

CURRICULUM VITAE FRANCESCO SORELLI

Introduzione

Mi chiamo Francesco Sorelli e nel 2023 sono entrato nel mio quarantaseiesimo giro di boa.

Sono un comunicatore, innamorato di ogni forma di espressione e mezzo, e prima ancora un umanista, sedotto dal bello della natura e soprattutto delle persone,

profondamente convinto che la bellezza, il suo esercizio e la sua ricerca, salverà il mondo.

Il lento e progressivo restauro della mia casa campagna in Toscana – il cui toponimo è Bisarno – è una di queste ricerche, la più bella. A Bisarno ho la fortuna di vivere davvero e di sentire la bellezza: mi diletto di arredi e architetture, coltivo piante e verdure, convivo con gatti, galline, nutro la mia anima di libri e film e, soprattutto, curo la mia famiglia.

La mia comunicazione si nutre delle mie passioni: la mia più radicata passione è la Letteratura, e per i libri, che mi ha fatto divorare gli anni di Lettere, a cui si sono affiancate sia la scrittura che la lettura che l'amore per il cinema. Poi, viaggiare. Viaggiare è la più grande forma di conoscenza, e ogni viaggio vale 1000 libri e 1000 film. Viaggiare è un ponte che permette di aprirsi ad altre fronde profumatissime e consolidarsi nelle proprie radici.

Inoltre, negli ultimi anni ho sviluppato una grande passione per le architetture, urbane e rurali, il design e, in generale, per il sistema "casa": studio con passione case di tutto il mondo e i modelli abitativi, architettonici e di arredi che le caratterizzano: mi interessa come l'umanità vi si rifletta. Infine, il vino: mi ci sono imbattuto quasi per caso e oggi devo al vino amicizie profonde, la riscoperta di un senso quasi atrofizzato come l'olfatto che mi ha donato una nuova dimensione, l'ancoraggio alle mie radici che non nega, anzi esalta, vele spiegate per raccontarne e conoscerne altre.

Comunicatore e autore / divulgatore

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 sono il direttore della comunicazione.

Nei miei anni di lavoro ho sviluppato un solido pensiero strategico, una ferrea attitudine al 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 sostenuti da una buona storia.

Ho viaggiato più volte in quasi tutti i paesi del mondo - Stati Uniti, Canada, Cina, Giappone, l'Europa, solo per citarne alcuni - sotto l'egida della toscanità 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.

Ho esperito le tutte le leve pubblicitarie e di comunicazione, acquisendo una analitica conoscenza dei media: il mezzo è contenuto, dicono quelli più bravi di me, e sotto questo assunto ho avuto modo di seguire in prima persona progetti plurimediali e campagne strutturate, dalla carta stampata ai social, dal product placement alla brochure, al copywriting fino al riposizionamento di un brand. Mi sono occupato anche di hospitality ed enoturismo, una leva di comunicazione essenziale per il vino: ho seguito in prima persona l'evoluzione in brand experience di un ristorante (Le Tre Rane), di un hotel e di una eno-bottega nella Tenuta Poggio Casciano di Ruffino.

Una nota a parte sulla mia attività di comunicatore corporate, legato cioè alle interazioni con giornalisti economici, enti pubblici, privati, associazioni commerciali per le 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 in prima persona 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.

Principali progetti firmati

Fra i risultati più tangibili del mio lavoro, nel 2023 la Brand Experience di Ruffino, nata a dicembre 2019, alle porte della pandemia, raggiunge risultati economici importantissimi, guidati soprattutto dal ristorante "Le Tre Rane", 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 ho creato il concept, ideato il nome e lo story-telling, e infine concepito le proposizioni gastronomiche e architettoniche, coerenti coi valori di Ruffino. Le Tre Rane è a oggi fra le migliori locande d'Italia sotto la guida dello chef Stefano Frassinetti.

Ruffino Cares (2018) 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 in consumo di vino sia naturalmente responsabile e moderato se e solo se ancorato ai

nostri 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.

Cappuccetto Rosso (2020), Cibi e storie a casa tua è 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 paniere 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 (g)rossi, nel paniere – oltre ai cibi toscani e confortevoli presentati in un packaging totalmente bio-compostabile – 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.

www.francescosorelli.it è il mio blog che racconta le storie di gusto, cultura, identità, umanità e bellezza attorno al restauro (ancora in atto, infinito...), della mia casa di campagna, una antichissima casa torre del XIII secolo. La mia pagina Instagram [@francesco_sorelli](https://www.instagram.com/francesco_sorelli) ha lo stesso approccio.

“La Toscana di Ruffino”, Cucchiario di Argento (2016/2018 seconda edizione). La Toscana di Ruffino è un viaggio sentimentale, di parole e foto, attraverso la bellezza e la bontà della Toscana, la terra madre di Ruffino: dal pranzo della domenica, al pane sciocco, dal desinare al quinto quarto, dalla civiltà contadina del non si butta via niente, dell'ingegno e del riuso alla storia del vino, da Caterina de' Medici all'olionovo, brevi storie di amore, cura e bellezza per la propria terra.

www.viveredigusto.it e concept Vivere di Gusto: Vivere di Gusto è il concept che dal 2020 al 2022 ha rappresentato il sintagma espressivo di Ruffino, con l'idea che un calice di vino possa celebrare il piacere dello stare insieme sotto il segno del bello e del buono. Partendo da un brand manifesto programmatico, di cui ho curato il copy, Vivere di Gusto è stato declinato in molti mezzi, fra cui un webjournal curato insieme a Stefano Caffarri. viveredigusto.it racconta le mille storie sottese al concetto di vivere di gusto, attraverso storie di borghi meno noti, itinerari meno battuti, prodotti gastronomici.

Il Canto del Gallo Nero.

E' un progetto di cui sono molto affezionato, seppur datato, del 2005. 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.

Risultati

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

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

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

La tesi di laurea "L'Umore di Pirandello. Tempi e modi di composizione" ha vinto il premio letterario Palazzeschi come miglior tesi del biennio 2004 2005 nell'ateneo fiorentino.

Formazione

Certificazione WSET Level III "pass with regard"

Diploma Sommelier FISAR 18.5/20

Master post-universitario Accademia di Comunicazione di Milano su Nuovi linguaggi della comunicazione.

Laurea in Letteratura Italiana con una tesi su L'Umore di Pirandello. 110 magna cum laude.

Francesco Sorelli

Communication Director - Ruffino

Francesco.sorelli@ruffino.it