

# PAMBIANCO *wine&food*

PAMBIANCO WINE&FOOD – GIUGNO|LUGLIO 2020



RUFFINO

## Avanti con il DIGITAL

“Tante cose possono ancora succedere. Comunque, sommando i vari dati positivi e negativi, ci attendiamo un secondo semestre con una flessione massima del 5%”, afferma **Sandro Sartor**, amministratore delegato di **Ruffino**. L'azienda appartenente al colosso Usa Constellation Brands ha fissato quattro priorità. La prima è naturalmente legata agli Usa, primo mercato di destinazione dei suoi vini: “Siamo ben presenti nel canale grocery ed anche in quello e-commerce, supportati dalla nostra casa madre che ha una potenza distributiva enorme, anche grazie al portfolio delle birre del gruppo Modelo/Corona, agli spirits ed al suo vasto portfolio di vini”, racconta Sartor. La seconda e la terza sono le due principali aree dei monopoli, Canada e Paesi scandinavi “Abbiamo parecchi permanent listing e sono mercati quasi esclusivamente off-trade, che quindi non hanno mai smesso di lavorare a pieno regime, anche con importanti tassi di crescita rispetto al passato”. La quarta è l'Italia, dove Ruffino cercherà di sostenere la ripartenza del fondamentale canale horeca. “I clienti italiani sono stati, e ancora lo saranno, i nostri principali partner qui in Italia ad offrire

e far apprezzare i nostri prodotti ai consumatori italiani e stranieri. Si tratta del nostro paese e non c'è sfida, per quanto difficile, che ci possa spaventare al punto da farci abbandonare il campo prima di combattere”. Le aspettative? Nessun timore dal Canada che, pur non avendo mai rallentato, ha superato brillantemente la fase acuta del contagio e sta già riaprendo. “Ci aspettiamo – aggiunge Sartor – con fiducia la

*“Negli Usa c'è un enorme supporto della nostra casa madre”*

ripartenza dei mercati del nord Europa, dai quali già riceviamo segnali incoraggianti. Speriamo vivamente che l'attuale recessione in Usa possa regredire e trasformarsi in timida ripresa. Anche Australia e Nuova Zelanda hanno superato la loro fase di crisi e stanno ripartendo. I mercati asiatici, dove il virus sembra andare a fasi alterne di stop and go, restano un punto interrogativo”. Le attività di comunicazione passeranno sem-



L'ad Sandro Sartor. In alto, Poggio Casciano e Modus, Toscana igt prodotta nella stessa tenuta

pre più attraverso il digital perché, spiega Sartor, “consente di profilare meglio il nostro consumatore rispetto alla tv generalista, e poi il tempo medio speso dalle persone sui social è enormemente aumentato. Inoltre, con la comunicazione digital, possiamo creare piuttosto bene sia la cosiddetta brand consideration per mezzo di clip emozionali e di branding, che la brand conversion (atto di acquisto) attraverso i link diretti verso le piattaforme di e-commerce per l'acquisto e la consegna a casa del prodotto”.



Riserva Ducale Oro, prodotto icona di Ruffino. A destra, un'immagine di Tenuta Poggio Casciano



*Ruffino guarda oltre la crisi e continua a investire su più fronti, dal prodotto all'ambiente fino all'hospitality, rinnovando uno storico patto con il territorio e assecondando il ciclo della Natura*

Tenuta Poggio Casciano  
Via Poggio al Mandorlo 1  
Bagno a Ripoli (FI)  
hospitality@ruffino.it  
378.3050220

## RESILIENTE e sostenibile

La Natura non si ferma mai. E chi, come Ruffino, opera a stretto contatto con i processi della vita e della vite, ne asseconda un ciclo fatto di semina, cura e raccolto. L'azienda fondata nel 1877 ed entrata a far parte, quasi dieci anni fa, del gruppo leader mondiale del settore Constellation Brands, ha affrontato con spirito resiliente i momenti più difficili dell'emergenza, continuando a operare dopo aver messo in piena sicurezza i propri dipendenti e predisponendo al tempo stesso una serie di misure cautelari e di sostegno verso tutti i collaboratori, dagli agenti fino agli avventizi. In più, sentendo l'esigenza di restituire una parte di quanto ricevuto dal proprio territorio, ha lanciato la campagna Ruffino Cares – Help us to help Italy, donando 250mila euro per il sostegno del lavoro di medici e infermieri e permettendo l'acquisto e l'allestimento di posti letto in terapia intensiva negli ospedali della regione Veneto, dove dal 2018 è presente con un'azienda acquisita nell'area del Prosecco doc. La pandemia è arrivata in un momento molto favorevole, al termine di un 2019 che aveva visto Ruffino crescere del 21% e arrivare a 133 milioni di ricavi, attraverso una produzione annua di 33 milioni di bottiglie distribuite negli oltre 90 mercati del mondo in cui è presente, a cominciare dagli Usa che si confermano prima

destinazione estera. Il lockdown e il conseguente blocco del canale horeca non pregiudica i progetti già avviati, a cominciare dal lancio dei nuovi prodotti Aqua di Venus, il rosé nato sulla costa della Maremma, e la linea Antica Ricetta, con un vermouth e un amaro, per i quali Ruffino ha scelto la via del digital entrando nelle case dei suoi consumatori attraverso le attività sui canali social, le collaborazioni con influencers e le call to action ai siti di e-commerce. Intanto è stata predisposta la ripartenza delle attività di hospitality e ristorazione nella Tenuta Poggio Casciano, situata alle porte di Firenze nelle splendide colline del Chianti dove si producono i vini Supertuscan Modus e Alauda. Qui è stato avviato a metà maggio il delivery offerto dalla locanda Le Tre Rane, a cui si aggiungeranno l'ideazione del format del "cuoco a domicilio" e le riaperture, per giugno, della locanda e dell'agritesort con piscina. L'isolamento sociale non ha interrotto neppure uno dei più consistenti investimenti di Ruffino, quello per la sostenibilità ambientale e sociale. Il prossimo anno, spiegano in azienda, più del 40% dei vigneti di proprietà sarà a conduzione biologica, nel rispetto della certificazione Biodiversity Friend ottenuta nel 2018 dalla World Biodiversity Association, e si arriverà a riciclare oltre il 75% dei rifiuti prodotti.



PRODOTTI

## IL ROSÉ DELLE 19

L'aperitivo d'estate è il loro momento clou, ma i vini rosa rappresentano ormai un must anche per accompagnare i piatti tipici della bella stagione, dal pesce alle grigliate di carne, e sono particolarmente indicati nel pairing con la pizza. E i rosé italiani continuano a conquistare consensi

### ROSE E AGRUMI

Rosé di Trerose è il nuovo nato di **Tenuta Trerose** (gruppo Bertani) a Montepulciano, tra le colline del Vino Nobile, come espressione del Sangiovese proveniente esclusivamente dai suoli sabbiosi dei vigneti collinari della tenuta, che conferiscono le tipiche note agrumate.



### FRESCO DI MAREMMA

Blend di Syrah, Sangiovese e Pinot Grigio, Aqua di Venus è la novità di **Ruffino** nel mondo dei rosati e viene prodotto in Maremma. Elegante e complesso al naso, lungo e vibrante sul palato con note di frutta fresca e fiori primaverili.



### SAPORE DI MARE

Dalle uve di Primitivo di Manduria nasce Idea, il rosato di **Varvaglione 1921** che parla di Taranto, della Puglia, del Sud Italia e di tutti i Sud del mondo declinati lungo l'asse mare-sole-vento. Al naso frutti rossi e anguria, sorso pieno e fresco, finale salino.



### PRIMO AL MONDO

All'International Wine Challenge, lo Scalunera Etna Rosato 2018 di **Torre Mora** ha sbaragliato la concorrenza provenzale. L'azienda si trova a Linguaglossa, sulle pendici del vulcano, ed è stata acquisita nel 2017 dalle Tenute Piccini di Castellina in Chianti.

