

A tavola **Food & wine**

Il prosecco porta allegria nel mondo

Parola di Sandro **Bottega**, patrón dell'omonima azienda trevigiana. Un produttore di vini e distillati ambasciatore della cultura enogastronomica italiana nel mondo, all'insegna del buon vivere (e del buon bere) **Prosecco brings the world good cheer** So says Sandro **Bottega**, owner of the eponymous company in the Treviso area. **Bottega** produces wines and spirits which fly the flag worldwide for the Italian flare for finer things in life

by GIOVANNI DE LUCA



Stansted

Anche all'aeroporto di Londra il prosecco è servito
Prosecco on tap at one of London's airports

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

028279

A tavola Food & wine



Affari di famiglia

Barbara, Sandro e Stefano

Bottega

Family business

Barbara, Sandro

and Stefano Bottega

Oggetto Iconico

Bottiglie dorate per il prosecco di casa Bottega

Iconic

The Bottega prosecco's distinctive gold bottles



Se Sandro Bottega non esistesse il mondo sarebbe un posto più triste.

E questo non solo perché i Bottega sono veri maestri nel trasformare l'uva in vini e distillati di pregio, ma soprattutto perché Sandro è una persona che ama vivere, contagiando il prossimo con la propria energia.

La storia della sua famiglia è comune a quella di migliaia di altre famiglie trevigiane: mezzadri prima, coltivatori diretti dopo. Aziende cresciute generazione dopo generazione, con grandi sacrifici, ma sempre aperte alle nuove sfide.

Gli inizi? Correva l'anno 1635, quando tal Andrea Bottega, era fittavolo dei Conti di Collalto.

In tempi più recenti Aldo, il babbo di Sandro torna dalla seconda guerra mondiale e trova lavoro come autista di camion alla distilleria Andrea Da Ponte, diventandone il direttore nel giro di qualche anno. Un'esperienza che il fondatore di Bottega capitalizza mettendosi ben presto in proprio e dando vita all'azienda che oggi tutti conosciamo.

Purtroppo una malattia incurabile se lo porta via troppo presto lasciando a Sandro Bottega, all'epoca appena diciannovenne, le redini dell'impresa: "Ero giovanissimo, ma lavoravo già da 5 anni con mio padre, sia in produzione che in ufficio e un minimo di esperienza c'era. È stata dura, non lo nego, ma abbiamo sempre continuato a produrre grappa, a crescere, anche con l'aiuto di mio fratello Stefano e mia sorella Barbara, che mi hanno affiancato nella gestione dell'azienda".

Aldo e Rosina

Impegno e determinazione

Commitment and determination



The world would be a sadder place without Sandro Bottega.

Partly because the Bottega family are past masters at turning grapes into fine wines and spirits, but mainly because Sandro has such a zest for life, infecting all around him with his energy and joie de vivre.

The family history is similar to that of thousands of other Treviso families. They started as sharecroppers and went on to become farmers and smallholders. Businesses built on the sweat of the brows of generation after generation, but still alert to face new challenges.

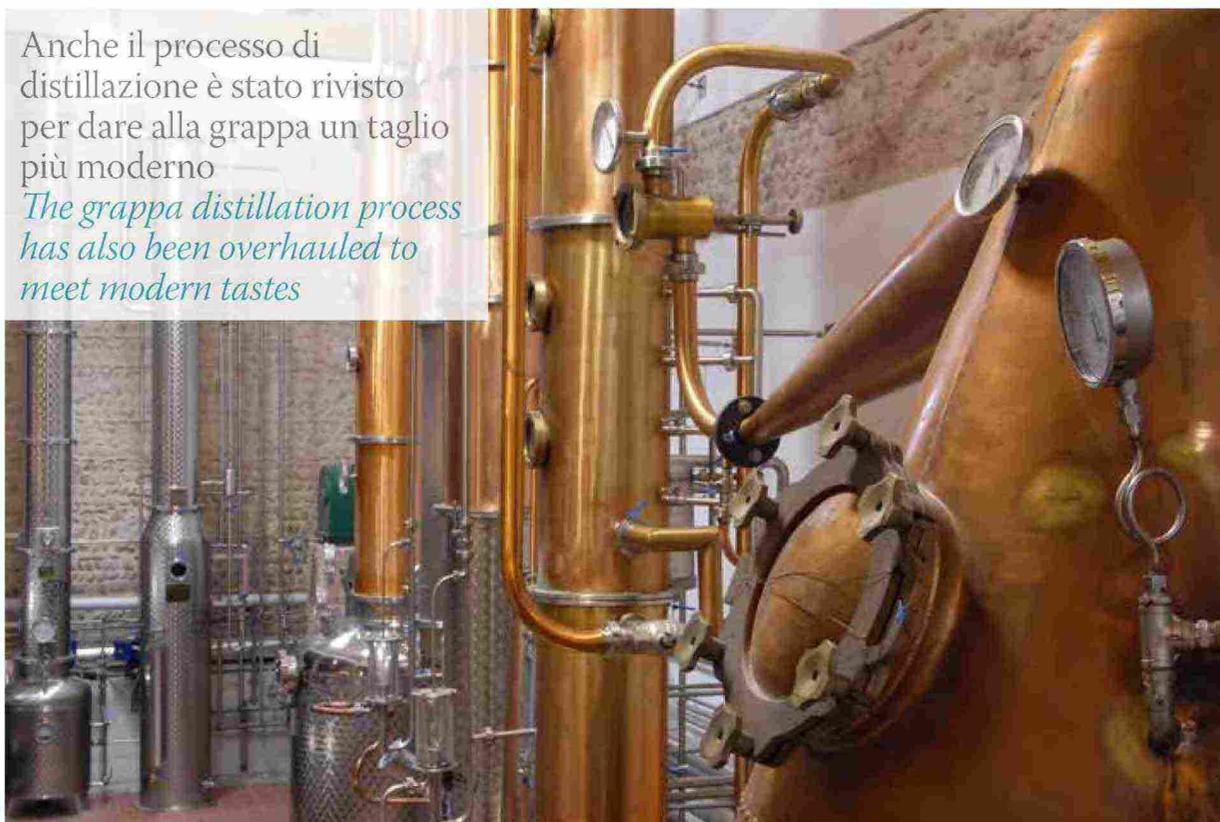
The family has ancient roots; one of the oldest existing records shows a certain Andrea Bottega as a tenant on the estates of the Counts of Collalto in 1635. More recently it was Sandro's father, Aldo, who came back from the Second World War and found a job as a lorry driver at the Andrea Da Ponte distillery. Aldo worked his way up in just a few years to managing the company, and then put all his carefully acquired know-how into opening his own company, today's Bottega. Unfortunately Aldo died prematurely of an incurable disease and left the company in the hands of his son, Sandro Bottega, who was then just nineteen. "I was very young, but I had already been working with my father for five years on the shop floor and in the office, so I had some experience. Sure, it was tough, but we went on producing grappa and we went on growing, with the help of my brother Stefano and my sister Barbara, who joined me in running the company." Today Bottega is a poster child for the Made in Italy brand worldwide. You find it in the main international airports, in department stores in dozens of countries, in hundreds of wine bars, and it is a rip-roaring success in nightclubs and discos, where its iconic golden bottles of prosecco have become a must for partying.

A tavola **Food & wine**



Natura
La sede di Bottega nel cuore della campagna trevigiana

Nature
The Bottega headquarters in the heart of the Treviso countryside



Anche il processo di distillazione è stato rivisto per dare alla grappa un taglio più moderno

The grappa distillation process has also been overhauled to meet modern tastes

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

028279

A tavola Food & wine

Oggi **Bottega** è diventata un simbolo del made in Italy nel mondo. La vedete nei principali aeroporti internazionali, ha spazi nei department store di decine di Paesi, è presente in centinaia di wine bar ed è fortissima nel mondo della notte, dove le iconiche bottiglie dorate di prosecco sono diventate un must per chi vuole far festa all'insegna dello stile italiano.

"Abbiamo dato al prosecco, una delle referenze principali per le quali siamo riconosciuti nel mondo, una nuova identità. Lo abbiamo trasformato in un vino che, ad esempio, bene si adatta ad accompagnare il sushi, ma che viene anche richiesto da una clientela alto spendente nei migliori locali notturni del Giappone perché vissuto come un prodotto unico e ricco di glamour".

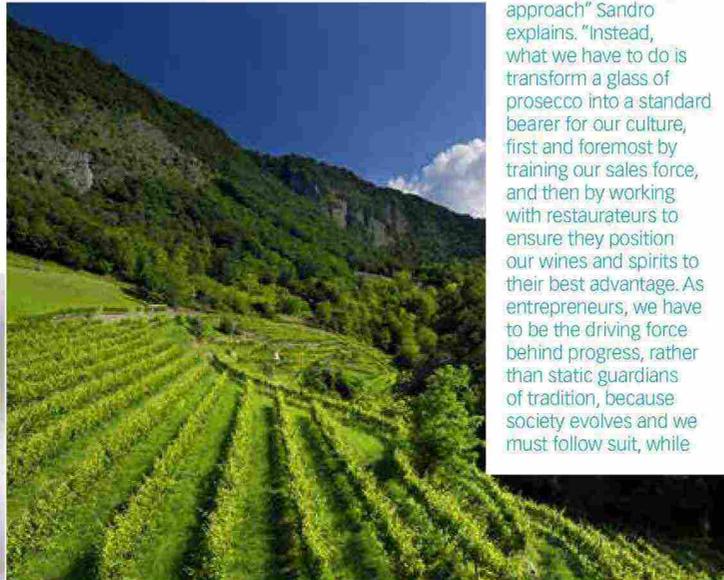
A diffondere il "verbo" anche l'avvio nel 2014 del progetto "Prosecco Bar", che oggi vede in giro per il mondo una trentina di locali in franchising, dove si beve veneto e si impara a conoscere l'enogastronomia italiana. "Se parti dal presupposto - spiega Sandro - che il consumatore ti debba bere perché hai un vino eccezionale sbagli approccio. Bisogna invece trasformare un calice di prosecco in una testimonianza della nostra cultura, educando in

Italian style.

"We have given prosecco, one of the international hallmarks of Italian products, a new identity. We have transformed it into a wine that may, for example, be well suited to accompany sushi, but which is also in demand by a high-spending clientele in the best Japanese nightclubs, because it is experienced as a uniquely glamorous product."

Another strand in the company's success was the launch in 2014 of the "Prosecco Bar" project, which now boasts roughly thirty franchised venues around the world; places where the wine is from the Veneto region and the food is Italian. "If you start from the assumption that consumers are going to drink your labels because you produce exceptional wines, you are taking the wrong approach" Sandro explains. "Instead, what we have to do is transform a glass of prosecco into a standard bearer for our culture, first and foremost by training our sales force, and then by working with restaurateurs to ensure they position our wines and spirits to their best advantage. As entrepreneurs, we have to be the driving force behind progress, rather than static guardians of tradition, because society evolves and we must follow suit, while

Verde
I vigneti di Vittorio Veneto
Green grow my grapes
Vineyards around Vittorio Veneto



Rosso
Valpolicella, Amarone, Ripasso. Nella bottaia c'è spazio solo per i grandi vini
Seeing red
Valpolicella, Amarone, Ripasso. Great wines only here please

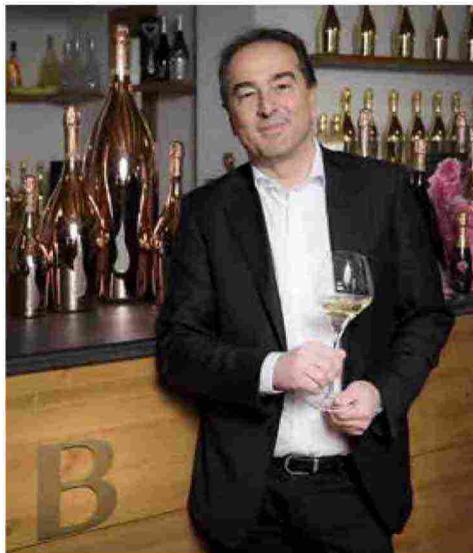
Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

028279

A tavola Food & wine

primis la forza vendita e collaborando con i ristoratori per far lor posizionare al meglio il frutto del nostro lavoro in cantina o distilleria. Come imprenditori abbiamo il compito di essere il volano dell'evoluzione, senza diventare immobili custodi della tradizione, perché la società si evolve e noi dobbiamo seguirne gli orientamenti, pur preservando al massimo la qualità del nostro lavoro e le vere tradizioni. La grappa che produciamo oggi è meno alcolica di quella di 40 anni fa e viene da un processo produttivo che abbiamo modificato grazie alla ricerca per renderla più vicina al gusto di chi la consuma". Tradimento delle origini? No, innovazione. Allo stesso modo in cui Sandro ha cambiato il vestito ai suoi vini e distillati, rendendoli ancor più unici. A tal punto che Bottega ha una soffieria di vetro poco distante dalla sede della società, dove le serie a tiratura limitata delle sue grappe, viene venduta in preziose bottiglie di vetro soffiate a mano dal maestro Mauro Chinellato e da suo figlio Alessandro. Oggetti d'arte esclusivi apprezzati anche da chi non beve grappa. Ma il colpo di genio sono le bottiglie metallizzate color oro che accolgono alcune linee di spumanti Bottega. L'intuizione viene a Sandro durante un pranzo in un ristorante francese, quando un raggio di sole colpisce una bottiglia di champagne e quasi la trasfigura. Per passare dall'idea al manufatto passano 5 anni, perché il processo produttivo per dar vita alle bottiglie color oro è terribilmente complesso e soprattutto è stato sviluppato interamente da Bottega. "L'effetto finale - commenta soddisfatto Sandro - è però unico e vedere una delle nostre bottiglie dorate ti predisponde naturalmente a far festa e a renderti esclusivo".

Per i mercati orientali ci sono anche bottiglie dotate di un dispositivo elettronico montato nel fondo che proietta raggi di luce, perfetti per creare effetti luminosi nel buio di un locale notturno. E che dire delle bottiglie nere coperte di strass? Geniali. "Sono prodotti per mercati particolari, che hanno però una marginalità notevole e ci permettono di far entrare il prosecco trevigiano là dove prima nessuno aveva pensato di posizionarlo". Se poi è anche molto buono, ancor meglio. Bel colpo signor Bottega. <



Idee chiare

Per Sandro Bottega compito dell'imprenditore è quello di essere volano dell'evoluzione

Vision

Sandro Bottega clearly sees business's mission as a driver of innovation

hand-blown by master Mauro Chinellato and his son Alessandro. Exclusive art objects much appreciated even by those whose tippie may not necessarily be grappa.

But the real stroke of genius was the metallic gold bottles some lines of Bottega sparkling wines are sold in. Sandro got the idea while having lunch in a French restaurant, when a ray of sunshine suddenly lit up a bottle of champagne on the table and virtually transformed it. From idea to production took a painstaking five years, because actually manufacturing gold bottles is a desperately complex procedure and was developed entirely in-house by Bottega. "But the final effect is a sight to behold and one of our gold bottles naturally just makes you want to party and gives you all the cachet of exclusivity" comments Sandro with satisfaction.

Bottega also goes the extra mile for the far eastern markets with bottles containing an electronic device mounted in the bottom that projects beams of light, perfect for creating lighting effects in the darkness of a nightclub. And then there are their black bottles studded in rhinestones. Brilliant. "Obviously these are products for particular markets, but they can be sold with a considerable mark up, meaning we can commercialise Treviso prosecco in places where nobody else had previously thought of placing it." And if the wine in the bottles is very good too, so much the better. Nice one, Mr. Bottega. <

Info

www.bottegaspa.com



still guaranteeing the quality of what we do and staying true to tradition. The grappa we produce today is less alcoholic than it was 40 years ago and comes from a production process we have modified through research to bring it closer to current consumer tastes." A betrayal of the original concept? No, innovation. Following this philosophy, Sandro has also changed the way his wines and spirits are presented, making them even more unique. Bottega now has a glassblower's works not far from the company headquarters, where limited-edition series of his grappa are sold in precious glass bottles

Carta dei vini

Oltre al prosecco i Bottega hanno acquisito negli anni altre tenute in giro per l'Italia per allargare l'offerta sempre all'insegna di una agricoltura realmente sostenibile

Beyond Prosecco

Over the years the Bottega family has bought estates in other parts of Italy to broaden their range of sustainably produced wines



Artigianalità

Soffiatura a mano per le bottiglie di alcune linee top di grappa Bottega

Handmade

individually blown bottles characterise some of Bottega's top grappa labels

