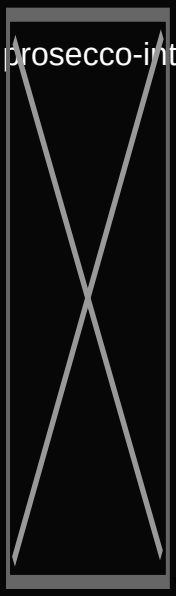
Prosecco Valdo: fatturato 2013 a 45 mln di euro, in crescita del 15%

prosecco-interno-d4dea001



Valdo, azienda di Valdobbiadene ha chiuso il 2013 registrando un fatturato di 45 milioni di euro, in crescita del 15% rispetto all'anno precedente con una produzione che ha superato gli 11 milioni di bottiglie delle quali 6,5 milioni Docg. Il successo dell'azienda trevigiana che produce oltre l'8% del Prosecco Docg italiano, è consolidato sia all'estero, sia sul mercato domestico. Sui mercati internazionali si concentra il 45% delle vendite, dove la crescita è stata del 20% per arrivare ad un giro di affari di 20 milioni di euro. In Italia, nonostante la crisi dei consumi e il deterioramento del potere d'acquisto delle famiglie italiane, il 2013 ha fatto segnare un +5% di fatturato, salito ai 25 milioni di euro. La crescita di Valdo sui mercati ha fatto registrare un aumento del 17% a volume in Italia e del 23%, sempre a volume, nelle esportazioni. Ecco perché, numeri alla mano, Pierluigi Bolla, presidente di Valdo tiene a sottolineare come «il Prosecco oggi è il riferimento delle bollicine Made in Italy nel mondo. Un successo - continua Bolla - dovuto al gradimento dei consumatori di tutto il mondo per le sue caratteristiche distintive. In particolare, il Prosecco è diventato uno stile di vita, per questo destinato a perdurare a lungo nel tempo. Bere o pasteggiare con le nostre bollicine è condividere il cambiamento delle abitudini di consumo della società e all'estero: gustare l'Italian lifestyle. Il Prosecco

ha un ottimo successo, ma adesso occorre mantenere la giusta rotta. C'è bisogno di maggiore coordinamento tra produttori, distributori e istituzioni al fine di stroncare, a livello internazionale, i tentativi di concorrenza sleale e, a livello domestico, utilizzare politiche di prodotto che valorizzino la qualità distintiva stessa del Prosecco e il valore aggiunto della sua immagine unica. Inoltre, è importante far evolvere la tradizione attraverso la proposta di nuovi prodotti, nuove etichette che esaltino la qualità, come la linea Prestigio di Valdo, che è cresciuta nel 2013 del 5% superando le 600mila bottiglie, in Italia, destinate ai consumatori dei ristoranti, dei wine bar, delle enoteche, dove Valdo si fa apprezzare anche per la sua ricerca e per la sua capacità di innovazione del prodotto».

L'azienda veneta esporta in 40 Paesi, sia europei sia extraeuropei. La Germania è il mercato di riferimento, in crescita sono i numeri anche in Gran Bretagna, Usa, Russia, Svizzera, Irlanda, Romania, Canada e Austria. «I numeri del mercato - conclude Bolla - premiano la grande attenzione alla qualità che dedichiamo al prodotto e all'efficienza produttiva oltre al presidio commerciale della nostra azienda che esprime una grande vivacità. Numeri che dimostrano che abbiamo saputo lavorare in termini di qualità e nel rispetto della tradizione oltre che con scelta di persone che sanno costruire un giusto ambiente di lavoro necessario per una corretta esecuzione dei piani strategici definiti dall'azienda. Il Prosecco è la vera eredità del nostro territorio, una delle preziose espressioni del Made in Italy e di una cultura italiana del gusto che dobbiamo valorizzare il più possibile nel mondo: raccontandola per diffondere i suoi valori e proteggendola».