

m

24

FUORI CASA

TRADIZIONE E INNOVAZIONE: PARLA SANDRO BOTTEGA

SIMBOLO DEL MADE IN ITALY, L'AZIENDA VENETA NON SI FERMA MAI: DALLA GRAPPA AI LIQUORI DI FRUTTA, DAI GRANDI VINI AL PROSECCO, L'AD CI RACCONTA TUTTE LE 'INVENZIONI' CHE L'HANNO RESO FAMOSO

GIOVANNI FASSOLA



Sandro Bottega, Amministratore delegato di Bottega SpA

Quattrocento anni nel mondo del vino e della grappa (e non sentirli). Da Bibano di Godega, provincia di Treviso a una cinquantina di chilometri da Venezia, Bottega continua a crescere in oltre 100 Paesi in tutto il mondo (Polinesia francese e Kazakistan compresi), passando con *nonchalance* dalla grappa ai liquori di frutta, dai più grandi vini tricolori (Chianti, Brunello di Montalcino, Amarone, Ripasso e Valpolicella, solo per citarne alcuni) al Prosecco, per non parlare di una delle sue ultime invenzioni, gli 'spumanti glamour'. È la storia di Bottega, azienda familiare guidata dall'inizio degli anni Ottanta da Sandro, insieme ai fratelli Barbara e Stefano. "Con una crescita del 20% sull'anno precedente, e circa 200 dipendenti, Bottega ha chiuso il 2022 a 86 milioni di euro di fatturato", racconta a Mixer l'amministratore delegato e ispiratore, tra le altre cose, del progetto Prosecco Bar e di Bottega Gold, la bottiglia dorata di Prosecco DOC leader mondiale delle vendite nel settore travel retail.

■ TRA VIGNETI E SITI PRODUTTIVI, DA BIBANO SIETE ORMAI ARRIVATI ANCHE IN ALTRE REGIONI ITALIANE...

"I vigneti di nostra proprietà arrivano a circa 25 ettari complessivi, distribuiti tra Bibano di Godega (TV), Vittorio Veneto (TV), Col San Martino (TV), Valgatarà (VR), Montalcino (SI). Oltre alla sede principale di Bibano, possiamo contare sul centro logistico di Fontanafredda (PN), da dove vengono spediti in tutto il mondo i prodotti finiti. In questa grande struttura di oltre 12.000 mq è stata recentemente installata una distilleria di whisky e trova spazio la strumentazione per la distillazione continua delle grappe. A breve verrà infine aperto, in provincia di Pordenone, un nuovo liquorificio dedicato alla produzione di Limoncino e degli altri liquori a base frutta e a base crema, che sono un'asse portante dei prodotti della gamma Bottega".

■ CI DESCRIVE BREVEMENTE I VOSTRI PRODOTTI, CON UN PARTICOLARE RIGUARDO A QUELLI DESTINATI AL COMPARTO HORECA?

"Prosecco, Limoncino, grappa e gin sono i prodotti principali del nostro portfolio. Bottega Gold, il Prosecco Doc caratterizzato dall'ormai nota bottiglia con livrea dorata, è ormai diventato un'icona del gusto e in molti paesi è un simbolo del Made in Italy. Il Limoncino rappresenta per la no-





m

25

FUORI CASA

stra azienda un altro prodotto storico, che produciamo da oltre 30 anni con limoni di Sicilia. L'anno scorso abbiamo creato anche il **Limoncello di Sorrento** per offrire alla nostra clientela una variante nel segno della tradizione. **La grappa è il nostro distillato di punta, il prodotto su cui è stata costruita l'azienda** e che ne ha determinato la crescita. Produciamo una gamma ampia di grappe bianche, di monovitigno e barricate che accontentano i gusti di tutti i consumatori. Da oltre 5 anni abbiamo allargato la nostra gamma a **Gin Bacur**, che si caratterizza per botanicals di provenienza certificata: salvia (Veneto), ginepro (Toscana) e agrumi (Sicilia). Sul fronte dei consumi, Prosecco, gin e Limoncino continuano anche nel 2023 ad essere performanti in Italia e all'estero, mentre i consumi di grappa si mantengono stabili".

■ TRA LE TANTE VOSTRE IDEE INNOVATIVE, UN POSTO D'ONORE LO MERITA IL PROGETTO PROSECCO BAR

"Prosecco Bar è un concept ideato da **Bottega** con la finalità di esaltare le eccellenze del nostro paese e gratificare il palato del consumatore tipo. **Nello specifico viene riproposta la filosofia del bacaro veneziano**, ovvero di un'osteria informale, dove i cibi vengono presentati sia come 'cicheti', ovvero stuzzichini da consumare al bancone, sia come piatti più strutturati da servire ai tavoli. L'abbinamento con il Prosecco, privilegiato per la sua versatilità,

GIN BOTTEGA



LIMONCINO BOTTEGA



e con altri vini italiani chiude il cerchio e contribuisce a rendere ogni momento breve o lungo, trascorso in un bacaro, un'esperienza piacevole che arricchisce lo spirito e rinfranca l'animo. **Il format Prosecco Bar è stato lanciato nel 2014 a bordo della nave Cinderella del gruppo Viking, che opera sul Mar Baltico.** Nel corso degli anni è stato poi introdotto all'interno degli aeroporti internazionali di Roma Fiumicino, di Istanbul, di Dubai, di Venezia, di Londra Stansted, di Birmingham, di Bologna, di Milano Malpensa e dei due scali bulgari di Burgas e Varna, a Londra presso il BOKAN 38th & 39th Rooftop Bar, a Guernsey (Channel Islands) sulla terrazza dello Slaughterhouse, all'interno del Grand Hyatt Hotel di Muscat in Oman, negli ippodromi inglesi di Bath e Windsor e, con formula diversa, presso la stazione di Belluno. **In definitiva il Prosecco Bar è anche uno strumento per fare cultura enogastronomica**, per divulgare l'educazione al bere di qualità con i corretti abbinamenti, sempre nel segno del bere consapevole e della giusta moderazione".



Cantina Bibano

Distilleria di Whisky

■ QUALE È IL MODO MIGLIORE PER PRESENTARE E PROPORRE LA VOSTRA GAMMA? QUALI SONO I PLUS CHE PENSATE DI OFFRIRE?

"I nostri valori, ovvero **qualità, genuinità, design e sostenibilità**, stanno alla base della nostra proposta commerciale. A essi si affianca la grande vendibilità dei nostri prodotti. Abbiamo ordini acquisiti per i prossimi 6 mesi e siamo in grado di soddisfare solo il 70% delle richieste dei nostri prodotti".

■ SIETE UN'AZIENDA FORTEMENTE VOCATA ALL'ESTERO? SIETE AMBASCIATORI DEL MADE IN ITALY NEL MONDO. COSA VIENE APPREZZATO DI PIÙ DEI VOSTRI PRODOTTI?

"La nostra qualità è universalmente apprezzata. **Tra tutti i prodotti italiani disponibili sul mercato, i prodotti Bottega sono considerati tra i migliori per qualità.** Al di là dei valori sopra indicati, a cui ci atteniamo rigorosamente in ogni fase produttiva, dedichiamo grande attenzione anche al servizio che offriamo alla clientela. **Veicoliamo una formazione articolata**, in modo che il cliente possa trasferire al consumatore le linee guida per comprendere e identificare la migliore qualità dei prodotti".

■ UN TEMA DI ATTUALITÀ, CON L'IRLANDA CHE HA APPENA CONVERTITO IN LEGGE IL REGOLAMENTO CHE PREVEDE L'ETICHETTATURA DEGLI ALCOLICI, INCLUSO IL VINO, CON AVVERTENZE SANITARIE...

"Le etichette delle bottiglie di vino, caratterizzate da messaggi terroristici, **non rappresentano la soluzione, che passa invece attraverso una corretta educazione del consumatore.** Bottega da febbraio 2023 ha dato vita, per primo in Italia, a etichette apposte sulle bottiglie col marchio a forma di cuore in cui è scritto: **'Vi suggeriamo un consumo massimo giornaliero di due calici'**. Medici e politici, produttori e consumatori hanno spesso detto delle cose giustissime: l'alcol può fare male, ma se consumato in quantità moderata, è un male che il nostro corpo riesce a tollerare bene e che,

anzi, può avere anche effetti positivi sull'organismo; altri hanno detto delle sciocchezze senza basi scientifiche, compresa la dimensione del cervello. **In Bottega siamo sempre stati sensibili al concetto bere bene fa bene,** e addirittura già 30 anni fa distribuivamo un opuscolo nelle scuole per insegnare ai giovani cosa significasse bere bene, oppure distribuivamo i nostri cataloghi con il carattere Braille, anche per far presente che l'eccesso di alcol porta alla cecità, oppure ancora abbiamo dato supporto agli enti che si occupavano del reintegro degli alcolisti: **l'impegno sociale della nostra azienda non si è mai fermato,** l'educazione al bere è proprio il primo atto da fare prima ancora di iniziare a bere. **Ecco che abbiamo deciso di sintetizzare tutte queste cose, indicando in etichetta il consumo massimo suggerito di un alcolico,** quindi 2 bicchieri di vino al giorno. Non è un'imposizione, né un invito al consumo e, soprattutto, nemmeno un avvertimento terroristico come in Europa si è discusso, ma è **un modo per educare:** tutti dobbiamo fare la nostra parte cercando una reciproca comprensione che speriamo arrivi anche dalla politica, che molto spesso, prima di parlare, deve studiare la materia".

COME SONO CAMBIATI I GUSTI DEI CONSUMATORI PER PRODOTTI COME I VOSTRI?

"Il consumatore riconosce la qualità **Bottega** ovunque siamo distribuiti. **Di fatto non ci sono zone dove si registra un maggiore consumo,** in Italia abbiamo un buon equilibrio nelle diverse aree geografiche. **C'è una tendenza a bere leggero e al bere miscelato** che sono modalità più in linea con le moderne e prevalenti tendenze. **Non dimentichiamo però il consumo tradizionale** perché un buon vino, un buon Prosecco, un buon vermouth o una buona grappa, possono essere soprattutto apprezzati in purezza".

■ BIODIVERSITÀ E SOSTENIBILITÀ. COME DECLINATE QUESTE NUOVE PAROLE D'ORDINE ALL'INTERNO DELLA VOSTRA AZIENDA?

"La nostra cultura aziendale è da sempre proiettata verso il rispetto dell'ambiente e la genuinità dei prodotti. **Condividiamo la posizione dell'Organizzazione delle Nazio-**

ni Unite che ha indicato 17 principi di sviluppo sostenibile da attuare entro il 2030. L'azienda nel corso degli anni, attraverso investimenti, impegno ed iniziative diverse, ha conseguito risultati concreti. Abbiamo progressivamente sviluppato l'uso di fonti alternative, tra cui il fotovoltaico che copre il fabbisogno di energia in tutte le ore di luce. Ecco poi di seguito un elenco di scelte aziendali in linea con la **sostenibilità ambientale**: vigneti biologici, geotermia per la climatizzazione, impianti moderni a basso consumo e con recupero dell'energia termica, utilizzo di vetro per il 50% almeno riciclato, utilizzo di carta e cartone proveniente da FSC, recupero del polietilene, recupero della carta siliconata, riciclo di tutta l'acqua degli impianti di distillazione, sistemi biologici di depurazione delle ac-

que, impiego di sole vernici ad acqua senza uso di solventi per le nostre bottiglie metallizzate, adozione della tecnica del sovescio nei nostri vigneti per aumentare la biodiversità, apicoltura nei vigneti, riutilizzo di plastica recuperata dagli oceani per le nostre etichette, utilizzo delle vinacce per la produzione di biogas".



BOTTEGA IN PILLOLE

- Azienda familiare guidata dall'inizio degli anni Ottanta da Sandro, insieme ai fratelli Barbara e Stefano
- Con una crescita del 20% sull'anno precedente, e circa 200 dipendenti, Bottega ha chiuso il 2022 a 86 milioni di euro di fatturato
- Oltre alla sede principale di Bibano di Godega (TV), il centro logistico di Fontanafredda (PN) è la base per

- spedire in tutto il mondo i prodotti finiti. In questa struttura di oltre 12.000 mq è stata recentemente installata una distilleria di whisky, insieme alla strumentazione per la distillazione continua delle grappe.
- A breve verrà aperto, in provincia di Pordenone, un nuovo liquorificio dedicato alla produzione di Limoncino e degli altri liquori a base frutta e a base crema.