

Dieci influencer russi da oltre un milione di follower per il Vino Chianti

DI GIANFRANCO FERRONI

Dieci influencer russi da oltre un milione di follower saranno a fianco del **Consorzio Vino Chianti**, che punta sui social avviando la nuova campagna promozionale della denominazione con i post e le stories degli account più seguiti in Russia. Gli influencer prescelti sono seguiti da 1,3 milioni di persone e possono raggiungere oltre 3 mln: si tratta di @Andrresky, @vovailly, @drinkingwithdasha, @zpzlata, @mariguryeva, @tastywithme, @kate.katkova, @merteuil_iness, @lenagudilina e

@irina.fedoseenko. Con viaggi ed eventi in presenza vietati a causa della pandemia, la denominazione vuole continuare a rafforzare la sua posizione in Russia facendosi 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», ha detto il presidente del **Consorzio Vino Chianti**, Giovanni Busi. È cambiato profondamente il modo di comuni-

care e di rapportarsi con i consumatori, ci sono nuovi target e modalità di consumo. È 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».

La selezione è avvenuta 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.

© Riproduzione riservata

