Ruffino, restyling delle etichette e sostenibilità a tutto tondo

sandro-sartor0-639325ed

***“Il futuro è di chi lo ha cominciato. Il futuro inizia oggi”*. Così Ruffino annuncia il nuovo corso intrapreso con il debutto ufficiale della rinnovata etichetta di uno dei vini icona dell’azienda, il Chianti Classico Riserva Ducale Oro Gran Selezione, che rappresenta l’inizio di un più ampio percorso di innovazione.**

“Avere un glorioso passato alle spalle non deve rappresentare un vincolo, quanto un’opportunità” spiega **Sandro Sartor**, presidente e amministratore delegato di Ruffino. *“Il nostro immenso patrimonio storico deve servire a proiettarci verso il futuro, ecco perché abbiamo deciso di rendere più contemporanea la nostra veste pur mantenendo uguale il prodotto, anzi, migliorandolo sempre di più. Un vino per rimanere uguale a sé stesso, vale a dire in questo caso una delle più grandi selezioni del **Chianti Classico**, deve saper cambiare”.*

Se la creazione del Chianti Stravecchio, all’inizio dello scorso secolo, consentì all’azienda fondata dai cugini Ilario e Leopoldo Ruffino di diventare **fornitore ufficiale della Casa Reale Savoia**, la nascita della Riserva Ducale nel 1927, e successivamente quella della sua evoluzione “Oro” nel 1947, hanno consentito all’azienda di Pontassieve di poter custodire e tramandare sino ad oggi un **pezzo importante della storia della viticoltura e dell’enologia toscana e italiana**.

Sono proprio queste le basi dalle quali ha avuto origine il recente **progetto di rinnovamento delle etichette di Ruffino** che si inserisce all’interno di un percorso di **restyling** complessivo che comprende **anche il logo**.

Tutto ha inizio dalla Riserva Ducale Oro, l’etichetta è stata rinnovata pur rimanendo comunque fedele a sé stessa, mantenendo in primo piano la scena che rievoca la visita a Pontassieve del Duca di Aosta nel 1890. L'obiettivo era quello di creare il silenzio e far sì che gli elementi fossero visibili,

cristallini. Anche il **marchio doveva avere una nuova posizione**: così è stato ripreso lo stemma, che era lì, poeticamente nascosto, ed è diventato l'eroe principale.

La valorizzazione di vere e proprie opere d'arte, come la Riserva Ducale Oro, è però possibile solo se inserita all'interno di un **approccio che consente di custodire l'ambiente** nel quale nascono. *"Per noi il concetto di sostenibilità significa molte cose"* – commenta ancora Sandro Sartor, illustrando alcuni dei punti salienti che l'azienda affronta all'interno del suo percorso di sostenibilità e che rientrano nell'alveo di un ampio progetto di responsabilità sociale nato nel 2018 con il nome di Ruffino Cares. *"Essendo agricoltori il fattore ambientale è naturalmente molto importante e su questo ci sentiamo custodi del territorio che abbiamo a disposizione. Oggi, il 51% dei vigneti di Ruffino ha completato il* ***percorso di conversione al biologico*** *ed entro due anni si completerà definitivamente coprendo il 100% della superficie vitata. Ma non solo, Ruffino abbraccia tutti gli aspetti della* ***sostenibilità****, oltre a quello ambientale anche quello sociale ed etico che sono fondamentali per mettere in pratica una cultura aziendale realmente responsabile".*