

Il Chianti lancia sul web la campagna di Russia



Alla conquista del Paese con 10 influencer da oltre un milione di follower

LUIGI GRASSIA

12 APRILE 2021

Sarà per caso l'esempio della Tod's, che si rilancia attraverso la regina delle influencer italiane, Chiara Ferragni? No, la campagna di Russia del vino Chianti attraverso il web era in preparazione da tempo, condizionata (semmai) dal lungo stop imposto dal coronavirus, che ostacola gli eventi di promozione in presenza. Ed ecco dunque che il Chianti si propone in Russia attraverso i profili Instagram dei più importanti influencer locali. Ne ha selezionati 10, seguiti da 1,3 milioni di persone e con la capacità di raggiungere con post e stories 3 milioni di persone. "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

ORA IN HOMEPAGE



Vaccini in Toscana, la grana dei richiami di AstraZeneca: la somministrazione ai settantenni rischia un altro stop

MARIO NERI

De Luca si smarca da Figliuolo: "In Campania non seguiremo le fasce di età per le vaccinazioni"

Isole Covid free, anche la Toscana ci spera. Ma si accende la polemica tra Regioni e Governo

LE NOSTRE INCHIESTE



La disfida degli aeroporti: Pisa prova a dire no al blitz contro il Galilei

FRANCESCO LOI

Eventi

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 cassetta 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”. E' un percorso nuovo che affiancherà le iniziative promozionali in presenza già programmate, non appena possibile, a Mosca e a San Pietroburgo.

Questi i profili dei dieci influencer selezionati: @Andrrresky; @vovaily; @drinkingwithdasha; @zpplata; @mariguryeva; @tastywithme; @kate.katkova; @merteuil_iness; @lenagudilina; @irina.fedoseenkoSarà

(fonte: La Stampa)



I love Lego: i lettori del Tirreno al Palp di Pontedera con lo sconto

LE MOSTRE IMPERDIBILI:
I LOVE LEGO

Aste Giudiziarie



Visualizza con bene oggetto di stima, sulla destra della pubblica via, ripreso da tutti



Terreni Castelnuovo di Garfagnana LU - 10305



Campiglia Marittima Via delle Lotrine, n.11 - 179000

Tribunale di Grosseto
Tribunale di Lucca



Necrologie

Margara Paolo

Finale Ligure, 12 aprile 2021



Mirella Fazio In Mirenda

Livorno, 12 aprile 2021



Cannicci Licia

Livorno, 11 aprile 2021



Margara Paolo

Viareggio, 11 aprile 2021



Ferrandi Mariella

Livorno, 11 aprile 2021

