DONNAFUGATA

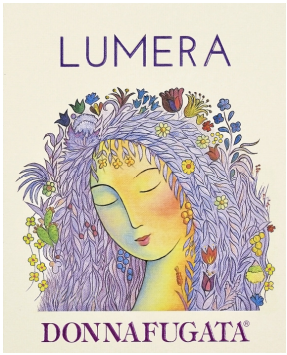
PRESSEMITTEILUNG

Donnafugata und der Markt

Die maßgeschneiderte Produktion bewährt sich auf den Märkten, verzeichnet ein Wachstum in Italien und bleibt im Ausland stabil mit guten Leistungen in Deutschland, in den USA und Kanada. Die Top-Weine führen den Umsatzanstieg im Gaststättengewerbe an.

Das Jahr 2015 wurde mit einem **Umsatzanstieg von 8%** abgeschlossen und **auch das Jahr 2016** ist für Donnafugata durchaus **positiv.** Der Verlauf der ersten Monate entspricht fast dem vorherigen Jahr und wird von Eigenschaften geprägt, die für ein Unternehmen, das auf Qualität abzielt und die Exzellenz der *Made in Italy* repräsentieren will, bedeutend sind.

Die Daten, über die sich das sizilianische Unternehmen am meisten freut, betreffen den Anstieg der Verkäufe 2015 durch die **Erhöhung des Durchschnittspreises pro Flasche**: Der Kenner von Donnafugata wählt – im Restaurant und in der Weinhandlung – vor allem die Top- Weine der Palette, die heute in vier neue "Kollektionen" unterteilt sind.



Diese Entwicklung wird von den zwei Vorzeigeweinen **Ben Ryé und Mille e Una Notte** unterstützt**,** deren historische Jahrgänge – die seit kurzem auf dem Markt in entsprechenden Verpackungen verfügbar sind – den Gewinn verbessern. Dieser Trend – vor allem in Italien – betrifft auch andere Weine wie den **Tancredi und Chiarandà** der Kollektion "Mediterrane Eleganz", insbesondere in den Weinhandlungen. Mit der Kollektion „Vielseitiger Charakter" haben auch der **Lighea und Angheli** sowohl im Gaststättengewerbe als auch im Takeaway-Bereich ein Wachstum verzeichnet. Was die frischen und fruchtigen Weine betrifft, verzeichnet der **Lumera** – der Roséwein von Donnafugata – den größten Anstieg, vor allem aufgrund des Konsums in den Weinbars.

"Dank der Interaktion mit Tausenden Experten und Weinliebhabern - erklärt **José Rallo**, in der Leitung von Donnafugata zusammen mit dem Bruder Antonio -, haben wir uns eine Vorstellung davon gemacht, warum unsere Weine so beliebt sind. Wir produzieren im Zeichen des Umweltschutzes (wir benutzen keine chemischen Dünger und Unkrautvernichtungsmittel) eine **Palette an vielseitigen und kohärenten Weinen,** die ein innovatives Sizilien repräsentieren und aus diesem Grund werden alle, die diese Weine wählen, ein Produkt von **hoher Qualität, Nachhaltigkeit und Denkwürdigkeit** genießen. Die Verbraucher werden auch von der Schönheit der Etiketten, von der Zuverlässigkeit der Marke und der Leidenschaft, die uns von der Konkurrenz unterscheidet, erobert. Eine große Verantwortung, die uns jeden Tag verpflichtet, immer das Beste zu geben."

Diese Wertschätzung ist auch auf den am besten entwickelten Märkten zu spüren, die daran gewöhnt sind, den önologischen Wert und die Identität hochwertiger Produktionen zu beurteilen; das sizilianische Unternehmen exportiert in mehr als 60 Länder; **Deutschland, USA und Kanada** sind die Länder, die im Jahr 2015 **ein beachtliches Wachstum** verzeichnet haben. „Auf diesen Märkten - kommentiert **Antonio Rallo** Wine-Maker des Familienbetriebs – wird Donnafugata weiterhin konkurrenzfähig sein und an Wert mit einem beachtlichen Niveau unserer Durchschnittspreise zunehmen; eine Anerkennung für unsere **maßgeschneiderte Produktion,** die im Laufe der Zeit die Qualität Donnafugata erhöht hat und Weine produziert, die alle, die sie probieren, überzeugen und erfreuen."

Donnafugata – Historische Kellereien und Büros: Via S. Lipari 18 - 91025 Marsala (TP)
Tel. 0923 724 200 Fax 0923 722 042 www.donnafugata.it info@donnafugata.it

DONNAFUGATA

Marsala, 16. April 2016

Pressebüro	Nando Calaciura calaciura@granviasc.it Mobil. 338 3229837
Public Relations	Baldo M. Palermo baldo.palermo@donnafugata.it Tel. 0923 724226