piquet, anch'essa dalla mano morbida, traspirante e di rapida asciugatura. Il connubio tra la linea, gli accessori in ottone e i filati a contrasto conferisce a questi due capi una personalità dinamica, che unisce stile e versatilità.

Tra i colori protagonisti non possiamo non citare i nuovi beige, blu e verde militare che ampliano la gamma colori delle casacche **Erika** e **Eros**, mostrandole in una versione più contemporanea, che le rende ancor più versatili e perfette da mixare con una delle tante new-

entry nella categoria pantaloni. Tra questi spicca **Jackie**, un capo unisex di nuovo concetto, elegante e dalla linea slim, realizzato in Tencel™ elasticizzato, caratterizzato da un elastico inserito nel retro fascione e da cinque passanti che gli donano un aspetto sportivo e giovanile. Stessi punti di forza del pantalone **Chris**, realizzato invece in G-TECH PRO, e disponibile in un'ampia gamma di colori che va dal fucsia al prugna, alle diverse tonalità del blu. Chiude il cerchio il pantalone **Taylor**, dinamico, fresco e leggero, realizzato anch'esso nel nuovo G-TECH PRO abbinato però alla maglia in rete e proposto in ben sei varianti colore: bianco, nero, blu, grigio piombo, verde militare e beige.

Per presentare questo incredibile assortimento, insieme agli abituali cataloghi di prodotto Giblor's ha introdotto anche una grande novità: un bellissimo catalogo moda, un supporto inedito in grande formato, pensato per far immergere appieno i clienti nell'universo stilistico del brand e cogliere il mood delle collezioni. È possibile trovare entrambi i cataloghi presso i rivenditori del marchio, sparsi sul territorio nazionale, oppure scaricarli online sul sito giblor.com nella sezione download.



Casacche Luca e Lia



Casacca Flavio

Prossimi eventi Giblor's 2023



EXPO DENTAL MEETING

Rimini
Dal 18 al 20 maggio

Expodental Meeting, che si svolgerà come sempre presso la fiera di Rimini, è l'appuntamento irrinunciabile del settore dentale. L'industria dentale italiana è una delle più importanti nel mondo in termini di fatturato, innovazione tecnologica ed export. Con più di 6.000 addetti realizza un fatturato annuo di più di 933 milioni di euro. L'export rappresenta più del 60 per cento del totale con punte che salgono sino all'80 per cento per alcune tipologie di prodotti. Il dentale italiano ha confermato la propria leadership sui mercati internazionali grazie a una produzione apprezzata in tutto il mondo per l'affidabilità dei suoi componenti, le soluzioni tecnologiche all'avanguardia ed il piacevolissimo design.

www.expodental.it



HOSTMILANO

Rho (Milano)
Dal 13 all 17 ottobre

HostMilano è la fiera mondiale dedicata al mondo della ristorazione e dell'accoglienza. Ogni due anni propone le ultime novità e innovazioni in termini di materie prime, semilavorati, macchinari, attrezzature e arredi con uno sguardo approfondito su trend, tecnologie e innovazioni. Anche in occasione di questa 43° edizione non mancheranno gli eventi di elevato contenuto innovativo e artistico con la partecipazione di grandi chef, professionisti del mondo del caffè e maestri del gelato, cioccolato e pasticceria. Punto di riferimento per il mondo Ho.Re.Ca. (hotellerie-restaurant-café), HostMilano è un must per tutti gli operatori professionali, fornendo uno spaccato reale sui cambiamenti, sui modelli di consumo e sui nuovi format dell'ospitalità.

host.fieramilano.it



A+A

Düsseldorf
Dal 24 al 27 ottobre

È il principale evento fieristico e congressuale mondiale per la protezione personale, la sicurezza e la salute sul lavoro. La manifestazione ha consolidato negli anni la sua netta posizione di leader mondiale in veste di piattaforma di mercato e di comunicazione dedicata ad un lavoro da svolgere in modo sano e sicuro. Negli ultimi due anni, il ritmo del cambiamento nel mondo del lavoro ha subito un'accelerazione massiccia. All'insegna del motto "People Matter", anche quest'anno numerosi espositori presenteranno ad A+A 2023 soluzioni e concetti innovativi per un lavoro sano e sicuro. Questa volta, l'ombrello tematico della fiera verterà sui grandi megatrend della digitalizzazione e della sostenibilità.

www.aplusa-online.com

Giblor's
italian worklife specialist

Via dei Trasporti, 6A/B
41012 - Carpi (Mo) - Italy
Tel. +39 059 654602
www.giblors.com

