

## Lanzamiento del Club del Lujo en la Argentina

Diego Schwartzman, director presidente de Maison du Luxe, presentó el Club del Lujo y el plan de actividades de la empresa para 2011.

VIE 17 DIC 2010 | 11:21

El 10 de diciembre Maison du Luxe consultora *boutique* para empresas del lujo, *lifestyle* y *premium*, presidida por Diego Schwartzman lanzó el "Club del Lujo" en la Argentina y anunció su plan de actividades 2011 en una rueda de prensa y un exclusivo encuentro con empresarios del segmento lujo y *premium* que se llevó a cabo en el Hotel Sofitel Arroyo Buenos Aires.

Un grupo selecto de empresas marcó presencia, entre ellas Banco Itau Personnalité, L'Oréal, Whirlpool, Roomin, Simonetta Orsini/Petit Palais, Banco Santander Rio, Biblos Travel, Banco Supervielle, Endeavor, Ermenegildo Zegna, LVMH, Palacio Duhau Park Hyatt, El Servicio Económico Regional de Buenos Aires de la Embajada de Francia en Argentina, Pozzi Rouge, Qatar Airways, Rossi & Caruso, Salvatore Ferragamo, Biologique Recherche, Patagonia Chopper y Algodón Mansion.

El evento contó con la participación especial de Carlos Ferreirinha, mayor autoridad del mercado de lujo de América latina, presidente de MCF Brasil y socio estratégico de Maison du Luxe y Ana Feldman, directora de Marketing Intelligence de Ifop Latinoamérica.

En la ocasión también fue entregada por primera vez la Mención Especial al Profesional del Lujo, que en este año de 2010 le fue otorgada a Jorge Almirón, director de Ventas del Hotel Sofitel.

Además anunció se el lanzamiento oficial de la primera Investigación de Mercado del Lujo en Argentina, que ya comienza su estudio y dará los primeros resultados durante los primeros meses del 2011.

El Club del Lujo tiene como principal objetivo crear un ambiente de conocimiento, intercambio y networking donde acceder a las más avanzadas estrategias, informaciones, herramientas y al mismo tiempo fomentar, consolidar y desarrollar el segmento del lujo y *premium* en la Argentina.

La segunda edición de la Conferencia El Negocio del Lujo en Argentina se realizará en junio de 2011 y tratará el tema "Como aprender con el negocio del lujo: Homenaje al lujo francés". Contará con la presencia y participación de importantes especialistas internacionales de origen francés que profundizarán estrategias, impresiones, insights, experiencias, casos de éxito e informaciones actualizadas y privilegiadas en las más diversas áreas y segmentos de negocios.

La conferencia se consolida como un importante evento de de la agenda de negocios y sin duda el mayor y más importante del segmento lujo y *premium* en el país.

El curso del negocio del lujo tendrá una nueva edición en el mes de febrero 2011 y proyecta otras dos en el transcurso del año. El curso, uno de los principales pilares de Maison du Luxe/MCF, aborda, desde el punto de vista de la gestión, cómo funciona una operación de productos/servicios de lujo y *premium* y cómo se puede traducir y aplicar las técnicas y herramientas para los más diversos segmentos.

El Programa *Luxury Affinity Marketing & Networking* es una iniciativa inédita de Maison du Luxe orientada a incentivar la interacción y sinergia entre las grandes marcas, compartir el desarrollo de oportunidades e ideas de negocios, basándose en los nuevos comportamientos y hábitos del consumidor que buscan experiencias originales e innovadoras en su relacionamiento con las grandes marcas.

Maison du Luxe le propone a sus clientes nuevas herramientas de gestión y marketing del lujo y *premium* que les permitan comunicarse e interactuar con sus clientes de forma emocional, construyendo vínculos más profundos y envolventes en ambientes totalmente desestructurados y no convencionales. Un abordaje innovador que anticipa las principales tendencias en estrategias de relacionamiento y hábitos de consumo.

El Negocio del Lujo – *Living Luxury*: Investigación del Mercado del Lujo en la Argentina servirá para mapear y legitimar los datos de un segmento que reclama su importancia en el país a fuerza de resultados positivos en el mercado internacional y demuestra una habilidad única de reacción inclusive en tiempos de crisis.

Entender y dimensionar uno de los segmentos de negocio más importantes y actuales, el Mercado del Lujo demostró, además de su extraordinaria performance de crecimiento internacional en los últimos 30 años, su impresionante poder de reacción ante situaciones adversas ofreciendo una nueva visión estratégica de gestión e innovación.

La Investigación El Negocio del Lujo se transformará rápidamente en una herramienta de gestión imprescindible para empresas de los más diversos sectores de actuación que podrán planificar sus próximos pasos a partir de resultados y números concretos. Esta investigación se realizará en dos etapas y permitirá establecer parámetros comparativos y profundizar conocimiento estratégico.

Mercados emergentes: BRIC (Brasil, Rusia, India y China), con foco en América Latina (Brasil, México, Argentina) iniciando por Argentina.

Mercados maduros: (EE.UU., Japón, Francia, Alemania, UK, Italia) con foco en Medio Oriente (Líbano y Dubai).

Maison du Luxe e Ifop confirman su compromiso de contribuir y fomentar el desarrollo del mercado del lujo y *premium* en la Argentina ofreciendo una herramienta constantemente actualizada, fundamental para el desarrollo de las más diversas áreas de actuación y una comprensión más amplia de este prometedor segmento de negocios.

 Imprimir

 Enviar por e-mail

 Escribir comentario

 Cambiar el tamaño

 Compartir

 Twittear

## Ranking de Notas

[Más leídas](#)
[Más comentadas](#)
[Más enviadas por mail](#)

- 1 | Los magnates que cederán sus fortunas
- 2 | Llegan "híbridos" de alta gama
- 3 | La nueva batalla de navegadores
- 4 | Samsung Galaxy Tab a la venta en la Argentina
- 5 | Al fin y al cabo ¿un militar será quien controle Internet?



Edición Impresa  
Noviembre  
2010


[Archivo](#)
[Suscribirse](#)
[Contáctenos](#)
