

il Resto del Carlino

RIMINI

SANGIOVESE: LA NUOVA MANIA AMERICANA

I GRANDI ROSSI DEI COLLI RIMINESI
VOLANO IN BUSINESS E SUI TAVOLI DEI 5 STELLE

Spopola oltre oceano la moda del 'rosso romagnolo'. In particolare sono un paio di cantine riminesi ad aver fatto il grande 'salto' conquistando il cuore, ma soprattutto le tavole e i calici degli americani



Rimini, 29 agosto 2008 - **Italia: pizza, spaghetti, mandolino e...Sangiovese naturalmente!** Spopola oltre oceano la moda del 'rosso romagnolo'. In particolare sono un paio di cantine dei colli riminesi ad aver fatto il grande 'salto' conquistando il cuore, ma soprattutto le tavole e i calici degli americani. Si tratta della cantina San Valentino i cui filari si stendono sul colle di Covignano e quella di San Patrignano con i suoi 90 ettari di vigneto adagiati sulle colline corianesi tra San Marino e Rimini. Una zona d'eccellenza, tanto che il critico gastronomico Paolo Massobrio si è persino spinto nel definirla la 'Montalcino di Romagna'.

L'etichetta di Covignano ha appena chiuso un importante accordo con la catena alberghiera Marriot, per intenderci quella del Ritz di New York e da questo autunno in tutti i suoi Hotel nelle principali capitali europee da Bruxelles, a Kopenhagen, Amsterdam e Vienna, a Varsavia, Zurigo e Praga, chi cenerà nel ristorante dell'abergo troverà nella carta dei vini anche un vino 100% riminese, Il Sangiovese, superiore riserva Scabi, vendemmia 2007.

I vini di San Patrignano invece potranno essere degustati in volo, sulle ali degli aeroplani della compagnia di bandiera statunitense American Airlines. Per passeggeri first e business class delle tratte intercontinentali, saranno stappate pregiate bottiglie di Montepirolò 2003 di taglio bordolese o il blend di base Sangiovese Noi 2005.

Ma anche chi sceglie di volare "british", può trovarsi di fronte a un hostess pronta a versare un Sangiovese in purezza della comunità. Infatti, basta coprire una rotta internazionale della compagnia inglese BMI, per trovarsi in mano un calice di Aulente rosso. Importanti anche i numeri di queste due nuove collaborazioni. La compagnia statunitense ha acquistato oltre 10mila bottiglie, mentre la BMI ha chiuso il suo primo ordine di Aulente sulla cifra di 2mila bottiglie.

Alla base della decisione del gruppo Mariott e delle due linee aeree il valore assoluto dei vini, ma anche la decisione di offrire ai clienti un prodotto di un territorio ricociuto ogni giorno di più quale luogo ideale per la produzione di grandi etichette. E non è casuale che San Valentino e San Patrignano, siano all'interno del Convito di Romagna, l'associazione di produttori che, con le sue 600mila bottiglie vendute ogni anno sui mercati esteri, sta facendo conoscere in tutto il mondo l'eccellenze enologiche della Romagna.

Matteo De Angelis