



Acqua Dolomia e TurismoFVG insieme per il territorio

Dalla primavera 2014 Acqua Dolomia sarà un prodotto firmato Friuli Venezia Giulia

Pordenone, 18 dicembre 2013 – Acqua Dolomia e l'Agenzia TurismoFVG presentano ufficialmente la loro partnership che suggella l'autentico legame tra l'azienda e il territorio regionale. L'accordo si concretizza con la presenza del logo del Friuli Venezia Giulia sull'etichetta della linea Pet Classic, accanto all'aquila simbolo del Parco naturale delle Dolomiti Friulane, e prenderà il via a partire dalla primavera 2014.

“Il logo 'Friuli Venezia Giulia LIVE' è il brand dei prodotti di eccellenza della nostra regione e di questo marchio possono fregiarsi tutte le aziende che ne hanno le caratteristiche. È quindi con grande piacere che accolgo Dolomia in questo progetto di co-marketing - afferma il vicepresidente della Giunta regionale Sergio Bolzonello. Questo logo è il logo del nostro territorio: semplice, pulito, immediato. Nella sua essenzialità corrisponde con il modo di essere degli abitanti del Friuli Venezia Giulia: autentici e determinati”.

Grazie all'accordo con TurismoFVG, ogni bottiglia d'acqua, in questa fase iniziale della linea Pet Classic, diventa strumento di marketing territoriale e di promozione del territorio anche al di fuori dai confini regionali. Attualmente, Dolomia è distribuita in modo capillare in Friuli Venezia Giulia, parte del Triveneto ed è presente anche in Emilia Romagna. Da maggio 2013, l'azienda di Cimolais ha chiuso importanti accordi per la distribuzione del prodotto nelle maggiori catene della GDO della Toscana, nord Lazio e Umbria.

“Crediamo molto in questa terra e con questo accordo confermiamo la nostra volontà di promozione del territorio che ci ospita - specifica Gilberto Zaina, amministratore delegato di Sorgente Valcimoliana srl, che imbottiglia e commercializza l'acqua oligominerale Dolomia. – Non a caso, oggi annunciamo anche con orgoglio che nel 2014 sarà il fornitore ufficiale e partner dei due più importanti eventi che si svolgeranno nella Regione Friuli Venezia Giulia: l'Adunata nazione degli Alpini a Pordenone dal 9 all'11 maggio 2014 e le ultime due tappe, in programma in Friuli Venezia Giulia, del Giro d'Italia il 31 maggio ed il 1° giugno 2014”.

Negli ultimi anni Acqua Dolomia ha realizzato un'importante riorganizzazione del proprio settore commerciale estero, definendo la propria presenza in alcuni dei più importanti mercati mondiali, tra cui quello tedesco, della penisola arabica, russo, cinese e giapponese, nei quali esporta tramite specifici accordi con significative previsioni di incremento nei prossimi anni.

Ufficio stampa Agenzia TurismoFVG
T. + 39 0431 387111, ufficiostampa@turismo.fvg.it

Ufficio stampa Acqua Dolomia – Sorgente Valcimoliana srl - Valeria Bacco
T. +39 049 877 44 03, account2.ne@adnkronos.com

“Un'altra grande realtà aziendale del Friuli Venezia Giulia che si promuove utilizzando il trademark FVG LIVE, un altro passo in avanti per una visibilità sempre più capillare in Italia e nel mondo – dichiara il direttore generale di TurismoFVG Edi Sommariva – grazie all'identificazione del luogo d'origine con la genuinità delle montagne regionali, in questo caso Patrimonio Unesco, e quindi del prodotto stesso”.

Sorgente Valcimoliana è l'unica azienda italiana che imbottiglia l'acqua che sgorga all'interno del Parco Naturale delle Dolomiti Friulane, Patrimonio Naturale dell'Umanità per l'Unesco. Dolomia si contraddistingue per essere a livello europeo una tra le più leggere e basiche acque oligominerali, grazie a un residuo fisso pari al 108 mg/l e a un PH pari ad 8,2, oltre che per la bassissima e pressoché inesistente presenza di sodio, pari a 0.16 mg/l. Si tratta, infatti, di un'acqua minerale che può essere utilizzata per la preparazione degli alimenti dei lattanti, come stabilito dal Ministero della Salute.

Con sede a Cimolais in provincia di Pordenone, l'azienda è protagonista nel mercato delle acque minerali con tre linee di prodotto a marchio Dolomia: Pet Classic, destinata alla grande distribuzione, Pet Elegant, per la ristorazione di fascia media e Vetro Exclusive, destinata al canale Ho.re.ca. di fascia alta.

Nel 2012 ha conseguito ricavi per 5,5 milioni di euro e prodotto oltre 40 milioni di bottiglie, con un incremento superiore al 50% nell'ultimo triennio.