Scritto da redazione
Lunedì 11 Maggio 2015 13:19



L'azienda vitivinicola della provincia di Modena ha presentato insieme alle atlete il nuovo rosato dedicato alla società di pallavolo femminile L•J VOLLEY

Modena– Si chiama "Sanrosè L•J VOLLEY" ed è la nuova etichetta dell'azienda vitivinicola TerraQuilia di Guiglia (MO), una edizione limitata pensata in collaborazione con L•J VOLLEY. La novità è stata presentata la scorsa settimana in Cantina insieme alle atlete della squadra di pallavolo femminile di serie A1 della LIU•JO MODENA.

Un vino autentico e naturale, in linea con la filosofia produttiva dell'azienda, ma soprattutto rosato. Un colore che omaggia la squadra femminile della LIU•JO MODENA di cui TerraQuilia è sponsor di maglia da oltre un anno. Il "Sanrosè L•J VOLLEY" andrà dunque ad arricchire il catalogo di etichette di questa giovane ma importante realtà enologica dell'Appennino modenese, che comprende attualmente tre tipologie di prodotti: vini fermi da meditazione e barricati; vini a rifermentazione naturale in bottiglia con sedimento; frizzanti e spumanti a Metodo Ancestrale.

"Il nostro vino naturale e lo sport sono sinonimo di salute – ha spiegato Romano Mattioli, titolare di TerraQuilia, nel corso della conferenza stampa – ecco perché abbiamo pensato di esaltare questo binomio con una nuova etichetta di rosè in omaggio alla LIU•JO MODENA, una squadra femminile e di successo".

Carmelo Borruto, General Manager della L•J VOLLEY, ha espresso la propria soddisfazione per la partnership con TerraQuilia: "Siamo contenti di poter essere qui a Guiglia ospiti presso la cantina TerraQuilia, una azienda che all'inizio di quest'anno ha deciso di investire nel nostro club come sponsor di maglia e ci accompagnerà anche per la prossima stagione. Con Club non intendo le sole attività prettamente legate alle attività sportive: Romano Mattioli, infatti, è riuscito a cogliere e sfruttare appieno le opportunità di business che una realtà sportiva di eccellenza

come la nostra può offrire, supportata da una struttura marketing orientata alla creazione di sinergie con le aziende che investono nel nostro progetto. I nostri rapporti con gli sponsor – ha proseguito Borruto – vanno oltre la classica visibilità sportiva, sono rapporti di partnership che comprendono attività non convenzionali come, in questo caso, la realizzazione di un prodotto in co-branding e TerraQuilia non è stato l'unico fra i nostri partner a sposare questa nostra filosofia. Vogliamo che le aziende ci vedano come strumento di business e comunicazione efficace".
Il "Sanrosè L•J VOLLEY" è un vino esclusivo, ottenuto selezionando le uve da un vigneto posto a 450 metri sul livello del mare, su un terreno misto di argilla e sasso arenario nelle vicinanze del Parco Regionale dei Sassi di Roccamalatina. Espressione di una filosofia produttiva che ha radici antiche, il "Sanrosè L•J VOLLEY" – così come tutte le proposte dell'azienda – interpreta la tradizione tramandata dai contadini del secolo scorso: ecco perché la sua vinificazione avviene con il Metodo Ancestrale, un sistema di origini antiche che grazie all'utilizzo di tini a temperatura controllata permette di rallentare e infine bloccare la fermentazione, conservando un contenuto di zuccheri sufficiente a garantire la ripresa della stessa dopo l'imbottigliamento, senza ulteriori aggiunte di zuccheri e lieviti.
Alla conferenza stampa sono intervenuti anche Monica Amici, sindaco di Guiglia, Enzo Garagnani, sommelier esperto di vini del territorio modenese che ha ripercorso la storia della Cantina e illustrato le caratteristiche del Metodo Ancestrale ed il sommelier AIS Mirco Bellucci, che per l'occasione ha aperto la nuova etichetta con una spettacolare sciabolata.

Redazione