

27 Novembre 2014

Cantina Ruggeri

## Il Prosecco Docg di Cantina Ruggeri sfida gli spumanti italiani e francesi

Alzare la qualità ed educare il gusto dei consumatori: questa la strategia di una realtà familiare che pensa da grande azienda



Veneto

La Ruggeri è una delle aziende vinicole storiche del Prosecco. Nata verso la metà del secolo scorso, è stata fra le **capofila nella nuova era del vino italiano, incentrata sulla qualità**. Con le carte in regola per proporsi sui mercati di tutto il mondo, all'altezza di quel "Made in Italy" che per lo straniero è da sempre sinonimo di eccellenza.

Negli anni **il Prosecco ha fatto passi da gigante**. Oggi si producono oltre 300 milioni di bottiglie, di cui il 60% va all'estero. "I dati raccontano in modo chiaro la qualità del lavoro che noi viticoltori stiamo facendo", spiega Paolo Bisol, titolare della Ruggeri.

Gli imprenditori trevigiani sono gente forte, legatissima a queste generose terre "che nessuno vuole vendere, preferendo tramandarle di padre in figlio, piuttosto che scambiarle per una montagna di denaro".

**Le tecnologie sono ultramoderne**, tutto è organizzato ed efficiente: "La nostra resta un'azienda familiare", racconta Paolo, "ma cerchiamo di pensare come un'azienda strutturata". Anche i prodotti antichi vengono ridisegnati con uno sguardo nuovo: "Abbiamo creato il **progetto Vecchie Viti**, con cui valorizziamo vigneti con piante secolari che regalano delle uve straordinarie", racconta Isabella, figlia di Paolo, che in azienda occupa un ruolo di primo piano.

Per i produttori di Prosecco **la nuova sfida è partita nel 2009 con la nascita della Docg** (Denominazione di origine controllata e garantita). Un ulteriore suggello di qualità, per il Prosecco creato con uve provenienti da una porzione limitata del territorio e solo da vigneti di collina, i migliori. "È una nuova, fondamentale

opportunità?, chiarisce Paolo, ?perché ci consente di proporci sui mercati con un prodotto di alta qualità, in grado di competere più da vicino con i grandi spumanti?.

Si tratta davvero di una sfida: bisogna valorizzare la differenza fra Doc e Dogc e convincere i consumatori a **spendere di più per un vino migliore**, nonostante abbia lo stesso nome. Ma Paolo ha già un'idea: ?Dobbiamo raccontare le nostre aziende, perché oggi la concorrenza è spietata. Anche il sistema deve supportarci con una comunicazione adeguata?.

I 70 milioni di bottiglie vendute dalla cantina Ruggeri in 65 anni di storia raccontano dell'ennesimo successo di questi uomini. Che hanno il vino nel sangue.

### **Potrebbe interessarti anche**

Prosecco sempre più di qualità grazie alla recente Docg [1]

---

### **Links**

[1] <http://www.territori.coop.it/territori/prosecco-sempre-piu-di-qualita-grazie-alla-recente-docg>