

HOT TOPICS



cover story

LUSSO



Organizzare il lusso, per vocazione

Trasmettere la forza di un'esperienza di lusso significa attivare un circolo virtuoso che produce valore e idee. Parola di Nexa, dal 1990 sinonimo di eventi esclusivi



A CURA DELLA REDAZIONE COMMERCIALE



Qui sopra, Gilda Zaffagnini, managing director di Nexa. L'agenzia propone eventi esclusivi e di lusso con una "partner" d'eccezione, la magica Venezia

Che cosa significa lusso? È un concetto pieno di sfaccettature. È, prima di tutto, ricchezza, sfarzo, magnificenza negli usi. Ed è sempre associato a categorie straordinarie, fuori dall'ordinario. La straordinarietà fa quindi del lusso qualcosa d'importante e tutt'altro che futile, "altro" rispetto al consueto. E il lusso vero non è solo una questione di prezzo, si può spostare dagli oggetti alle esperienze: non solo oggetti di lusso, quindi, ma anche esperienze di lusso, momenti eccezionali capaci di produrre coinvolgimento e di far sognare. Ecco, la capacità di sognare, è quello che Nexa – dal 1990 sinonimo di eventi esclusivi nella città lagunare – vuole dare, associando il massimo standard organizzativo a un altissimo livello comunicativo. "Al suo fianco" c'è Venezia, la meta prediletta, magica, unica e Nexa sa interpretarla al meglio. «È così che l'evento "luxury brand" ambientato nel museo più inaccessibile – spiega Gilda Zaffagnini, managing director di Nexa –, la riunione ministeriale realizzata nel palazzo d'epoca sconosciuto ai più, l'evento aziendale esclusivo allestito nella dimora privata, lo spouse programme organizzato nel giardino segreto o nell'ate-

lier dell'artigiano-artista diventano "un racconto nuovo", un'opportunità di incontro, lontano dai ritmi concitati del quotidiano, nella bellezza più totale di una città tutta da scoprire. Un vero lusso quindi!».

LUSSO E MEMORABILITÀ

Ma quali sono le modalità per regalare agli ospiti di un evento il vero lusso? «L'andare sempre "oltre", il curare al massimo ogni dettaglio organizzativo» prosegue Zaffagnini. «L'interpretare in anticipo i desiderata del cliente, l'entrare nella relazione». Il lusso ha, infatti, un'evidenza fortemente relazionale, è un potente elemento di comunicazione che, proprio perché esce dalle consuetudini, colpisce e attira l'attenzione. Ecco quindi il taxi "executive" per quel particolare ospite, la hostess giusta per l'arrivo dell'emiro, il fiore perfetto per una mise en place d'eccezione, il piatto sfizioso per l'occasione speciale. Ogni evento vuole il suo lusso: la ricorrenza aziendale, per esempio, richiede il gadget adatto al suo concept, l'incontro d'affari, invece, il più efficace degli scatti fotografici. Questo è il modus operandi di Nexa, che permette di diversificare qualsiasi offerta con proposte sempre innovative e di realizzare con successo pianificazioni strategiche e di visibilità anche per le esigenze più personali e specifiche.



indirizzi a fine rivista