

29 Novembre 2011

TEMA: IMPIANTI DI PRODUZIONE



UNIPRO

Associazione Italiana delle Imprese Cosmetiche

Internet e la cosmetica

Strumenti, percorsi, strategie

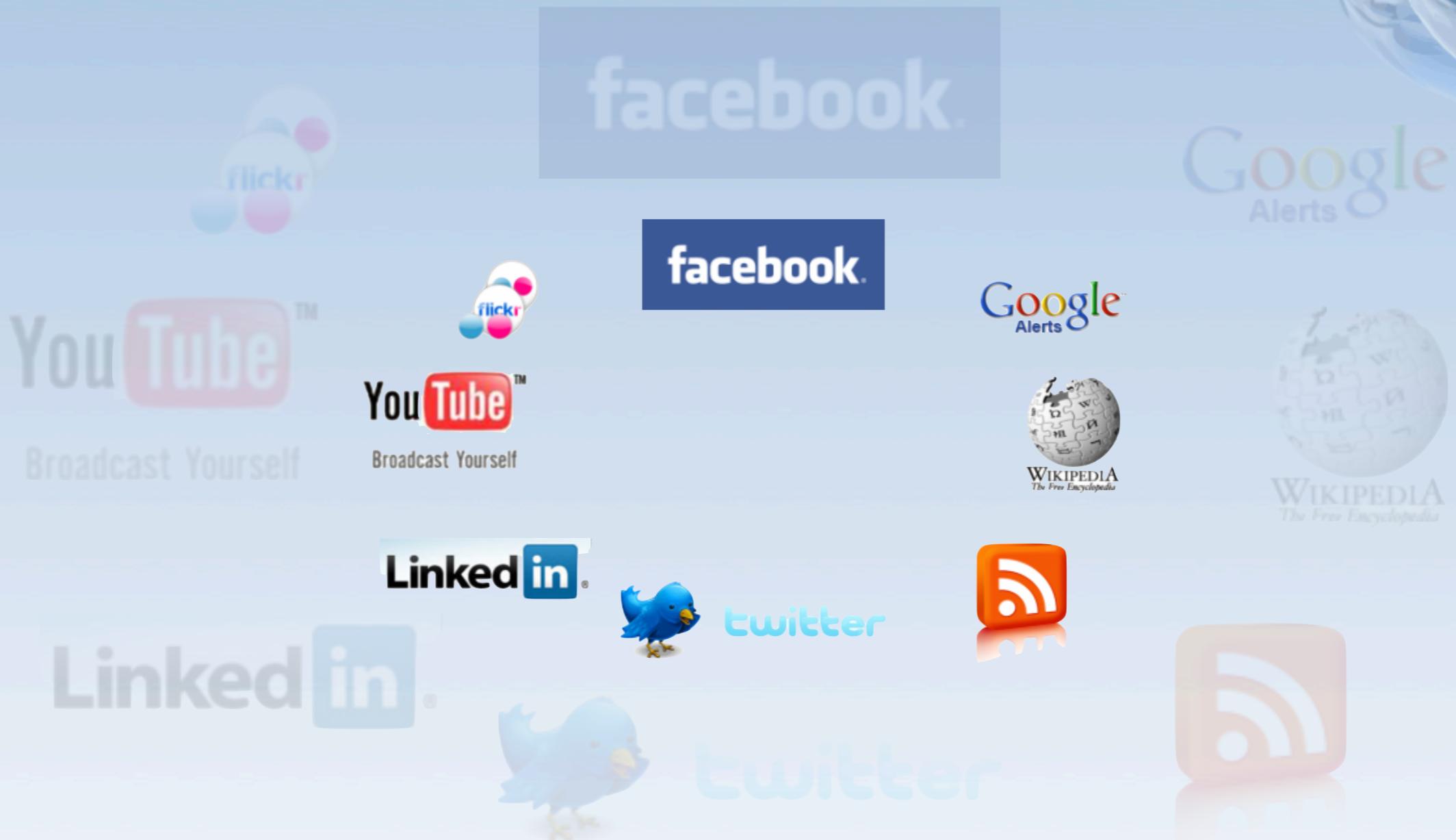
www.unipro.it

Centro Studi e Cultura d'Impresa Unipro

www.unipro.it

Diamo i numeri...

Centro Studi e
Cultura d'Impresa



<http://www.youtube.com/watch?v=cgP8WuCXIOQ>

Diamo i numeri...di



Centro Studi e
Cultura d'Impresa

800 milioni di utenti attivi

2 miliardi di *post* commentati ogni giorno

250 milioni di foto caricate ogni giorno

50% degli utenti totali accede ogni giorno alla piattaforma

130 il numero medio di amici per persona

350 milioni di utenti attivi tramite *mobile device*



20 milioni di utenti attivi

11° al mondo

35% la penetrazione sul totale popolazione

69% la penetrazione sulla popolazione presente sul web



Diamo i numeri...di

Centro Studi e
Cultura d'Impresa

50 milioni di utenti attivi
200 milioni di *tweet* ogni giorno
25 miliardi di *tweet* previsti a fine 2011



1,5 milioni di utenti attivi
11° al mondo
2% la penetrazione sul totale popolazione
5% la penetrazione sulla popolazione presente sul web



I 30 milioni di utenti (15 milo registrati nel Q3-2011)

Top3

Stati Uniti (50 milo)
India (10 milo)
Regno Unito (7 milo)



2,4 milioni di utenti attivi

11° al mondo

4% la penetrazione sul totale popolazione

8% la penetrazione sulla popolazione presente sul web



TOP BRANDS ON THE WEB

SETTORE BEAUTY

BRAND	TOT.MESSAGGI
-------	--------------

1	KIKO MAKE UP MILANO	9.223
2	CHANEL	3.477
3	 Prenditi cura di te. GARNIER	3.289
4	L'ORÉAL	3.013
5	 NIVEA	2.870
6	Dior	2.029
7	AVON	1.875
8	 PUPA	1.564
9	LANCÔME PARIS	1.497
10	MAYBELLINE NEW YORK	1.218

Fonte: **BlogMe**ter

Periodo: 15/07/2011 - 15/09/2011

Centro Studi e
Cultura d'Impresa

Due mesi di Beauty: uno studio

- ✓ Perchè: per misurare il *buzz* sui principali *brand* del settore
- ✓ Quanto: in 2 mesi di analisi sul settore beauty Blogmeter ha registrato oltre 40.000 commenti
- ✓ Dove: principalmente su Facebook, Youtube, AlFemminile.com, L'angolo di Lola, Yahoo Answers



“Ma quanto mi piaci?”

Centro Studi e
Cultura d’Impresa

- ✓ Presentata il 13 ottobre allo [IAB Forum di Milano](#) “**Ma quanto mi piaci?**” è l’ultima ricerca condotta da [Blogmeter](#), la piattaforma per il monitoraggio e l’analisi dei *social media*
- ✓ Focus della ricerca: presenza delle aziende italiane su **Facebook** affermatosi nel nostro Paese come il *social network* dominante tanto tra gli utenti (20 milioni quelli attivi a Settembre 2011) quanto fra le imprese stesse (il 35% di esse lo preferisce agli altri *social*)
- ✓ Metodologia: tramite **Facebook Analytics**, i ricercatori di Blogmeter hanno preso in considerazione l’attività, dal 1 gennaio al 20 settembre di quest’anno, degli 88 prodotti finalisti di “[Brand Awards 2011](#)” di Gdo Week e Mark Up

“Ma quanto mi piaci?” - considerazioni

Centro Studi e
Cultura d’Impresa

- ✓ Il numero di fan non è un parametro sufficiente per definire il successo della comunicazione sui *social network*; spesso sono più significativi i **like** e l’analisi qualitativa dei **commenti** presenti nella *fan page*
- ✓ Ogni categoria merceologica ha una predisposizione naturale alla modalità di espressione dei post aziendali su FB: per il settore **Beauty**, quasi **il 38% dei post contiene foto** sul tema, il 28% link, il 24% status ed il 10% video
- ✓ Non esiste una “**ricetta**” per generare interesse su Facebook. Bisogna sempre tenere a mente i valori e le emozioni profonde suscite dal prodotto/brand e gli **obiettivi** da raggiungere tramite la comunicazione 2.0

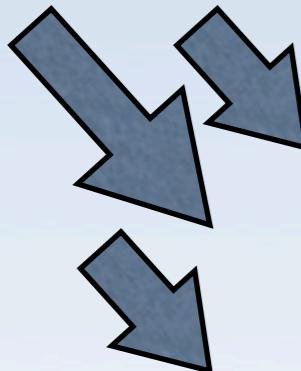
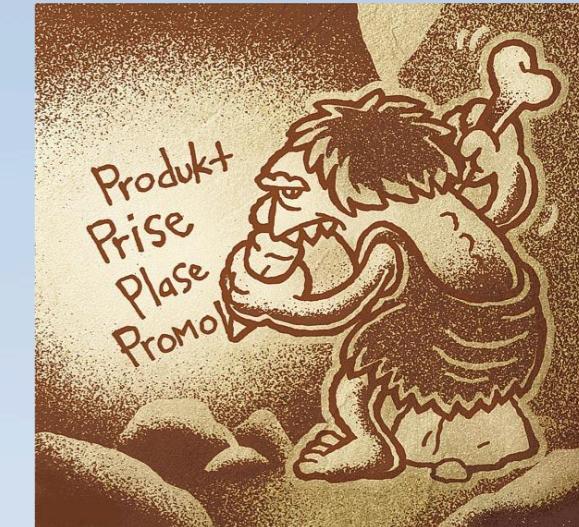
4P (Prezzo, Prodotto, Punto Vendita, Promozione)

Prodotto (Product): è il bene o servizio che si offre (vende) in un mercato per soddisfare determinati bisogni dei consumatori.

Prezzo (Price): è il corrispettivo in denaro che il consumatore è disposto a pagare per ricevere un determinato bene o servizio.

Distribuzione (Place): è l'insieme di attività necessarie a far giungere un determinato prodotto al consumatore finale, con i vari passaggi intermedi.

Promozione (Promotion): è l'insieme di attività volte a promuovere, pubblicizzare e far conoscere al mercato un'azienda o un suo determinato prodotto o servizio.



4E (Engagement, Experience, Enhance, Emotion)

Engagement: focalizzare la comunicazione e il marketing sul coinvolgimento del target, incoraggiando una partecipazione attiva dell'audience, possibilmente con azioni basate su più media e strumenti;

Experience: fare sperimentare il prodotto/servizio al pubblico, generare una buona User Experience;

Enhance: migliorare la relazione tra azienda/marca e il suo pubblico;

Emotion: rendere la comunicazione e il rapporto con la marca fortemente emozionale.



L'approccio POST

Persone: verifica le attività *social* dei tuoi clienti

Obiettivi: decidi cosa vuoi ottenere

Strategia: pianifica come cambieranno le relazioni con i tuoi clienti

Tecnologia: decidi quale/i delle tecnologie social utilizzare

Un'evoluzione del POST: l'approccio **MUST**

Centro Studi e
Cultura d'Impresa

MOTIVAZIONI

Senza motivazioni da parte dell'azienda, ha poco senso dare vita ad un progetto di marketing sui social media. Se le motivazioni sono quelle di creare un cambiamento virtuoso nell'organizzazione aziendale o nel rapporto coi clienti-consumatori allora si potranno seguire gli altri step. **Se la motivazione è data dalla moda** o da un imprevisto extra-budget che non si sa come spendere, allora **è meglio fermarsi** e prendere in considerazione l'idea di creare una comunicazione più tradizionale che, tra l'altro, non è il Male.

UTENTI

Una volta appurata la presenza di motivazioni solide e nobili è il caso di concentrarsi sugli utenti, sulle persone. Tenendo bene in mente come il concetto di *target*, nei social media, non sia contemplato, è il caso di andare a **determinare con precisione a chi è rivolto il progetto**, chi andrà ad impattare con esso e che benefici può ricavarne.

STRATEGIA

Immaginare quali saranno le conseguenze dell'azione di social media marketing è il modo migliore per capire da dove cominciare. Che si voglia aprire un nuovo canale comunicativo più informale e biunivoco con i propri clienti, o che si vogliano stimolare le discussioni intorno al proprio prodotto, è necessario determinare nei dettagli ogni singola fase. Ricordando sempre come **una buona progettazione è il 99.9%** della riuscita di un'attività di comunicazione sui social media.

TECNOLOGIA

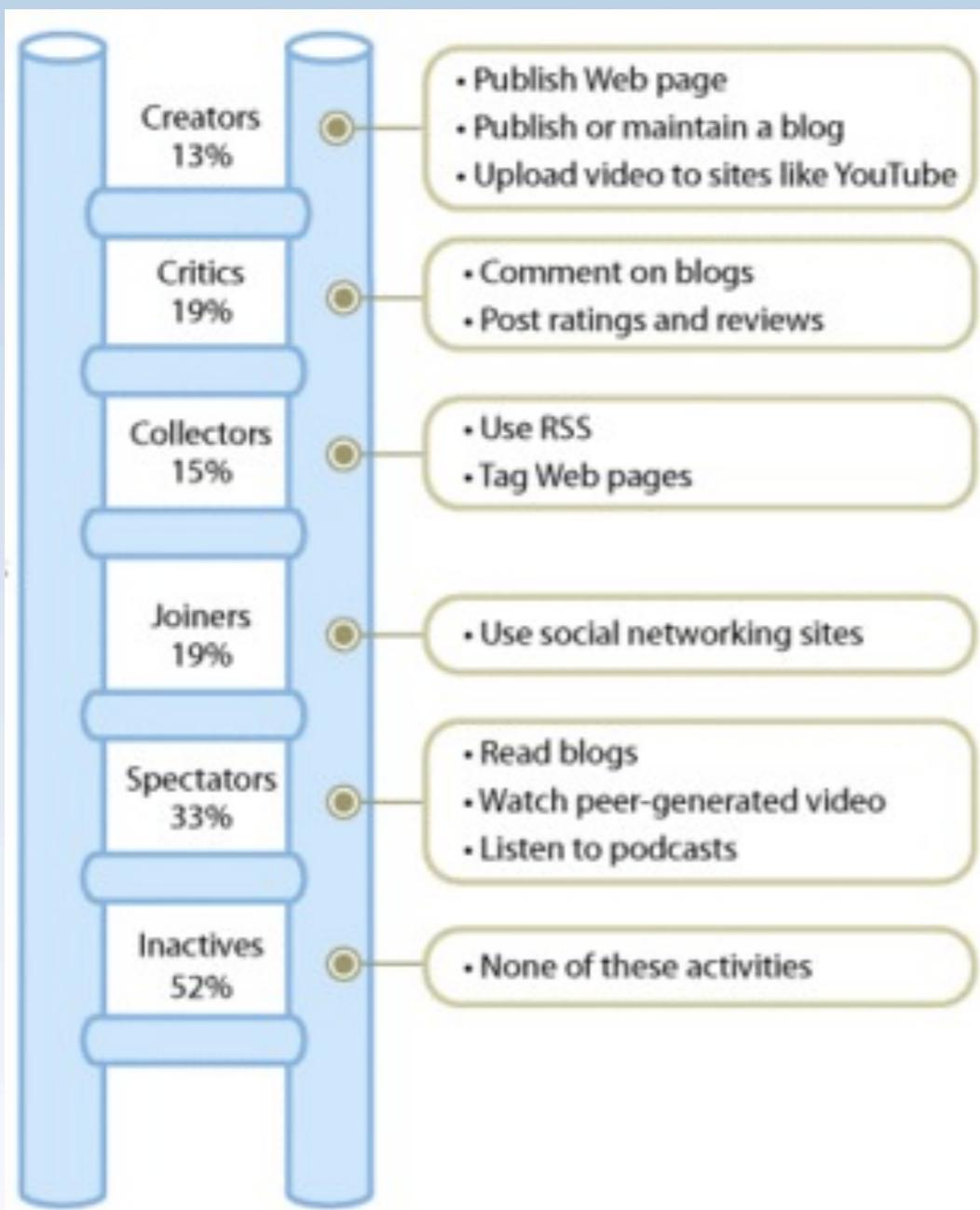
Aprire un blog, diffondere un video virale su YouTube, una pagina su Facebook, una intranet 2.0, un podcast, creare una community sono soltanto alcuni dei molti strumenti più o meno utili al nostro progetto.

Una volta determinate le motivazioni, gli utenti a cui riferirsi e la strategia da seguire, scegliere lo strumento (o gli strumenti) diventa molto più semplice.

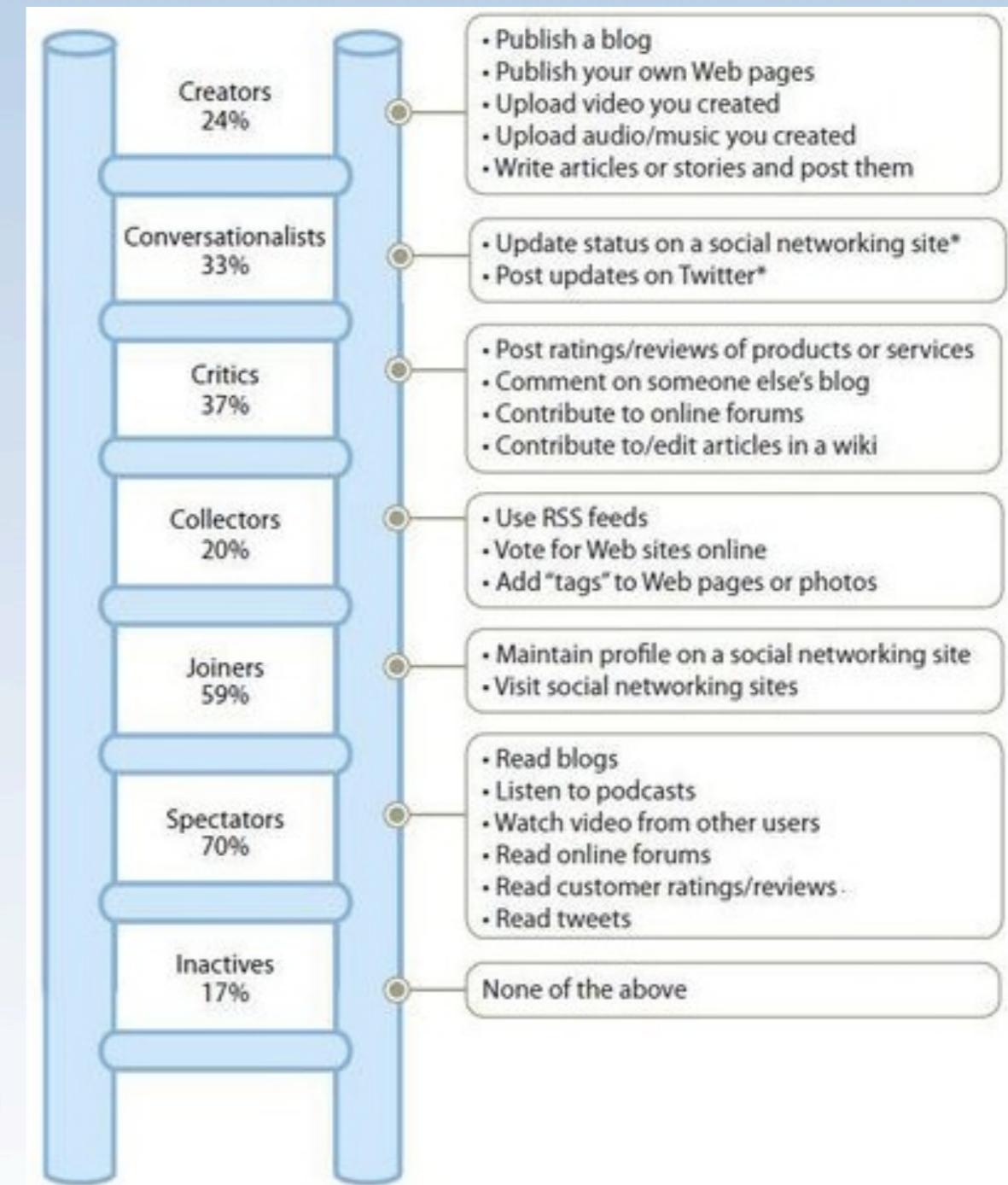
Una possibile classificazione: *social technographics USA*

Centro Studi e
Cultura d'Impresa

2007



2010



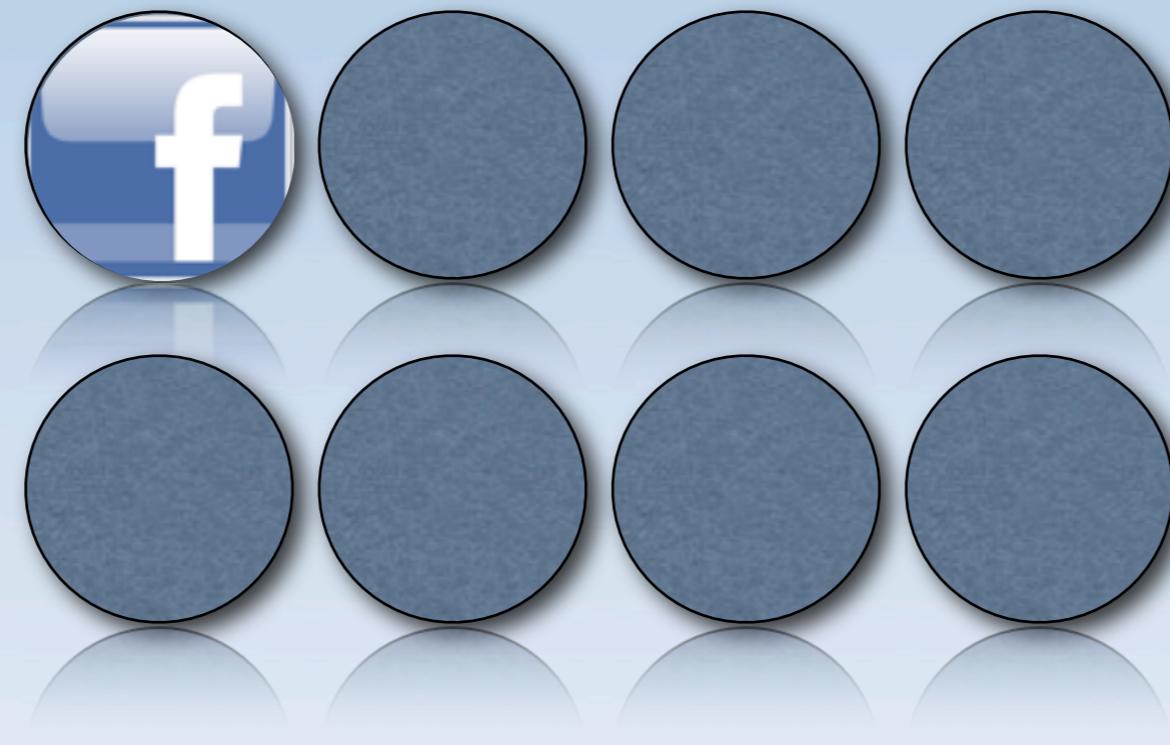
Source: North American Technographics

UNIPRO

Base: US online adults

Diamo i numeri...e i tempi

Centro Studi e
Cultura d'Impresa



**Nell'ultimo anno I minuto su 8 del
nostro tempo online è stato dedicato a...**

La prossima volta che...

Centro Studi e
Cultura d'Impresa

È giunto il momento di capovolgere il risultato e utilizzare questi strumenti per trasformare consumatori insoddisfatti in promotori del marchio.

La prossima volta che vedrete qualcuno utilizzare uno smartphone nel vostro negozio, probabilmente non starà mandando sms agli amici, ma magari starà confrontando il prezzo e/o leggendo una recensione on-line.

Cosa volete che veda?

Internet e aziende cosmetiche

Indagine online - Beauty Web Conference 2011

Beauty Web Conference

Gestione del sito web aziendale

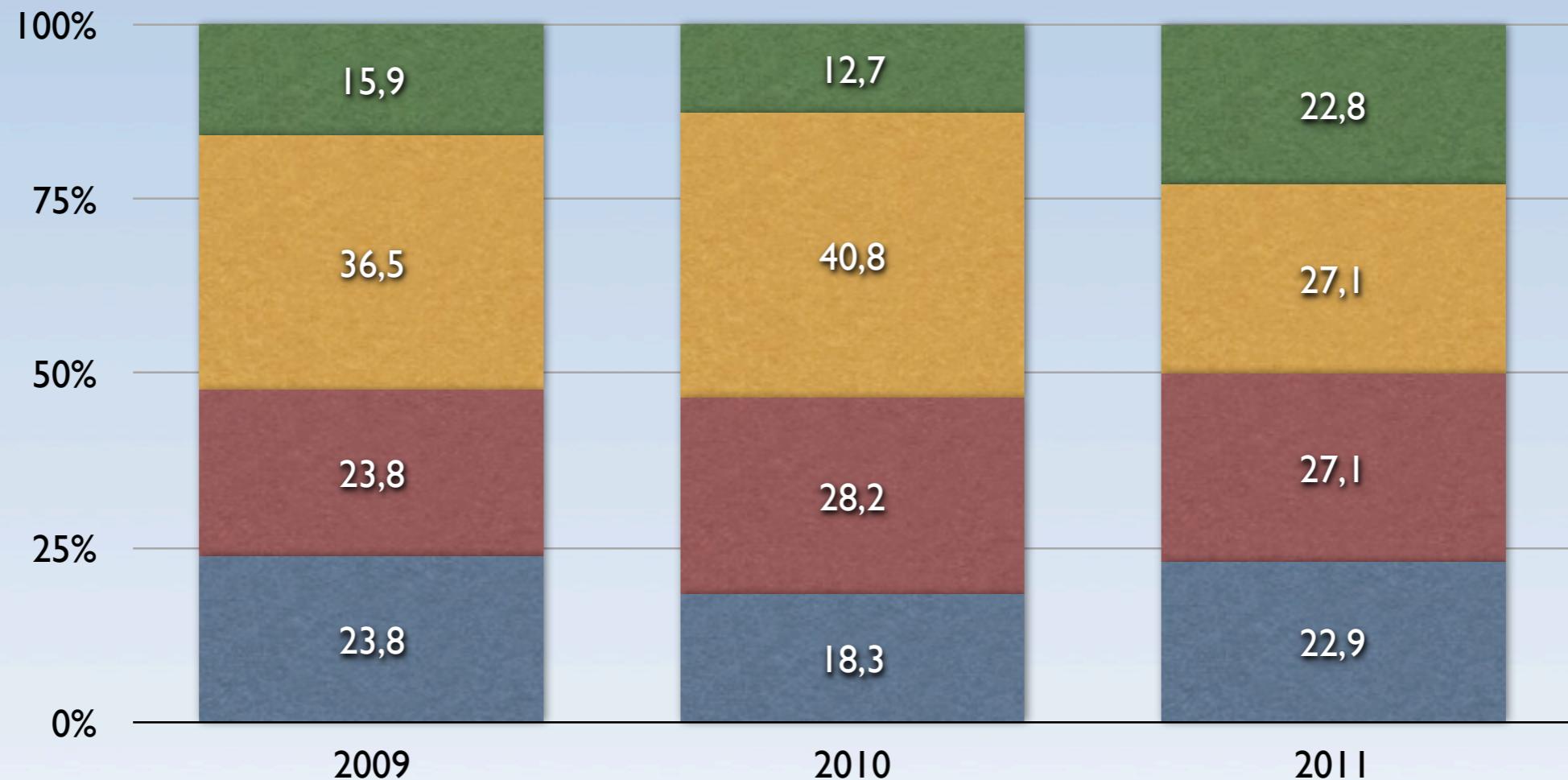
Centro Studi e
Cultura d'Impresa

Il sito Internet è gestito (o sarà gestito):	2009	2010	2011
a) Internamente anche a livello tecnico sia per i contenuti che per la grafica	23,8%	18,3%	22,9%
b) In outsourcing sia per i contenuti che per la grafica	23,8%	28,2%	27,1%
c) I contenuti sono curati da risorse interne secondo le esigenze	36,5%	40,8%	27,1%
d) I contenuti sono curati da risorse interne dedicate	15,9%	12,7%	22,8%

Beauty Web Conference

Gestione del sito web aziendale

Centro Studi e
Cultura d'Impresa



- █ d) I contenuti sono curati da risorse interne dedicate
- █ c) I contenuti sono curati da risorse interne secondo le esigenze
- █ b) In outsourcing sia per i contenuti che per la grafica
- █ a) Internamente anche a livello tecnico sia per i contenuti che per la grafica

Beauty Web Conference

Presenza dei *social media* nelle aziende cosmetiche

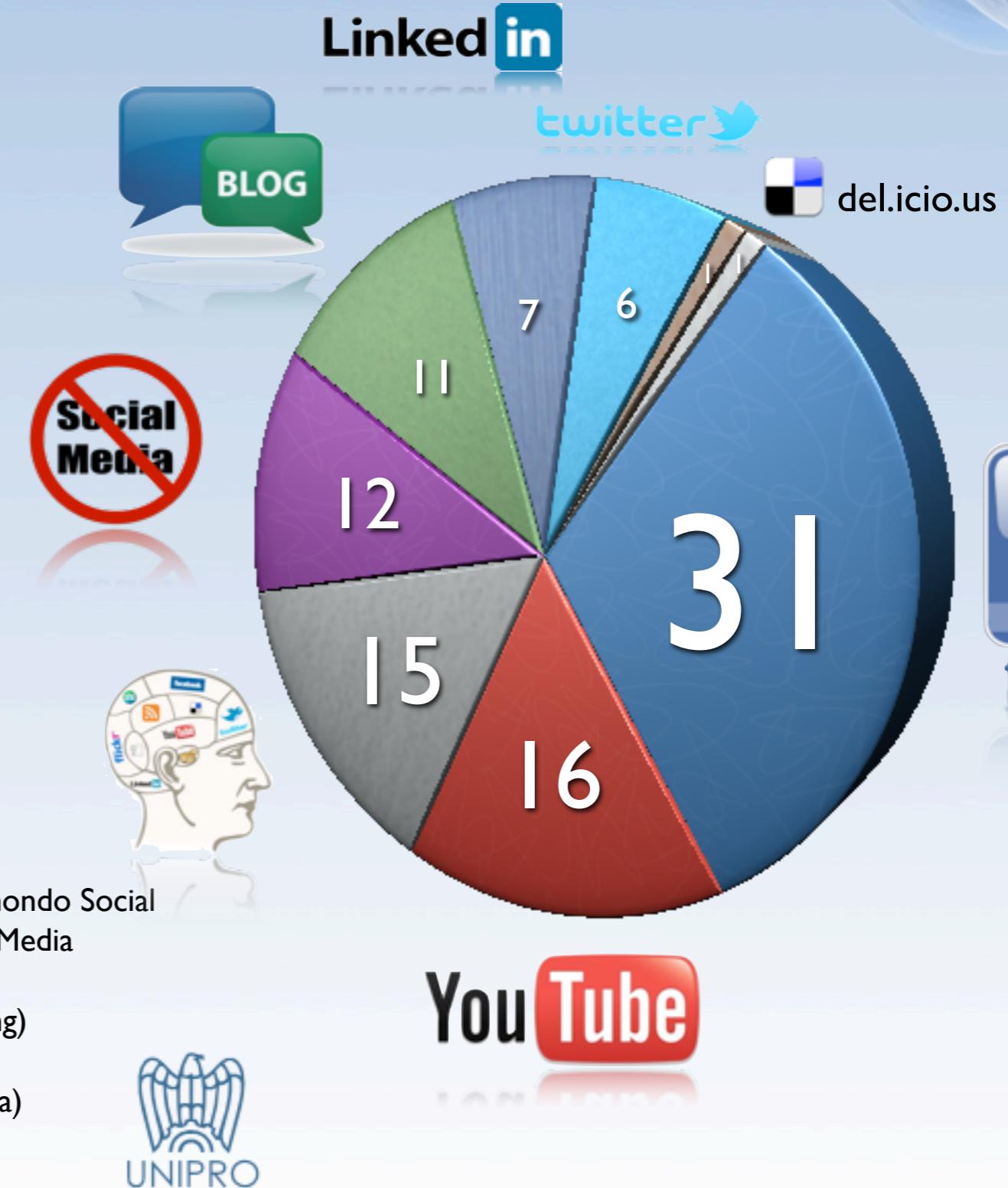
Centro Studi e
Cultura d'Impresa

il “**CI PIACE**” del Centro Studi



- maggiore integrazione di forum e blog nel sito aziendale
- interesse crescente delle aziende verso i Social Media
- buona la periodicità media di aggiornamento dei siti istituzionali

- Social network consumer (Facebook, Google+)
- Video (YouTube, Vimeo)
- Nessuna presenza, ma è possibile l'ingresso nel mondo Social
- Nessuna presenza, non sono interessati ai Social Media
- Blog, forum
- Social network professional (LinkedIn, Viadeo, Xing)
- Microblog (Twitter, Plurk)
- Social bookmarking (Del.icio.us, FriedFeed, Diggita)
- Altro



Make-up videotutorialist

Una indagine da “consumAttore”

Make-up tutorialist su Twitter - mondo

Centro Studi e
Cultura d'Impresa



..o Michelle Phan.o

@RiceBunny World Wide Web

A daydreamer who sleeps in reality and lives in dreams...

<http://www.youtube.com/MichellePhan>

13.854
Tweet

265
Following

221.405
Follower

3.784
In lista



Elle Fowler

@ellefowler USA

*YouTube Beauty Guru AllThatGlitters21 and
EllesGlitterGossip*

10.853
Tweet

103
Following

169.289
Follower

1.758
In lista



Dulce Candy

@DulceCandy87 Los Angeles

I am meant to have an AMAZING life!

11.761
Tweet

174
Following

102.312
Follower

1.115
In lista



kandee johnson

@kandeejohnson

yay! thanks for joining my twitter nest! im a make-up artist, craft and DIY artist... i blog, vlog, clog... ok i dont cloa but it rhumed!

5.279
Tweet

79
Following

92.179
Follower

1.322
In lista



Tiffany D

@TiffanyLD Atlanta, GA

YouTube Beauty Guru, Beauty Blogger & Makeup Artist

13.380
Tweet

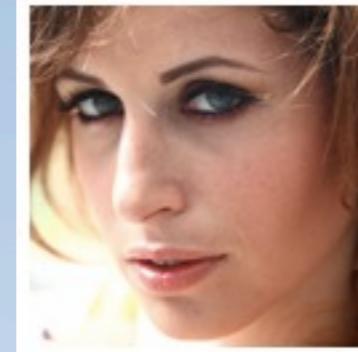
356
Following

86.118
Follower

1.271
In lista

Make-up tutorialist su Twitter - Italia

Centro Studi e
Cultura d'Impresa



Clio Zammatteo

@ClioMakeUp Brooklyn

I like to smile:-)

<http://www.cliomakeup.com>



[Dettagli su @ClioMakeUp](#)

647

Tweet

40

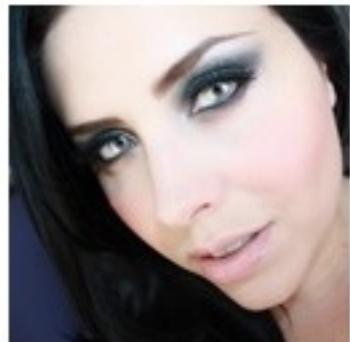
Following

18.695

Follower

146

In lista



Giuliana

@makeupdelight California, USA

<http://www.youtube.com/user/makeupdelight2009>



[Dettagli su @makeupdelight](#)

5.028

Tweet

176

Following

8.567

Follower

103

In lista



Carlitadolce

@Carlitadolce Italia

COSMETICI NATURALI ♥ ..in my video tutorials and recipes I will show to you how easy it is to create your own cosmetics!



[Dettagli su @Carlitadolce](#)

264

Tweet

27

Following

630

Follower

6

In lista

Diamo i numeri...su YouTube nel mondo

Centro Studi e
Cultura d'Impresa



kandeejohnson

Iscriviti

Aggiungi come amico |
Blocca utente |
Invia messaggio

Profilo

Nome: Kandee Johnson
Visualizzazioni canale: 18,696,734
Visualizzazioni totali caricamenti: 128,407,478



panacea81

Iscriviti

Aggiungi come amico |
Blocca utente |
Invia messaggio

Profilo

Nome: Lauren
Visualizzazioni canale: 15,994,117
Visualizzazioni totali caricamenti: 119,640,153



MichellePhan

Iscriviti

Aggiungi come amico |
Blocca utente |
Invia messaggio

Profilo

Nome: Michelle Phan
Visualizzazioni canale: 81,021,310

Visualizzazioni totali caricamenti: 491,215,586

Profilo

Nome: JULIE
Visualizzazioni canale: 11,372,624
Visualizzazioni totali caricamenti: 100,498,114



julieg713

Iscriviti

Aggiungi come amico |
Blocca utente |
Invia messaggio

Profilo

Nome: Makeup how-to
Visualizzazioni canale: 10,509,163
Visualizzazioni totali caricamenti: 113,810,971



Diamo i numeri...su Youtube in Italia

Centro Studi e
Cultura d'Impresa



LaCindina

Iscriviti

Aggiungi come amico |
Blocca utente |
Invia messaggio

Profilo

Nome: Cindy
Visualizzazioni canale: 2,535,080
Visualizzazioni totali caricamenti: 8,850,838
Stile: Bellezza
Età: 19
Iscritto il: 26/Aug/2008
Attività più recenti: 1 sett. fa



carlitadolce

Iscriviti

Aggiungi come amico |
Blocca utente |
Invia messaggio

Profilo

Nome: Carlitadolce
Visualizzazioni canale: 1,175,432
Visualizzazioni totali caricamenti: 5,354,521

ClioMakeUp

Iscriviti

Aggiungi come amico |
Blocca utente |
Invia messaggio

Profilo

Nome: Clio Zammatteo
Visualizzazioni canale: 19,790,381
Visualizzazioni totali caricamenti: 60,953,171
Stile: Bellezza
Età: 28
Iscritto il: 02/Jul/2008
Attività più recenti: 4 giorni fa
Iscritti: 127,818

Makeupdelight2009

Iscriviti

Aggiungi come amico |
Blocca utente |
Invia messaggio

Profilo

Nome: Giuliana
Visualizzazioni canale: 5,595,900
Visualizzazioni totali caricamenti: 20,127,692



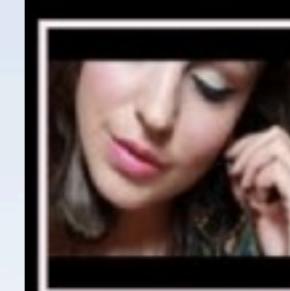
KissAndMakeup01

Iscriviti

Aggiungi come amico |
Blocca utente |
Invia messaggio

Profilo

Nome: Nicole
Visualizzazioni canale: 3,948,277
Visualizzazioni totali caricamenti: 12,624,202
Età: 26
Iscritto il: 27/Jul/2009
Attività più recenti: 11 ore fa
Iscritti: 66,259



PepperChocolate84

Iscriviti

Aggiungi come amico |
Blocca utente |
Invia messaggio

Profilo

Nome: Onorina
Visualizzazioni canale: 1,344,440
Visualizzazioni totali caricamenti: 4,051,483
Stile: Bellezza

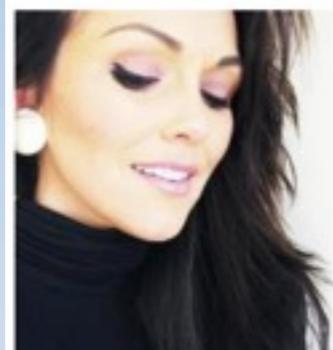
Diamo i numeri...su Facebook nel mondo

Centro Studi e
Cultura d'Impresa

Michelle Phan



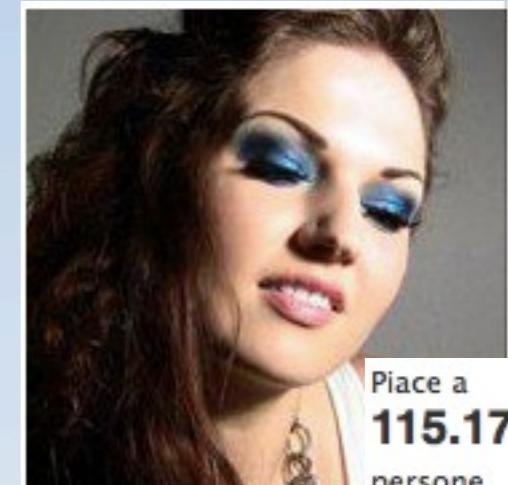
Kandee Johnson



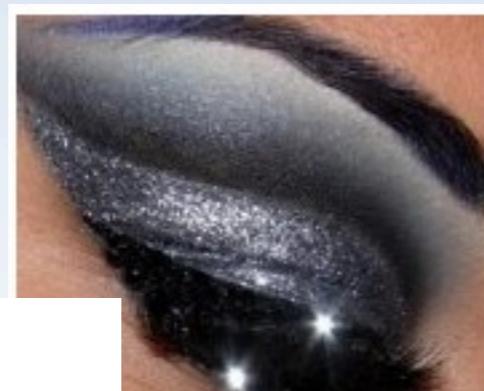
Piace a
253.158
persone

14.946
persone ne parlano.

Miss Chievous



Queen of Blending



Makeup Geek



Diamo i numeri...su Facebook in Italia

Centro Studi e
Cultura d'Impresa

ClioMakeUp

LaCindina



Piace a
24.199
persone

1.272
persone ne parlano.



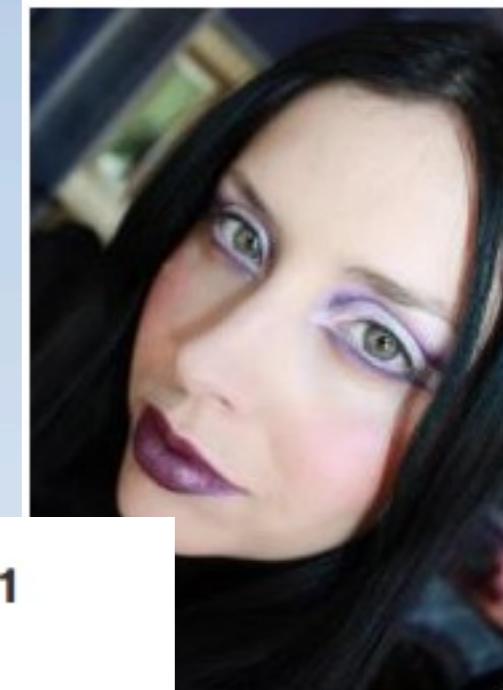
Piace a
168.720

persone

6.652

persone ne parlano.

MakeupDelight09



Piace a
65.071
persone

2.395
persone ne parlano.

KissAndMakeup01



Piace a
24.784
persone

1.536
persone ne parlano.

CarlitaDolce

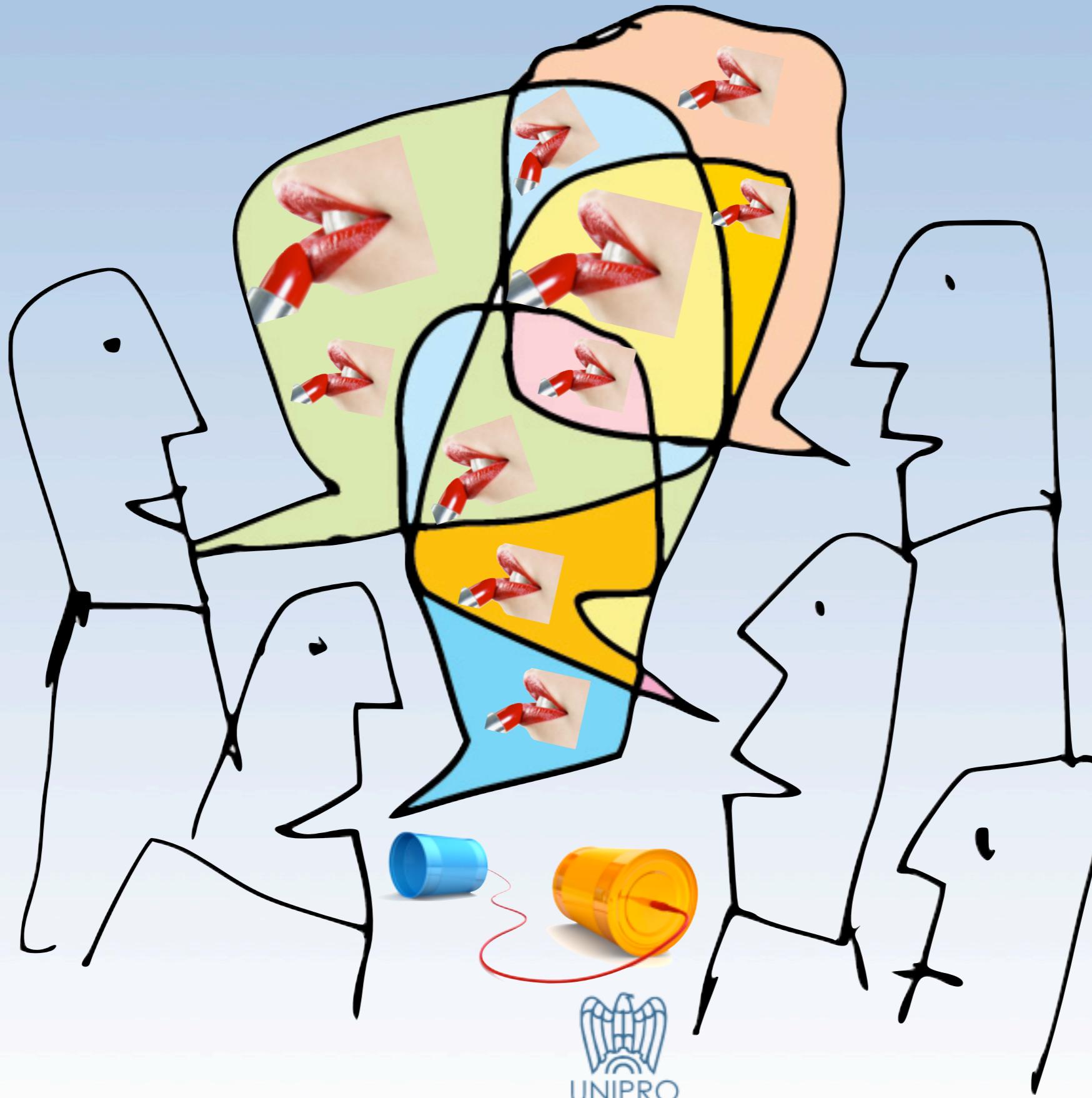


Piace a
15.767
persone

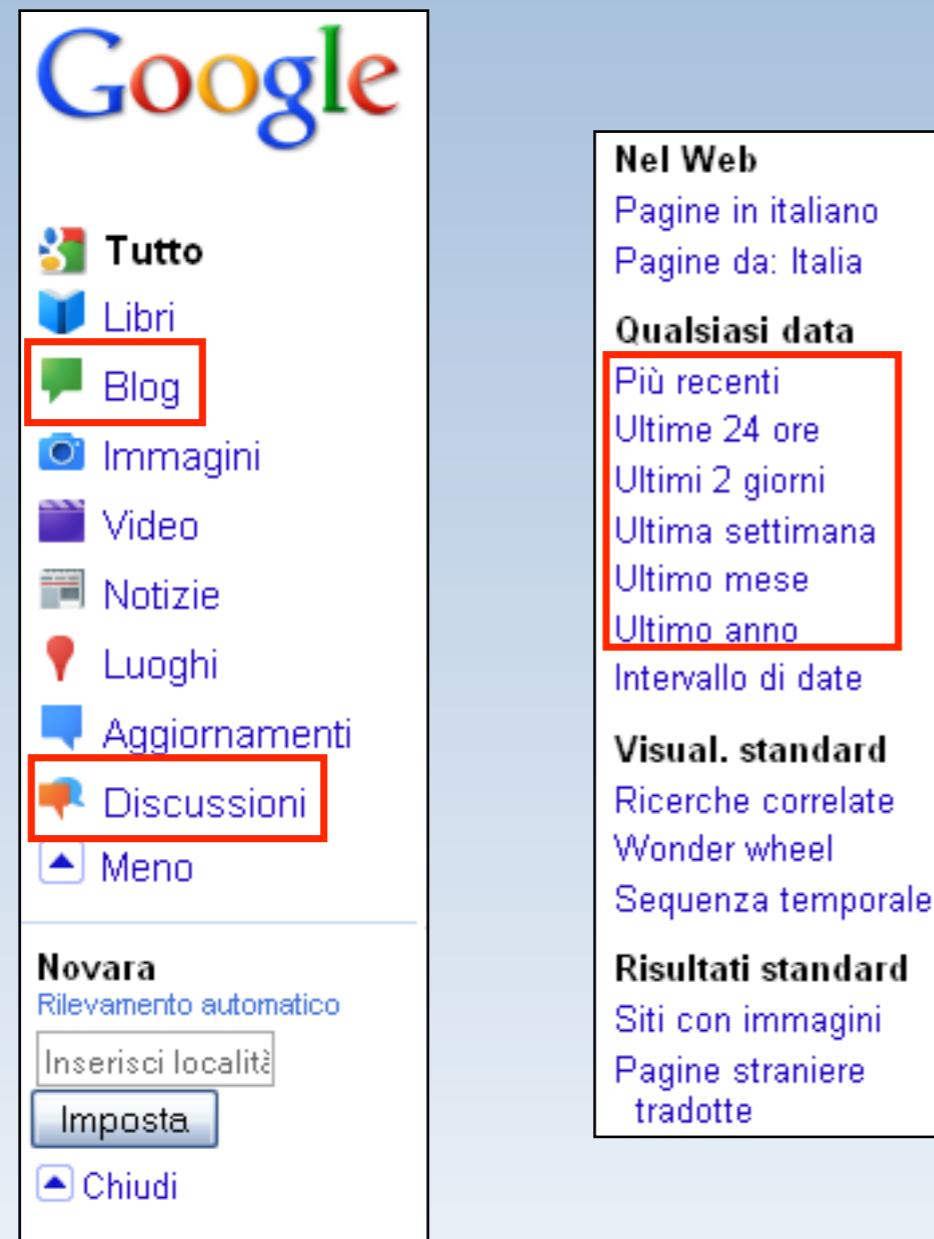
927
persone ne parlano.

Ascolto online “rossetti”

Centro Studi e
Cultura d'Impresa



Google: alcuni strumenti utili

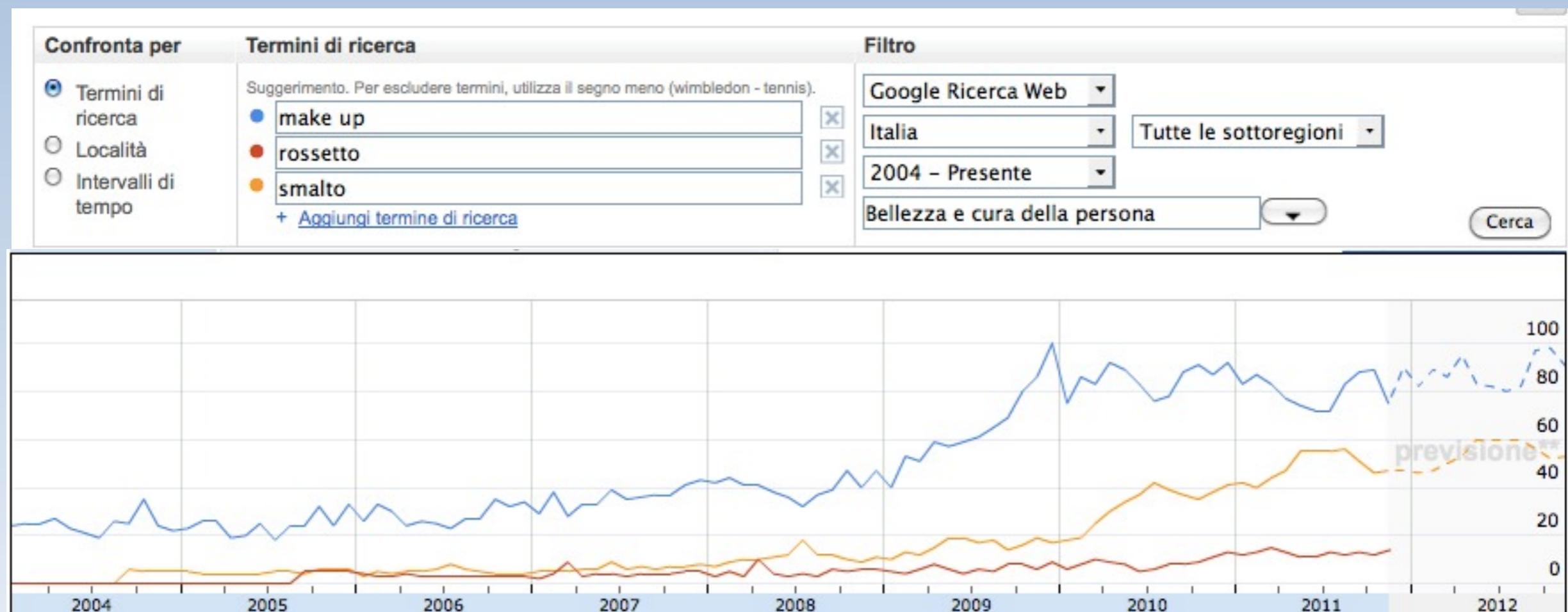


The screenshot shows the Google search homepage with a sidebar on the left. The sidebar includes links for 'Tutto', 'Libri', 'Blog' (which is highlighted with a red box), 'Immagini', 'Video', 'Notizie', 'Luoghi', 'Aggiornamenti', 'Discussioni' (which is also highlighted with a red box), 'Meno', and buttons for 'Novara', 'Inserisci località', 'Imposta', and 'Chiudi'. To the right of the sidebar is a search bar with the placeholder 'Cerca su Google'. Below the search bar is a dropdown menu with sections: 'Nel Web' (containing 'Pagine in italiano' and 'Pagine da: Italia'), 'Qualsiasi data' (containing 'Più recenti', 'Ultime 24 ore', 'Ultimi 2 giorni', 'Ultima settimana', 'Ultimo mese', 'Ultimo anno', and 'Intervallo di date', with 'Più recenti' highlighted by a red box), 'Visual. standard' (containing 'Ricerche correlate', 'Wonder wheel', and 'Sequenza temporale'), and 'Risultati standard' (containing 'Siti con immagini', 'Pagine straniere tradotte').

Già dalla home page
possiamo particolareggiare
le nostre ricerche

Google: alcuni strumenti utili

Centro Studi e
Cultura d'Impresa



Google: alcuni strumenti utili

Centro Studi e
Cultura d'Impresa



Google Statistiche di ricerca

Google: alcuni strumenti utili

Centro Studi e
Cultura d'Impresa



The screenshot shows the Doubleclick Ad Planner interface. At the top, there are three tabs: 'Ricerca' (selected), 'Piano media', and 'Elenchi'. Below the tabs, the word 'Ricerca' is displayed in a large, bold, dark font. There are three sub-tabs: 'Ricerca per sito' (selected), 'Cerca posizionamenti', and 'Pianificazione del pubblico'. A search bar contains the text 'dominio:lola.mondoweb.net' and a blue arrow button. The main content area displays a table with two columns: 'Miniatura' and 'Categorie di contenuti'. The 'Miniatura' column shows a thumbnail image of a website. The 'Categorie di contenuti' column lists categories: 'Internet e telecomunicazioni > Posta elettronica e messaggistica' and 'Bellezza e fitness > Cura del viso e del corpo > Cosmetici e maquillage'. Below this table, there is a section titled 'Pubblicità accettata' with a green checkmark and the word 'Sì'. At the bottom, there is a note: 'Publisher: fai clic qui per [modificare](#) i dati del tuo sito' and a dropdown menu 'Visualizza dati per: Italia'.



Possiamo analizzare il traffico
dei siti web dei nostri competitor
e monitorare forum e blog del
settore

Google: alcuni strumenti utili

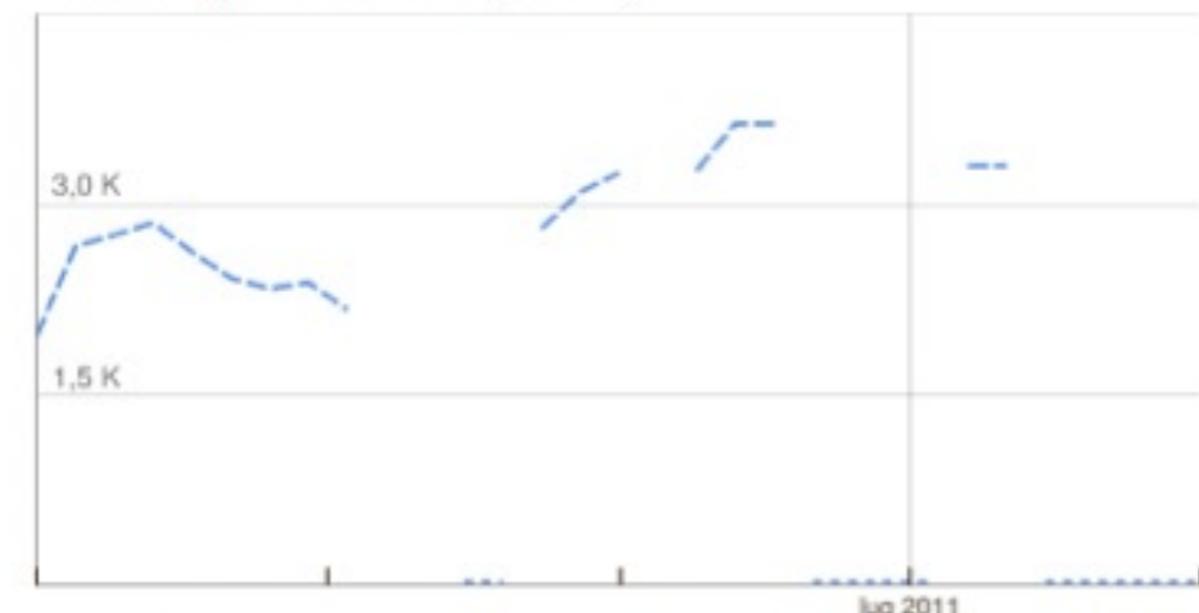
Centro Studi e
Cultura d'Impresa

Statistiche sul traffico

Tutte le statistiche sul traffico sono stime [?](#)

	Regione	A livello mondiale
Visitatori unici (stima cookie) ?	53migliaia	64migliaia
Visitatori unici (utenti) ?	20migliaia	24migliaia
Copertura	0,1%	0,0%
Visualizzazioni di pagina	620migliaia	620migliaia
Numero totale di visite	80migliaia	88migliaia
Visite medie per cookie	1,5	1,4
Tempo medio trascorso sul sito	10:40	10:40

Visitatori giornalieri unici (cookie)



-- = Dati insufficienti per stimare il traffico

--- = dati stimati — = dati di Google Analytics

Possiamo analizzare il traffico dei siti web dei nostri competitor e monitorare forum e blog del settore

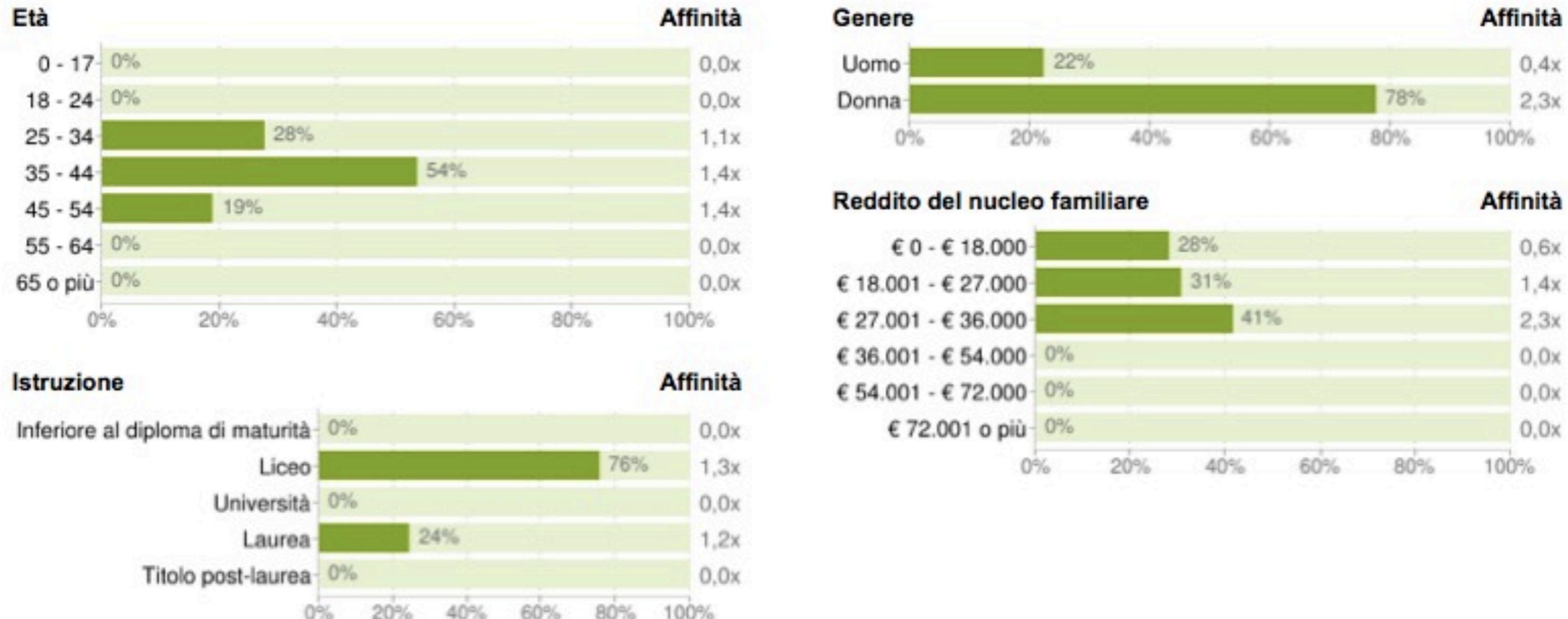
Google: alcuni strumenti utili

Centro Studi e
Cultura d'Impresa

Altri siti visitati		Interessi del pubblico		
<input type="button" value="Aggiungi a piano media"/>		Interesse	Affinità	
<input type="checkbox"/>	Sito	Affinità	?	
<input type="checkbox"/>	mondoweb.net	1659,3x	Profumi e fragranze	53,6x
<input type="checkbox"/>	forum.saicosatispalmi.org	580,6x	Cosmetici e maquillage	48,8x
<input type="checkbox"/>	saicosatispalmi.org	528,1x	Cura della pelle e delle unghie	44,3x
<input type="checkbox"/>	cliomakeup.forums-free.com	435,8x	Cura del viso e del corpo	40,3x
<input type="checkbox"/>	promiseland.it	138,8x	Cura dei capelli	33,3x
<input type="checkbox"/>	saninforma.it	44,2x	Bellezza e fitness	18,8x
<input type="checkbox"/>	forumsalute.it	17,1x	Abbigliamento	8,0x
<input type="checkbox"/>	bottegaverde.it	17,0x	Cucina e ricette	6,6x
<input type="checkbox"/>	forum.alfemminile.com	12,8x	Educazione dei figli	6,6x
<input type="checkbox"/>	style.it	12,8x	Alimenti e bevande	6,6x

Possiamo analizzare il traffico
dei siti web dei nostri *competitor*
e monitorare forum e blog del
settore

Google: alcuni strumenti utili



Possiamo analizzare il traffico
dei siti web dei nostri competitor
e monitorare forum e blog del
settore

Google: alcuni strumenti utili



Idee per le parole chiave (100)

Parola chiave	Concorrenza	Ricerche mensili globali
★ [nails]	Medio	135.000
★ [unghie]	Medio	33.100
★ [ricostruzione unghie]	Alta	27.100
★ [unghie decorate]	Bassa	18.100
★ [unghie gel]	Alta	14.800
★ [ricostruzione unghie gel]	Alta	12.100
★ [smalto]	Bassa	12.100
★ [decorazioni unghie]	Medio	9.900
★ [kit ricostruzione unghie]	Alta	9.900
★ [smalto semipermanente]	Alta	9.900
★ [gel unghie]	Alta	6.600
★ [ricostruzione unghie foto]	Medio	3.600
★ [soak off gel]	Alta	3.600
★ [decorazione unghie]	Medio	3.600
★ [smalto gel]	Medio	2.900
★ [unghie finte]	Medio	2.900
★ [smalto permanente]	Medio	1.900
★ [unghie e bellezza]	Medio	1.900

Trova parole chiave

In base a una o più delle seguenti opzioni:

Parola o frase	smalto
Sito web	www.google.com/pagina.html
Categoria	Bellezza e cura della persona

Opinioni dei consumatori

Centro Studi e
Cultura d'Impresa

ciao! from bing

Rossetto

FILTRA PER CATEGORIA

Salute & Benessere (1.088)

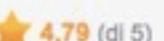
Bellezza (1.088)

Confronto tra prodotti

10 I Migliori Trucchi per le Labbra

Confronto tra prodotti

[Torna alla pagina precedente](#)

				
Avène Couvrance Duo Labbra/Contorno 1 Chiaro da € 10,27 a € 14,00 (5 Offerte)	Essence Rossetto	Chanel Rouge Coco 05 Mademoiselle	La Mela di Eva Gloss+	
Valutazione del prodotto				
Valutazione complessiva	 4,84 (di 5)	 4,75 (di 5)	 4,79 (di 5)	 4,80 (di 5)
Opinioni degli utenti	 Opinioni degli utenti (5)	 Opinioni degli utenti (14)	 Opinioni degli utenti (7)	 Opinioni degli utenti (5)
Tenuta	 4,8	 3,1	 4,9	 4,4
Rapporto qualità/prezzo	 4,5	 4,3	 4,3	 4,2

Opinioni dei consumatori

Centro Studi e
Cultura d'Impresa

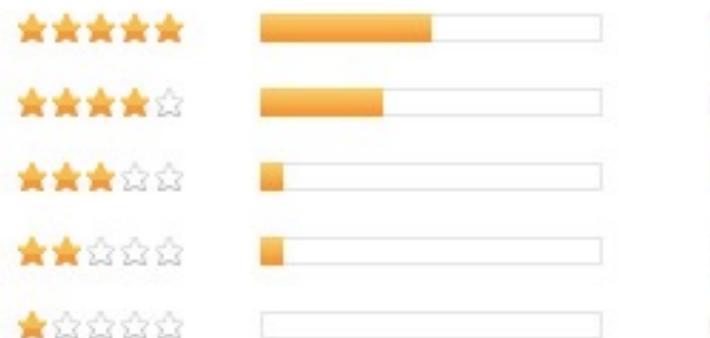


Rossetto

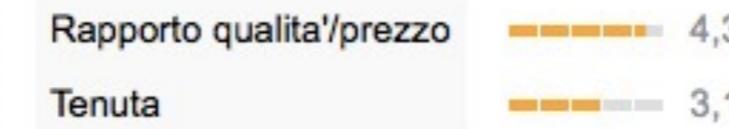
Opinioni

per Essence Rossetto

Valutazione complessiva basata su 14 opinioni



Dettagli della valutazione



Altri filtri

[Opinioni con immagini](#)

[Raccomandato dall'utente](#)

[Non raccomandato dall'utente](#)

88 su 88 utenti Ciao hanno valutato quest'opinione come utile

★★★★★☆ **L'essenza della bellezza**

10/05/2010, di diavoletta90



+ Vantaggi bellissimo prodotto,economico,lucidissimo,leggi opi ;)

- Svantaggi la durata forse..



Generalmente,quando mi trovo a fare un acquisto che riguarda in particolare un prodotto cosmetico,sono invogliata a provare delle marche sempre nuove:questo non vuol dire che io non abbia le mie preferenze (mi piace moltissimo la Kiko ad esempio...),ma non sono una persona che tende a fissarsi su un marchio in particolare,anzi al contrario tendo a provare anche prodotti che a primo impatto non sembrano poi nemmeno tanto buoni...Ma l'esperienza mi ha insegnato che talvolta non bisogna fermarsi ai "pregiudizi" perchè a volte,spesso capita che un prodotto di basso costo abbia un valore ... [continua](#)

3 su 3 utenti Ciao hanno valutato quest'opinione come utile

★★★★★☆ **ESSENCE ROSSETTO,BELLISSIMO E PREZZO IRRISORIO!** 22/10/2011, di GiuliaVi



+ Vantaggi prezzo irrisorio, colori lucenti, buona consistenza

- Svantaggi tenuta non altissima



Premetto come sempre che possiedo un sacco di prodotti di questa marca low cost che ne offre un'ampissima gamma senza penalizzarne la qualità. ho due rossetti di questa marca, devo dire che ne sono rimasta mediamente soddisfatta: la confezione è bella e comoda, il rossetto si stende bene, è facile da applicare, non appiccica (cosa che a volte succede, non solo con i gloss, e a proposito anche i gloss di questa marca sono ottimi!) e c'è una scelta abbastanza ampia per quanto riguarda i colori. l'ultimo l'ho comprato un mese fa e usandolo tutti i giorni non sono neanche a metà e poi il prezzo è ...

[continua](#)

boardreader™ **lipstick**

Search / Results 1 - 10 of 1,000 for lipstick

Search Advanced search

Showing 35,516 post(s) for last 3 months sorted by relevance in any language | Show tools...

Ads by Google

Air Guitar - Fisherman's

Sei abbastanza suonato? Scegli una data e scatenati sul palco!
www.fishermansfriendairguitar.it

Air Guitar - Fisherman's

Sei abbastanza suonato? Scegli una data e scatenati sul palco!
www.fishermansfriendairguitar.it

Ads by Google

Lipstick Jungle Seasons 1-2

1 month, 3 weeks ago - by sonaslan_1989 - 1 post
.../Lipstick.JungleS01.E01.HDTV.avi <http://www.wupload.com/file/152117822/Lipstick.JungleS01.E01.HDTV.avi> <http://www.wupload.com/file/152117823/Lipstick.JungleS01.E02.HDTV.avi> <http://lost-forum.com/showthread.php?t=197034#post270303657>

[Show more site info](#)

Re: Red Lipstick ;)

6 days, 13 hours ago - by abegail856 - 13 posts
I love red **Lipstick**. Im using MAX FACTOR COLOUR PERFECTION **LIPSTICK-265 ROUGE**. It looks so pretty on my lips, <http://missabegaila.blogspot.com/2011/11/max-facto-r-colour-perfection.html> <http://www.candymag.com/teentalk/index.php/topic,198838.0.html#msg5780251>

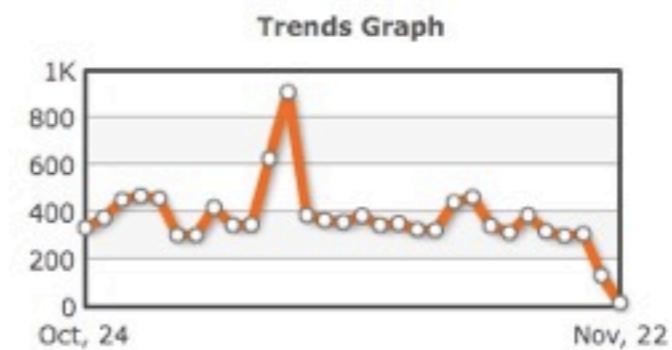
[Show more site info](#)

Re: Red Lipstick ;)

4 days, 20 hours ago - by chic kititay - 13 posts
Quote from: Misakii - on October 25, 2011, 09:56:44 pm I love red lipsticks too.
<http://www.candymag.com/teentalk/index.php/topic,198838.0.html#msg5780749>

[Show more site info](#)

Posting activity on *lipstick*:



BoardTracker
Discussion Search
V. 2010

 **Technorati**™ beta Blogs Posts **make-up** make-up Search

Women **Technology** **Business** **Entertainment** **Lifestyle** **Sports** **Politics** **Videos** **Blogging**

Blog Directory **Top 100** **Tags** **People** **Write for Technorati** **State of the Blogosphere**

[Annunci Google](#) [Siti Annunci](#) [KJJJJ Annunci](#) [64GB SSD](#) [Cerca Annunci](#)

Blogs relating to “make-up” (1048 blogs found out of 1193049)    

S [Click to refine this search](#)

Page: 1 2 3 4 5 6 7 ... 50

Look up  "make-up" at [The Free Dictionary](#)

1273.	 Make Up Tips, How-to Apply Make ...  http://www.temptalia.com Recent: MAC Forever Green Powerpoint Eye Pencil Review, Photos, Swatches MAC Forever Green Powerpoint Eye Pencil MAC Forever Green Powerpoint Eye Pencil MAC Forever Green Powerpoint ...	 Auth: 554 -1 Change
1873.	 The Beauty Stop  http://thebeautystop.com Recent: Bella Swans Wedding Dress Can Be Yours! Hold onto your glittery-vampire hats, ladies. Bella Swans elegant wedding dress is available and y...	 Auth: 525 -1 Change

Siete alla ricerca di nuove idee? Serve un'ispirazione?

Centro Studi e
Cultura d'Impresa

twipho **lipstick**  photos near me

Share this search on Twitter »

[Netbook Il Momento Giusto Per Acquistare un Netbook! Risparmia Su Groupon www.GROUPON.it/Offerle+Netbook](#)

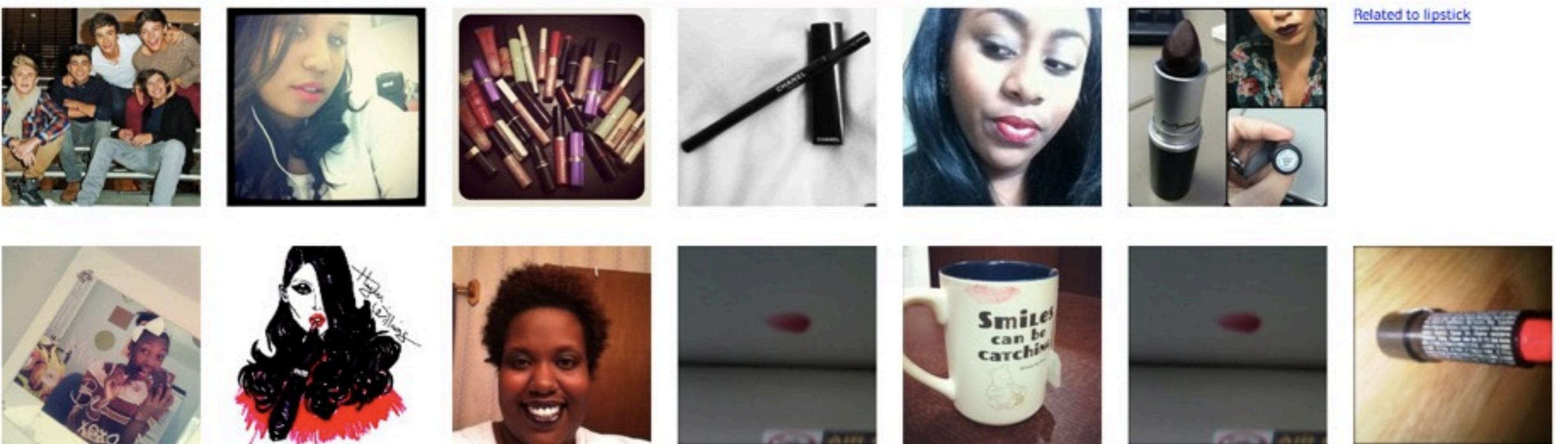
[Outlet Elettronica Offerte di Tecnologia. Risparmia Fino al 70% Registerate Ora! Letsbonus.com](#)

[Diventa Mediatore Civile Iscriviti al Corso per Mediatore Legalmente Riconosciuto. Info ora! www.mediatoriconciliatori.it](#)

[AdChoices ▶](#)

18:14:26: Showing the most recent 100 results for lipstick

[Related to lipstick](#)



<http://twipho.net>



Siete alla ricerca di nuove idee? Serve un'ispirazione?

Centro Studi e
Cultura d'Impresa

flickr® da YAHOO!

Home Visita guidata Registrati Esplora Carica

Ricerca Foto Gruppi Persone

Da tutti gli utenti **RICERCA** [Tutto il testo](#) | [Solo tag](#)
[Ricerca avanzata](#)

Selezione: [Più importante](#) | [Recenti](#) | [Classifica](#)

Visualizza: [Piccole](#) | [Medie](#) | [Dettagli](#) | [Slideshow](#)

 Da emmakisstina	 Da ukslim	 Da jordan...	 Da karenturner	 Da Maddie...	 Da araphoenix	 Da me Freez
 Da alexvin	 Da Giovanni...	 Da Daniela...	 Da MonsterPh...	 Da ms.lume	 Da Ba51a	 Da v...
 Da l...	 Da v...	 Da v...	 Da v...	 Da v...	 Da v...	 Da v...

<http://www.flickr.com>



Siete alla ricerca di nuove idee? Serve un'ispirazione?

Centro Studi e
Cultura d'Impresa

The screenshot shows the deviantART search results for the keyword "lipstick". The search bar at the top contains "lipstick". Below the search bar, a message states "75332 most popular deviations of all time for lipstick". The results are organized into three columns of three rows each. The first row shows a surreal image of a mouth with red lips and a knife, labeled "Lipstick in Surreal". The second row shows a woman applying lipstick, labeled "Lipstick on a... in Fantasy". The third row shows a close-up of a heart drawn with red lipstick, labeled "Lipstick in Expressive". The left sidebar contains a "Browse" section with links to "Deviations", "Prints Shop", "T-Shirts & Gear", and "Groups", and a "Category" section listing various art types from Digital Art to Journals.

<http://www.deviantart.com>



Ricerche di mercato in tempo reale..

Centro Studi e
Cultura d'Impresa

<http://www.tweetfeel.com>

tweetfeel 

|| fiat

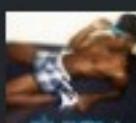
Try some Twitter trends: [Happy Thanksgiving](#) [The View](#) [Gone with the Wind](#) [Wild & Free](#) [Amish](#) [Black Friday](#) [Urban Meyer](#)

 21  31 = 60%

 @questlove I need a **fiat**

 i need a **fiat** .. idk why but i looove them

 I need a **fiat**

 She loves **fiat** RT @jux_jeff: @JeleonDijon Exactly what I'm saying !

Uno sguardo d'insieme...

Centro Studi e
Cultura d'Impresa

HowSociable? fiat **Measure** Home Tour Plans & Pricing Sign in

Overview Track Compare History Excel / CSV export

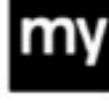
fiat's visibility score [?]: 1906

on 03 Nov 2011 [Upgrade and get today's score](#)

[Follow this brand](#)

 0  1114  1207  366

 455  686  1204  0

 513  726  973  1126

 1319  795  1514  1901

 1225  1257  1518  708

 0   0

Uno sguardo d'insieme...

Centro Studi e
Cultura d'Impresa

facebook  11 rossetto

FILTRI DI RICERCA

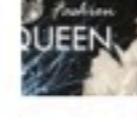
-  Tutti i risultati
-  Persone
-  Pagine
-  Gruppi
-  Applicazioni
-  Eventi
-  Risultati Web
-  Post degli amici
-  Post pubblici
-  Post nei gruppi

Post pubblici

 Deborah Callegari Hasanagic ha condiviso un link.

 NUOVO Rossetto Moisture Seduction da Avon
wildfire.gigya.com
Prova la sensuale combinazione di colore e
idratazione. Un vortice di ricco colore e ultra
idratazione, per labbra che appaiono meravigliose e si
sentono morbide e seduenti.

 20 minuti fa - 

 Cordella Eventi
una goccia di fondotinta, una pennellata di fard, un segno di matita e un
tocco di rossetto e il make up è pronto! tutto questo solo su fashion
queen!!



Uno sguardo d'insieme...

Centro Studi e
Cultura d'Impresa

Everything Tweets Photos Videos Experts Trending

TOPSY

Search results 1-10 out of 3,180 about lipstick

Latest Results

Past 1 Hour 202

Past 21 Hour 3,180

Past 1 Day 3,742

Past 7 Day 21K

Past 30 Day 67K

All Time 297K

[Check Your Lipstick Or Eyeshadow With This Cute MacBook Air Inspired Hand Mirror | Cult of Mac](#)

cultofmac.com/131308/check-your-lipstick-or-eyeshadow-with-this-cute-macbook-air-inspired-hand-mirror/

 **cultofmac** Cult of Mac
New post: Check Your Lipstick Or Eyeshadow With This Cute MacBook Air Inspired Hand Mirror <http://t.co/StEqxtWa>
21 hours ago 63 more

[KA`OIR Cosmetics | Official Keyshia Dior Lipstick Line](#)

kaoir.com/

 **nisharockstarr** The Black Widow
Order my new lipstick NEONROCKSTARR at <http://t.co/s3odByj0> NOW!!! @KAOIR_Cosmetics
2 hours ago 1,656 more

[Lady Gaga's Red Lipstick at the 39th Annual International Emmy Awards - News and Pics - StyleBistro](#)

stylebistro.com/News+and+Pics/articles/rcV7nyDO7Lz/Lady+Gaga+Red+Lipstick+39th+Annual+International

 **andy Burton** Andy Burton
Lady Gaga's Red Lipstick at the 39th Annual International Emmy Awards: By heather on 2011-11-22T17:22:04 Lady Ga..
10 hours ago 22 more



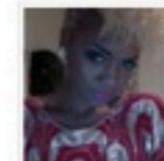
15 hours ago



17 hours ago



13 hours ago



14 hours ago



15 hours ago



15 hours ago

Uno sguardo d'insieme...

Centro Studi e
Cultura d'Impresa

Blogs Microblogs Bookmarks Comments Events Images News Video Audio Q&A Networks All

lipstick

Search Advanced Search Preferences

socialmention*

25% strength **12:1** sentiment

29% passion **33%** reach

14 seconds avg. per mention

last mention 36 seconds ago

322 unique authors

15 retweets

Sentiment

positive		187
neutral		407
negative		16

Top Keywords

color		108
blushmac		90
makeup		76
link		73
eyeshadowmac		69
order		54
free		53

Mentions about lipstick

Sort By: Date Results: Anytime

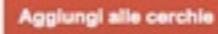
Results 1 - 15 of 610 mentions.

-  [@ThomasMeSeduz Dia 26.11 tem MASH + LIPSTICK + GARAGE18 + INSTINTO + CAPS LOCK no Mezzanine em Sto. André/SP - Bóra? Inf: @UpEventosABC fu](#)
twitter.com/EFagundes144fer/statuses/139023045321957376
37 seconds ago - by  @EFagundes144fer on [twitter](#)
-  [red lipstick >](#)
twitter.com/reynafishermen/statuses/139023027257098240
41 seconds ago - by  @reynafishermen on [twitter](#)
-  [Wipe Dat lipstick off of yo mouth](#)
twitter.com/KADAMZSWAG11/statuses/139023018021224449
43 seconds ago - by  @KADAMZSWAG11 on [twitter](#)
-  [#np : No Lipstick by Protoje](#)
twitter.com/zapo_crazyouths/statuses/139023000732307457
48 seconds ago - by  @zapo_crazyouths on [twitter](#)
-  [#todayimwearing pink lipstick :\)](#)
twitter.com/MyLifeAsDiamond/statuses/139022969258254336
55 seconds ago - by  @MyLifeAsDiamond on [twitter](#)

Attenti alle continue evoluzioni... Google+ pagine

Centro Studi e
Cultura d'Impresa

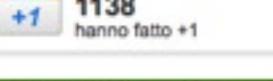
Google+  Cerca in Google+

H&M  Fashion and quality at the best price. 

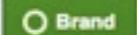


Post **Informazioni** **Foto** **Video**

 **H&M** - 18/nov/2011 - Pubblico
Mix and match your favourite weekend outfits in our virtual dressing room! <https://www.hm.com/dressingroom/>

1138 hanno fatto +1 

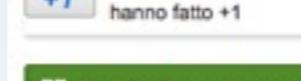
Hanno aggiunto H&M alle loro cerchie (14419)

Volkswagen Italia  Das Auto. 



Post **Informazioni** **Foto** **Video**

 **Volkswagen Italia** - 17/nov/2011 - Pubblico
Nuova up! (16 foto)

+1 4 hanno fatto +1 

Condividi questa pagina 

Nelle cerchie di Volkswagen

Focus: database Mintel

GNPD e GMN

GNPD - *Global New Products Database*

- ✓ Il Global New Products Database monitora l'innovazione mondiale nei mercati dei beni di consumo confezionati, offrendo una copertura informativa ineguagliata dell'attività di innovazione, ai fini di monitoraggio dei concorrenti e di generazione di idee di prodotto
- ✓ Il Centro Studi raccoglie mensilmente gli *highlights* più significativi del settore cosmetico ed effettua ricerche sui temi “caldi” del momento tramite l’interrogazione del database
- ✓ Particolarmente rilevanti a fini statistici le ricerche effettuabili per ingredienti presenti nei prodotti e per *claim* contenuti nella confezione

New Search

Search For as a full text search with word variants

Date Published Jan 2007 and current date

Limit Records Search for beauty products with Prestige Content

Search for products where Country matches Italy and Full text search matches lipstick with word variants and Super-Category matches Beauty & Personal Care and Date Published is between Jan 2007 and current date (Nov 2011)

Limit Results by Category

Limit Results by Country / Region

Limit Results by Company

Limit Results by Ingredients

Limit Results by Flavours

Limit Results by Fragrances

Limit Results by Claims

Limit Results by Packaging Features, Size & Price

Limit Results by Beauty Features

Limit Results by Record Features

Search Results															
<input type="checkbox"/> Products (2492)		list view	Sort by Date Published												
<input type="checkbox"/>	 Super Lustrous Lipstick <p>Revlon Expressionists By Gucci Westman has been released as the brand's Autumn-Winter 2011 Collection, which is characterised by bright and metallic colours. As part of the collection, Rossetto Super Lustrous (Super Lustrous Lipstick) is available in the shades: 026 Abstract Orange; and 025 Sky Line Pink. The product retails in a 4.2g pack. (ID: 1673627)</p> <table> <thead> <tr> <th>Date Published</th><th>Category</th><th>Subcategory</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nov 2011</td><td>Colour Cosmetics</td><td>Lip Colour Cosmetics - Lip Colour</td></tr> <tr> <th>Company</th><th>Brand</th><th>Country</th></tr> <tr> <td>Revlon</td><td>Revlon Expressionists By Gucci Westman</td><td>Italy</td></tr> </tbody> </table>			Date Published	Category	Subcategory	Nov 2011	Colour Cosmetics	Lip Colour Cosmetics - Lip Colour	Company	Brand	Country	Revlon	Revlon Expressionists By Gucci Westman	Italy
Date Published	Category	Subcategory													
Nov 2011	Colour Cosmetics	Lip Colour Cosmetics - Lip Colour													
Company	Brand	Country													
Revlon	Revlon Expressionists By Gucci Westman	Italy													
<input type="checkbox"/>	 Fruit & Gloss Lipstick <p>The BeYu Catwalk collection has been released for Autumn/Winter 2011. As part of the collection, Lucidalabbra alla Frutta (Fruit & Gloss Lipstick), which retails in a 1.6g pack, and is available in the shades: 39 Grape Sherbet; and 71. Also available in the collection are the: Hydrostar Volume Lipstick numbers 339, 370, 422, and 454; and the Volume Gloss number 12 and 63. (ID: 1673576)</p> <table> <thead> <tr> <th>Date Published</th><th>Category</th><th>Subcategory</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nov 2011</td><td>Colour Cosmetics</td><td>Lip Colour Cosmetics - Lip Colour</td></tr> <tr> <th>Company</th><th>Brand</th><th>Country</th></tr> <tr> <td>BeYu Cosmetics</td><td>BeYu Catwalk</td><td>Italy</td></tr> </tbody> </table>			Date Published	Category	Subcategory	Nov 2011	Colour Cosmetics	Lip Colour Cosmetics - Lip Colour	Company	Brand	Country	BeYu Cosmetics	BeYu Catwalk	Italy
Date Published	Category	Subcategory													
Nov 2011	Colour Cosmetics	Lip Colour Cosmetics - Lip Colour													
Company	Brand	Country													
BeYu Cosmetics	BeYu Catwalk	Italy													
<input type="checkbox"/>	 Lipstick <p>Dolomia Cinéma Rossetto (Lipstick) is part of the Autumn/Winter 2011-2012 collection, which features intense and bright colours, inspired by the movie stars of Hollywood from the '30s to the '60s. Its formula is rich in moisturisers, brighteners and emollients, including jojoba seed extract. The product retails in a 3.1g pack, and is available in the shades: Kelly; and Sophia. (ID: 1673528)</p> <table> <thead> <tr> <th>Date Published</th><th>Category</th><th>Subcategory</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nov 2011</td><td>Colour Cosmetics</td><td>Lip Colour Cosmetics - Lip Colour</td></tr> <tr> <th>Company</th><th>Brand</th><th>Country</th></tr> <tr> <td>Unifarco</td><td>Dolomia Cinéma</td><td>Italy</td></tr> </tbody> </table>			Date Published	Category	Subcategory	Nov 2011	Colour Cosmetics	Lip Colour Cosmetics - Lip Colour	Company	Brand	Country	Unifarco	Dolomia Cinéma	Italy
Date Published	Category	Subcategory													
Nov 2011	Colour Cosmetics	Lip Colour Cosmetics - Lip Colour													
Company	Brand	Country													
Unifarco	Dolomia Cinéma	Italy													

[Your Search](#) [Back to search results](#) [Edit last search](#) [Analysis](#)

Super Lustrous Lipstick

[Download](#)

Company	Revlon
	Greater London House, Hampstead Road, London, NW1 7QX, UK
Brand	Revlon Expressionists By Gucci
	Westman
Country	Italy
Store Name	Limoni
Store Type	Drug Store/Pharmacy
Store Address	Bologna 40124
Date Published	Nov 2011
Product source	Shopper
Pack Size	4.20 g 0.15 oz
Price in local currency	€12.4
Major Currencies	\$17.00
Bar Code	309973849266

▼ Product Description

Revlon Expressionists By Gucci Westman has been released as the brand's Autumn-Winter 2011 Collection, which is characterised by bright and metallic colours. As part of the collection, Rossetto Super Lustrous (Super Lustrous Lipstick) is available in the shades: 026 Abstract Orange; and 025 Sky Line Pink. The product retails in a 4.2g pack.

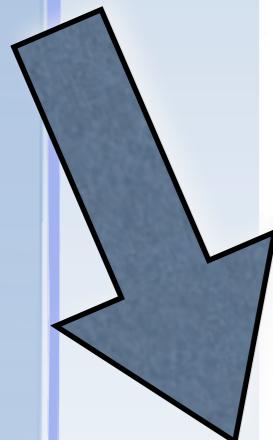
▼ More about this product

Positioning Claims

Seasonal

Ingredients On Pack Standard form

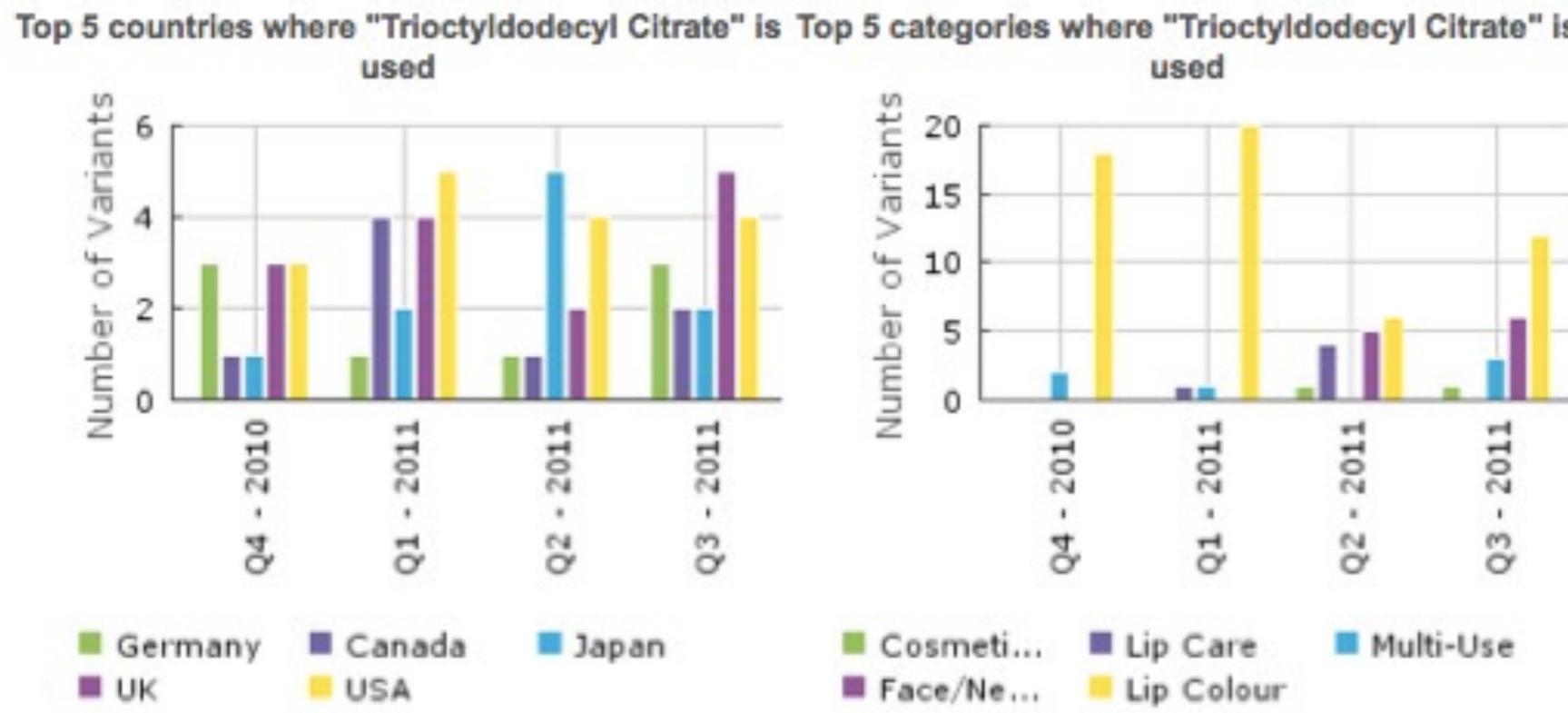
trioctyldodecyl citrate, zokerite, polybutene, ethylhexyl palmitate, octyldodecyl neopentanoate, pentaerythrityl tetraisostearate, C10-30
aliphatic alcohols, behenyl behenate, behenyl behenate, bis-diglyceryl polyacyladipate-2, cera microcristallina (microcrystalline wax), caprylic/capric triglyceride, paraffin,
silica, synthetic wax, tocopheryl acetate, ascorbyl palmitate, aloe barbadensis leaf extract, serica (silk powder), pentaerythrityl
tetraethylhexanoate, polyethylene, ethylene/propylene copolymer, caprylyl glycol, 1,2-hexanediol, +/- may contain (mica, titanium dioxide (CI
77891), iron oxides (CI 77491, CI 77492, CI 77499), red 33 lake (CI 17200), yellow 5 lake (CI 19140), yellow 6 lake (CI 15985), blue 1 lake (CI
42090), red 6 lake (CI 15850), red 7 lake (CI 15850), red 27 lake (CI 45410), bismuth oxychloride (CI 77163), carmine (CI 75470)), 22221



Trioctyldodecyl Citrate

Type	Ingredient
Alternative Names	
	Trioctyldodecyl Citrate
CAS Number	126121-35-5
Chemical Name	Propanetricarboxylic acid, 2-hydroxy-, tris(2-octyldodecyl) ester
Function	
● Skin Conditioning (2006/257/EC)	● Skin Conditioning (2006/257/EC)
Classification	
<u>Chemical Class Groups</u>	
↳ Esters ↳ Trioctyldodecyl Citrate	
<u>Cosmetic Functional Groups</u>	
↳ Skin Conditioning ↳ Skin Conditioning - Emollient ↳ Trioctyldodecyl Citrate	
↳ Skin Conditioning ↳ Skin Conditioning - Occlusive ↳ Trioctyldodecyl Citrate	
Additional Information	
Legislation:	
Council Directive 76/768/EEC of 27 July 1976 on the approximation of the laws of the Member States relating to cosmetic products ("Cosmetics Directive") and its amendments.	
http://ec.europa.eu/consumers/sectors/cosmetics/documents/directive/index_en.htm	

GNPD - Global New Products Database



Top 5 Claims		Top 5 Package Type	
Seasonal	312	Tube	1,174
Moisturising / Hydrating	309	Case	69
Vitamin/Mineral Fortified	306	Carton	50
Long-Lasting*	213	Bottle	24
Botanical/Herbal	204	Jar	12

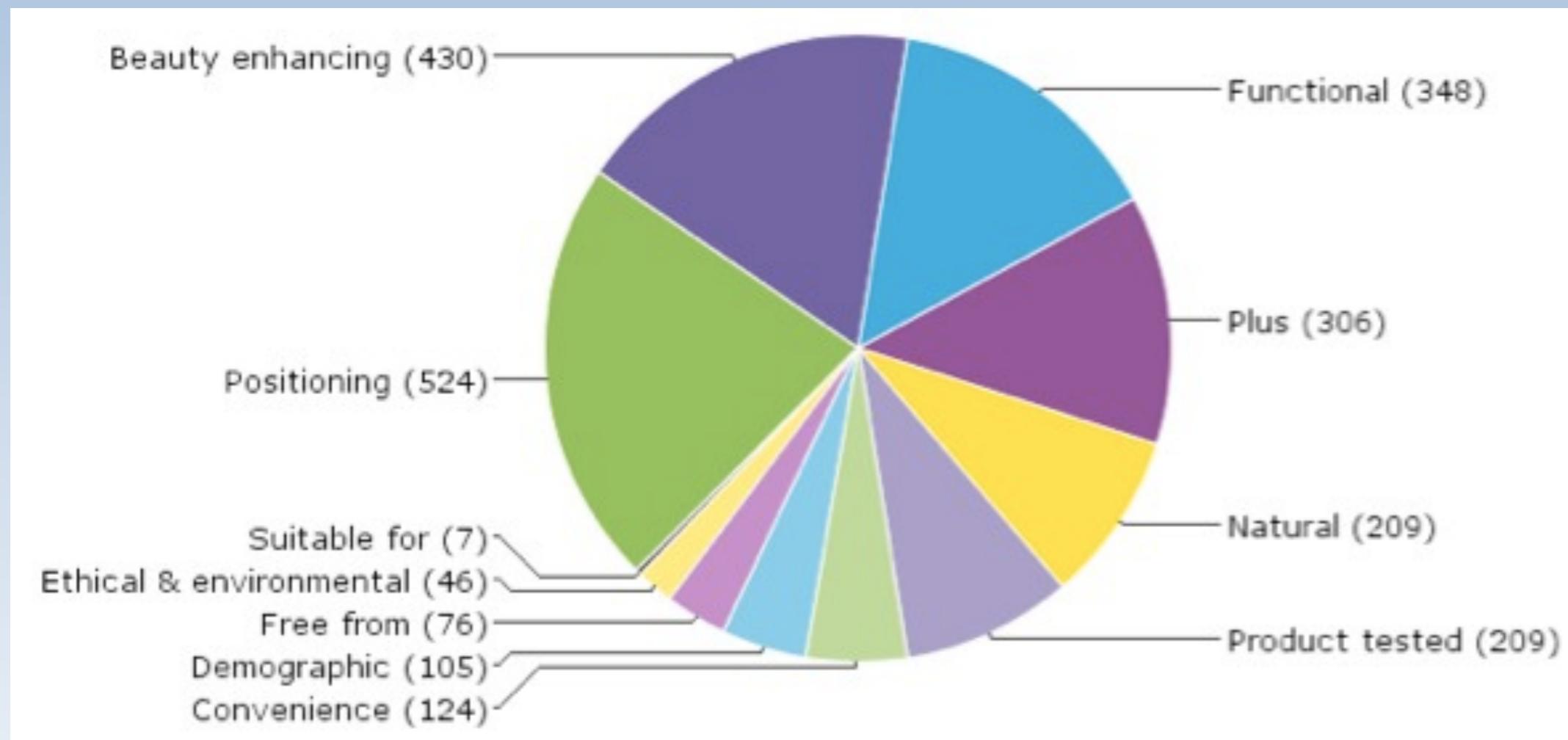
[View as pie chart](#)

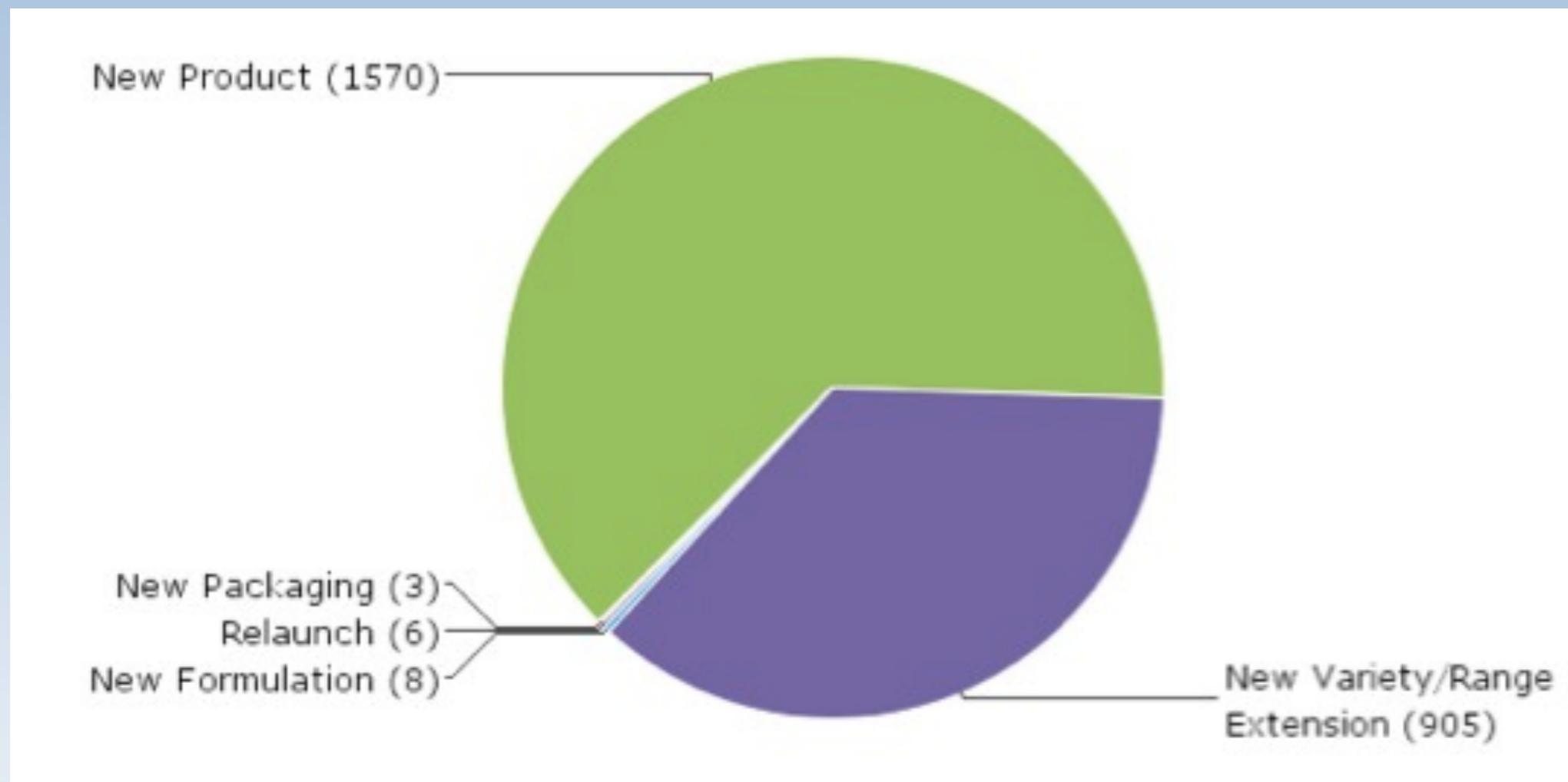
[View...](#)

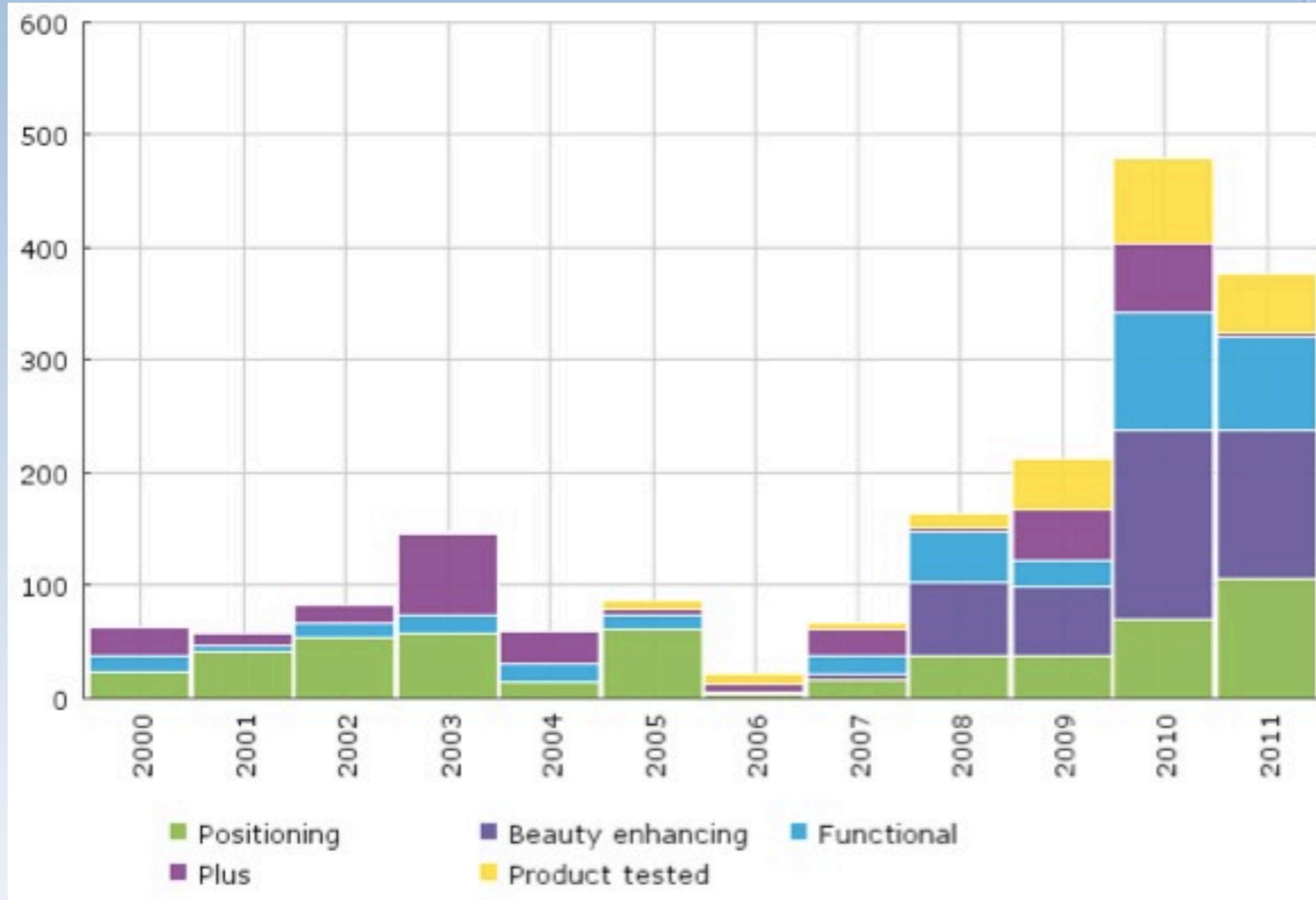
Find an ingredient in these results

Classification

-  Cosmetic Functional Groups (0)
 -  Skin Conditioning (1801)
 -  Cosmetic Colorant (1494)
 -  Viscosity Controlling (994)
 -  Opacifying (667)
 -  Perfuming (574)
 -  Masking (506)
 -  Solvent (435)
 -  Binding (416)
 -  Emulsifying (409)
 -  Film Forming (382)
 -  Bulking (321)
 -  Antioxidant (301)
 -  Antistatic (281)
 -  Hair Conditioning (273)
 -  Abrasive (271)
 -  Preservative (247)
 -  Emulsion Stabilising (240)
 -  UV Absorber (201)
 -  Surfactant (190)
 -  Anticaking (185)
 -  UV Filter (185)
 -  Absorbent (152)
 -  Skin Protecting (141)
 - Humectant (112)







GMN - *Global Market Navigator*



Centro Studi e
Cultura d'Impresa

- ✓ GMN è un affidabile database contenente la dimensione di mercato, le quote di mercato e le previsioni relative a migliaia di categorie di beni al consumo nel mondo
- ✓ Mintel GMN fornisce dati di mercato veloci e semplici da confrontare. I record includono la dimensione di mercato, la quota di mercato e i dati di segmentazione, insieme a previsioni di tendenza di supporto
- ✓ Importanti anche i dati socio-economici rilevati dall'Economist Intelligence Unit

GMN - *Global Market Navigator*

Selezionare le nazioni e i mercati dai menu sottostanti

Regione	Nazione	Industria	Mercato
Tutte le nazioni	filtra paesi... 	Tutti i mercati	filtra mercati... 
Africa & Middle East	seleziona tutti 	Cosmesi, Igiene Personale, Accessori	seleziona tutti 
Europa Occidentale	deseleziona tutti 	Household / Home	deseleziona tutti 
Europa Orientale	<input type="checkbox"/> Arabia Saudita 	Abbigliamento, calzature e accessori	<input type="checkbox"/> Balsami per capelli 
America Latina	<input type="checkbox"/> Austria 	Alimentari	<input type="checkbox"/> Colluttorio 
Asia-Pacifico	<input type="checkbox"/> Belgio 	Assicurazione	<input type="checkbox"/> Coloranti per capelli 
Nord America	<input type="checkbox"/> Bulgaria 	Automobili	<input type="checkbox"/> Cosmetici colore 
BRIC	<input type="checkbox"/> Danimarca 	Bevande alcoliche e tabacco	<input type="checkbox"/> Creme per le mani 
Europa	<input type="checkbox"/> Egitto 	Electrodomestici	<input type="checkbox"/> Creme solari 
G20	<input type="checkbox"/> Emirati Arabi Uniti 		<input type="checkbox"/> Cura dei bambini 
	<input type="checkbox"/> Finlandia 		<input type="checkbox"/> Cura dei capelli 

GMN - Global Market Navigator

Cosmetici colore - Europa Occidentale

Search Criteria

Countries: Austria, Belgio, Danimarca, Finlandia, F...

[edit](#)

Markets: Cosmetici colore

Download report



Related reports

- Cosmetici colore - Europa Orientale
- Cosmetici colore - Asia-Pacifico
- Cosmetici colore - Nord America
- Cosmetici colore - America Latina

[Market size](#)[Market segmentations](#)[Market shares](#)[CAGR](#)[Socio-economic data](#)

Group results by: market country

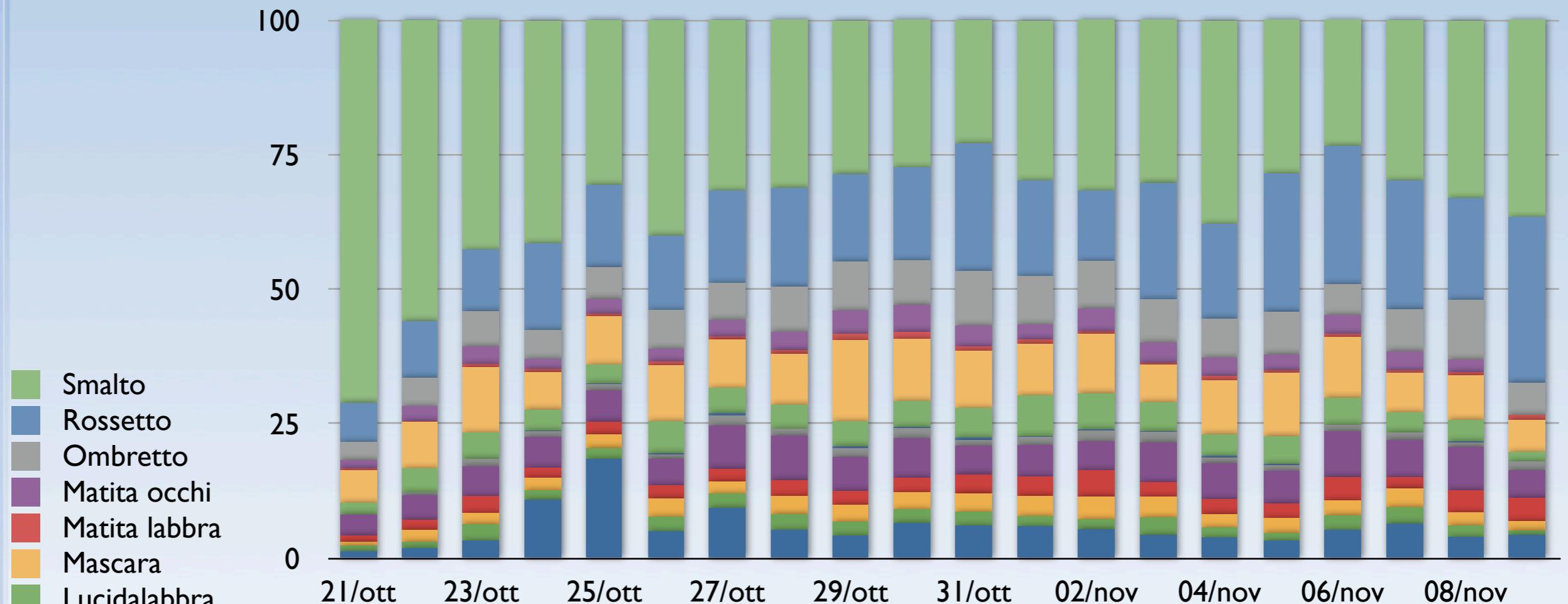
Cosmetici colore: Value in local currency

Region	Scope	Units	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Sources	
Austria	i	m EUR		194,0	201,0	207,0	216,0	198,0	213,8	217,8	229,6	239,4	249,3	259,5		Kosmetik Trans	
Belgio	i	m EUR		76,20	74,20	73,70	75,20	81,00	81,70	82,70	84,40	85,10	86,20	88,90		DETIC Associat	
Danimarca	i	m DKK			744,0	845,0	946,0	992,0	985,0	1.012,0	1.044,7	1.100,6	1.156,2	1.196,5	1.246,7		SPT, GMN Estin
Finlandia	i	m EUR		53,00	61,10	65,00	69,89	70,40	73,60	77,20	80,30	83,30	86,90	89,60		The Finnish Co	
Francia	i	m EUR			844,3	859,5	885,3	956,1	972,3	1.019,0	1.039,0	1.062,9	1.085,2	1.109,1	1.130,2		Lsa Magazine,
Germania	i	m EUR		1.146,0	1.080,0	1.134,0	1.247,0	1.334,0	1.438,0	1.476,6	1.584,4	1.684,4	1.790,2	1.908,2		IKW, Mintel GM	
Italia	i	m EUR			953,3	953,8	971,7	998,0	1.010,1	1.031,3	1.049,2	1.066,5	1.083,0	1.099,0		Unipro, Mintel	
Norvegia	i	m NOK		1.255,0	1.330,0	1.425,0	1.565,0	1.660,0	1.710,0	1.809,0	1.938,0	2.073,0	2.215,0	2.363,0		The Norwegian	
Olanda	i	m EUR			278,6	290,5	320,5	343,5	357,5	370,5	399,1	421,6	444,4	464,6	486,9	NCV, The Nielsen	
Portogallo	i	m EUR			93,15	94,27	96,25	96,92	97,59	98,57	99,62	100,6	101,6	102,8	103,6	Trade Interview	
Regno Unito	i	m GBP	823,0	890,0	949,0	1.010,0	1.111,0	1.200,0	1.218,4	1.274,8	1.351,1	1.436,8	1.545,6			ECM, Snapdata	
Spagna	i	m EUR			503,2	525,0	553,5	567,2	544,6	576,8	577,6	599,3	624,7	656,2	688,3	SymphonyIRI	
Svezia	i	m SEK		2.052,0	2.238,0	2.473,0	2.528,0	2.595,0	2.711,8	2.824,5	2.946,1	3.059,4	3.174,4	3.265,3		The Swedish C	
Svizzera	i	m CHF			211,6	228,6	253,7	290,8	295,5	302,3	311,7	315,4	335,3	355,8		Company Infor	

Focus: Bewe

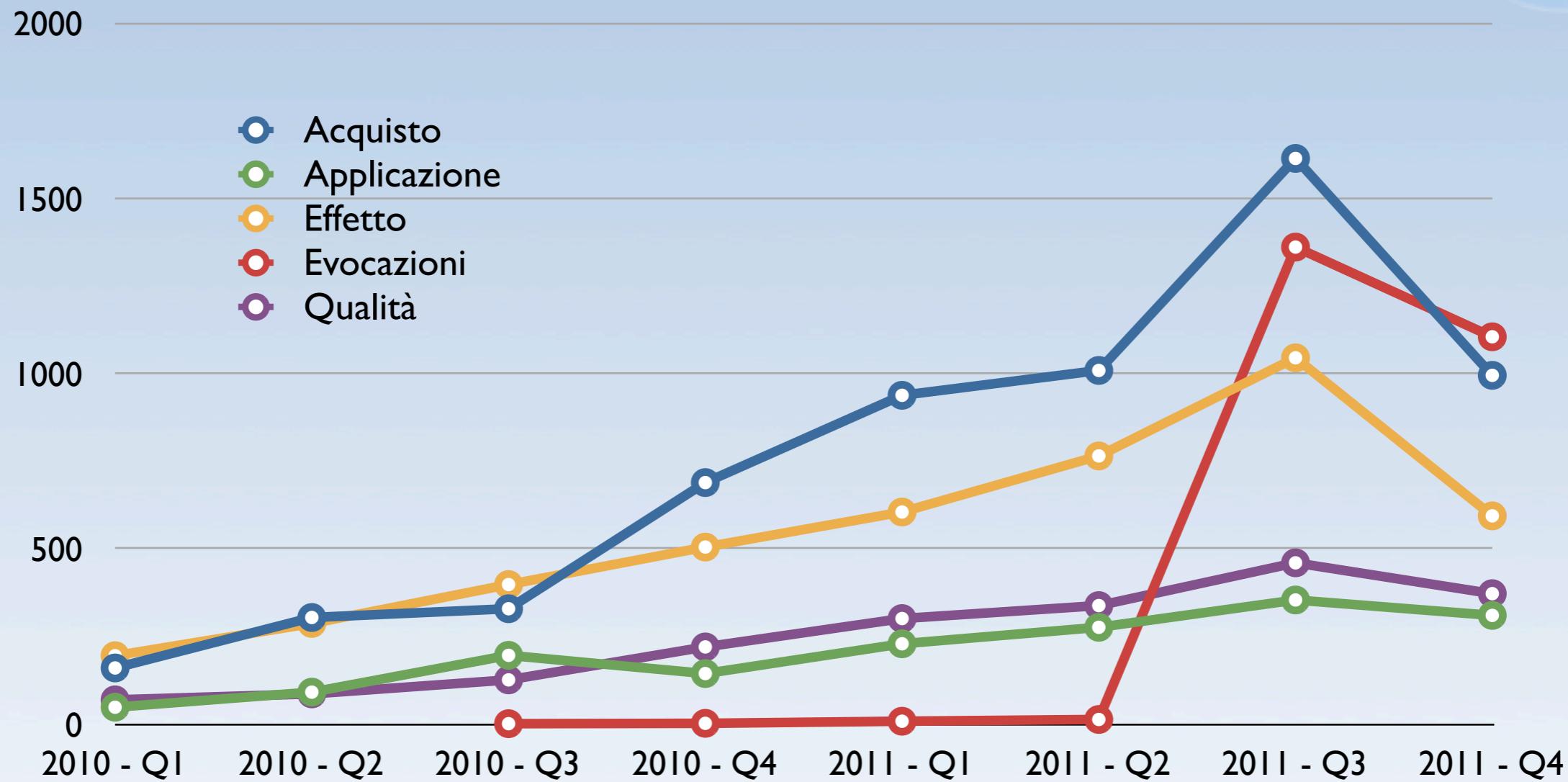
Webdistilled - Mistral 12

Buzz make-up: ripartizione per categoria



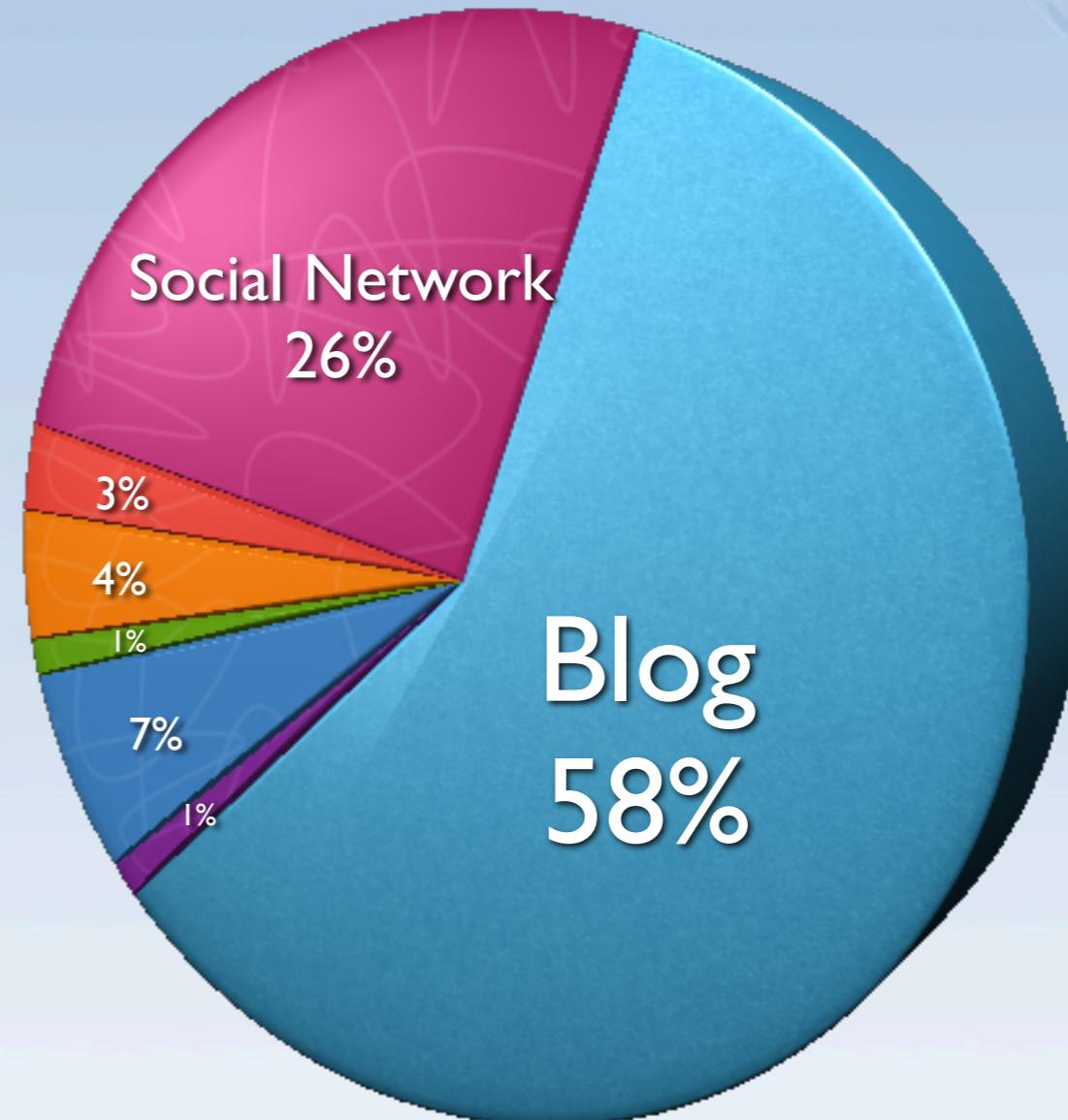
Rossetti: argomento delle conversazioni

Centro Studi e
Cultura d'Impresa



Buzz make-up: dove trovarlo

Centro Studi e
Cultura d'Impresa



Buzz count	
422	Forum
2.399	Mainstream
431	Microblog
1.529	Press
1.029	Q&A
9.507	Social Network
21.155	Blog

Interventi dei relatori

...e per finire...

Centro Studi e
Cultura d'Impresa

facebook

Google
Alerts

YouTube™
Broadcast Yourself



Buon Natale 2.0

LinkedIn



twitter



<http://www.youtube.com/watch?v=GkHNNPM7pJA>



Info e contatti

Centro Studi e
Cultura d'Impresa

Per consultare i dati ed ottenere approfondimenti sulle tematiche trattate,
consultate la **sezione Centro Studi** del sito di Unipro.

Gian Andrea Positano
gianandrea.positano@unipro.org

Marco Pirozzi
marco.pirozzi@unipro.org

29 novembre 2011

UNIPRO



UNIPRO

Associazione Italiana delle Imprese Cosmetiche

Internet e la cosmetica

Strumenti, percorsi, strategie

Grazie per l'attenzione

Centro Studi e Cultura d'Impresa Unipro