

Programma di governance strategica

Luxury Communication & Brand Expression

Valutazione dell'espressione identitaria e dei sistemi di comunicazione in rapporto ai codici del lusso

Destinatari: operatori del settore del lusso — imprenditori, professionisti, realtà di recente costituzione, PMI e aziende strutturate

Il programma si configura come un intervento di lettura strategica avanzata dei sistemi di espressione e di comunicazione del brand, con specifico riferimento al sito web istituzionale e ai canali digitali presidiati, considerati esclusivamente quali dispositivi simbolici di rappresentazione, legittimazione e trasmissione del posizionamento, e non come strumenti operativi di promozione o gestione ordinaria della presenza online.

L'analisi è orientata a verificare in che misura l'impianto identitario, valoriale e strategico del brand trovi una traduzione coerente, rigorosa e riconoscibile nelle scelte linguistiche, narrative e semantiche adottate, nonché nell'architettura complessiva dei contenuti e nei codici espressivi che regolano la relazione con il pubblico di riferimento. L'attenzione non è rivolta alla frequenza delle pubblicazioni, alla performance dei singoli contenuti o a metriche di visibilità contingenti, bensì alla qualità strutturale dell'espressione, alla sua congruenza con i codici del lusso e alla sua capacità di sostenere, nel tempo, la credibilità e l'autorevolezza del brand.

In tale prospettiva, la comunicazione viene indagata come componente fondativa del posizionamento: un sistema complesso che, se governato in modo approssimativo o meramente tattico, può generare frizioni profonde tra identità dichiarata ed esperienza percepita, indebolendo la legittimità simbolica del brand e compromettendone la collocazione all'interno dell'ecosistema del lusso, a prescindere dalla qualità intrinseca dell'offerta o dei servizi erogati.

Obiettivi del programma consulenziale

L'intervento è finalizzato a:

- Analizzare in modo critico e sistemico l'espressione pubblica del brand negli ambienti digitali presidiati, con particolare riferimento al sito web istituzionale e ai canali di comunicazione online, al fine di valutarne la coerenza complessiva rispetto all'identità, al posizionamento dichiarato e all'impianto strategico di riferimento.

- Verificare il grado di congruenza tra identità di marca, valori fondativi e modalità di rappresentazione adottate, individuando eventuali scarti, ambiguità o incoerenze tra quello che il brand afferma di essere e quello che effettivamente comunica attraverso i propri sistemi espressivi.
- Valutare la qualità strutturale della comunicazione in termini di linguaggio, architettura narrativa, tone of voice, codici visivi ed estetici, al fine di accertarne l'aderenza ai codici culturali, simbolici e relazionali propri dell'ecosistema del lusso.
- Esaminare la capacità dei sistemi di comunicazione attivati di sostenere e rafforzare la legittimità, l'autorevolezza e la desiderabilità del brand nel contesto digitale, prescindendo da logiche di performance tattica o di visibilità contingente.
- Individuare eventuali elementi di vulnerabilità espressiva o derive comunicative che possano compromettere la percezione di prestigio, l'integrità simbolica e la reputazione del brand nel medio-lungo periodo.
- Fornire criteri interpretativi, orientamenti strategici e chiavi di lettura avanzate, finalizzate a ricondurre l'espressione del brand entro un perimetro di coerenza, selettività e controllo pienamente compatibile con i principi strutturali del lusso.

Ambiti di analisi dell'intervento consulenziale

L'intervento prevede un'analisi strutturata e approfondita dei seguenti ambiti, letti esclusivamente in chiave strategica, simbolica e di governance espressiva.

- Architettura della comunicazione e dei messaggi istituzionali

Analisi dei contenuti espressi attraverso il sito web istituzionale e i canali digitali presidiati, al fine di valutare la chiarezza, la coerenza e la solidità dei messaggi veicolati, nonché la loro capacità di tradurre in modo fedele e riconoscibile l'identità, la missione e la promessa di valore del brand all'interno dell'ecosistema del lusso.

- Coerenza con i codici culturali e simbolici del lusso

Valutazione dell'allineamento complessivo tra linguaggio, scelte espressive, impianto narrativo ed estetico e i codici strutturali del lusso, con particolare attenzione ai principi di selettività, controllo, misura, distanza e desiderabilità.

- Linguaggio e tone of voice istituzionale

Esame del registro linguistico adottato, delle scelte lessicali e del tone of voice, al fine di verificarne la congruenza con il posizionamento dichiarato, con il livello di autorevolezza richiesto e con l'immagine che il brand intende legittimare nel tempo.

- Identità visiva ed espressione estetica

Analisi dell'impianto visivo complessivo — design, immagini, palette di colori, composizione, ritmo e gerarchie visive — inteso come sistema simbolico coerente e governato, capace di sostenere la percezione di prestigio, coerenza e riconoscibilità del brand su tutti i touchpoint digitali.

- Gerarchia dei contenuti e costruzione del valore

Valutazione delle priorità comunicative e della gerarchia attribuita ai contenuti, al fine di comprendere quali elementi vengano messi in primo piano e quali relegati a margine, e se tale scelta contribuisca a rafforzare o indebolire la percezione di valore e autorevolezza del brand.

- Rappresentazione dell'esclusività e della rarità dell'offerta

Analisi delle modalità attraverso cui prodotti e servizi vengono presentati, narrati e contestualizzati, verificando se l'espressione adottata sia in grado di trasmettere un senso autentico di esclusività, unicità e valore non comparabile, coerente con i principi del lusso.

- Narrazione istituzionale e costruzione del senso

Valutazione della narrazione di marca nella sua dimensione strategica e fondativa, verificando la coerenza del racconto identitario, la sua profondità simbolica e la capacità di sostenere una visione di lungo periodo, evitando derive promozionali, emozionali o aspirazionali non legittimate.

- Temporalità della comunicazione e rapporto con il tempo

Analisi del modo in cui il brand gestisce la dimensione temporale della propria espressione — continuità, ripetizione, permanenza o volatilità dei messaggi — valutando se tale approccio sia coerente con una logica di lusso fondata sulla durata, sulla sedimentazione e sulla non urgenza.

- Relazione simbolica con il pubblico di riferimento

Lettura critica delle modalità attraverso cui il brand si espone, si posiziona e si relaziona con il proprio pubblico, valutando se la relazione instaurata rafforzi l'autorevolezza e la distanza necessarie nel lusso o, al contrario, produca eccessiva prossimità, compiacenza o banalizzazione.

- Coerenza tra posizionamento, espressione e percezione potenziale

Valutazione delle eventuali frizioni tra posizionamento dichiarato, sistemi espressivi adottati e percezione potenzialmente generata, con l'obiettivo di individuare vulnerabilità simboliche o incoerenze in grado di compromettere la legittimità del brand nel medio-lungo periodo.

- Uso dell'innovazione come linguaggio e non come tendenza

Analisi dell'eventuale adozione di strumenti, formati o soluzioni innovative, valutandone la pertinenza strategica, la coerenza simbolica e il rapporto con la tradizione, distinguendo tra innovazione significativa e semplice adeguamento reattivo a mode effimere o a trend passeggeri.

- Stipulazione di eventuali partnership e collaborazioni

Valutazione delle collaborazioni, partnership, citazioni o affiliazioni dichiarate, lette in termini di coerenza reputazionale, affinità valoriale e impatto sull'immaginario del brand, e non come strumenti di amplificazione o visibilità.

- Grado di controllo dell'espressione del brand

Analisi del livello di intenzionalità e presidio esercitato sull'espressione complessiva del brand, al fine di comprendere se la comunicazione risponda a una visione strategica governata o a una sommatoria di iniziative frammentarie e non coordinate.

Natura dell'intervento e perimetro operativo

Louise Prestige Governance opera attraverso analisi, criteri decisionali e indirizzi strategici: non esegue attività operative per conto del cliente.

L'intervento si concentra sulla fornitura di insight strutturati, raccomandazioni mirate e linee guida interpretative, concepite per orientare il brand verso decisioni pienamente consapevoli, coerenti e difendibili, nel rispetto dei codici, delle logiche e delle specificità dell'ecosistema del lusso.

Attraverso una lettura meticolosa delle dinamiche aziendali, delle strategie adottate e delle leve di posizionamento attivate, il programma restituisce output strategici ad alto valore, finalizzati a rafforzare la coerenza dell'impianto complessivo e a guidare scelte di medio-lungo periodo.

In presenza di esigenze specifiche e solo qualora emerga una reale opportunità strategica, il programma può essere affiancato — su indicazione di Louise Prestige Governance — da interventi di natura operativa altamente selezionati, affidati alla divisione Louise Prestige Structure.

Tali interventi non costituiscono una naturale estensione del programma, bensì un'esecuzione mirata delle direttrici strategiche definite, attivabile esclusivamente laddove funzionale al consolidamento del posizionamento luxury.

Gli ambiti di intervento eventualmente attivabili includono:

- **Istituzione dello statuto identitario del brand**

(codici fondativi, sistemi di riferimento, linee guida proprietarie)

- **Architettura della comunicazione istituzionale**
(narrazione di marca, dispositivi simbolici, codificazione del linguaggio)
- **Istituzione del sistema di denominazione e campi semantici**
(denominazione di brand, prodotti e servizi, sistemi di significato)
- **Redazione dei corpi documentali istituzionali e di rappresentanza**
(Dossier istituzionali, statuti di marca, documenti di indirizzo e presentazione)
- **Sviluppo di dispositivi proprietari di legittimazione del valore**
(strumenti di sintesi e rappresentazione del valore, framework decisionali)
- **Sviluppo di strumenti proprietari di valorizzazione**
(strumenti esclusivi coerenti con lo statuto identitario)

Nell'ottica di una collaborazione integrata tra Louise Prestige Governance e Louise Prestige Structure, gli interventi operativi eventualmente attivati beneficiano di condizioni economiche dedicate, definite caso per caso, a conferma della sinergia tra le due divisioni e dell'attenzione rivolta alla piena ottimizzazione del valore strategico per il cliente.

Passaggi da seguire per poter accedere al programma

L'accesso ai programmi di Louise Prestige Governance è regolato da un processo strutturato, selettivo e progressivo, concepito per garantire coerenza metodologica, qualità dell'intervento e piena pertinenza rispetto alle esigenze del progetto.

1. Richiesta di accesso e valutazione preliminare di pertinenza

In una fase preliminare, gli imprenditori e i professionisti interessati a valutare l'accesso al programma sono invitati a trasmettere una richiesta via e-mail, finalizzata a manifestare il proprio interesse e a consentire una prima valutazione di pertinenza rispetto alla natura fondativa e selettiva dell'intervento.

La richiesta dovrà includere:

- Nome e cognome del referente;
- Eventuale denominazione del progetto (se già individuata);
- Indirizzo e-mail di contatto;
- Una breve nota di presentazione dell'intenzione progettuale, concepita come sintesi preliminare dell'ambizione, del contesto di riferimento e delle motivazioni alla base dell'iniziativa.

Le richieste dovranno essere inviate all'indirizzo dedicato: governance@louiseprestige.com.

A seguito dell'esame preliminare della richiesta, e solo qualora il progetto risulti coerente e meritevole di approfondimento, verrà trasmesso via e-mail un documento riservato di accesso, concepito per avviare la fase di valutazione.

La documentazione trasmessa consente all'interessato/a di disporre di un quadro completo, trasparente e strutturato, necessario per valutare con piena consapevolezza l'eventuale prosecuzione.

Congiuntamente, la compilazione puntuale delle domande di valutazione presenti all'interno del documento, costituisce elemento essenziale ai fini dell'istruttoria: essa permette a Louise Prestige Governance di esprimere una valutazione rigorosa e motivata circa l'ammissibilità dell'azienda o del professionista al programma. Solo i progetti ritenuti coerenti, maturi e meritevoli di approfondimento accedono alle fasi successive del processo.

2. Valutazione e selezione dei progetti

Il documento restituito compilato viene sottoposto a un'analisi attenta, rigorosa e riservata, finalizzata a comprendere in modo puntuale l'assetto attuale del progetto e il suo grado di compatibilità con un intervento di natura strategica nell'ambito del lusso.

Qualora si rendessero necessari ulteriori chiarimenti o approfondimenti, gli stessi verranno richiesti tramite comunicazione scritta o, in alternativa, mediante approfondimento istruttorio integrativo organizzato in modalità video-call. Tale incontro, assume esclusivamente la forma di un'intervista strutturata, finalizzata a chiarire elementi informativi, contestuali o decisionali rilevanti per l'analisi.

La sessione non ha natura consulenziale, non costituisce momento esplorativo né comporta erogazione di indicazioni strategiche in tempo reale. Essa rappresenta un passaggio istruttorio integrativo, attivato unicamente qualora funzionale alla completezza e all'accuratezza dell'elaborazione documentale.

3. Definizione e formalizzazione del programma

Una volta completata la fase di valutazione e qualora il progetto venga ritenuto idoneo, Louise Prestige Governance procede alla definizione del programma personalizzato. Il programma viene definito sulla base della complessità del progetto, delle aree di intervento individuate e degli obiettivi strategici perseguibili.

La struttura dell'intervento viene elaborata in forma scritta e include:

- Gli ambiti di intervento ritenuti prioritari;
- I contenuti del programma;
- La durata complessiva dell'intervento;
- L'investimento complessivo previsto.

La proposta di programma viene trasmessa all'interessato/a per valutazione.
L'eventuale avvio dell'intervento è subordinato alla formale accettazione della proposta e alla conferma delle condizioni economiche.

4. Avvio del programma

A seguito della formale accettazione della proposta e della conferma delle condizioni economiche, il programma di Louise Prestige Governance viene avviato secondo la pianificazione definita in sede di formalizzazione.

Struttura del programma

I programmi di Louise Prestige Governance non si configurano come consulenze erogate per sessioni, bensì come percorsi metodologicamente strutturati di analisi, discernimento e formalizzazione strategica.

Nel settore del lusso, le decisioni fondative non possono essere improvvisate né costruite attraverso confronti episodici. Esse richiedono un processo ordinato, progressivo e gerarchicamente definito, nel quale l'elaborazione analitica precede il confronto e la formalizzazione precede l'esecuzione. Per tale ragione, il programma si articola in tre fasi distinte, ciascuna con una funzione specifica all'interno dell'impianto di Governance.

Fase I — Istruttoria espressiva e analisi sistemica

La prima fase è interamente dedicata alla raccolta strutturata degli elementi utili a comprendere l'impianto comunicativo del brand. A seguito dell'accoglimento della richiesta di accesso, viene trasmesso un documento riservato di istruttoria, che l'interessato/a è tenuto/a a compilare integralmente, fornendo informazioni puntuali circa:

- identità dichiarata e posizionamento perseguito;
- visione strategica sottostante ai sistemi di comunicazione attivati;
 - criteri adottati nella costruzione dei messaggi istituzionali;
- gestione del linguaggio, del tone of voice e dei codici estetici;
 - logiche di rappresentazione dell'offerta e dell'esclusività;
- modalità di relazione simbolica con il pubblico di riferimento.

Parallelamente, Louise Prestige Governance procede a un'analisi autonoma e riservata del sito istituzionale e dei canali digitali presidiati, letti non in chiave performativa, ma come dispositivi simbolici di rappresentazione.

L'elaborazione interna è finalizzata a:

- individuare eventuali scarti tra identità dichiarata ed espressione effettiva;
- rilevare ambiguità narrative o incoerenze simboliche;
- valutare la congruenza dell'impianto comunicativo rispetto ai codici culturali e relazionali del lusso;
- identificare vulnerabilità espressive suscettibili di compromettere autorevolezza e desiderabilità.

In questa fase non sono previste sessioni esplorative. L'analisi è interna e costituisce il fondamento tecnico dell'intero intervento.

Fase II — Formalizzazione dei criteri di governance espressiva

La seconda fase rappresenta il nucleo sostanziale del programma. Sulla base dell'analisi condotta, vengono redatti documenti di indirizzo strategico per l'espressione del brand, nei quali sono formalizzati:

- i criteri di coerenza tra identità e rappresentazione;
- i principi non negoziabili in materia di linguaggio e narrazione istituzionale;
- le soglie di congruenza simbolica ed estetica;
- le priorità di riallineamento;
- le derive comunicative da escludere;
- le linee direttrici per il consolidamento della legittimità espressiva nel tempo.

I documenti non hanno natura descrittiva né operativa. Non forniscono piani editoriali né indicazioni tattiche. Sono strumenti di governo simbolico, destinati a orientare in modo rigoroso le scelte comunicative future, prevenendo banalizzazioni, eccessiva prossimità, sovraesposizione o derive promozionali incompatibili con i codici del lusso.

Il valore del programma risiede primariamente in questa formalizzazione argomentata, che trasforma l'analisi critica in criteri strutturali di controllo dell'espressione.

Fase III — Confronto e riallineamento strategico

Solo successivamente alla trasmissione dei documenti (visionabili nella sezione "Cosa include il programma") viene attivata la fase di confronto. Sono previsti uno o più incontri individuali in modalità video-call, finalizzati esclusivamente a:

- chiarire eventuali passaggi interpretativi;

- verificare la piena comprensione dei criteri formalizzati;
- riallineare le decisioni comunicative ai principi individuati;
- consolidare l'assunzione consapevole di un presidio strategico dell'espressione.

Le sessioni non costituiscono il cuore dell'intervento e non assumono carattere operativo o creativo. Esse rappresentano momenti di validazione e responsabilizzazione rispetto a un impianto già definito.

Natura e durata dell'intervento

La durata complessiva del programma varia in funzione della complessità del progetto e del livello di approfondimento richiesto. L'intervento può estendersi indicativamente su un arco temporale compreso tra uno e sei mesi, qualora sia necessario procedere a ulteriori ricalibrature o approfondimenti. In ogni caso, l'impianto metodologico rimane invariato: prima l'analisi, poi la formalizzazione, infine il confronto.

La configurazione temporale del programma viene stabilita congiuntamente in fase di impostazione. Una volta determinata l'architettura dell'intervento, viene formalizzata una proposta economica dettagliata, che riflette la durata complessiva, la profondità dell'intervento e il livello di accompagnamento previsto.

Cosa include il programma

L'intervento di Louise Prestige Governance comprende un processo articolato di analisi, formalizzazione e orientamento strategico, fondato su competenze verticali ed esclusivamente dedicate al settore del lusso, non applicabili ad altri contesti di mercato.

In particolare, il programma include:

Documento di indirizzo strategico per l'espressione del brand

Redazione di un documento proprietario che integra l'analisi sistemica dei sistemi di comunicazione con la formalizzazione delle direttrici di governance espressiva.

Il documento è fondato su un esame critico e strutturale di:

- identità dichiarata e statuto valoriale del brand;
- posizionamento perseguito e sua traduzione simbolica;

- architettura narrativa e messaggi istituzionali;
- linguaggio, tone of voice e scelte lessicali;
- impianto visivo ed estetico complessivo;
- modalità di rappresentazione dell'esclusività e del valore;
- relazione simbolica instaurata con il pubblico di riferimento;
- grado di controllo e intenzionalità dell'espressione complessiva.

Su tale base, il Documento formalizza in modo rigoroso e non negoziabile:

- i criteri di coerenza tra identità e rappresentazione;
- i principi espressivi non derogabili;
- le soglie di congruenza simbolica ed estetica;
- le priorità di riallineamento;
- le derive comunicative da escludere;
- i criteri decisionali non negoziabili in materia di comunicazione istituzionale.

Il documento non ha natura descrittiva né operativa. È uno strumento di governo simbolico, concepito per orientare in modo strutturale le scelte comunicative future e prevenire banalizzazioni, eccessiva prossimità o compromissioni della legittimità del brand nel tempo.

Lavoro off-session ad alto contenuto intellettuale

Attività di elaborazione autonoma, analisi critica approfondita e costruzione di criteri di governance espressiva. In questa fase vengono:

- esaminati in modo sistemico i touchpoint digitali presidiati;
- individuate le frizioni tra identità dichiarata ed esperienza percepita;
- identificate vulnerabilità simboliche e narrative;
- costruiti parametri di legittimazione espressiva coerenti con i codici del lusso;
- trasformate criticità comunicative in criteri strutturali di controllo.

Il lavoro off-session costituisce il nucleo sostanziale del valore erogato, poiché consente di tradurre la lettura critica in un impianto governabile, argomentato e difendibile.

Brand Book fondativo

Il Brand Book si configura come un documento fondativo e identitario, concepito per formalizzare in modo organico e definitivo l'essenza del progetto nella sua fase di concezione. Frutto di un lavoro di sintesi rigoroso, il documento traduce visione, valori, principi guida e posizionamento concettuale in un impianto chiaro, coerente e non negoziabile.

Il Brand Book non ha funzione promozionale né operativa, ma rappresenta una base identitaria stabile e autorevole, destinata a orientare in modo coerente tutte le future fasi di sviluppo del progetto. In tale prospettiva, il documento costituisce un riferimento essenziale tanto per il fondatore quanto per eventuali interlocutori futuri, garantendo continuità, coerenza e protezione dell'identità del progetto nel tempo.

Linee guida per l'espressione digitale dei brand di lusso (nei programmi avanzati)

Il documento si configura come uno strumento di indirizzo e disciplina strategica, concepito per fornire criteri applicativi chiari e governabili a supporto della presenza digitale dei brand operanti nel settore del lusso.

Non si tratta di un manuale operativo né di una guida alla gestione dei canali digitali, bensì di una raccolta strutturata di principi, orientamenti e riferimenti concepiti per tradurre, in forma applicabile, i codici culturali, simbolici ed espressivi propri dell'ecosistema del lusso.

Le indicazioni contenute nel documento sono finalizzate a:

- prevenire errori di posizionamento;
- evitare incoerenze espressive;
- scongiurare derive comunicative incompatibili con i principi del lusso;
- garantire continuità, controllo e selettività nell'espressione digitale.

Il documento può essere utilizzato come strumento di consultazione autonoma, come supporto alla governance interna della comunicazione o come complemento applicativo a un percorso strategico più ampio, al fine di preservare credibilità, autorevolezza e desiderabilità nel tempo.

Confronto di allineamento e validazione

Uno o più incontri individuali, attivati successivamente alla formalizzazione documentale, finalizzati esclusivamente a:

- chiarire eventuali passaggi interpretativi;
- verificare la piena comprensione dei criteri formalizzati;

- riallineare le decisioni comunicative ai principi individuati;
- consolidare l'assunzione consapevole di un presidio strategico dell'espressione.

Le sessioni rappresentano un momento di consolidamento e responsabilizzazione, non di esplorazione creativa o operativa.

Supporto di consolidamento via e-mail

Nei limiti del perimetro definito dal programma attivato, è previsto un accompagnamento scritto volto a:

- chiarire dubbi interpretativi;
- presidiare la corretta applicazione dei criteri stabiliti;
- consolidare l'adozione coerente delle direttrici espressive definite.

Eventuali integrazioni operative

Qualora, a valle della definizione strategica, emergesse la necessità di tradurre alcune direttrici in dispositivi operativi specifici — quali architetture narrative, sistemi di denominazione, documentazione istituzionale o strumenti proprietari di legittimazione — tali interventi potranno essere attivati separatamente attraverso la divisione dedicata all'implementazione. L'operatività non precede la Governance: ne costituisce, eventualmente, la conseguenza strutturata e coerente.

Richiesta di accesso alla fase di selezione

I professionisti e le aziende che, a seguito della lettura del presente documento, ritengano il proprio progetto coerente con l'impostazione metodologica e con i criteri di selettività di Louise Prestige Governance, possono richiedere l'accesso alla fase di selezione riservata.

Tale fase è concepita per consentire una prima valutazione strutturata del progetto e per verificare l'effettiva compatibilità con un intervento di natura strategica nell'ambito del lusso.

L'accesso alla fase di selezione non è automatico. Le richieste vengono esaminate singolarmente e accolte esclusivamente qualora sussistano le condizioni minime di coerenza, maturità e pertinenza rispetto al metodo adottato.

Modalità di richiesta

Per manifestare il proprio interesse, si invita a trasmettere una richiesta tramite e-mail indicando:

- Nome e cognome del referente;
- Indirizzo e-mail di contatto;
- Ragione sociale o denominazione del progetto;
- Una breve nota di inquadramento, volta a esplicitare le principali criticità percepite in relazione all'espressione del brand e ai sistemi di comunicazione attualmente adottati, nonché le motivazioni che rendono necessario un confronto strategico di alto livello su tali aspetti.

Le richieste dovranno essere inviate all'indirizzo governance@louiseprestige.com, indicando come oggetto: **“Richiesta di accesso alla fase di selezione - Luxury Communication & Brand Expression”**.

Documentazione riservata per la selezione

Qualora la richiesta venga ritenuta idonea, verrà trasmessa via e-mail una documentazione riservata, concepita per consentire una valutazione consapevole e approfondita dell'eventuale accesso alle fasi successive. L'interessato/a riceverà il documento di selezione e condizioni di accesso, che include:

- L'articolazione dei programmi attivabili;
- Le condizioni economiche e le modalità di investimento;
- Le condizioni operative e i criteri di attivazione dell'intervento;
- Domande di valutazione per l'accesso ai programmi.

La documentazione trasmessa consente all'interessato/a di disporre di un quadro completo, trasparente e strutturato, necessario per valutare con piena consapevolezza l'eventuale prosecuzione.

Nota importante: L'invio della richiesta non costituisce in alcun modo garanzia di accesso alle fasi successive né impegno reciproco. Louise Prestige Governance si riserva di accettare esclusivamente i progetti che presentino le condizioni necessarie per un intervento strategico efficace e coerente con i codici del lusso.