CURRICULUM VITAE FRANCESCO SORELLI

INTRODUZIONE

Sono un comunicatore, innamorato di ogni forma narrativa, di espressione e mezzo, e prima ancora un umanista, sedotto dal bello della natura e delle persone e dalla loro virtuosa interazione, profondamente convinto che la gentile bellezza, il suo esercizio e la sua ricerca, siano essenziali per la felicità e che debbano essere applicati in ogni ambito della vita. Il restauro della mia casa campagna in Toscana - il cui toponimo è Bisarno - è una di queste storie, con i saliscendi di ogni storia. A Bisarno ho la fortuna di sentire la bellezza e di poter mitigar la mia strisciante malinconia: mi diletto di arredi di recupero, coltivo il mio orto, convivo con gatti e galline, ho – ovviamente – una fornita cantina, e nutro la mia anima di libri e film ma, soprattutto, curo la mia famiglia: ho una moglie e due bambine che crescono velocissime.

Devo molto al vino: mi ci sono imbattuto quasi per caso e col tempo mi ha donato amicizie profonde, la riscoperta di un senso quasi atrofizzato come l'olfatto, l'ancoraggio alle mie radici che non nega, anzi esalta, vele spiegate per raccontarne e conoscerne altre. Il vino è ben oltre una passione. È ben oltre una professione e sarò sempre grato e riconoscente a questo prodotto. Questo è lo scopo profondo e intimo del mio lavoro. Nella mia vita privata, come in quella professionale, cerco sempre di far mio l'insegnamento del vino nello scolpire convivialità, bellezza e civiltà. Tutti i miei progetti, i miei brand, miei testi, le mie presentazioni, le mie lezioni sono caratterizzate da un tocco poetico, culturale, da una forte anima, da una storia che prova a catturare e suscitare emozioni, senza ovviamente mai dimenticare che spesso sono progetti di lavoro in cui è fondamentale un rispetto del budget assegnato e una analisi dei ritorni.

INTERNATIONAL COMMUNICATION DIRECTOR – RUFFINO.

Mi occupo di vino in maniera professionale dal 2004 e, dopo un fondamentale triennio alle relazioni esterne del Consorzio Chianti Classico, dal 2007 lavoro per Ruffino, una realtà vinicola toscana dal 2011 di proprietà della multinazionale americana Constellation Brands.

In Ruffino, dopo alcuni passaggi di ruolo, da luglio 2019 sono il direttore della comunicazione internazionale. Insieme al mio team di lavoro, dirigo tutta la comunicazione globale di Ruffino, dei suoi brand e dei suoi vini. Definisco e scrivo i messaggi, le storie e seleziono i media più appropriati. Nei miei anni di lavoro ho sviluppato un solido pensiero strategico e creativo, una ferrea attitudine allo human brand-building, al perseguimento dell'obiettivo con un occhio ben vigile anche sul piano dei conti e sui ritorni degli investimenti, fedele al mio modus operandi fatto di idee, creatività e la costruzione di storie e immaginari sognanti: una marca, un progetto, un vino devono essere vivi, umanizzati, ed essere sempre sostenuti da una buona storia.

Seguo lo sviluppo di riposizionamento di brand e creazione e lancio di nuovi prodotti nonché l'implementazione di campagne di comunicazione internazionali, attraverso il ricorso alle principali leve pubblicitarie, dal product placement, agli eventi, al digital. Nella mia veste di comunicatore, ho anche sviluppato piani globali di relazioni pubbliche, acquisendo una analitica conoscenza dei media e dei diversi contesti sociopolitici e culturali. La sostenibilità e il bere responsabile sono fortemente connessi col mio pensiero strategico e creativo. "Ruffino Cares" è il progetto di responsabilità sociale di impresa che ho ideato nel nome e nel concept e che ha portato in una narrativa aziendale l'idea che il consumo di vino sia

naturalmente responsabile se e solo se ancorato ai nostri valori storici e culturali del simposio e del piacere dello stare insieme. o. Il vino è una bevanda magica, capace da un lato di favorire aggregazioni raffinatissime, nel segno della bellezza e dell'inclusività: una vera e propria molecola di civiltà. Dall'altro, se consumato nell'eccesso e in solitaria, ha un'anima alcolica potenzialmente distruttrice, pur nella sua ammaliante seduttività. Un altro aspetto di questo doppio è legato anche alla coltivazione della vite, alla sua produzione, spesso intensiva e poco rispettosa dell'ambiente, della biodiversità, soprattutto in epoca di global warming e fragilità naturali e climatiche, e al commercio internazionale, vitale per il vino, ma impattante sull'ambiente e oggi vessato da crisi energetica, costi aumentati e mancanza di materie prime. Nel 2019 "Ruffino Cares" è stato premiato in Confindustria come la migliore piattaforma di comunicazione nell'ambito food and wine, mentre nel 2022 ha conseguito il Premio Gavi a Milano come "miglior campagna di comunicazione della sostenibilità". Oggi Ruffino Cares abbraccia tutte le tematiche EHS in Ruffino. In generale, tutti i miei progetti sono sempre permeati dall'attenzione alla sostenibilità.

Per quanto riguarda la comunicazione corporate, legata alle tematiche reputazionali, finanziarie ed economiche dell'azienda Ruffino, dal 2011 parte di una realtà quotata nella borsa di New York, in questi anni ho vissuto significative esperienze di lavoro sia di crisis communication che di gestione con i media di acquisizioni, cessioni, crisi interne. Particolarmente formante il passaggio di Ruffino da azienda familiare a multinazionale, in cui sono stato al centro delle interazioni fra le parti e le comunicazioni all'esterno. Oggi ho conseguito una forte abitudine a lavorare in contesti internazionali, sfidanti, con logiche da multinazionale.

Per i miei risultati in Ruffino nel 2016 sono stato eletto "Comunicatore dell'Anno" dalla rivista Civiltà del Bere.

Infine, viaggio più volte per lavoro come brand ambassador in quasi tutti i paesi del mondo - Stati Uniti, Canada, Cina, Giappone, Thailandia, Hong Kong, l'Europa intera, solo per citarne alcuni - sotto l'egida della toscana e del vino. Viaggi che mi hanno permesso di confrontarmi con professionisti, molti diventati amici, coi più importanti mercati mondiali del vino e dei suoi consumatori e con molteplici progetti, siano questi eventi o incontri o attività più strutturate.

Mi sono occupato anche di hospitality ed enoturismo (2019-2022), una area di comunicazione essenziale per il vino: ho seguito in prima persona l'evoluzione in brand experience di tutta l'area hospitality di Ruffino nella tenuta Poggio Casciano, fra cui l'ideazione (dal nome al concept) e il general management del ristorante "Le Tre Rane", gestendo un team di circa 40 professionisti e ottenendo in anni complessi significativi risultati economici e di immagine, anche premiato da giornalisti, critica e guide di ristorazione.

AUTORE E STORYTELLER

Mi piace parlare, scrivere e raccontare. Ho sempre creduto nel potere delle storie, nella capacità umana, fiabesca, di sfidare i bassi e gli alti del destino. Su questo assunto, a fianco e a completamento della mia attività di comunicatore vi è anche quella di autore e divulgatore, sia come scrittore su carta e per il web, che come storyteller e docente in contesti universitari, aziendali e pubblici. La bellezza, la convivialità, la civiltà, la malinconia, la sfuggente felicità, i saliscendi del destino sono tematiche ricorrenti che caratterizzano le mie storie

"La Molecola della civiltà" (2023) è un progetto di storytelling sul ruolo storico, culturale e sociale del vino nel disegnare convivialità, bellezza e civiltà, quando e se consumato in compagnia e nella giusta quantità. La fruizione del vino nella storia può essere raccontata come due facce della stessa medaglia: da un lato il consumo responsabile, insieme agli altri e per celebrare il piacere dello stare assieme, ha dato vita a raffinatissime e angelicate forme di convivialità quali il simposio e il convivio. Dall'altro, l'eccesso, lo

stordimento, la teofania, i riti dionisiaci, i misteri, l'ebbrezza aprono a suggestioni affascinanti ma pericolose in cui l'uomo si scontra coi propri demoni. Una sorta di coscienza bipolare del vino (e del suo sistema produttivo e commerciale) che permette un tuffo lungo 8000 anni, come quello della tomba del tuffatore a Paestum nei piaceri della vita e contro il beffardo dio del destino Cilens, che ha intrecciato, quale paglia infinita di un enorme fiasco, la Babilonia perduta, i raffinati Etruschi, i riti dionisiaci studiati da Nietzsche, il Rinascimento dove l'umanità si autodetermina e forgia il proprio destino, vino ed eros nel simposio greco, la Colchide dei vini profumatissimi. La forza de "La Molecola della Civiltà" è la sua capacità di plasmarsi e adattarsi ai vari contesti. L'ho presentata in consessi universitari, come l'Università di Sant'Anna, il Master della Business School de Il Sole 24 Ore, il Master in Viticoltura Sostenibile dell'Università Cattolica di Piacenza, Il Movimento Turismo del Vino. Durante il Symposium dei Master of Wine in Germania, nel luglio 2023, La Molecola è stata considerata fra gli interventi più affascinanti e apprezzati. La Molecola è stata presentata ambienti più pop, come piazze, eventi pubblici, a fianco di manifestazioni musicali, etc.

"Il Principe del Chianti Classico" (2022) è un viaggio nella straordinaria storia di Ruffino, raccontata attraverso l'ottica della tradizione reinventata, della bravura creativa, della capacità di reagire alle avversità che da sempre hanno distinto Ruffino e le sue persone. Su questa linea si situa anche "Ti Amo" (2023), uno scritto che racconta la storia d'amore fra Ruffino, l'Italia e la Svezia che ho presentato a Stoccolma per i 100 anni di presenza di Ruffino in Svezia.

Ho curato l'ideazione, l'impostazione e la scrittura del libro "La Toscana di Ruffino", pubblicato dal Cucchiaino d'Argento nel 2016 e che ha avuto una seconda edizione e un ottimo riscontro di vendite e recensioni. Il libro La Toscana di Ruffino ha anche conseguito il premio "Quarta di Copertina".

Curo un blog personale www.francescosorelli.it e ho realizzato per 3 anni il webmagazine viveredigusto.it, un magazine lifestyle che ha raccontato storie di bellezza e sapori meno note.

Seguo numerose attività di scrittura pubblicitaria e copy-writing per varie realtà che nel tempo mi hanno dato fiducia, oltre a essere, ovviamente, il paroliere di quasi tutti gli strumenti di Ruffino.

In parallelo a tutto questo, e come forma ibrida fra lo storytelling e l'autorità, vi sono i "Wine Talk": dal 2018 conduco, molto spesso a latere di importanti eventi musicali o rassegne culturali, come il Jazz Festival o il Torino Film Festival, dei piccoli convivi in cui, calice in mano, mi confronto con personalità di vario ambito – scrittori, giornalisti, tanatologi, scienziati etc. -, nell'assunto che il vino abbia sempre questa capacità magica di saper far fiorire bellezza e aggregazione, poesia e inclusività.

BRAND HUMANIST

Il termine brand humanist racconta la mia attitudine a creare progetti e brand caricandoli di umanità, spunto poetico, antropizzazione, esattamente come visto con le mie opere.

Per Ruffino, come abbiamo visto sopra, i due progetti / brand più significativi sono la piattaforma di comunicazione sostenibile "Ruffino Cares" e il ristorante "Le Tre Rane".

"Ruffino Cares" è il progetto di responsabilità sociale di impresa che ho ideato nel nome e nel concept e che ha portato in una narrativa aziendale l'idea che il consumo di vino sia naturalmente responsabile se e solo se ancorato ai valori storici e culturali del simposio e del piacere dello stare insieme. Oggi Ruffino Cares abbraccia tutte le tematiche EHS in Ruffino, a partire dalla sostenibilità ambientale. "Le Tre Rane" è un ristorante situato dentro la tenuta di Poggio Casciano di Ruffino che nasce da una straordinaria storia leonardiana e rinascimentale contemporaneizzata nel gusto toscano senza tempo e capace di celebrare il

gusto dello stare insieme e la bellezza che incontra la bontà. De “Le Tre Rane” ho creato il concept, ideato il nome e lo story-telling, e infine concepito le proposizioni gastronomiche e architettoniche, coerenti coi valori di Ruffino, oltre al general management di tutto il team di lavoro.

In parallelo a Ruffino, i più importanti human brand sono “BAR(N)”, “Bisarno”, “Cappuccetto Rosso”, “Cookstock” e “Il Canto del Gallo Nero”.

“BAR(N)” è il mio personal branding, un laboratorio creativo, un po’ studio-agenzia, un po’ wine-bar/cantina, all’interno del piano seminterrato del fienile di Bisarno. Barn i è una parola inglese che significa fienile. Le quattro lettere b a r n sono contenute in Bisarno. Così come le tre di b a r, che rievocano e connettono sia l’antica funzione di cantina, coi tini di vinificazione della fattoria che una volta si trovavano qui, sia l’attuale alcova dell’attuale BAR(N). Insomma, un nome che si è auto suggerito e che ha consonanze quasi magiche. BAR(N) è il luogo dove far fiorire idee e progetti, filosofeggiare e sorridere, lasciare un segno, attraverso un modello antichissimo e sublime da sempre praticato in questi ambienti, il simposio, così caro ai raffinati etruschi che proprio qui avevano un piccolo insediamento. Un ambiente di lavoro, studio e creatività.

Anche “Bisarno” è un concept, un brand. Si parla della mia casa colonica in campagna che ho recuperato completamente da uno stato semidiruto nel 2015. Un impegno per me e mia moglie enorme, in cui tanto si è dovuto concedere alla sfida e anche un po’ al sogno, al folle volo. La ristrutturazione è stata, ed è, lenta, ponderata non solo nelle scelte ma anche nelle spese (si sostiene col nostro lavoro). Siamo intervenuti sempre con rispetto e ammirazione della storia della casa, senza precluderci però le comodità del presente che anche i nostri nonni, avessero potuto, si sarebbero concessi. Una sfida dicevo, sì, un impegno totalizzante, quasi ossessivo, che talvolta ha assunto anche i contorni asfissianti di un incubo per le tante problematiche occorse, imprevedibili, e alcuni problemi familiari che ci sono capitati. Ma ne è valsa la pena. Un viaggio, con tutte le peripezie proprie dei grandi viaggi, quelli che segnano per sempre e che ti cambiano: ho imparato a tenere un orto, degli alberi da frutto, gatti e galline e la mia famiglia cresce in un ambiente molto stimolante e che per me rappresenta un test continuo di idee, spunti, visioni che molto spesso ho riutilizzato nella mia sfera professionale.

“Cappuccetto Rosso - Cibi e storie a casa tua” (2020-2021) è stato un progetto di home delivery di cibo e favole nato durante il lockdown italiano e proseguito fino al 2021 nella provincia di Firenze. Cappuccetto Rosso ha sfidato il lupo ed è riuscita a portare il panierino col buon cibo alla nonna: il primo home delivery dell’umanità! Una delle più belle favole universali ci ha quindi ispirato: il lupo è diventato il covid, noi i cappuccetti rossi. Nel panierino – oltre ai cibi toscani e confortevoli presentati in un packaging totalmente biodegradabile – ogni giorno una favola diversa da essere letta: le storie hanno sempre aiutato l’umanità nella sua inesausta ricerca di bellezza, risposte e di aggregazione, soprattutto nelle sue ore più buie. E in fondo anche il cibo, oltre alla nutrizione, ha lo stesso scopo profondo. Il progetto ha avuto molto successo e ha portato telecamere e radio nazionali alle nostre porte.

“Il Canto del Gallo Nero”. E’ un progetto a cui sono molto affezionato, seppur datato, del 2005, perché è il mio primo lavoro firmato ed eseguito in autonomia e responsabilità diretta. E’ stato uno dei primi tentativi di fare uscire il vino dalle fiere o dalla stampa specializzata, aprendo una nuova via di comunicazione, interagente direttamente col consumatore attraverso un linguaggio meno cattedratico e più legato a ciò che sta attorno al calice e non solo dentro. Il Gallo Nero, simbolo storico del Chianti Classico ha così cantato in luoghi d’arte come teatri, cinema e librerie.

STORICO DEL VINO, DOCENTE E WINE EDUCATOR

Mi occupo molto spesso di formazione e docenza attorno al vino e alla comunicazione.

Ho avuto la possibilità e l'onore di condurre seminari, lezioni e assaggi sul vino in scuole e università di tutto il mondo, in italiano e in inglese.

Ogni lezione abbraccia anche il ruolo storico e culturale del vino, senza mai tralasciare di educare anche al consumo responsabile di questo prodotto magico, che ha però, e qui guizza il suo fascino, degli elementi di disturbo e potenzialmente pericolosi quali l'alcool e il suo consumo eccessivo.

Quando parlo di vino, non esiste mai solo la carezza del tannino e la persistenza più o meno lunga, ma il vino viene sempre inquadrato in un contesto sociale, nel suo viaggio millenario, nel suo presente conviviale e nella necessità che vi sia consapevolezza dei rischi assunti per sé e per gli altri nel consumo smodato.

RISULTATI E FORMAZIONE

Nel 2023 "La Molecola della Civiltà" è stata presentata con grande successo in prestigiosi contesti fra i quali l'Università Sant'Anna di Pisa, l'"International master of science in viticulture and enology" e il "Symposium" dei Master of Wine a Wiesbaden in Germania.

Nel 2022 "Ruffino Cares" è stato premiato come miglior progetto di comunicazione della sostenibilità col "Premio Gavi".

Nel 2019 Confindustria ha premiato il progetto "Ruffino Cares" come miglior strategia CSR d'impresa nella categoria bevande alcoliche.

Nel 2017 "La Toscana di Ruffino" ha vinto il premio "Quarta di Copertina" come miglior libro di gastronomia dell'anno.

Nel 2016 sono stato eletto "miglior comunicatore d'Italia" dalla rivista "Civiltà del bere".

Nel 2003 la mia tesi di laurea "L'Umore di Pirandello. Tempi e modi di composizione" ha vinto il premio letterario "Aldo Palazzeschi" come miglior tesi del biennio 2001 2002 nell'ateneo fiorentino. Sono laureato in letteratura italiana con una tesi su L'Umore di Pirandello con 110 e lode. Ho conseguito un master post-universitario presso Accademia di Comunicazione di Milano su Nuovi linguaggi della comunicazione.

Sono sommelier FISAR (18.5/20) e WSET 3 (pass with regard), attualmente studente WSET Diploma.