

La pandemia blocca gli eventi e il Consorzio Vino Chianti punta sui social

written by Marco Salvaterra | 12 aprile 2021

Vino, il Chianti in Russia a caccia di *like* con 10 influencer da oltre un milione di follower

Al via la nuova campagna promozionale della denominazione con i post e le stories degli account russi più seguiti



@andreeesky

Firenze, 12 aprile 2021 - **Il Chianti arriva in Russia attraverso i profili Instagram dei più importanti influencer. Ne ha selezionati 10, seguiti da 1,3 milioni di persone in totale, ma con la capacità di raggiungere con post e stories 3 milioni di persone. E' la nuova strategia promozionale del Consorzio Vino Chianti:** con i viaggi ed eventi in presenza vietati a causa della pandemia, la denominazione vuole continuare a rafforzare la sua posizione in questo grande paese e si fa conoscere attraverso i profili social di chi sa raccontare al meglio il prodotto e dialogare con i propri followers.

“Abbiamo deciso di percorrere una strada nuova che ben si allinea con le novità che questa pandemia ha, nostro malgrado, introdotto - spiega **il presidente del Consorzio Vino Chianti, Giovanni Busi** - E' cambiato profondamente il modo di comunicare e di rapportarsi con i consumatori, ci sono nuovi target e modalità di consumo. E' anche richiesta un'estrema flessibilità e diversificazione delle strategie e il Consorzio ha colto questa sfida con un progetto nuovo e stimolante, coinvolgendo influencer che abbracciano ogni segmento del nostro mercato”.

Le persone sono state selezionate attraverso strumenti di influencer marketing professionali e l'analisi di diversi elementi, soprattutto qualitativi, a partire dalle caratteristiche della fanbase: quindi con follower soprattutto russi e interessati, per passione o lavoro, al settore food, ma anche alla moda, lifestyle, design, cinema. Altro elemento fondamentale nella selezione è il livello delle performance, quindi i migliori engagement rate. **Importante anche la selezione qualitativa, quindi il fattore reputazionale degli influencer, la loro credibilità e la qualità creativa dei contenuti allineata al brand.**

Alle persone selezionate è stata inviata una box con i vini da degustare e materiale per creare contenuti social. Il Consorzio Vino Chianti ha scelto così di puntare su una forma di pubblicità più qualitativa, mediata da figure capaci di incentivare il dialogo e la relazione. “Una mediazione - spiega Busi - di maggiore impatto della pubblicità tradizionale, che riesce a ridurre la distanza tra brand e consumatore finale. Questo connettore, soprattutto in un mercato nuovo, aiuta e favorisce il posizionamento del brand. E' importante anche per sedimentare la reputazione del Chianti sul web, creando quella base di informazioni on line poi disponibile a tutti”.

Un percorso nuovo che affiancherà, una volta possibile, le iniziative promozionali in presenza programmate a Mosca e a San Pietroburgo. “Un'occasione da sfruttare - conclude il presidente Busi - sia per le aziende già presenti, ma anche per quelle non ancora presenti che possono in questo modo facilitare il loro inserimento nel mercato russo attraverso un'attività di promozione social istituzionale”.

Ecco i profili dei dieci influencer selezionati: @Andrrresky; @vovail; @drinkingwithdasha; @zpzlata; @mariguryeva_; @tastywithme; @kate.katkova; @merteuil_iness; @lenagudilina; @irina.fedoseenko



@kate.katova