

Social Media Wine: quali canali utilizzano in Russia?

scritto da Veronica Zin | 26 Ottobre 2021



Il mondo del digitale riserva grandi possibilità che le figure del vino russo non hanno intenzione di farsi scappare.

Anton Moiseenko ha un'esperienza di 13 anni all'interno del mondo del vino a Mosca e oggi lavora con alcune cantine europee interessate al mercato russo.

Siamo stati così fortunati da poter assistere ad una sua conferenza l'ultimo giorno di wine2wine, intitolata **"Wine influencer: come se la cavano in Russia?"**.

In Russia – ascoltando le parole di Moiseenko – se la cavano bene, **i social media sono popolari ed assiduamente utilizzati**. A tal proposito Moiseenko sottolinea che la comunicazione del vino in Russia si sta spostando sempre di più verso i social media, quindi, sommelier, giornalisti e commercianti, tutti

prediligono questo nuovo mezzo di comunicazione digitale.

Ma è effettivamente una strategia vincente l'utilizzo dei social media?

La risposta più razionale sarebbe no, visto che non si può, nei social, lavorare con blog, articoli e promozioni di vino retribuite.

Infatti, secondo la legge della Federazione russa, la vendita di alcolici su piattaforme online digitali non è consentita ed è, per estensione, illegale.

Moiseenko afferma poi che **chiunque può considerarsi un wine influencer perché queste figure non hanno una preparazione tecnica**, né la necessitano per il tipo di lavoro che andranno a fare nel web.

Tuttavia, non c'è da sottovalutare che chi si definisce un wine influencer, non deve mancare di doti comunicative efficaci, carisma e anche dedizione, dal momento che ci si aspettano varie pubblicazioni anche in un unico giorno.

Andando a vedere i canali che vengono maggiormente utilizzati, Moiseenko parla di Youtube come il dominant player, VKontakte che sarebbe una variante russa di Facebook, Whatsapp, Instagram e Telegram, anche se quest'ultimo è un canale in lento declino.

Anton Moiseenko crede che la giusta strategia per essere un wine influencer di successo sia quella di **essere preparati a livello tecnico** e, soprattutto, di adottare delle strategie comunicative valide.

Per questo, si è fatto l'esempio di **Leonid Perfenov, un giornalista professionista** che cura i dettagli dell'ambientazione: si siede e, mentre parla e spiega, ha sempre di fianco a sé una bottiglia di vino.

Sempre secondo Moiseenko, non sempre il successo di un influencer è reale nel pratico come nell'online: **bisogna controllare i commenti, i like e la base dei follower attivi**

tra tutti quelli che compaiono nella pagina.

Spesso si possono incontrare influencer che non sanno comunicare e che scrivono male: questo, secondo Moiseenko, è incurabile. Insomma, anche in Russia non tutto quello che si trova all'interno dei social media è affidabile, **bisogna fare molta attenzione.**