

Aspettando i vincitori del CosmeticAward I finalisti del premio



Milano, 24 settembre 2015 – In attesa di conoscere i vincitori della seconda edizione del CosmeticAward - Premio Italiano della cosmetica il prossimo 29 settembre, l'Associazione nazionale delle imprese cosmetiche presenta **i finalisti delle tre categorie di gara.**

MULTINAZIONALI

Alès Groupe Italia

Digital marketing e *adv* tradizionale si coniugano nella campagna promossa da Alès Groupe per il lancio di Lierac Liftissime. L'assonanza fonetica con il nome del prodotto pubblicizzato, ha inoltre portato alla creazione di una *community* ideale di donne attive, determinate e in cerca di risultati, che ha accompagnato il lancio del prodotto creando *brand awareness* e *lead collection* di nuove utenti in target.

ALÈS
GROUPE

L'Oréal Italia

L'ORÉAL
ITALIA

Obiettivo della campagna realizzata da Dermablend di Vichy è stato aumentare l'*awareness* del brand in oggetto, mostrarne l'efficacia e generare traffico nei punti vendita. La strategia di comunicazione messa in campo è stata strutturata in tre fasi e ha coinvolto diversi mezzi sia *online* che *offline*.

Yves Rocher

Una strategia multicanale che ha messo al centro la cliente è stata l'ingrediente chiave della campagna di comunicazione candidata da Yves Rocher. Accanto all'evento stampa organizzato in uno dei punti vendita monomarca e la campagna ADV sulle principali testate beauty, l'azienda ha infatti sviluppato una campagna *digital* con il coinvolgimento di una blogger, attività *social* e un contest su Facebook.


YVES ROCHER
FRANCE

GRANDI AZIENDE ITALIANE

Artsana

ARTSANA  **GROUP**

L'utilizzo di mezzi classici (OOH) in modo innovativo ha caratterizzato il progetto candidato da Artsana per il marchio Lycia. Milano e Roma sono state le città interessate dalla campagna di comunicazione *outdoor*

sui deodoranti, integrata dall'utilizzo di QR code per scaricare buoni sconto digitali per l'acquisto dei prodotti Lycia.

Bottega Verde

La campagna di comunicazione di Bottega Verde ha puntato sullo *storytelling* e sulla diffusione multicanale per arrivare al cliente con un rinnovato messaggio sui valori di natura ed italianità che contraddistinguono il *brand*. Il mix di strumenti classici e digitali e l'utilizzo di una nuova linea di prodotto come icona unica e posizionante sono tra gli elementi chiave del progetto candidato.

Bottega Verde
NATURA ITALIANA

Collistar

 **COLLISTAR**
MADE IN ITALY

Un vero e proprio omaggio al talento e all'eccellenza italiana in ogni sua forma ed espressione è al centro del progetto speciale *Ti amo Italia* candidato da Collistar. Il piano di comunicazione *on* e *offline*, integrato con attività *trade* legate ai lanci di prodotti

della linea dedicata e frutto di collaborazioni inaspettate, tutte all'insegna del Made in Italy, ha permesso di celebrare la bellezza del nostro Paese, la sua cultura millenaria, la creatività e la passione dei suoi talenti.

PICCOLE E MEDIE IMPRESE

Bios Line

Si respira l'atmosfera del deserto nella campagna pubblicitaria candidata da Bios Line | Nature's. La creatività è stata affidata alla nota illustratrice Alessandra Scandella che, con la sua particolare tecnica ad acquarello, ha interpretato il mondo berbero a cui appartiene il principio attivo ispiratore della linea cosmetica Argà, lanciata nel 2008 e che nel 2014 è stata arricchita con Olio Berbero.



Landoll

LANDOLL[®]
m i l a n o

Il progetto di comunicazione proposto da Landoll per lo sviluppo del brand Nashi Argan è stato incentrato sull'utilizzo dei *social media* in integrazione con i mezzi di comunicazione tradizionali (adv stampa). Dal passaparola sulla rete al passaggio in negozio, l'azienda ha saputo creare un percorso di conoscenza e fidelizzazione al brand.

Pink Frogs

Pur trattandosi di un'azienda b2b, Pink Frogs ha scelto di lavorare sulla propria *brand identity* progettando una campagna di comunicazione caratterizzata da un elaborato *media mix*. La sfida è stata quella di comunicare in modo atipico e proattivo il proprio posizionamento e il proprio modo di lavorare.



Ufficio Stampa

Benedetta Boni, tel.: (+39) 02.281773.48 – 333.8785084 – benedetta.boni@cosmeticaitalia.it
Francesca Casirati, tel.: (+39) 02.281773.47 - 340.1711105 – francesca.casirati@cosmeticaitalia.it