

Home / e20express / News / Industry / Agenzie / Next Group, l'agenzia che ha fatto la storia...

07/11/2016 14:57



Agenzie

## Next Group, l'agenzia che ha fatto la storia degli Eventi festeggia trent'anni di innovazione

Da e20 luglio-settembre 2016 - Il Gruppo è stato fondato nel 1986 da Marco Jannarelli e in questi 30 anni ha saputo traghettarlo attraverso le diverse crisi di mercato e la fasi di crescita economica, mantenendo ben saldo il timone e guardando sempre all'orizzonte dell'innovazione.

Essere sul mercato degli eventi da 30 anni vuole dire non solo avere un'esperienza consolidata, ma anche avere visto con i propri occhi e vissuto sulla propria pelle l'**evoluzione del settore** negli ultimi tre decenni. E **Marco Jannarelli**, presidente **Next Group**, lo sa bene. Dal 1986, anno in cui fonda l'agenzia, a oggi, infatti, di acqua ne è passata sotto i ponti: da un mercato focalizzato principalmente sugli incentive e i convegni, Jannarelli ha partecipato in prima persona all'evoluzione in corso, anticipando alcune tendenze e seguendone altre, portando quella che era nata come società specializzata in convegni e incentive a diventare una realtà che abbraccia il mondo delle convention, delle attività promozionali e degli eventi, oggi core business dell'agenzia.

Tutto prende il via da quella che è la passione più grande del giovane Jannarelli: **viaggiare**. Dopo tre anni in giro per il mondo, torna in Italia e all'età di 25 anni comincia a lavorare per la **Incentive Spa**: è il 1982, l'anno dei Mondiali di calcio in Spagna. "Il mio periodo di stage stava per finire, ma ebbi l'idea di propormi per gestire il viaggio incentive Fiat in occasione dei Mondiali - spiega Jannarelli -. Mi mandarono a parlare con Clemente Gentiloni, all'epoca responsabile dell'incentive, e colui che nei successivi cinque anni mi ha tanto insegnato, che mi coinvolse nell'organizzazione di un evento per centinaia di concessionari. Fu **una storia di successo**: primo perché l'operazione andò molto bene, e poi perché l'Italia vinse i Mondiali; ma soprattutto perché, proprio in questa occasione, incontrai la donna che sarebbe diventata mia moglie!"

Dopo questa esperienza lavora ancora quattro anni per l'agenzia, occupandosi di lanci di prodotto e convention. Poi nel 1986 la svolta: decide di mettersi in proprio e aprire **Next Promoincentive** come realtà specializzata nell'incentive e nel marketing promozionale. "Siamo ancora agli albori di queste modalità di eventi - continua Jannarelli -, che hanno un aspetto motivazionale preponderante: il viaggio incentive è ancora il premio di una campagna di incentivazione, e ancora non include contenuti formativi, come sarà poi".

Si devono aspettare gli **anni '90** perché l'incentive cominci a includere anche la formazione e attività di team building, e perché la convention diventi sempre di più uno strumento di comunicazione.

**Innovazione** è la parola d'ordine di Next Group, che cerca di inserire sempre elementi originali nei propri progetti, diventando precursori di alcuni trend. Nell'91, ad esempio, sono i primi a utilizzare il **format del talk show** - da poco sbarcato in tv con il Maurizio Costanzo Show - all'interno della convention per il **centenario di Esso Italia**: un'intera giornata a Rimini a cui partecipano 4.000 gestori di pompe di benzina, che hanno potuto godere di un programma di **animazione e intrattenimento** che ripercorresse i cent'anni dell'azienda attraverso la storia dell'Italia.

Ma è anche l'epoca delle prime **grandi convention del mondo delle tlc**. "Per **Omnitel**, ad esempio, abbiamo portato 1.000 dealer a Dubai, nel 1999, quando ancora lì non c'era quasi nulla - ricorda l'imprenditore -: avemmo problemi a trovare tre alberghi che potessero ospitare tutti i partecipanti. Non c'era ancora un centro congressi, per cui allestimo la fiera, e per portare gli ospiti alla cena allestita nel deserto affittammo dai paesi confinanti 300 jeep, impossibili da reperire a Dubai. L'anno seguente poi realizzammo, sempre per Omnitel, la convention a Cape Town con un indimenticabile concerto privato di Sting".

Di **eventi aziendali veri e propri** si inizia però a parlare solo negli **anni 2000**, quando le aziende cominciano a vedere in queste iniziative il momento clou della loro attività di comunicazione. È in questi anni che Next si apre a questo mercato, dotandosi di una struttura che la porterà poi all'attuale organizzazione in Gruppo composto da quattro unità di business che operano all'insegna dell'integrazione, della razionalizzazione delle risorse e dell'efficienza produttiva:

- **The Next World** (specializzata nella programmazione logistica e spettacolarizzazione di convention e incentive)
- **The Next Event** (divisione creativa e strategica dedicata alla comunicazione per eventi)
- **The Next Solution** (promozioni, campagne di incentivazione e loyalty)
- **The Next Italia** (dmc al servizio di clienti e agenzie internazionali).

"A **fine 2012**, in piena crisi economica, abbiamo rilanciato il Gruppo portando a bordo i migliori professionisti presenti sul mercato di Milano, specializzati nella comunicazione degli eventi, con cui abbiamo dato grande impulso strategico e creativo alla nostra offerta - spiega Jannarelli -, aprendoci anche agli **eventi consumer**".

Parallelamente, in questi anni, si evolvono altre aree di business dell'agenzia, prima fra tutte quella legata alle **promozioni**: grazie alla **tecnologia**, infatti, da cataloghi premi, che arrivavano a un massimo di 500 premi, si passa a piattaforme tecnologiche che ne contano oltre 50.000.

Con un passato così intenso e ricco di esperienze diverse, il futuro di Next Group non può essere da meno: all'orizzonte, infatti, Jannarelli vede il **rafforzamento dell'area comunicazione** e, soprattutto, l'internazionalizzazione dell'azienda.

"Da qualche anno, abbiamo nel nostro portafoglio alcuni **clienti internazionali** - spiega -; siamo, inoltre, presenti a **Londra** con una sede che presto diventerà una società, e valutiamo di continuo nuovi mercati. Come abbiamo dimostrato in questi 30 anni, amiamo le **sfide** e ci appassionano sviluppo e innovazione".