



COSMETICAWARD
PREMIO ITALIANO DELLA COSMETICA
Innovazione nella comunicazione

I VINCITORI

LANDOLL[®]
m i l a n o

PICCOLE E MEDIE IMPRESE

La campagna di comunicazione dedicata a Nashi Argan ha messo al centro in modo virtuoso e spontaneo l'utilizzo dei social media in interazione con mezzi classici, generando *engagement* sul brand e attirando persone nel *concept store*.

ARTSANA  **GROUP**

GRANDI AZIENDE ITALIANE

Nel progetto di comunicazione per i deodoranti a marchio Lycia è stato sviluppato un messaggio perfettamente coerente al mezzo e alla specifica localizzazione della pubblicità. Inoltre, l'utilizzo del QR code ha consentito l'interazione con il consumatore.

L'ORÉAL
I T A L I A

MULTINAZIONALI

Con la campagna realizzata da Dermablend di Vichy è stato affrontato in modo creativo un tema delicato e di forte rilevanza sociale. Utilizzando una combinazione efficace di mezzi sia *online* che *offline*, la consumatrice è stata messa al centro.

PREMIO SPECIALE

davines
S U S T A I N A B L E B E A U T Y

“I sustain beauty”, la campagna Davines che valorizza la componente etica della “bellezza sostenibile” ha offerto un supporto continuativo a progetti in difesa della bellezza ambientale, artistica o sociale.