

Forbes sceglie Gabriele Rondani per la seconda volta nei 100 migliori professionisti italiani in Marketing e Comunicazione

Nello speciale della rivista economica 'Forbes' dedicato ai 100 direttori Marketing e Comunicazione di successo in Italia, figura anche Gabriele Rondani, Direttore Marketing & PR di Rinaldi 1957

“Forbes ha riscontrato un notevole interesse per le attività originali messe in campo e per il conseguente raddoppio di fatturato in soli 6 anni e mezzo” racconta il manager milanese. “Tale premio non lo considero solo alla mia figura, ma è un riconoscimento ai risultati conseguiti da tutta la nostra società: tutti i colleghi di sede, gli area manager e gli agenti di commercio che in questi anni sono stati dietro al cambiamento”.

La società bolognese ha ottenuto mandati di distribuzione prestigiosi nel corso della sua storia e all’inizio del 2017 si trova ad affrontare la fine della distribuzione in esclusiva della vodka Beluga e dell’acqua Perrier. L’allora **Fratelli Rinaldi Importatori S.p.A.** si affida a fine aprile 2017, dopo la scomparsa improvvisa di Piero Valdiserra a gennaio, a un altro laureato in Economia e Commercio, classe ‘77, proveniente dalle Distillerie Fratelli Branca di Milano (città dove vive da sempre) per il ruolo di Direttore Marketing & PR.

“Ricordo l’adrenalina per le possibilità di rinnovamento che sentivo di dare alla società. Il primo giorno di lavoro, esprimo la necessità al Presidente Giuseppe Tamburi di aprire le **pagine Facebook e Instagram** di Rinaldi: allora la denominazione societaria era troppo estesa per i social e così il secondo giorno di lavoro apro le pagine con il nome **“Rinaldi 1957”** semplificandolo rispetto a prima e introducendo la data di fondazione. Il 15 maggio ad *Agave Experience* di Luca Pirola, un backdrop già reca la scritta Rinaldi 1957. Fabrizio Tacchi, storico Brand Ambassador della società è davvero solo a coprire tutta Italia. Allora do un brief all’agenzia Prodea per ottenere una selezione di bartender. L’email con tale proposta arriva un venerdì sera di luglio coi nomi di Carola Abrate e Marco Riccetti. A fine ottobre realizziamo il primo dei **“Lunedì di Rinaldi”** a Torino: le giornate dedicate all’approfondimento dei nostri distillati da miscelare. Rinaldi si rilancia così nella mixology anche partecipando a molte nuove fiere di spirits del gruppo Bartender.it e a nuovi festival o a open day dei grossisti. Il 2017 è anche l’anno in cui invento il format **“il giro del mondo in 8 rum”** una masterclass che vede quasi sempre la collaborazione di Leonardo Pinto, uno dei massimi esperti in Italia di rum e cachaca. A organizzarla c’è Anna Sgarzi, intraprendente laureata in Economia e Commercio assunta nel reparto Acquisti, ma con un’innata predisposizione alla realizzazione di eventi, in particolare col brand Don Papa. Insieme a lei e al team di Manila, realizziamo in Italia nei primi tre anni, ben un terzo dei *Sugarlandia Mask Event* di tutto il mondo. La crescita del brand nel nostro Paese diventa così esponenziale, spinta anche da campagne social e dall’utilizzo di influencer locali.

Nel 2018 Rinaldi partecipa per la prima volta a Vinitaly con un proprio stand insieme al prosecco Serre di cui ho concepito il **rebranding** della linea DOCG che si chiama ora “Serre di Pederiva” dal nome della famiglia proprietaria.

Il nome Rinaldi 1957 diventa un nuovo logo e infine il nome della società, accompagnando nella comunicazione il nuovo sito web e l'applicazione dedicata agli agenti per gli ordini. Sempre costante la collaborazione sinergica con il commerciale e con il relativo direttore Marcello de Vito Piscicelli.


Nel 2019 intensifichiamo le attività di comunicazione ed eventi su Don Papa e altri brand, con serate nei bar di tutta la Penisola. Il primo Roma Bar Show a settembre è nella memoria di tutta la Bar Industry e Rinaldi ha uno stand al primo piano. Armando Bomba ha un bar nella terrazza flagellata dalle piogge e così lo invito allo stand Rinaldi e lui poi va anche in giro per tutta la manifestazione. Di lui ricordo, prima di entrare in Rinaldi, la descrizione del suo Amaro Formidabile ad Aperitivi & CO 2017 e l'assaggio. Prendo allora una bottiglia per portarla a Prowein visto che Marcello me l'aveva richiesta: il contratto è stato firmato subito. Nel 2018/2019 realizziamo una settantina di masterclass “Lunedì di Rinaldi” e “il giro del mondo in 8 rum” grazie anche ad Alessandra Maccaferri (e Rosanna di Tomaso).





Il 2019 è anche l'anno delle novità nel team Marketing, con l'ingresso di Paolo Vercellis come brand manager e con quello a fine anno di Walter Gosso che riesco a convincere a diventare Brand Ambassador e Trade Advocacy Manager. In questi primi tre anni poi allarghiamo il portafoglio marchi grazie al mio scouting che porta alla società: Vermouth OSCAR.697, Kamiki e gli altri whisky giapponesi; Amaro Venti; i gin Aviation, Buckingham Palace, Ramsbury e Rivo; mezcal Tiér, Rum Black Tears, rhum HSE; il Single malt americano più premiato al mondo Westward, vodka Imperial Gold, la più venduta in Russia, Polugar, Tequila Los Tres Tonos. Nei primi tre anni viaggio molto per allacciare i rapporti coi brand owner e visitarli nelle fiere europee. La convention a gennaio 2020 non può essere più energica. Ahimè dopo inizia ciò che tutti noi sappiamo e siamo increduli: noi abituati così tanto a visitare bar, ristoranti, hotel e fiere di settore. L'inizio di Walter viene così bloccato dalla pandemia e decidiamo di realizzare dei video da inviare agli agenti per spiegare meglio i prodotti e decido anche di contattarli per organizzare delle zoom: da lì nascono le idee del team per abbinare i gin & tonic alle pizze.

Spingo Walter, Paolo e anche me stesso a realizzare delle dirette Instagram con personalità interessanti. In quell'occasione creo un momento della giornata in cui si dà la possibilità, soprattutto ai bartender, di sfogarsi 10 minuti ciascuno sulla nostra pagina Instagram: chiamo il format lo "Speaker's Corner" di Rinaldi 1957, con riferimento alla zona di Hide Park a Londra dove chiunque voglia può sfogarsi e parlare (memore – quand'ero alle medie – di un mio duro intervento al vero Speaker's Corner contro il piatto "fish & chips" che in college veniva servito di continuo da un mese).



Mi viene in mente, a inizio Aprile, di creare un tour estivo in cui portare ai bar nostri clienti una sorta di bar itinerante con personale e tanti gadget per i consumatori finali, perché apprendo che alla riapertura dei bar sarebbero state più facili le autorizzazioni per l'occupazione del suolo pubblico vicino ai bar. Nel maggio 2020 noi visitiamo bar e ristoranti e realizziamo apposta un video per la ripartenza. Qualcosa di ben diverso dalle policy restrittive delle multinazionali che indicano bar e ristoranti come luoghi di contagio, vietando al proprio personale di effettuare visite ai clienti, per moltissimi mesi. Un comportamento dimenticato da molti professionisti del settore. Lo Street Cocktail Tour invece è organizzato con il contributo decisivo di Stefano Di Dio, esperto per l'organizzazione logistica, decisivo per la scelta del timing corretto (io avrei voluto farlo a giugno-luglio, troppo presto) di fine agosto – inizio settembre: “il Vermuttista” Stefano ha fatto questo tour con la sua Bmw 2.8CS del 1969 con il videomaker Kino Pelliconi. Chiamo poi Ilaria Bello e Marco Riccetti per le ultime tappe. Successo notevole dell'iniziativa. Del 2020 ricordo poi il primo mini-festival in presenza a ottobre “Whisky Revolution” a cui partecipiamo, quasi unici tra i big del settore.

Il 2021 si apre con la prima convention via zoom della storia di Rinaldi. Malgrado ci fossero pareri contrari al suo successo, l'adesione è stata plebiscitaria. In estate realizziamo il tour di Don Papa, vincendo un premio della Casamadre per la migliore attivazione on-trade.

A fine agosto la partecipazione alla prima Whisky Week Como di Whisky Club Italia e il clima per il settore continua ad essere davvero molto positivo.

A settembre altra presentazione online con il rinnovo di Gin Pilz e il lancio di Gin Vento, Rena41, Insulae, un'occasione di rilancio della Distilleria Pilzer; americani e bitter Liquori delle Sirene, la Distilleria Montanaro che Walter aveva introdotto, Amaro Rupes, whisky Umiki.

Il 2022 è il turno di molte novità: gin Santa Ana, Rum Pusser's e Minoki, rhum Montebello grazie ad Anna Ostrovskyj e O'Rezinho grazie a Marco Graziano, i whisky Arran e Lagg, Glencadam, Raasay, Rozelieures e Tomintoul; Pisco Portón grazie a Ivan Castillo che mi introduce a Gloria Carpinelli, delle toniche Aqua Monaco. Sono riuscito poi a ottenere Barbancourt direttamente da Haiti, dopo aver scritto su LinkedIn alla proprietaria che incontro, insieme al suo team, a Milano in una serata adorabilmente alla moda, durante la Fashion week. Lo ShowRUM di Leonardo Pinto torna dopo due anni di stop ed è un successo per noi con dieci medaglie. Visto che Marzio Fruner realizza da anni lo stand di Cuba all'Artigiano in Fiera di Milano, m'invento lo stand per i whisky "Flowers of Scotland" e il suo successo è notevole: vinciamo di gran lunga la scommessa bonaria coi colleghi delle vendite e ci prepariamo per un 2023 spumeggiante.



A inizio 2023 siamo investiti della notizia dell'acquisizione di Don Papa da parte di Diageo con cui già lavoriamo assiduamente per lo sviluppo del ron Santiago de Cuba. Tutto l'anno viene caratterizzato da questo rapporto: un anno direi un po' anarchico per l'organizzazione anche perché gli eventi sono ormai pane quotidiano per noi. Introduciamo i whisky Togouchi e i gin Sakurao, Mezcal Ojo de Tigre, rhum New Grove, infine vodka Altamura, grazie al mio amico Conor.

Il trend di fatturato gennaio-novembre 2023 è +5% rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso: la crescita è data da Don Papa, da ron Santiago de Cuba, dai Ginepraio e Santa Ana, whisky Arran: marchi su cui la società bolognese punterà per il 2024.

Redazione Centrale TdG