

Non la solita agenzia

Dall'incontro fra **Giovanna Coni**, communication & pr manager, e **Stephanie Holmes**, project e logistics manager, è nata la nuova agenzia **CFH Associates**.

Pubbliche relazioni, consulenze marketing e rappresentanze di fiere estere con l'obiettivo di fornire alle piccole e medie imprese un aiuto che vada oltre le solite mansioni. Non più solo fornitura di stand, ma anche interventi di supporto logistico, in Italia e all'estero. E ancora, prenotazioni alberghiere, servizio di interpretariato, pubblicità su catalogo per gli espositori stranieri e accurate ricerche sui mercati di interesse.

Questi i servizi offerti da CFH Associates, che ha recentemente stabilito contratti per il coordinamento e la gestione globale della comunicazione di eventi fieristici internazionali come Istanbul 2004 (Fiera internazionale della gioielleria), Shenzhen Int'l Gifts, Handicrafts, Watches & Houseware Fair, Itmex 2004 (fiera internazionale nel settore dei macchinari tessili).

Per contatti: info@cfhassociates.com. (V.G.)

Argento per i bianconeri

Ottaviani International, azienda produttrice di articoli da regalo e complementi d'arredo in argento, è stata selezionata da Juventus F.C. per entrare a far parte del gruppo di aziende partner. Il management della maison di Recanati, in collaborazione con la società bianconera, per qualificare ulteriormente la nuova collaborazione, ha identificato un particolare format di partnership, denominato **Man of the match sponsor**. In base all'accordo, dalla stagione sportiva 2003/2004 è prevista la possibilità per Ottaviani di premiare, con una propria creazione in argento, il miglior calciatore juventino di ogni partita giocata in casa. Il premio in argento potrebbe essere consegnato, al posto di un rappresentante Ottaviani, dal titolare di un negozio. (B.T.)

Nella foto: La premiazione da parte di un cliente Ottaviani (Gioielli Leonardi di Brescia, nella foto il figlio del titolare) di Nedved, miglior giocatore della partita Juventus-Brescia del 26 ottobre 2003.



Stefania Cicoria
La pubblicità sulla punta del naso



IL LIBRO Il profumo del marchio

Ben nota è la capacità degli odori di generare emozioni ed esercitare condizionamenti subliminali. Questo agile volumetto è dedicato appunto alle ultime frontiere del marketing olfattivo, ovvero alle strategie di mercato volte a catturare i consumatori mediante opportune stimolazioni olfattive. Incontra sempre più consenso la formula del negozio polisensoriale, in cui in particolare l'odorato è sollecitato diffondendo specifiche fragranze in sintonia con i prodotti proposti: in questo modo i clienti sono più propensi all'acquisto e trascorrono più tempo nei diversi reparti. Secondo recenti ricerche, inoltre, la creazione di una 'firma' olfattiva può avere un'importanza pari a quella dell'insegna nel caratterizzare e valorizzare l'identità del punto vendita. Interessanti sono anche le potenzialità legate all'impiego di suggestioni olfattive nella comunicazione pubblicitaria, attraverso brochure e inserti con sampling profumati. (C.T.)

Stefania Cicoria
La pubblicità sulla punta del naso
Edizioni FrancoAngeli
pp. 88 - 10,50 euro

1