

Il Consorzio **Vino Chianti** cambia e si affida agli esperti dei social

Reclutati dieci importanti influencer per la campagna di promozione in Russia

Viaggiare e organizzare eventi in presenza non si può, ma se usati nel modo giusto i social possono supplire a queste mancanze e, addirittura, raggiungere un numero infinitamente più alto di persone. E' la strategia promozionale che il **Consorzio Vino Chianti** sperimenta in Rus-

sia, reclutando 10 importanti influencer seguiti su Instagram da 1.300.000 persone e potenzialmente in grado di raggiungerne altri 3 milioni. «Abbiamo deciso di percorrere una strada nuova, che ben si allinea con le novità che la pandemia ha introdotto - spiega il presidente consortile Giovanni Busi - E' cambiato profondamente il modo di comunicare e di rapportarsi con i consumatori, ci sono nuovi target e modalità di consumo ed è an-

che richiesta un'estrema flessibilità e diversificazione delle strategie. Una mediazione di maggiore impatto della pubblicità tradizionale, riesce a ridurre la distanza tra marchio e consumatore ed è un connettore che, soprattutto in un mercato nuovo, aiuta e favorisce il posizionamento del brand. E' importante anche per sedimentare la reputazione del Chianti sul web, creando una base di informazioni on line disponibile per tutti».

Il nuovo percorso non sostituisce, ma affianca, le iniziative promozionali in presenza già programmate a Mosca e a San Pietroburgo. «E' un'occasione da sfruttare per le aziende già presenti nel mercato russo - conclude Busi - ma anche per quelle non ancora presenti, che possono facilitare il loro inserimento attraverso un'attività di promozione social istituzionale».

