

I locali dell'azienda vinicola ispirati ai bacari veneziani diventeranno 20 dai 13 attuali

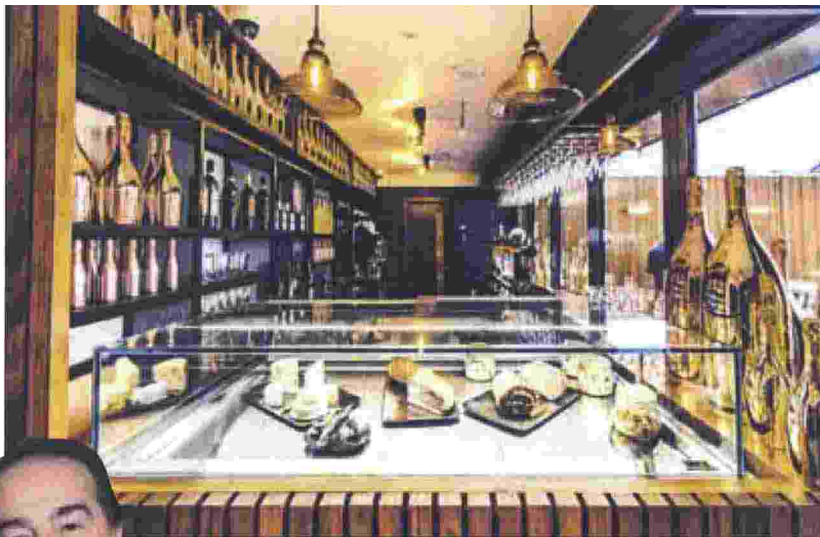
Bottega espande i Prosecco Bar

Vini con cibi regionali per portare l'Italia nel mondo

DI IRENE GREGUOLI VENINI

Un'osteria informale dove al vino vengono abbinati cibi tipici delle cucine regionali italiane sia sotto forma di stuzzichini da consumare al bancone sia come piatti più strutturati, ispirandosi ai tradizionali bacari veneziani: è questa l'idea dietro a Bottega Prosecco Bar, concept che l'azienda vinicola sta portando in giro per il mondo, oltre che nella Penisola. L'obiettivo è arrivare ad aprire una ventina di locali partendo dai 13 odierni.

«Il progetto è nato dall'idea di rafforzare il concetto di bere bene ma anche di mangiare bene», spiega Sandro Bottega, presidente di Bottega, azienda vinicola che esporta i suoi vini e i suoi liquori in 140 paesi, con un fatturato di oltre 56 milioni di euro e sede a Bibano di Godega, in provincia di Treviso. «Quindi abbiamo scelto di usare il nostro marchio e il trend del Prosecco, un vino particolarmente adattabile a diversi tipi di cibi, per creare un concept di locale. L'obiettivo è avvicinare il consumatore a questo mondo, che nasce innanzitutto dalla nostra cultura trevigiana, con ricette del territorio ma anche con piatti della



Il Prosecco Bar a Guernsey (Channel Islands)



Sandro Bottega

cucina veneziana e una parte importante della cucina italiana come salumi, formaggi, paste».

Il format di Prosecco Bar, che si sta sviluppando in franchising, si ispira «al bacaro veneziano, ovvero un luogo in cui i veneziani vanno a mangiare i cosiddetti cicheti, ovvero stuzzichini da consumare al bancone, accompagnati da un bicchiere di vino, e in cui ci si

intrattiene per chiacchierare», continua l'imprenditore. «Abbiamo creato un concept in cui ci sono tavoli di legno senza tovaglie come in una trattoria, aggiungendo un po' d'oro che nasce dalle nostre bottiglie ma anche dalla nostra cultura, con lampadari veneziani e molto vino in modo che sia parte dell'arredamento».

Bottega Prosecco Bar è stato lanciato quattro anni fa sulla nave Cinderella del gruppo Viking in Scandinavia, successivamente sono stati aperti loca-

li all'interno del Resorts World Birmingham nell'omonima città del Regno Unito, nel dehor dell'Hotel Intercontinental ad Abu Dhabi, in Bulgaria nei duty free degli aeroporti di Burgas e Varna, a Guernsey (Channel Islands) sulla terrazza dello Slaughterhouse, alle isole Seychelles sulla spiaggia dell'Hotel Hilton Labriz e, con una formula diversa in collaborazione con Chef Express del gruppo Cremonini, presso l'area arrivi dell'aeroporto di Malpensa (Milano) e presso la stazione di Belluno. Di recente è stato inaugurato un nuovo Prosecco Bar all'interno dell'aeroporto internazionale di Birmingham e sono previste aperture a Dubai e Abu Dhabi, tra gli altri.

«Oggi sono 13, l'idea è arrivare a 20 punti vendita. Non vogliamo però che diventi un franchising massificato, ma che rimanga una nicchia. Con questi locali portiamo una parte della cultura italiana nel mondo e avviciniamo consumatori di culture diverse, dallo svedese all'asiatico», osserva Bottega. «I Prosecco Bar sviluppano un fatturato di circa 10 milioni di euro, in aggiunta a quello dell'azienda produttrice di vino. Prevediamo di arrivare a un giro d'affari di 15 milioni di euro con questo concept all'inizio del 2019, con un ritmo di 3 nuovi locali all'anno».

© Riproduzione riservata

