

# 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”*.