Valdo, il Prosecco fa volare il fatturato 2014 a +14%

valdo-prestigio-856bd1cb

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 grazie a una crescita del fatturato pari al 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 dell'Inghilterra dove si è registrato un raddoppio del fatturato, +121% rispetto all'anno precedente; ma buoni risultati hanno fatto segnare anche i Paesi di lingua tedesca (+6%) e il mercato Usa (+ 9%).

Fondata nel 1926 a Valdobbiadene (Tv) e oggi protagonista del mercato del Prosecco DOCG italiano con circa il 10% della produzione, Valdo consacra così 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 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, ma in crescita sono i numeri anche in Gran Bretagna, Usa, Norvegia, Austria,

Svizzera, Irlanda, mentre in Russia i recenti eventi economico finanziari hanno rallentato lo sviluppo. «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, confermano la bontà delle scelte fatte nel 2012 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, espressione del made in Italy e del gusto italiano nel mondo.