

PAMBIANCOwine

Verdi dal 4 Maggio 2018 - Testata fondata nel 2001

HOME WINE FOOD TV MAGAZINE E-ACADEMY

Bottega cresce trainato dagli spirits (+25%)

3 MAG 2018 SPIRITS, VINO

Condividi



Facebook



Twitter



LinkedIn



Vermouth e liquore al pistacchio, prodotti da Bottega

Bottega cresce con il prosecco e gli altri vini, ma ancor più con gli spirits. E intanto l'azienda trevigiana coglie un risultato prestigioso aggiudicandosi il premio **Riedel Wine Maker of the year**, consegnato al titolare **Sandro Bottega** dalla Cambridge Food&Wine Society su incarico di **Riedel**, gruppo austriaco specializzato nella produzione dei calici in cristallo. La motivazione del premio è stata per "aver incantato gli amanti del vino e dell'arte gastronomica fin dal 1977 in oltre 120 paesi di tutto il mondo, grazie alla propria capacità artistica, la qualità, l'energia, la capacità imprenditoriale e la genuinità dei prodotti". In passato il premio è stato dato a esponenti di rilievo del settore quali Robert Mondavi, Lamberto Frescobaldi, Léon Beyrer e Miguel Torres.

Il 2017 di **Bottega** si è chiuso poco sotto i 58 milioni di euro, in crescita rispetto ai 54,3 del 2016, grazie al +7% ottenuto nei **vini e spumanti** ma il traino è arrivato dagli **spirits** (grappe, liquori e altri superalcolici) dove l'aumento è stato di circa il 25 per cento. "Il prosecco va bene - ha dichiarato a *Pambianco Wine&Food* Sandro **Bottega** - e in prospettiva cresceremo sia nel vino sia negli spirits; per i secondi la marginalità è mediamente superiore pur in presenza di etichette dai costi di produzione piuttosto elevati".

A **Vitality**, **Bottega** ha presentato i suoi nuovi **vermouth**, realizzati con la consulenza dell'esperto **Lamberto Vallarino Gancia**, ma anche alcune novità nel

WINE TV



Lavazza presenta il calendario 2018 con gli scatti di Platon



Fish&wine street food, Feudi lancia Nave Errante



Bartolini si scatenava: ristorante a Bologna e bistrot in Brera

PAMBIANCO MAGAZINE



IN QUESTO NUMERO:
LA MODA FAST VUOLE IL NEGOZIO POP (UP)

ATTUALITÀ
Le M&A vanno in frenata nel 2017

REPORTAGE
Baselworld, tempo di ricaricare le lancette

INCHIESTA
Le orologerie italiane salutano la ripresa

PDF | SFOGLIA | IN EDICOLA | APP STORE | GOOGLE PLAY

mondo gin e grappa. “La nostra filosofia prevede tanti prodotti realizzati in piccole quantità”, ha sottolineato l'imprenditore veneto.

L'azienda ha acquisito una posizione di rilievo nel canale **travel retail**, in particolare nei duty free degli aeroporti. “Vale il 20% del nostro fatturato – afferma **Bottega** – ovvero il doppio rispetto alla media dei competitor nell'ambito spirits e ben di più rispetto a quelli del wine, dove l'incidenza è quasi inesistente”. Si tratta però di un canale sostanzialmente saturo per l'Europa e inefficace per gli Stati Uniti. “Probabilmente il travel retail ha dato molto di quel che poteva offrire”, commenta Sandro **Bottega**, che invece crede nel progetto retail dei **Prosecco Bar**. “Ne abbiamo aperti 13 e continueremo a portare avanti questo format che vuole creare una cultura del vino accompagnato al cibo. Abbiamo tantissime richieste per i Prosecco Bar, che hanno ancora un peso marginale sul nostro giro d'affari, ma riusciamo ad arrivare a break even mediamente in tre anni dall'apertura”.

TAGS BOTTEGA LAMBERTO VALLARINO GANCIA PROSECCO BAR RIEDEL
RIEDEL WINE MAKER OF THE YEAR SANDRO BOTTEGA TRAVEL RETAIL VINITALY

« ARTICOLO PRECEDENTE

Crescite impetuose e trattative d'oro per i format di ristorazione

ARTICOLO SUCCESSIVO: »

Grana Padano a quasi 5 milioni di forme

POTREBBE INTERESSARTI ANCHE



3 MAG 2018

M&A nel vino: comprano privati e gruppi industriali, fondi quasi assenti



30 APR 2018

La Collina dei Ciliegi inaugura l'hospitality tra le vigne*



30 APR 2018

Vinitaly/Salone, opportunità perdute per lo sparkling

ABOUT PAMBIANCO

ABOUT PAMBIANCONEWS

REDAZIONE

PUBBLICITÀ

COPYRIGHT

© Pambianconews - P.IVA IT05861633159. Tutti i diritti sono riservati.

Produced by ©Gabelli