



IL TITOLARE DELLA CANTINA DI BIBANO DI GODEGA DI SANT'URBANO

«Siamo grandi grazie all'export»

Sandro Bottega non è preoccupato dai possibili dazi americani: «Slogan da campagna elettorale»

GIORGIO BARBIERI

«**L**e esportazioni rappresentano il 90% del nostro fatturato. L'internazionalizzazione, che abbiamo avviato nel 1987, per noi è infatti un aspetto fondamentale. Siamo ben presenti in Nord America, in Germania e in molti mercati asiatici che sono in forte crescita. Di fronte alle problematiche di questi anni guardare all'estero è stato molto importante». Parola di Sandro Bottega, titolare dell'omonima cantina di Bibano di Godega di Sant'Urbano fondata nel 1635, che fa il punto sullo stato di salute di un settore che, come molti altri, è esposto alle turbolenze geopolitiche. Turbolenze che però non hanno impedito alla cantina trevigiana di raggiungere risultati estremamente lusinghieri: Bottega prevede infatti di chiudere il 2024 a 96 milioni di ricavi, con un +7% rispetto al 2023.

«È ovvio che come imprenditore sono preoccupato da questo clima di continua incertezza», aggiunge Bottega, «tuttavia mi sento invece tranquillo per quanto riguarda la questione dei dazi che potreb-

bero essere introdotti dalla nuova amministrazione americana. Un conto è un annuncio in campagna elettorale per cercare di raccogliere più voti possibili, un conto poi è introdurli davvero. Vedremo». Le parole spesso utilizzate dal nuovo presidente Donald Trump riflettono una tendenza generale dei Paesi a incentivare il consumo di vini locali. «Nel nostro settore infatti la globalizzazione sta facendo sempre più spazio alle diverse nazionalizzazioni», aggiunge Bottega, «tuttavia ci sono Paesi in forte espansione come l'India che iniziano ad avere un'ampia classe di consumatori di vini di qualità».

Come in Canada dove, spiega Bottega, si deve essere presenti nel mercato con un alto livello qualitativo. «Sono culturalmente più vicini all'Europa», aggiunge l'imprenditore trevigiano, «al contrario degli statunitensi che sono posizionati a livelli più bassi. Gli Stati Uniti sono infatti un Paese difficile, dove la filiera molto lunga fa crescere molto il prezzo di una bottiglia: quella che in Italia avrebbe un prezzo in una fascia tra i 6 e gli 8 euro, negli Stati Uniti si aggirerebbe sui 12 dollari». Un aumen-

to che adesso potrebbe essere ulteriormente influenzato dai dazi annunciati da Trump. «Vedremo», sostiene Bottega, «un conto sono le promesse da campagna elettorale, un conto sono i fatti».

È ovvio che le tensioni internazionali, a partire dalla guerra in Ucraina per arrivare a quella in Medio Oriente, hanno ripercussioni anche nel settore enogastronomico. L'Ucraina era un mercato dove prima dell'invasione della Russia Bottega esportava 150 mila bottiglie all'anno, ora sono ovviamente molte meno. La guerra in Medio Oriente poi sta avendo ripercussioni sui principali marchi del settore come il Prosecco, ma non solo. «Sicuramente l'impatto è negativo e comporta criticità nelle nostre esportazioni verso Israele ma non solo», sottolinea, «nei Paesi del Golfo siamo presenti da trent'anni e sperimentiamo una crescita di circa il 10% all'anno. Ovviamente non si parla ancora di cifre esorbitanti, ma è evidente che sono mercati in espansione. Va tenuto però conto che il consumo pro capite di bevande alcoliche, per ovvi motivi religiosi, è basso e non ha paragoni con il nostro».

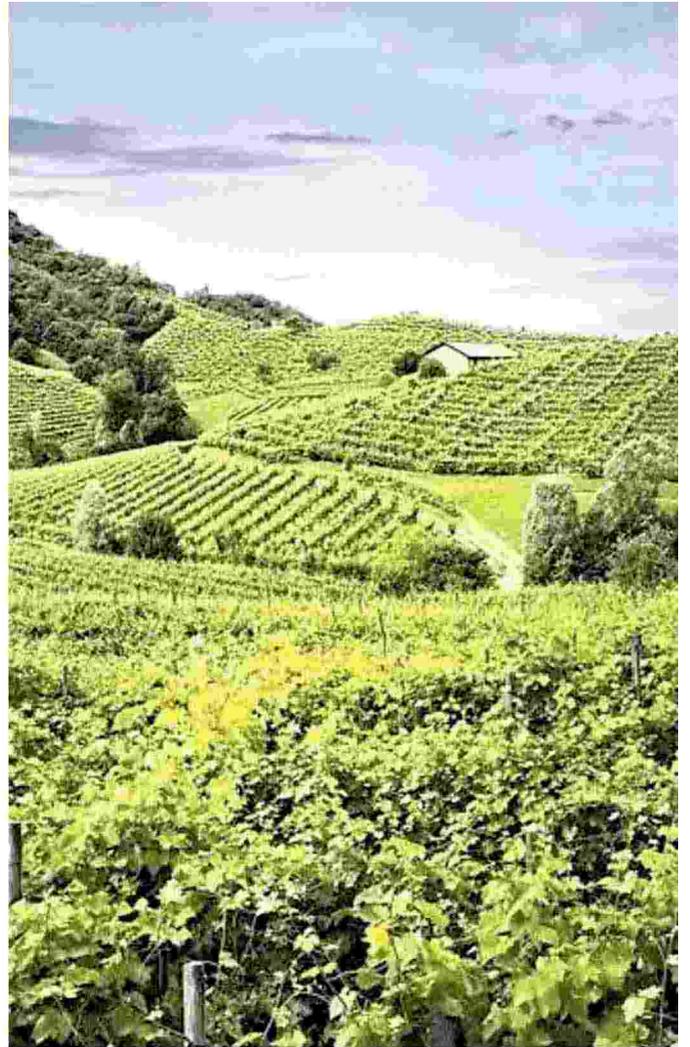
E a dieci anni dal debutto a

bordo della nave da crociera Cinderella del gruppo Viking, il Prosecco Bar è diventato il fenomeno internazionale. Da quel primo locale, Bottega ne ha infatti aperti altri 35 in varie zone del mondo per un giro d'affari di 37 milioni di euro che si aggiungono ai ricavi dell'azienda agricola, ancora una volta in crescita. I Prosecco Bar sono rivisitazioni in chiave moderna delle antiche osterie veneziane, locali - presenti per lo più all'interno dei grandi aeroporti - dove bere un buon bicchiere di vino e consumare un "cicchetto". «La nostra», spiega l'imprenditore, «è una sfida internazionale che ci aiuta ad essere maggiormente presenti in ogni angolo del mondo. Ora, sempre all'interno dei maggiori aeroporti, apriremo un Prosecco Bar a Madrid, dove andremo a misurarci in una terra dove lo spumante spagnolo è molto considerato. Sbarcheremo lì con i nostri vini e, soprattutto, con il Bottega Gold, il nostro Prosecco di eccellenza. Andremo quindi a Nizza che, grazie alla vicinanza con Montecarlo, vanta i clienti più spendenti, e ancora a Basilea, centro finanziario di estrema importanza». —

© RIPRODUZIONE RISERVATA



In alto Sandro Bottega, sopra l'imbottigliamento del Prosecco Gold



Le colline del Prosecco tra Conegliano e Valdobbiadene

«Ci sono Paesi in forte espansione come l'India che iniziano ad avere un'ampia classe di consumatori di vini di qualità»

«Nei Paesi arabi del Golfo siamo presenti da trent'anni e sperimentiamo una crescita di circa il 10% all'anno»



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

028279