

CHIUSO IL 2014 CON 51 MILIONI DI FATTURATO,  
+14% SUL 2013 E CON UNA CRESCITA DEL 39% SUI MERCATI INTERNAZIONALI.  
IN ITALIA L'AZIENDA DI VALDOBBIADENE CHIUDE L'ANNO CON UN +9%. BOOM IN INGHILTERRA, +121%

**CRESCITA IN DOPPIA CIFRA PER GLI SPUMANTI VALDO,  
SUCCESSO IN ITALIA E NEL MONDO**

il Presidente Pierluigi Bolla: «Il Prosecco rappresenta il trionfo dell'Italian lifestyle nel mondo.  
E' il simbolo di questa nuova attitudine del gusto, destinata a chi ama godere il meglio della vita»

Oltre 51 milioni di fatturato e un incremento del 14%. Il 2014 è stata un'annata con il botto per gli spumanti Valdo che hanno superato addirittura il 2013, quando venne raggiunto un grande risultato con la crescita del fatturato del 10% rispetto all'anno precedente. Nel 2014 sono state vendute nel mondo 15 milioni di bottiglie, +24% rispetto al 2013 con un interessante +9% sul mercato nazionale e un +39% registrato nelle vendite sviluppate all'estero. Da sottolineare il caso Inghilterra dove c'è un raddoppio del fatturato, +121% rispetto all'anno precedente ma sono andati bene anche i paesi di lingua tedesca, +6% e il mercato USA con + 9%.

Valdo, azienda fondata nel 1926 a Valdobbiadene (TV) che produce circa il 10% del Prosecco DOCG italiano consacra anche nel 2014 sia in Italia sia nel mondo la bontà di una strategia concentrata sulla qualità e sul valore della marca. Per il Presidente Pierluigi Bolla: «Il Prosecco rappresenta il trionfo dell'Italian lifestyle nel mondo. E' il simbolo di questa nuova attitudine del gusto, destinata a chi ama godere il meglio della vita». «Un successo – continua Bolla – dovuto al gradimento dei consumatori di tutto il mondo per le sue caratteristiche distintive. Ora dobbiamo però essere in grado di preservare questo patrimonio evitando di rincorrere volumi distruggendo il valore che tutti insieme siamo riusciti a costruire ed evitando banalizzazioni e svilimenti del prodotto attraverso errati posizionamenti di prezzo che perseguirebbero il solo ed unico obiettivo del volume ma con scarsa lungimiranza sul valore dell'intera filiera produttiva e distributiva»

Valdo è un punto di riferimento per la distribuzione moderna dove Marca Oro, Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG Extra Dry resta un punto di riferimento per il mercato e i consumatori. Una referenza, best-seller, il Principe del Prosecco, che detiene una quota a volume dell'13,1% sul totale di vendita del Prosecco a dimostrazione che è crescente da parte della grande distribuzione la richiesta di prodotti DOCG di qualità. L'azienda veneta esporta in 40 Paesi nel mondo. La Germania è il mercato di riferimento, in crescita sono i numeri anche in Gran Bretagna, Usa, Norvegia, Austria, Svizzera, Irlanda, mentre in Russia i recenti eventi economico finanziari hanno rallentato la crescita.

«I risultati di questi ultimi anni – conclude Bolla – oltre a ad essere motivo di grande orgoglio in quanto testimoniano la qualità che i consumatori in tutto il mondo ci riconoscono, conferma la bontà delle scelte fatte quasi tre anni fa con una decisa ristrutturazione di tutta l'organizzazione commerciale e l'apertura di presidi esteri locali per poter seguire direttamente le strategie di crescita distributiva nei Paesi chiave, così come l'inserimento di nuove leve e giovani ragazzi anche provenienti da diversi settori merceologici che attraverso il pensiero laterale stimolano il dibattito e la ricerca di soluzioni a volte nascoste»

**Valdo nasce nel 1926 a Valdobbiadene**, in un'area geografica, a nord di Treviso, nota per la sua vocazione vinicola straordinariamente unica dove vengono coltivate le uve del Prosecco Superiore DOCG.

Il marchio è leader di mercato in Italia per la produzione di Prosecco e Charmat, controlla una superficie di 155 ettari di vigneti e vanta un export di oltre il 50% del suo fatturato.

Ecco perché oggi Valdo rappresenta un'eccellenza italiana che ha fortemente contribuito al successo del Prosecco, sempre più apprezzato dal pubblico, espressione del made in Italy e del gusto italiano nel mondo.