vinetur

Ruffino resume su nueva etapa en Toscana con dos vinos clave

La bodega usa un Chianti Classico histórico y un Bolgheri reciente para reflejar tradición y renovación

viernes 11 de septiembre de 2026



La bodega italiana Ruffino ha puesto el foco en dos vinos para resumir su momento actual en la Toscana: un Chianti Classico ligado a su trayectoria histórica y un Bolgheri asociado a una etapa más reciente. La empresa, fundada en 1877, opera siete fincas en algunas de las denominaciones más conocidas de la región, entre ellas Chianti Classico, Montalcino y Bolgheri, y suma a esa actividad vitivinícola una oferta de enoturismo en Casa Ruffino, en Bagno a Ripoli.

Ruffino afirma que esa doble presentación busca unir casi 150 años de oficio en bodega con su visión de futuro. En ese planteamiento, el vino con mayor carga histórica es Riserva Ducale Oro Chianti Classico Gran Selezione DOCG, una etiqueta introducida en 1947 y vinculada a la denominación Chianti Classico, una de las más antiguas y reconocibles de Italia. La compañía la sitúa como una muestra de su continuidad en esa zona de producción.

El segundo vino elegido por la firma es Garzaia Bolgheri Superiore DOC. Ruffino lo relaciona con una línea más reciente de su proyecto en la Toscana, ya que procede de una finca de Bolgheri incorporada hace poco a su patrimonio. La elección de este vino no es menor dentro de la estrategia de la casa: Bolgheri es una de las áreas toscanas que más interés concentra entre los productores de gama alta por su capacidad para combinar prestigio, valor añadido y proyección fuera de Italia.

La mención conjunta de ambos vinos dibuja también el mapa de la empresa. Chianti Classico representa uno de los pilares clásicos de la viticultura toscana, con un estilo apoyado en la sangiovese y una fuerte identidad territorial. Bolgheri, por su parte, ha ganado peso en las últimas décadas con perfiles diferentes y con un fuerte tirón comercial. Montalcino completa ese triángulo de zonas de referencia en el que Ruffino dice desarrollar buena parte de su actividad. La bodega no aporta en este anuncio datos de producción ni cifras de ventas, pero sí subraya que su reputación se apoya en un conjunto de siete propiedades repartidas por estas áreas.

Para el lector no especializado, las siglas que acompañan a ambos vinos ayudan a situarlos dentro del sistema italiano de calidad. DOCG corresponde a Denominazione di Origine Controllata e Garantita, la categoría con mayores exigencias regulatorias del país, mientras que DOC remite a Denominazione di Origine Controllata. En la práctica, ambas fórmulas fijan normas sobre origen, variedades autorizadas y elaboración, y tienen un peso directo en la imagen comercial del vino.

La operación de Ruffino no se limita a la venta de botellas. La empresa ha reforzado también su vertiente de hospitalidad con Casa Ruffino, una villa renacentista situada en Bagno a Ripoli. La propiedad está rodeada de viñedos, olivares y jardines y se presenta como uno de los centros de recepción de visitantes de la marca. Allí funciona un Wine

Relais con piscina infinita, además del restaurante Tre Rane y la Enoteca Ruffino, donde se organizan catas y visitas.

Ese paso hacia el enoturismo responde a una pauta cada vez más extendida entre las bodegas italianas de cierto tamaño: sumar alojamiento, restauración y experiencias en finca a la actividad agrícola y comercial. En el caso de Ruffino, la empresa vincula Casa Ruffino a su herencia vinícola y a una forma de recibir al visitante que complemente la compra de vino con estancias, recorridos por la propiedad y degustaciones.

La trayectoria histórica de la casa es uno de los ejes de su discurso. Fundada a finales del siglo XIX, Ruffino se ha mantenido como uno de los nombres con más presencia dentro del vino toscano de gran distribución y de gama media y alta. Ahora, el mensaje que traslada la compañía pasa por ordenar esa historia en torno a dos ideas: continuidad en las zonas clásicas y renovación en áreas con más proyección comercial.

La elección de Riserva Ducale Oro y Garzaia resume esa lectura. El primero remite a un legado que la bodega sitúa en el centro de su identidad desde hace décadas. El segundo sirve para mostrar movimiento empresarial en Bolgheri, un territorio que ha atraído inversión y nuevas compras de viñedo por parte de grupos y productores que buscan reforzar su presencia en el segmento premium.

Con esta presentación, Ruffino trata de vincular su catálogo de vinos con una imagen de marca más amplia, apoyada tanto en sus fincas toscanas como en la experiencia de visita en Bagno a Ripoli. La combinación de patrimonio histórico, presencia en denominaciones muy conocidas y actividad de hospitalidad marca la línea con la que la empresa quiere posicionarse dentro del vino italiano.