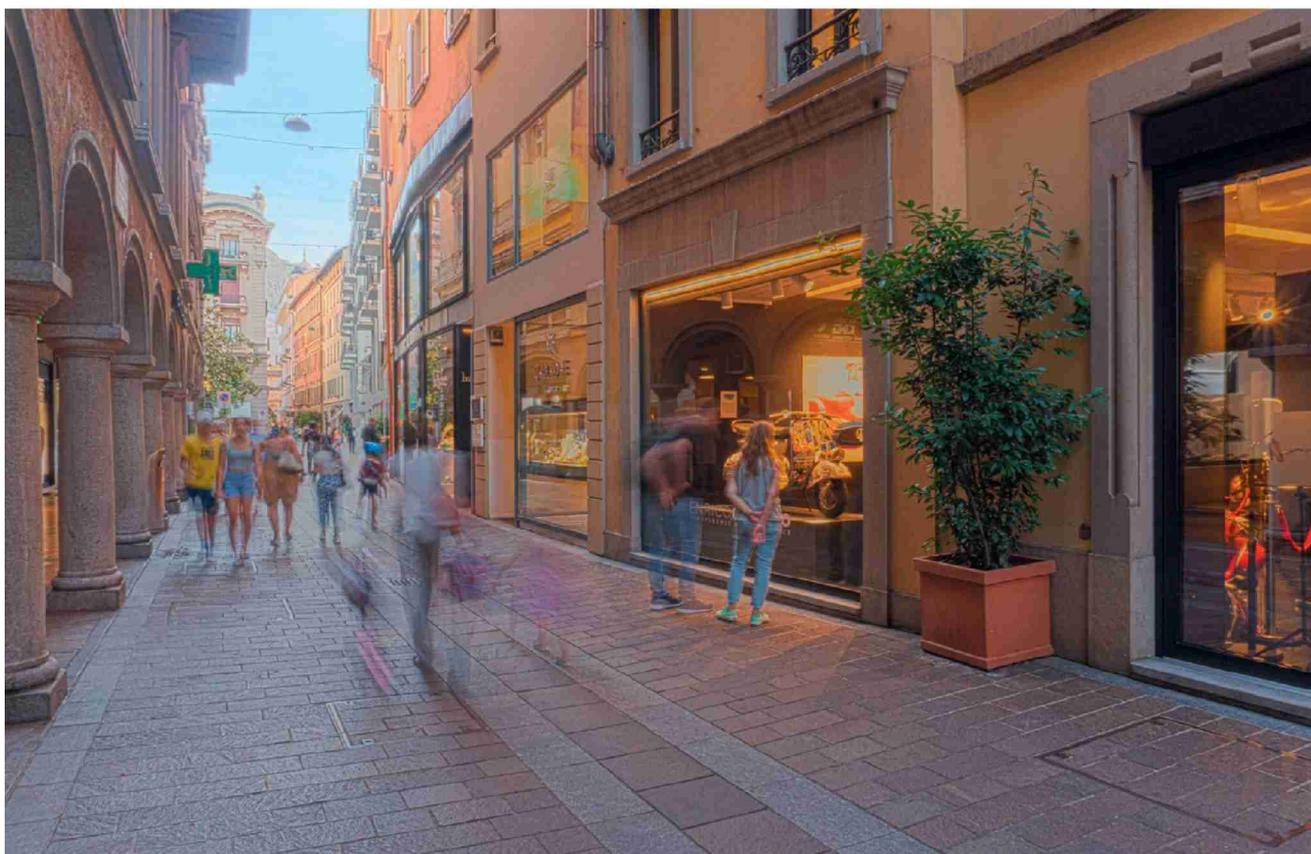


Via Nassa: da "Cuore dello shopping di Lugano" a "Swiss Luxury District"

Intervista con
Roberto Mazzantini
Presidente
dell'Associazione
Via Nassa





Il cuore dello shopping di Lugano, la cui Associazione quest'anno compie 50 anni, si rinnova abbracciando il concetto di "Swiss Luxury District".

I pilastri portanti di questo cambiamento sono il nuovo Comitato, la rivoluzione economica trainata dalle criptovalute e le strategie di marketing, digitali e offline, volte a modernizzare l'approccio comunicativo dell'Associazione Via

Nassa rendendolo più attuale, d'impatto e in linea con il mondo del lusso.

Roberto Mazzantini, da qualche mese lei è presidente dell'Associazione Via Nassa. Una nomina che riflette certamente i tanti anni di attività sviluppati e consolidati in Canton Ticino e a Lugano in particolare, città che ora ha voluto tributarle questo impegno con un nuovo importante incarico. Secondo lei che significato e che ruolo può avere il concetto di "lusso" a Lugano?

Lugano è una città storicamente votata al lusso, un luogo d'elezione per migliaia di persone che nei decenni hanno trovato in questa località le condizioni ideali per lavorare o per godere della propria vita.

Basta passare in rassegna le eccellenze internazionali distintesi in tutti i settori che hanno contraddistinto la storia mondiale dal XIX secolo, per capire come la nostra città sia diventata sempre più un punto di riferimento a livello europeo. Senza dimenticare che Lugano è una tra le città al mondo con il maggiore aumento di residenti miliardari, un incremento dell'8% solo quest'anno, secondo un recente studio pubblicato dalla Henley & Partners.

I motivi, naturalmente, sono presto detti: la posizione geografica, il clima, i servizi, le scuole, la sicurezza, le criptovalute, ma anche l'immagine legata al lusso che la città, ormai da decenni - grazie soprattutto a Via Nassa - ha saputo fissare nell'immaginario collettivo svizzero e internazionale.

La storia di una città è spesso scritta nelle sue strade e Via Nassa è certamente una tra le più importanti a livello storico di Lugano: già via dei pescatori, poi delle botteghe degli artigiani, asse di comunicazione e di accesso alla città vecchia. Uno straordinario capitale di cui si è fatta carico dal 1972, anno della sua fondazione, l'omonima Associazione. Che cosa vede nel futuro per questo esclusivo comparto?

Nel corso degli ultimi decenni Lugano ha subito importanti trasformazioni e questo, a livello economico e sociale, ha determinato un cambio radicale dei suoi negozi e soprattutto della clientela, in particolare in centro.

Vetrina e specchio dello stato di salute della città, Via Nassa richiede da tempo un'azione di "maquillage" capace di metterne in risalto l'esclusività, la storia e il prestigio. Una nuova identità, un nuovo logo, un nuovo sito e le pagine Instagram, Facebook e LinkedIn sono soltanto i primi passi per dimostrare i cambiamenti in atto. È l'avvio di un percorso più articolato, all'interno del quale la nuova immagine e i nuovi contenuti hanno l'obiettivo di posizionare Via Nassa tra le capitali

mondiali del lusso con una strategia sicuramente ben mirata. Dove tradizione e innovazione si fondono dando vita a quella "customer experience" che si realizza in uno straordinario ventaglio di opportunità: partecipazione ad eventi di rilievo internazionale; organizzazione di manifestazioni legate all'arte, al cibo e alla moda, con l'obiettivo di catalizzare l'interesse non soltanto lungo la Via, ma anche e soprattutto all'interno dei suoi numerosi punti vendita.

Il progetto è indubbiamente affascinante, complici le innovative strategie di marketing che, non a caso, rivestiranno un ruolo di primo piano. Come d'altronde lo avranno anche molti partner. Ce ne vuole parlare?



Una delle prime attività del nuovo comitato è stata appunto quella di stringere alleanze e collaborazioni con Partner privati e istituzionali. Tra questi figurano **Sapori Ticino** di Dany Stauffacher - con il quale stiamo lavorando per organizzare alcuni eventi legati all'enogastronomia "stellata" - poi la Borsa Immobiliare Ticino di Paolo Caspani - grazie al quale porteremo il brand Via Nassa nel Principato di Monaco e a Zugo. Ancora più concreta e coesa sarà la collaborazione con Lugano Region, con Ticino Turismo, la Divisione Eventi e Congressi della Città di Lugano, il LAC e, a livello di eventi, con gli organizzatori della Lions in Classic, del Concorso d'Eleganza Città di Lugano, Autonassa, Nassa Boat Show, Swiss Harley Days e, più in generale, con tutti coloro che organizzano manifestazioni in grado di attrarre e coinvolgere il pubblico di Via Nassa. Con un obiettivo dichiarato: far tornare la Via quel centro d'interesse esclusivo che è sempre stato, lavorando uniti per attrarre, conquistare, coinvolgere, coccolare e fidelizzare sempre nuove fasce di clientela benestante, volgendo lo sguardo anche verso i nuovi mercati emergenti.

“Swiss Luxury District” sembra fare coppia con un termine di tendenza che richiama molta curiosità: le criptovalute. Qual è, se esiste, un possibile nesso tra Via Nassa e quello che forse sarà il futuro del commercio?

Quella che oggi può sembrare una moda in realtà è qualcosa di molto più importante e dirompente: ci siamo già dentro, le criptovalute rappresentano infatti il presente e - come

giustamente ha detto - saranno sicuramente il futuro del commercio. D'altronde la stessa Unione Europea non ha fatto mistero di volersi adattare a questo metodo di scambio con la creazione dell'euro digitale. Il problema, eventualmente, è sapere dove spendere questo tipo di denaro: pochi giorni fa, per esempio, all'evento "Lugano Plan B" molti negozianti del centro città hanno scoperto in anteprima il funzionamento del nuovo POS che accetta le criptovalute. La curiosità, naturalmente, era tanta, e molti hanno deciso di adottarlo per venire incontro alle esigenze di un nuovo tipo di clientela, i cui acquisti finora erano relegati *online*. Grazie al prezioso lavoro della Città di Lugano, ora si può acquistare anche in punti vendita convenzionati, nello stesso modo in cui si fanno acquisti in franchi o in euro. È evidente che portare Via Nassa ad essere la prima strada del lusso al mondo crypto-friendly, avrà un'importante risonanza mediatica, rendendola in breve tempo un sicuro riferimento internazionale. È un punto di partenza, anche se tutti i membri del rinnovato Comitato di lavoro sono consapevoli di non avere la "bacchetta magica". Di certo quello che non ci manca sono le competenze, le capacità e la voglia di fare, ma soprattutto la passione, il vero motore necessario a creare un futuro positivo e vincente per tutti. Con uno sguardo rivolto a chi ancora oggi non è associato ma, certamente - e non lo dubito - presto vorrà entrare a fare parte di questo rinnovato, entusiasmante e importante progetto.

Ticino Business

Ticino Business
6900 Lugano
091/ 911 51 11
<https://www.cc-ti.ch/ticino-business/>

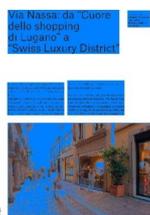
Genere di media: Stampa
Tipo di media: Stampa specializzata
Tiratura: 3'000
Periodicità: 5x/anno

Pagina: 99
Superficie: 135'696 mm²

SAPORI TICINO
SAVEURS AGENCY

Ordine: 3016158
Tema n°: 666.002

Riferimento: 86600252
Clipping Pagina: 4/4



© Tipress-Pablo Gianinazzi



VIA NASSA LUGANO
THE SWISS LUXURY DISTRICT

**Associazione
Via Nassa**
Segretariato
T +41 91 921 38 04
[segretariato@
vianassalugano.ch](mailto:segretariato@vianassalugano.ch)

