

MADE IN ITALY

Le schiacciate dell'Antico Vinaio conquistano gli USA

pag. 13

BUSINESS PEOPLE

Pharrell Williams cambia pelle con Humanrace

pag. 15

CULTURA

La Scala diventa tv e la Naba dà lavoro

pag. 3

LUSSO A MILANO

Relax a Casa Cipriani, hotel e club esclusivo

pag. 3

N.2 febbraio 2023

NUOVI BUSINESS

Investire nel vino rende, Brad Pitt insegna

pag. 11



INQUADRA IL QR-CODE E SCOPRI DI PIÙ

www.inextramagazine.com

INVEXTRA NEWS

IL BUSINESS MAGAZINE CHE SI MUOVE CON TE

IMPRENDITORI ITALIANI

Bottura lo chef che cambia il mondo

pag. 14

NEW TECHNOLOGY

Chat GPT, e l'AI dialoga con l'uomo

pag. 12

LAVORO NEL MONDO

Ferie illimitate per tutti?

pag. 13

WELLNESS IS BUSINESS

La biofilia "inganna" la mente

pag. 15

MILANO NEWS

Torna la Fashion Week

pag. 7



BUSINESS PEOPLE

Il sorriso di Jeff Bezos

pag. 10



MILANO NEWS

Milano come Cinecittà

pag. 3





**BARONE
SERVICE**

Pulizie
Igiene Ambientale
Facchinaggio
Manutenzione dell'immobile
Deratizzazione e Deblaterizzazione
Logistica Integrata
Hostess per eventi e fiere
Traslochi di ogni genere
Trasporti
Sicurezza
Portierato
Outsourcing alberghiero
Sanificazione all'ozono



CONTATTI:

Via Maestri Campionesi, 27 - 20129 Milan

Off. 02 39400681 | Mob + 39 344 1130699

Mail: info@baroneservice.it

www.baroneservice.it



La Scala diventa tv

A Milano fa sempre più spesso cultura e tecnologia vanno d'accordo. La Scala il giorno di San Valentino, il 14 febbraio, ha inaugurato la sua tv, trasmettendo in diretta "I Vespri siciliani" di Verdi, diretti da Fabio Luisi, nel nuovo allestimento di Hugo de Ana. Lascala.tv trasmette poi approfondimenti e spettacoli d'archivio. In città, poi, chi studia nella cultura spesso lavora davvero. Alice Rossi, Romeo Gasparini, Michela Negretto e Pierfilippo Luigi Tortora, studenti di Naba, la Nuova Accademia di Belle Arti, hanno realizzato costumi e scenografie per un'edizione de "La finta semplice" di Mozart. L'opera è andata in scena al Teatro Goldoni di Firenze.

Affitti di lusso in boom

A Milano la richiesta per quel che riguarda gli affitti di lusso è in forte crescita. Anche a causa della Brexit e della fuga da Londra di tante aziende attive nella finanza, il ruolo della città nello scacchiere economico europeo è in crescita. Per questo manager e funzionari sempre più spesso devono soggiornare a Milano, di solito per brevi periodi. Secondo i dati di Nativo, agenzia specializzata in affitti di pregio in città, il 70% di chi affitta non è italiano ed il 40% viveva precedentemente a Londra.



Relax a Casa Cipriani

Il lusso a Milano cambia sempre. Oggi piacciono members club sofisticati, solo per pochi, si fa per dire, iscritti. E allora, ecco Casa Cipriani, in un palazzo storico di via Palestro. Ha ambienti ispirati ai gentleman club inglesi ed è anche un boutique hotel di sole 15 camere, una formula già di successo a New York. L'ingresso è consentito a chi indossa polo semplici, ma solo fino alle ore 18. Mai e poi mai animali, jeans con strappi, scarpe da corsa e cappelli sportivi. E soprattutto, no a foto e video all'interno delle parti comuni del club. Perché almeno qui la privacy conta.



Monopattino o metro?

Secondo l'Oss. della Sharing Mobility 43% dei milanesi utilizza due o più mezzi pubblici per spostarsi tra casa e lavoro. Il 58% delle corse fatte con i monopattini in sharing di Voi

Technology viene poi effettuato prima o dopo un viaggio in metro. Il modello "Città in 15 minuti", soprattutto in certi quartieri, non è ancora realtà. Ma i milanesi lasciano l'auto in garage sempre più spesso.

Vabecchi Cancelleria
SPECIALISTA NELLA VENDITA ALL'INGROSSO DI CANCELLERIA PER LA SCUOLA E L'UFFICIO
CONTATTI:
 ☎ 02 40095112
 📍 Via Antonio Meucci, 18 - 20083 Gaggiano MI

SIGMA
 SOCIETÀ ITALIANA
 DI ORGANIZZAZIONE
 QUANTITATIVA
 RAPPRESENTAZIONE PUBBLICITÀ
 ☎ 02 3533486

ITALIA EVENTI SRL
 ORGANIZZAZIONE DI EVENTI
 www.italiaeventisrl.com

SKY ROAD 236
 PIAZZA GENERALE ARMANDO DIAZ 5
 MILANO



Pi Group srl
your trusted advisor

- ILLUMINAZIONE A LED
- ENERGIA, GAS NATURALE E TELECOMUNICAZIONI
- GENERAL CONTRACTOR

CONTATTI:

✉ info@pigroupsrl.com

☎ +39 02 99266795

📍 Piazza Leonardo da Vinci, 8 - 20133 Milano

www.pigroupsrl.com





a cura di Francesca Lovatelli Caetani

La nuova Cinecittà? E' Milano

La città è la nuova capitale dell'audiovisivo. Con oltre 700 set all'anno, Milano è piena di troupe che girano spot, serie tv e pure qualche film.



scene di "Murder Mystery", un film prodotto da Netflix. Tra bancarelle e striscioni, supercar 100% Made in Italy come Ferrari e Lamborghini erano semplicemente perfette.

Molte produzioni scelgono il centro storico, tra piazza Duomo, Galleria Vittorio Emanuele e piazza Scala. Altre invece cercano i parchi, i nuovi grattacieli o luoghi più periferici. Tra le zone di tendenza c'è anche quella tra Buenos Aires e Piazza Risorgimento. E' colma di negozietti, artigiani, locali alla moda e bed & breakfast.

Anche chi non ama pubblicità, cinema e serie tv deve gioire se il settore dell'audiovisivo in città è in boom. Se si investe in tutto questo è perché l'economia cresce. E se succede, c'è più lavoro per chi abita a Milano... e altrove, visto che da sempre la città è il motore dell'economia italiana. I tempi cambiano ma l'industria della pubblicità resta viva, soprattutto quando mescola linguaggi diversi. Alla gara per girare lo spot tv sanremese del fenomeno social L'Estetista Cinica, ad esempio, si sono candidate ben quattro agenzie diverse.

Ma quali sono le zone della città più amate dai registi di spot, film e serie? Già, nel 2018 tra le vie Spallanzani, Melzo, Sottocorno e Cellini, Jennifer Aniston e Adam Sandler hanno girato alcune



FIGHT CLUB
FRAGOMENI

f i

www.fightclubfragomeni.it

SAPIENZA

www.colorificiosapienza.it

ITALIA

NFT

www.italianft.art

extracasa.it

TEL. 025880807 | info@extracasa.it
VIA MARCELLO PRESTIAROLI - 20158 MILANO

SPECIALE MODA

A fashion runway scene featuring two models in the foreground. They are wearing matching, shimmering silver, long-sleeved, high-necked dresses with a gathered waist and a dark, textured skirt. They are holding hands. The background is a runway with other models and a grid pattern on the floor.

Fashion Week: l'industria italiana della moda va in scena a Milano

La fashion week di Milano Moda Donna, in programma dal 21 al 27 febbraio '23, inizia sotto i migliori auspici. Il settore è simbolo dello stile italiano nel mondo e le sfilate milanesi sono una vetrina importante per tutto il Made in Italy. Anche per settori diversi dal fashion system.

In calendario, durante la nuova settimana della moda, tra gli altri, Giorgio Armani, Bottega Veneta, Fendi, Prada, Jil Sander e pure Dolce & Gabbana, che presenterà le creazioni del giovane designer giapponese Tomo Koizumi. E' di nuovo protagonista sulle scene milanesi anche Iceberg. Tra i ritorni spiccano anche quelli del brand cinese Shuting Qiu e di Atsushi Nakashima, marchio giapponese in forte crescita. Confermati anche big come Diesel, Ferragamo, Roberto Cavalli, Tod's e l'eterno Giorgio Armani. L'unico assente tra i grandi marchi italiani è Versace, che sfilerà 'off schedule' (fuori dal calendario ufficiale) a Los Angeles.

Torna a sfilare a Milano anche Gucci, che nello scorso gennaio aveva già messo in scena la sua prima sfilata maschile dopo il divorzio da Alessandro Michele. L'impatto del nuovo direttore creativo Sabato De Sarno, probabilmente, non si vedrà ancora. Ci vuol tempo per unire l'anima di un brand a quella di un nuovo designer. La direzione però è chiara. Ad esempio, i suoi 50 milioni di follower (solo su Instagram), Gucci vuol farli sognare, con video accattivanti ed icone internazionali come Beyoncé ed Harry Styles. Come sempre.

I veri protagonisti tornano però ad essere i capi e gli accessori firmati Gucci. Il brand, che dal '99 fa parte del gruppo internazionale Kering, torna al centro della scena. Anche chi disegna capi e accessori conta, ma mai quanto la doppia G del fondatore Guccio Gucci. Nel 2022 il fatturato del marchio italiano è cresciuto, certo. Altri brand del gruppo Kering però, ad esempio

Saint Laurent, Bottega Veneta e Balenciaga hanno fatto meglio. Ecco perché Marco Bizzarri, confermato come CEO, punta su essenzialità e minimalismo. In altre parole, sulla sostanza.

Ma qual è la situazione complessiva della moda italiana a livello economico e finanziario? Il periodo è davvero positivo. I numeri della Camera Nazionale della Moda Italiana parlano chiaro: nel 2022 il settore è cresciuto del 18% circa rispetto al 2021. Si temeva che il quarto trimestre non confermasse il buon andamento della prima metà dell'anno, a causa della crisi energetica, ma non è stato così.

Anche l'export è cresciuto in modo significativo. Nei paesi UE il segno più è del 18,2%, in quelli extra UE del 19,7. Alcune nazioni sono tornate ad amare l'Italia alla follia: verso la Corea l'export è cresciuto del 31%. Negli Emirati Arabi la crescita è ancora maggiore (+34,2%), mentre il vero e proprio boom del mercato statunitense (39,1%) è forse ancora più importante. Si dice sempre che i mercati maturi diano meno soddisfazioni a quelli emergenti, ma l'amore che chi vive negli USA ha per lo stile italiano sembra proprio non avere limiti.

E per il 2023? La Camera Nazionale della Moda Italia stima una crescita del 4%, rispetto al 2022, quando il fatturato è stato di 96,6 miliardi, il più alto degli ultimi vent'anni. Con queste premesse, guardare al futuro con ottimismo sembra l'unica scelta logica da fare. Il sistema moda si conferma fondamentale e continua ad essere il simbolo delle esportazioni italiane nel mondo.

(Francesca Lovatelli Caetani e Lorenzo Tiezzi)



Alcune delle 68 coppie di gemelli protagoniste della sfilata Gucci Spring Summer 2023 durante la Milano Fashion Week

SPECIALE MODA

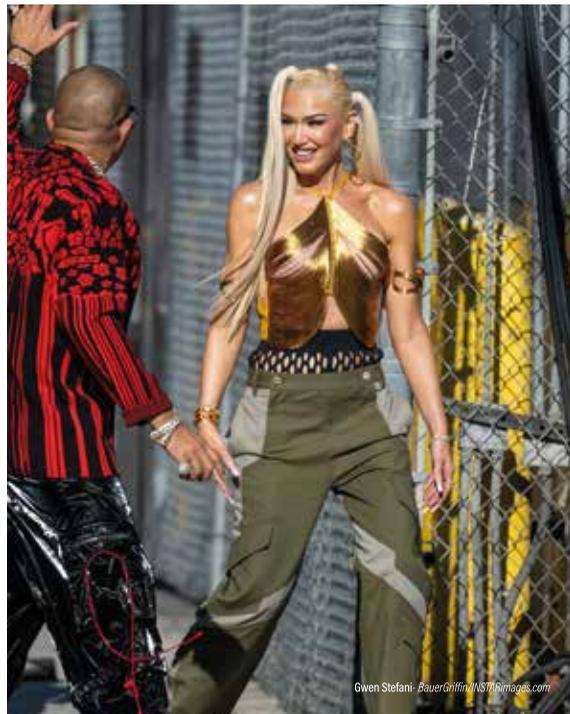
Il lusso dà lavoro: Altagamma cerca 346.000 giovani talenti



Altagamma, il consorzio che mette insieme 113 brand dell'Italia che eccelle nel mondo ed Unioncamere qualche mese fa stimavano che il settore del lusso nei prossimi 5 anni avrà bisogno di 346.000 giovani lavoratori. I profili richiesti sono d'ambito tecnico professionale. Per questo 17 aziende di Altagamma hanno 'adottato' 17 istituti tecnici e professionali, per formare nuovi talenti del fare.



Cargo, ballerine e gonne a portafoglio: la moda guarda ai 2000



Cosa indosseranno le ragazze d'ogni età la prossima primavera estate? Dopo l'inverno, la voglia di colorare il proprio guardaroba con qualche capo nuovo si fa irresistibile. Uno dei capi passe-partout sembra sarà la wrap skirt, ovvero la gonna a portafoglio. Da quella midi in raso lucidissimo, da portare con camicie e mini top, alle versioni più rigorose complete di giacca en pendant. Altro must have sarà il denim, effetto usato, ma arricchito da borchie, o anche tulle. Per i pantaloni, ecco un altro grande ritorno, quello dei cargo. E' un trend nato degli anni 2000, quando star del periodo come Britney Spears o Gwen Stefani sfoggiavano pantaloni 'maschili' con tanto di tasconi nei loro celebr. Oggi i cargo tornano ad essere di tendenza, soprattutto se indossati con gilet, maxi cardigan e giacche in pelle. E i colori? verde acido, blu elettrico, arancio acceso, rosa shocking, giallo evidenziatore saranno i colori che detteranno la moda e porteranno gioia e vigore.

Ai piedi, oltre agli stilette e ai maxi plateau, ecco un altro classico, le ballerine. In raso o pelle, con suola "chunky", ovvero alta e spessa, oppure ricoperte di cristalli. Tra quelle più ricercate, ecco quelle color lavanda con i gommini, ovviamente firmate Tod's.



CRYSSAEDEN

communication • new media • events

CryssaEden spicca il volo e planando porta con sé una visione contemporanea e modernissima della comunicazione. La simbologia della Crisalide non è mai stata tanto significativa quanto ora. Saper vivere le mutazioni, il cambiamento, sapersi adeguare agli accadimenti con forza e volontà senza perdersi d'animo ma anzi traendone ispirazione, questa la filosofia che mettiamo a vostra disposizione. Eden è il luogo simbolico nel quale immaginiamo di accogliere i nostri straordinari clienti, i nostri amici. Da noi si respira un clima mite, l'ambiente è rilassato, qui nessuno fa cadere nulla dall'alto, parliamo una lingua comprensibile, ogni idea tramuta in splendida pianta con forti radici.

La comunicazione la pratichiamo tutta sia quella On Line che quella Off Line.

Disponiamo di un pacchetto di eventi in grado di donare al cliente la giusta visibilità durante l'intero anno, veicolando contemporaneamente il messaggio su social e web. Inoltre ne organizziamo di ogni tipo anche quelli low cost, perché la pianta tropicale più alta e spettacolare del nostro giardino è la creatività.

I NOSTRI SERVIZI

Consulenza di comunicazione/Adv
Digital Marketing
Brand Identity
Restyling immagine aziendale
Comunicazione web e social
Creazione siti/ecommerce

Campagne pubblicitarie on-line/off-line
Eventi Creativi Incentive e Aziendali
Gadget personalizzati/Articoli Promozionali
Servizi fere e congressi
Creazione e produzione spot e video
Acquisizione e ricerca Sponsor

cryssaeden.com | info@cryssaeden.com

t. +39 02 66267110

IL SORRISO DI JEFF BEZOS

Lo stile del creatore di Amazon è decisamente diverso da quello di Elon Musk

Jeff Bezos sorride quasi sempre. Fa bene: ha appena superato il magnate indiano Gautam Adani e con il suo patrimonio di 121 miliardi di euro è il terzo uomo più ricco al mondo. Il primo posto di Bernard Arnault di LVMH non è detto gli interessi.

Fondatore di Amazon, Jeff Bezos è invece molto interessato agli yacht. La sua Koru, barca a vela da 500 milioni lunga ben 127 metri, ha un nome che significa "nuovo inizio". E' in costruzione in Olanda e sarà alimentata da energia cinetica generata dalle vele, ma avrà anche un motore. Tre alberi, scafo in acciaio, sovrastruttura in alluminio, questo scafo è uno delle più recenti passioni di del miliardario, che recentemente ha investito anche in una piccola azienda biotecnologica.

In controtendenza rispetto alle Big Tech che puntano solo sul web, Bezos con la sua Amazon si occupa anche di logistica. E ha comunque visto crescere la raccolta pubblicitaria del suo gruppo del 19%, raggiungendo gli 11,6 miliardi di dollari. Come? Grazie a sponsorizzazioni di prodotti in vendita su Amazon ed alla pubblicità su Prime Video.

Ma qual è la vita privata di Bezos? Tra tanto business, un po' di spazio per il gossip c'è. Lauren Sanchez è la donna che gli ha rubato il cuore. Sembra che la passione tra i due sia scoppiata ben prima del 2019, quando la loro relazione è stata resa pubblica.

Allora infatti Bezos ha divorziato da MacKenzie Tuttle, sposata nel lontano 1993, con cui ha avuto ben quattro figli.

Sarebbe già abbastanza, ma Bezos è anche a capo di Blue Origin, azienda aerospaziale e nel 2021 ha compiuto un breve viaggio nello spazio. Poco prima di dimettersi da CEO di Amazon, Bezos ha fornito anche le sue previsioni sul futuro dell'umanità. Secondo lui in futuro vivremo in enormi colonie nello spazio e non su altri pianeti. C'è da credergli. Negli anni '90 c'era chi dubitava di Amazon, così poco 'futuristica' e così facilmente replicabile. Abbiamo visto com'è andata.

Una cosa è certa: se davvero vivremo nello spazio, non rinunceremo certo ad Amazon Prime. I dipendenti di Bezos semplicemente consegneranno i nostri pacchi con i razzi e non con i furgoni. Se invece vivremo sott'acqua, passerà personalmente con la sua Koru.

**(Francesca Lovatelli Caetani
e Lorenzo Tiezzi)**





**LEADERSHIP NELLA
CYBER SECURITY**

Training & Technology srl

www.tandt.it | info@tandt.it

Via San Marco 33, 20121 Milano

ChatGPT, Sparrow o Claude? L'intelligenza artificiale dialoga con l'uomo

Tra appassionati ed esperti di tecnologia si parla solo di ChatGPT, il bot conversazionale sviluppato da OpenAI che conquistato 100 milioni di utenti in appena due mesi, oggi arrivati a 500 milioni. Proprio in OpenAI Microsoft ha investito ben 10 miliardi, perché il denaro conta e come quando si sviluppano nuove tecnologie.

ChatGPT è basata su un sistema di deep learning che comprende il contesto e genera risposte coerenti ed è stato addestrato attraverso grandi quantità di testo presenti in Internet, ad esempio articoli e conversazioni sui social.

ChatGPT può quindi generare testo in modo autonomo, comprendendo il contesto, per poi produrre risposte coerenti. Per questo è ideale per chatbot, traduzioni automatiche e pure per l'analisi del sentiment, ovvero per capire come un soggetto o un brand siano valutati da chi ne scrive sul web.

Non solo: è facile da usare, flessibile e personalizzabile. E' disponibile in tante lingue diverse e può essere addestrato su una vasta gamma di argomenti (tecnologia, finanza, turismo etc). OpenAI è poi riuscita ad evitare che ChatGPT produca contenuti inappropriati o offensivi.

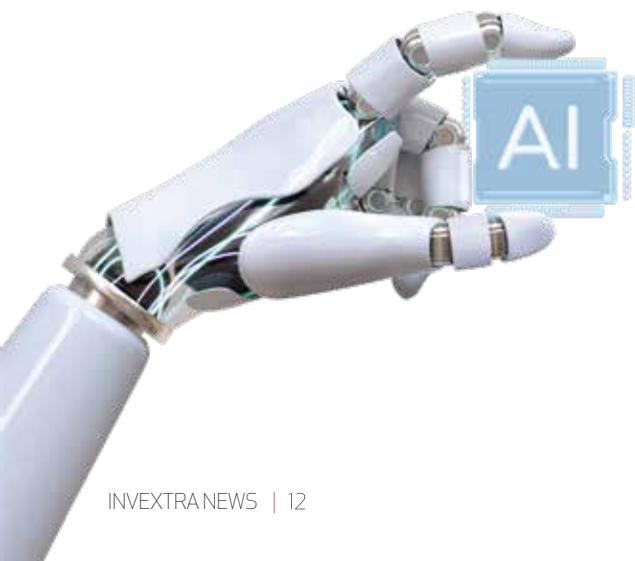
E Google che fa? Risponde con Sparrow, svilup-

pato per rispondere alle domande degli utenti in modo rapido e preciso, utilizzando un algoritmo di machine learning sofisticato. La sua efficacia è paragonabile a quella di ChatGPT, con il plus di integrarsi con le piattaforme di ricerca di Google. Grazie ad algoritmi avanzati, Sparrow è in grado di comprendere le intenzioni degli utenti e di fornire risposte personalizzate.

Non è tutto: Google ha appena investito 300 milioni di dollari anche in Anthropic, società fondata dagli italo americani Dario e Daniela Amodei: insieme hanno creato Claude, un chatbot di nuova generazione dedicato al natural language processing. E' un sistema che permette ai circuiti neurali di dialogare al meglio con l'uomo. Dario Amodei ha lavorato a lungo anche per OpenAI, per cui il settore è davvero in subbuglio.

Difficile dire oggi chi vincerà. E' invece già certo che la concorrenza tra ChatGPT e Sparrow e Claude rappresenti un passo in avanti per la tecnologia del machine learning e per la capacità delle macchine di comprendere e comunicare con gli esseri umani.

(Jacopo Neri e ItaliaNFT IT Team)





Investire nel vino rende, Brad Pitt insegna

Secondo eWibe Market, il mercato dei fine wines nel 2022 è cresciuto del 10,7% rispetto al 2021. Non è un trend passeggero, visto che negli ultimi 10 anni la crescita è stata del 94,1%. Non tutti possono imitare Brad Pitt, che si è comprato una tenuta e poi ha fatto conoscere il suo

Champagne Rosè Fleur de Miraval alla Notte degli Oscar. Mettere in cantina qualche bottiglia di Sassicaia della Tenuta San Guido, invece, è alla portata di tutti. Nel tempo il valore del vino di qualità sale, stando però ben attenti agli sbalzi di temperatura e alla luce.

L'Antico Vinaio negli USA



Già qualche anno fa, quando stava dietro al bancone del locale di famiglia, Tommaso Mazzanti era simpatico. Fuori dall'Antico Vinaio, a due passi dagli Uffizi, a Firenze, non c'era coda e i bicchieri di vino erano self service. Poi, piano piano, grazie alla qualità assoluta dello street food fiorentino ed alla simpatia di Tommaso, un anti-influencer che racconta sorridendo il suo lavoro ("bada come la fuma!" è un vero tormentone), è arrivato un meritato successo. Anche internazionale, con tanti locali aperti negli USA insieme a Joe Bastianich.

Lavorare meno e meglio

Il settore hi tech non è in un momento facile, ma Microsoft ha deciso di garantire ai suoi dipendenti statunitensi ciò che per molti è un sogno proibito: ferie illimitate al posto delle solite tre settimane. La stessa fortuna ce l'ha chi negli USA lavora per Salesforce, Oracle e Netflix. E in Italia? Intesa Sanpaolo punta sui 4 giorni di lavoro a settimana e la possibilità di lavorare da casa fino a 120 giorni all'anno. Non è una rivoluzione: l'iniziativa, viene adottata "compatibilmente con le esigenze tecniche - organizzative e produttive della banca".



Il boom del turismo al Sud



Dopo la fine della pandemia, turisti di tutto il mondo sono tornati ad innamorarsi dell'Italia. Nel 2022 sono stati ben 400.000 con un aumento del 38% rispetto al 2021. Le città d'arte sono prese d'assalto in ogni mese dell'anno. Tra le mete in maggior crescita c'è anche la Sicilia, frequentata anche da tanti italiani. L'offerta di qualità in questa regione sta crescendo, grazie a realtà come Domina Zagarella, a Santa Flavia (PA), che da sempre punta sul lusso accessibile. Per vivere brunch o cene & party da sogno sul mare qui c'è The Beach. Per l'estate '23 lo staff punta su pasta, vino ed olio d'eccellenza, ovviamente Made in Sicily.

M.S.T. Lattoneria
www.mstlattoneria.com

CMA SERVICE
VIA GALILEO FERRARIS 7 / M
20082 BINASCO (MI)

SERIGRAFIA Monteverdi Claudio
Via del Commercio 55/57
20083 Gaggiano (MI)

STORE MIX
+39 02 3322 0140
VIA GIUSEPPE TANTINI 27, MILANO
WWW.STOREMIXDORLAND.SHOP

MADE IN ITALY

Massimo Bottura

LO CHEF CHE VUOLE CAMBIARE IL MONDO



Uno degli chef meno televisivi e più bravi a raccontare la sua cucina è senz'altro Massimo Bottura. 60enne, modenese, quando parla, più che un cuoco, sembra un filosofo o uno storico. Anzi, oltre oltre che bravo a creare piatti e a mettere su un vero impero sul cibo di lusso (Osteria Francescana, 3 stelle Michelin; Osteria Gucci by Massimo Bottura con sedi a Firenze, Beverly Hills, Tokyo, Seoul; un network di locali e locande e produttori d'eccellenza nella sua Emilia: Casa Maria Luigia, Villa Manodori, Franceschetta 58; collaborazioni con BMW, Lavazza etc), è anche un grande motivatore / "pubblicitario".

"Refettorio viene da reficere, ovvero restaurare. E' il nome che usano da sempre i monaci per la mensa, il luogo in cui si restaura l'anima", racconta a Marco Montemagno nel suo podcast. Refettorio è un'esperienza tra beneficenza e grande cucina. "Nessuno è capotavola, tutti siedono su tavoli lunghi e stretti, i fratini. Si mangia in modo veloce, ma comunicando l'uno con l'altro. Ecco perché ho scelto questo nome per le mense piene di bellezza che curo", continua Bottura.

Oggi la magia delle sue parole e le mani dei cuochi e dei volontari di tante diverse comunità sparse per il mondo danno vita a Food for Soul, una sorta di 'coordinamento' dei tanti Refettori. Anche il nome funziona. Chi non ha bisogno di un po' di cibo per la sua anima?

Seguire Massimo Bottura sulla sua pagina Instagram regala quasi la stessa energia che si riceve quando lo si sente parlare. Perché come dice lo stesso chef modenese, "un cuoco è molto più della somma delle sue ricette". Se vince l'ennesimo premio, questa volta è 50 Top Italy, cosa fa? Ringrazia il suo team. "Un uomo solo al comando? Sbagliato! Niente sarebbe possibile senza il giusto team, formato da persone che lavorano duro ogni giorno per rendere visibile l'invisibile".

In effetti, è difficile pensare ad un business più collettivo di un ristorante, sia esso un fast food o uno stellato. Camerieri, direttore di sala, lavapiatti, sommelier, cuochi, fornitori... tutti giocano nella stessa squadra. Bottura, la star, lo sa bene e punta il riflettore sul gruppo, con slogan collettivi come WE ARE THE REVOLUTION... perché nessuna rivoluzione, anche la più piccola, può aver successo al singolare e se la raccontiamo piano. Bisogna aver coraggio di urlarla, in maiuscolo. E bisogna aver coraggio di essere ottimisti, come Bottura. Perché la prima causa dei cambiamenti climatici non sono né gas, né diesel né la sovrappopolazione. E' lo spreco alimentare. "Ci fa bruciare 1.3 miliardi di tonnellate di cibo ogni anno. E' un'emissione mostruosa", spiega il cuoco modenese, che lo sa. Cambiare in meglio non è impossibile. Possiamo e dobbiamo farlo.

(Paola Rubini)



Sassy

Pharrell Williams cambia pelle con Humanrace

Pharrell Williams non è solo un grande artista. La voce, sia chiaro ce l'ha. E pure il talento compositivo, visto che interpretato e scritto parte della melodia di "Get Lucky" dei Daft Punk, una delle canzoni pop dance più importanti di sempre. Ha pure un notevole senso dello stile e dell'imprenditoria, visto che in carriera ha messo in fila qualcosa come una ventina di collaborazioni in ambito moda e dintorni. E così, dopo la sua Millionaire collection con Louis Vuitton (occhiali da sole), la sua collaborazione con Moncler (ancora occhiali da sole),

una capsule collection per Uniqlo e G I R L, un profumo per Comme des Garçons, nel 2020 è pure entrato in grande stile nella cosmetica. Ha dato vita ad Humanrace, che propone prodotti per la pelle creati con la dermatologa Elena Jones. "Rabbia e disordini riempiono il mondo in questo momento", spiega l'artista e imprenditore presentando il suo progetto. "E' più importante che mai prendersi cura di noi stessi. Il benessere di ognuno è importante: per prenderti cura degli altri, devi assicurarti di prenderti cura anche di te stesso".

La biofilia "inganna" la mente

L'uomo si è evoluto all'aperto, ma oggi viviamo quasi solo al chiuso. "Per questo 'ingannare' mente e corpo creando ambienti interni più naturali fa bene alla salute", spiega Paola Buratto. A Gardacqua ha progettato uno shop seguendo i criteri della biofilia sta scrivendo una sorta di manifesto di questa disciplina.



Lo sport di base fa bene alla salute



Due terzi della popolazione italiana fa sport oppure si muove camminando oppure mentre lavora. Il restante 33% invece è sedentario e per costa al sistema sanitario molto di più di chi è attivo, ben 2,3 miliardi di euro all'anno. La differenza per muoversi la fa lo sport di

base, che grazie a ben 95.000 società sportive no profit fa divertire facendo sport ben 7,4 milioni di atleti dilettanti. Lo scopo non è cercare campioni e profitti, ma solo far capire quanto è importante muoversi a bambini, adulti ed anziani. C'è di mezzo la salute.

InveXtra News, per gli amici solo XNews, è il business magazine gratuito "che si muove con te". Distribuito alle fermate più frequentate della metropolitana di Milano, sente forte il ritmo della città 'che vive e va avanti', come raccontava uno storico spot tv. InveXtra News è un giornale di buone notizie di business & dintorni. Economia, sport, cultura, relax, moda, personaggi e imprenditori a cui ispirarsi... e tante altre cose belle. Tuffarsi tra le pagine di InveXtra News, in metro e non solo, mette di buon umore e dà spunti per vivere e lavorare col sorriso sulle labbra.



INVESTRAMAGAZINE

Testata giornalistica su autorizzazione del Tribunale di Milano n.8118 del 09/06/2022

Direttore responsabile

Francesca Lovatelli Caetani

Consulente editoriale:

Lorenzo Tiezzi

Progetto grafico:

Matteo Bernaroli

Hanno collaborato:

Jacopo Neri, Paola Rubini



**Cessione
del Quinto?**

**Batti il
quattro!**

**Ci pensa Prestito 24!
Il prestito a portata di mano.**

Numero Verde

800 24 12 24

GUARDA LO SPOT



Messaggio pubblicitario con finalità promozionale. Promozione svolta da Prestito 24 S.r.l., agente in attività finanziaria monomediatario (iscrizione DAM n. AB993), incaricato da Prestitalia S.p.A. società a socio unico soggetta a direzione e coordinamento di Intesa Sanpaolo S.p.A. e appartenente al Gruppo Bancario Intesa Sanpaolo, iscritta all'Albo degli Intermediari Finanziari elenco ex art.106 D.Lgs. 385/93 al n. 60, sede legale Via Stoppani, 15 - 24121 Bergamo. I documenti informativi sui prodotti contenenti le condizioni offerte alla generalità della clientela, sono disponibili sul sito www.prestitalia.it nella sezione Trasparenza-Documenti informativi prodotti rete Agenti Prestitalia. La documentazione inerente le condizioni personalizzate è richiedibile presso la rete di agenti Prestitalia. Finanziamenti soggetti ad approvazione ed erogazione di Prestitalia S.p.A.

www.prestito24.it



Prestito 24
Il valore della fiducia