



VALDO SPUMANTI srl  
Via Foro Boario 20 - 31049 Valdobbiadene (TV) Italia  
t. +39 0423 9090 r.a. f. +39 0423 975750  
www.valdo.com - info@valdo.com

**VALDO**  
SPUMANTI DAL 1926

### Comunicato stampa

## **VALDO, "OPERAZIONE BOLLICINE" ON AIR SU RMC**

*Al via dal 10 dicembre la frizzante campagna radio firmata dall'azienda di Valdobbiadene leader nella produzione di Prosecco. In programma su Radio Monte Carlo due settimane di flight per un totale di 84 passaggi radiofonici da 30" e 20 appuntamenti speciali con interventi in diretta dei dj all'interno delle trasmissioni "Teo in Tempo Reale" e "Anteprima News".*

**Valdobbiadene, 7 dicembre 2012** – Il coinvolgente stappo di una bottiglia di Prosecco, il frizzante brio del *perlage* che si versa nei flûte, il festoso tintinnio di un brindisi: suoni inconfondibili che non hanno bisogno di immagini per essere raccontati, tanto da essere protagonisti di **spot firmati Valdo su Radio Monte Carlo**.

**Valdo**, azienda leader in Italia nella produzione di Prosecco e Charmat Secco con un fatturato 2011 di **38,1 milioni di euro (+7% sull'anno precedente)** e **9,1 milioni di bottiglie vendute**, sceglie quindi il pubblico radiofonico per aumentare la propria brand awareness attraverso un **canale in linea con il core target di riferimento**.

Sono **1.270.000 gli ascoltatori**, in maggioranza dai 35 ai 54 anni, di **Radio Monte Carlo** dove **dal lunedì al venerdì il Prosecco Valdo** sarà **testimone** di divertenti momenti in compagnia di Max Venegoni e Monica Sala, alle **11.13**, all'interno della trasmissione con Teo Teocoli **"Teo in Tempo Reale"**, e di Massimo Valli, alle **19.13**, in **"Anteprima News"**. Di volta in volta i conduttori interpreteranno in modo spontaneo e naturale un pretesto per brindare in studio attraverso **veloci e frizzanti scambi di battute che ben esprimono la grande versatilità delle bollicine, ideali non solo nei momenti di festa, ma in ogni occasione di consumo**.

Da tempo, infatti, come ha dichiarato **Giovanni Negri, Trade Marketing Manager Valdo**, *"L'azienda sta lavorando ad un percorso finalizzato alla riscoperta del Prosecco come vino da destagionalizzare. Per questo – ha proseguito – abbiamo voluto che le veloci gag dei dj raccontassero al pubblico brindisi legati a situazioni vicine al quotidiano: dal weekend in montagna con gli amici alla bella giornata di sole."* A fare da sfondo, una serie di concetti fortemente legati alla comunicazione Valdo come allegria, brio, stile, freschezza, tendenza, condivisione.

**Gli appuntamenti con i dj** saranno sempre **seguiti da un mini spot di 20" dedicato a Valdo che, come le altre promo-tabellari da 30"** in diversi momenti della giornata **dal lunedì alla domenica, esalteranno qualità ed esclusività del Prosecco, sottolineando in particolare gli aspetti legati alla tradizione e al territorio**. Un coinvolgente **racconto espresso "in chiave sonora" grazie all'utilizzo di metafore e sinestesie attinenti il mondo della musica**: figure come "sinfonia di bollicine", "orchestra di sapori", "note di profumi", "melodia di Valdo", contribuiscono infatti a creare un testo evocativo che caratterizza il brand in maniera distintiva aderendo perfettamente allo strumento radiofonico grazie ad un linguaggio che dà vita a sensazioni suggestive.

### **Corporate Background Valdo Spumanti**

*Valdo Spumanti nasce nel 1926 ed è oggi leader in Italia per la produzione di Prosecco e Charmat Secco. L'azienda, con headquarter a Valdobbiadene, vanta un organico di 50 dipendenti, una superficie industriale di 20 mila metri quadrati, 2 punti produttivi per vinificazione, imbottigliamento e logistica e una superficie controllata di vigneti "Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg" di 155 ettari. Sono 9,1 milioni le bottiglie vendute nel 2011 e il fatturato ha registrato un incremento del +7% con 38,1 milioni di euro, realizzato per il 38% all'estero.*