

COLLETTI BIANCHI DI PAURA
DIRIGENTI, SONO 4 MILA | SENZA LAVORO NEL 2007.

ITALIA BELLA E IMPOSSIBILE
TURISMO, I CORRISPONDENTI ESTERI CI GIUDICANO.

ANNO VI | NUMERO 9 | 27 FEBBRAIO 2008 | SETTIMANALE | 2,50 EURO



Economy

MAGAZINE DI MONDADORI



IN REGALO
LA TERZA DI TRE GUIDE
FINANZIARE L'IMPRESA
COSA FARE, DAI FIDI
ALLE OBBLIGAZIONI



SFUGGIRE ALLE TASSE

Sono quasi 350 mila i contenziosi che oppongono Fisco e cittadini. E sotto Prodi il fenomeno è esploso. Ma se il «signor Rossi» di solito paga tutto, i vip come Valentino ottengono sconti favolosi. Ecco come imitarli.

Valentino Rossi, 29 anni: il 13 febbraio ha concordato con il Fisco un pagamento di 39 milioni contro i 112 inizialmente richiesti. Lo sconto è stato del 68,7%.

POSTEITALIANE SPA - SPED. IN A.P. - DL. 35/2003 ART. 1, COMMA 1, OB. VECONIA - LUZZAMBURGO, 100 EURO - GERMANIA, 100 EURO

PROFESSIONI EMERGENTI

A cura di Elena Berneschi



ESPERTO IN MARKETING SENSORIALE

Si avvale di stimoli olfattivi, uditivi, tattili e visivi per sviluppare, promuovere e valorizzare un prodotto o un servizio. A tal fine può supervisionare la selezione dei materiali, la scelta di forme e colori, la creazione del packaging, l'allestimento *in store* e così via.

■ **PERCORSO DI STUDI**
Non esiste un percorso standard. Solitamente alla base c'è una formazione universitaria in economia, marketing, comunicazione, seguita da studi in *sensory branding*.

■ **PROSPETTIVE**
Positive: il mercato è saturo di offerte di beni e servizi. Gli stimoli multisensoriali servono, però, ad accentuare il ricordo di un brand e ad aumentarne l'affezione presso i clienti.

■ **CARRIERA**
È una figura già diffusa negli Usa, dove lavora nel dipartimento marketing o ricerca&sviluppo di aziende alimentari, cosmesi, moda e design. In Europa le teorie del *sensory branding* sono arrivate pochi anni fa e non esistono figure specializzate.

INFORMAZIONI

WWW.IED.IT - TEL. 02-55230369
CORSO IN MARKETING DEI SENSI

WWW.MYMARKETING.NET
MAGAZINE SULLE NUOVE TENDENZE DEL MARKETING