

Nuove frontiere della persuasione: Acquisti in punta di naso

Entra in pubblicità il potere persuasivo degli odori e arriva in libreria un'opera alla scoperta di un nuovo modo di comunicare e vendere.

“La pubblicità sulla punta del naso”, edito da Franco Angeli, è un singolare viaggio alla scoperta del potere persuasivo degli odori. Giovane autrice è Stefania Cicoria, pubblicitaria molisana, che attraversando psicologia, scienza e tecnologia, racconta le nuove frontiere di un senso che entra sempre più in gioco in pubblicità e nelle vendite e si prepara, per la prima volta a viaggiare su internet.

Si può persuadere all'acquisto di un'auto, ricreando odore di pelle nuova? Si possono indurre i clienti a pagare i debiti con puntualità, prendendoli per il naso? È possibile incrementare i posti a sedere di un teatro, spruzzandoli di feromone? Pare proprio di sì. Da queste curiosità è nata un'approfondita ricerca, intervallata da entusiasmati scoperte scientifiche e tradotta in libro da Stefania Cicoria. Tecnico pubblicitario originario di Bonefro (CB), la giovane copywriter è abituata a non porre mai limiti alla creatività, soprattutto nel lavoro “*perché* – afferma – è l'ingrediente giusto per partire alla scoperta di nuove forme espressive”. In questo caso, sembra che sia arrivato il turno del quinto senso, da sempre sottovalutato.

L'applicazione pratica del potere degli odori è diventata oggetto di studio di varie industrie, che sposano la filosofia americana del “*Sell with Smell*”, investendo nella riproduzione della fragranza adatta ai propri prodotti. L'odore diventa un nuovo strumen-

to di marketing, fa comparsa nelle campagne di note agenzie pubblicitarie, crea suggestioni durante i concerti, è usato per conquistare i cuori altrui e, per la prima volta, si prepara a viaggiare su internet. E il turno del Click'n'Sniff del web, che si avvia a sperimentare le potenzialità della percezione olfattiva.

La vera svolta della comunicazione olfattiva è nella recente intuizione di due prestigiosi studiosi, che scoprono la “chiave” per la trasmissione elettronica degli odori e una società americana propone una vera “Rivoluzione dei Sensi”, immettendo sul mercato un dispositivo capace di realizzare la percezione olfattiva direttamente nelle case degli utenti.

E-mail, film, videogiochi e pubblicità on-line avranno presto un odore e i negozi on-line abilitati alla trasmissione degli odori potranno trasmettere odori di cibi, bevande e luoghi esotici per sondare con anticipo le risposte olfattive del target e indirizzare la produzione dei beni, prima della messa in commercio.

Il libro “*La pubblicità sulla punta del naso*”, nato da un progetto di collaborazione tra Franco Angeli e l'Associazione Nazionale Pubblicitari Professionisti, e già stato presentato al Convegno Nazionale dell'Associazione, come una prima vera guida per pubblicitari e aziende, che vogliono aprirsi ad un nuovo modo di comunicare e vendere e un'affascinante lettura per chi ha sempre voglia di “*saperne di più*”.