

	Tirada: 13.200	Sección: -	
Difusión: 12.000	Espacio (Cm_2): 258	Ocupación (%): 27%	
Audiencia: 40.000	Valor (Ptas.): 113.773	Valor (Euros): 683,79	
27/12/2003	Página: 45	Imagen: No	
Cataluña	Economía		
Semanal			

ressenya

En l'era de les idees cal vendre la felicitat

En la societat de la informació, les necessitats físiques no motiven la compra

Títol: *¿POR QUÉ DESEAMOS LO QUE DESEAMOS?*

Autor: Melinda Davis

Editorial: Urano

A l'era d'Internet, l'economia ja no es basa en la producció, en la transformació física dels elements, sinó en el coneixement, les idees i les imatges. Aquest canvi ha afectat la majoria de treballadors, que han passat d'un univers físic a un de metafísic o virtual.

Aquest salt ha transformat també els nostres desitjos. Ara ja no ens movem solament per satisfer necessitats físiques sinó per anhels psicològics o mentals, de manera que els nostres hàbits de consum ja no es basen tant en la prestacions intrínseqües d'un producte sinó en el plaer mental que ens donen.

Si més no, això és el que pensa Melinda Davis, presidenta i fundadora de Next Group, un *think-tank* de Nova York i autora de *¿Por qué deseamos lo que deseamos?*

Davis ha dedicat sis anys al que anomena el *Projecte del desig humà* per tal de radiografiar les

necessitats i aspiracions de l'home del segle XXI. La conclusió és que la felicitat s'anteposa al dineri i al poder. Les persones, avui, necessiten refermar la seva identitat, un satisfacció interior més gran, veure més clar el camí a seguir, canviar d'estat d'ànim ràpidament i relacions humanes més riques. En definitiva, es busca una mena de guariment espiritual als mals del nostre temps: ansietat, estrès...

Descobrir aquestes motivacions permet que les empreses es relacionin millor amb els seus clients. En aquesta situació, les marques

**Les marques
poden
presentar-se
com a guies**

tenen l'oportunitat de presentar-se com a guies i guardabos d'aquests desassossecos psicoespirituals i vendre el que tothom aspira a aconseguir: la felicitat.

Vol associar-se al Club de Marketing de Barcelona?

Si està interessat a fer-se soci del Club de Marketing de Barcelona o desitja rebre més informació, pot trucar a Letícia Gómez al telèfon 93 488 01 28 o enviar un e-mail a l'adreça lgomez@clubmarketingbarcelona.com