

29 Novembre 2011



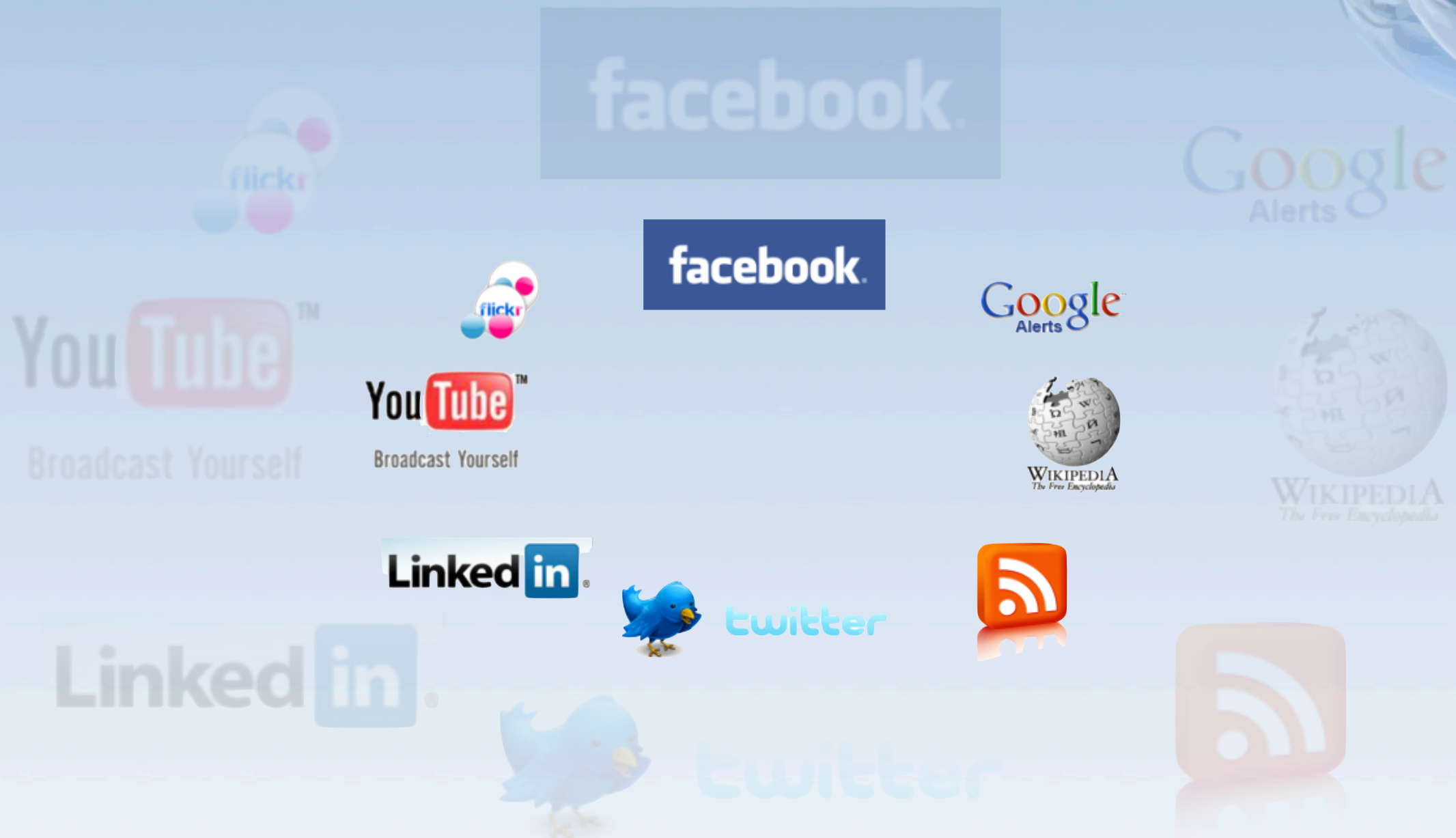
Internet e la cosmetica

Strumenti, percorsi, strategie

Centro Studi e Cultura d'Impresa Unipro

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



Diamo i numeri...di **LinkedIn**

Centro Studi e
Cultura d'Impresa

130 milioni di utenti (15 mio registrati nel Q3-2011)

Top3

Stati Uniti (50 mio)

India (10 mio)

Regno Unito (7 mio)



2,4 milioni di utenti attivi

1° 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	 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: **Blogmeter**

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

Centro Studi e
Cultura d'Impresa

Due mesi di Beauty: uno studio

- ✓ Perché: 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

- ✓ 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 suscitate dal prodotto/brand e gli **obiettivi** da raggiungere tramite la comunicazione 2.0

Nuovi punti di vista...

Centro Studi e
Cultura d'Impresa

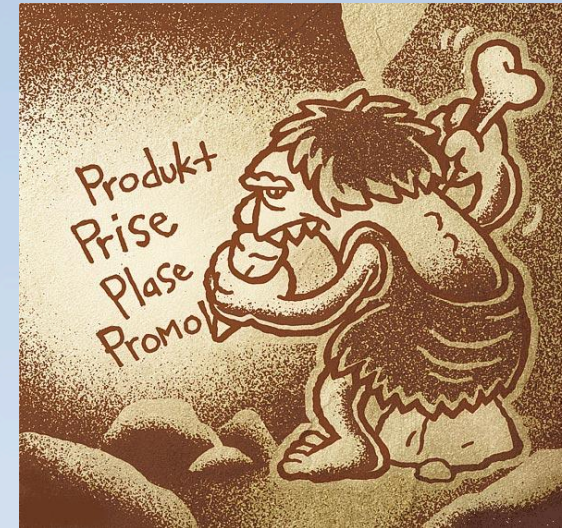
4P (Prezzo, Prodotto, Punto Vendita, Promozione)

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**

Centro Studi e
Cultura d'Impresa

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

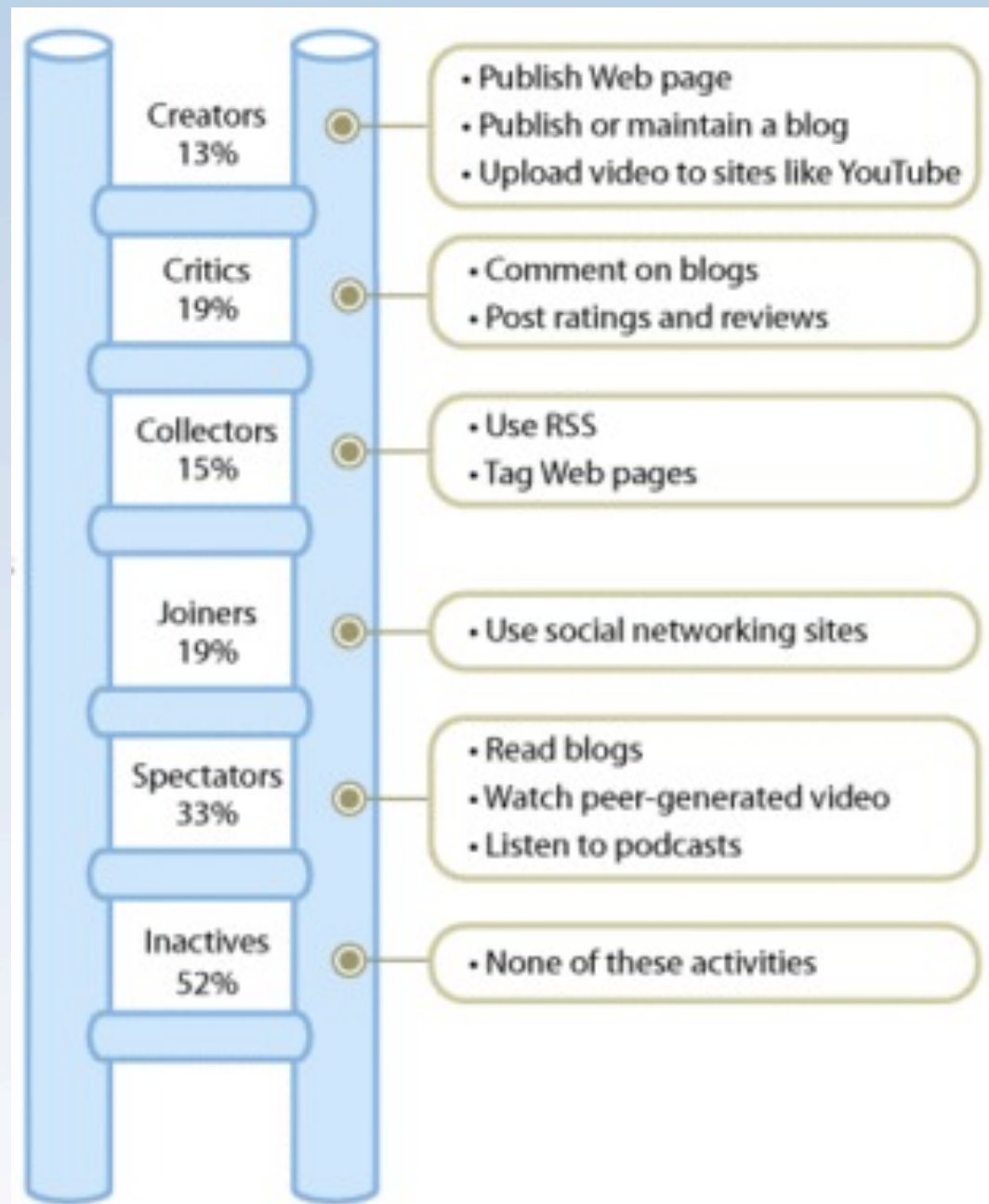
Aprire un blog, diffondere un video virale su YouTube, una pagina su Facebook, una intranet 2.0, un podcast, creare una community sono soltanto alcuni dei molti strumenti più o meno utili al nostro progetto. **Una volta determinate le motivazioni, gli utenti a cui riferirsi e la strategia da seguire, scegliere lo strumento (o gli strumenti) diventa molto più semplice.**



Una possibile classificazione: *social technographics* USA

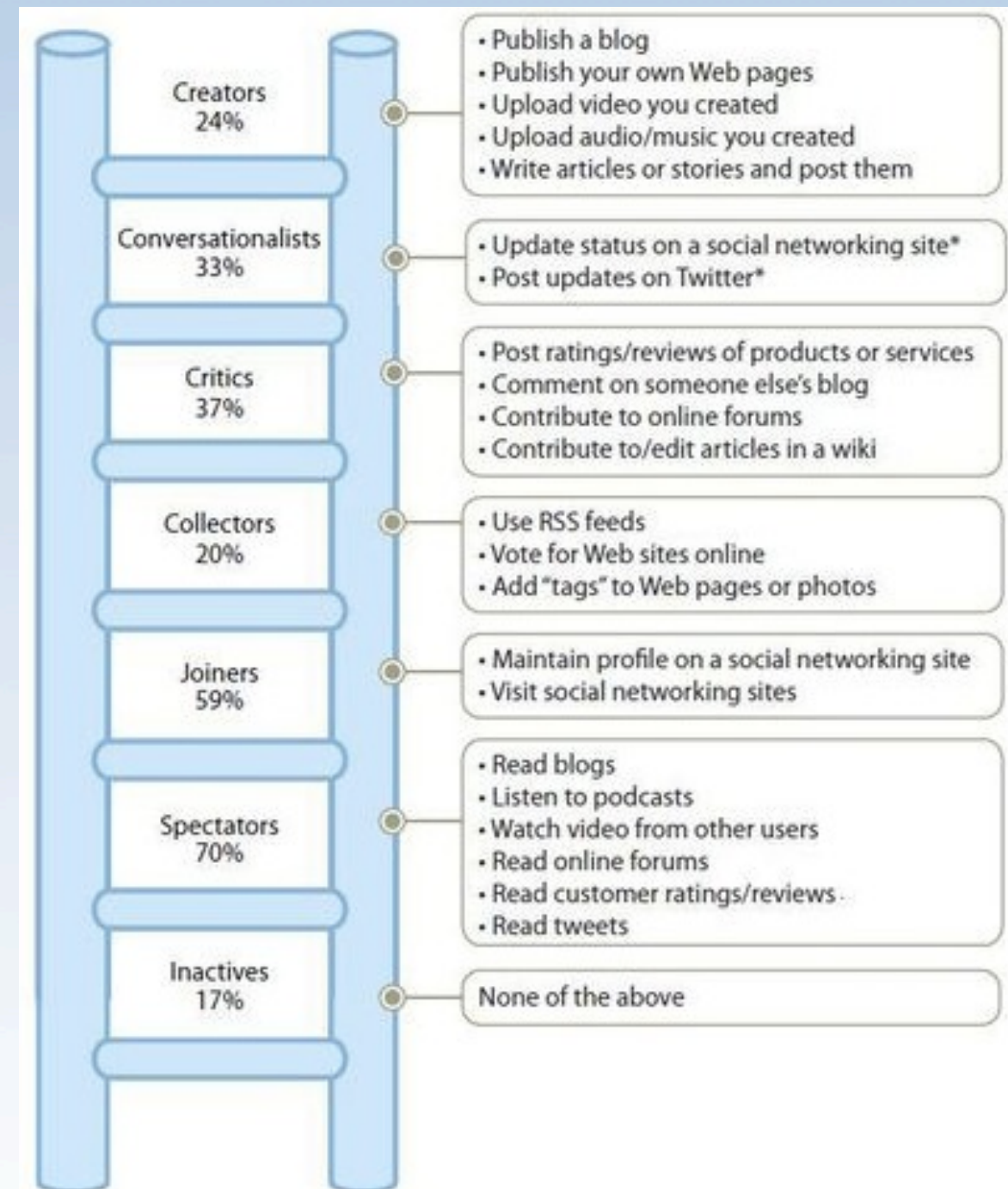
Centro Studi e
Cultura d'Impresa

2007



Source: North American Technographics

2010



Base: US online adults



Diamo i numeri...e i tempi

Centro Studi e
Cultura d'Impresa



**Nell'ultimo anno 1 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

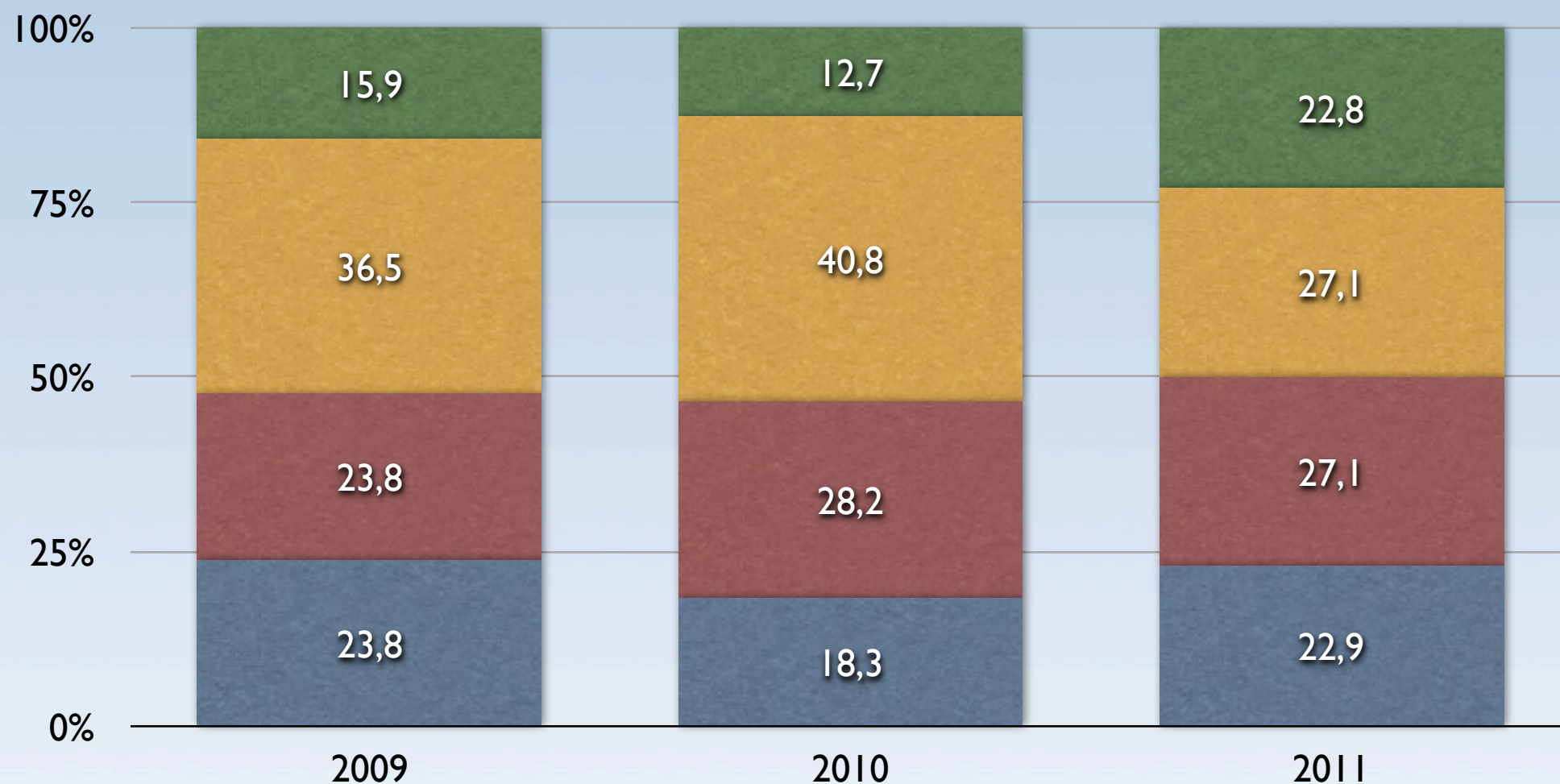
Centro Studi e
Cultura d'Impresa





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

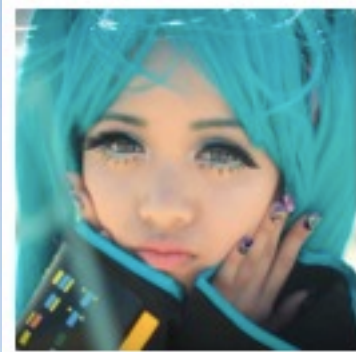


Make-up videotutorialist

Una indagine da “consumAttore”

Make-up tutorialist su Twitter - mondo

Centro Studi e
Cultura d'Impresa



.oMichelle Phan.o ✓

@RiceBunny World Wide Web

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

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

13.854	265	221.405	3.784
Tweet	Following	Follower	In lista



Dulce Candy

@DulceCandy87 Los Angeles

I am meant to have an AMAZING life!

11.761	174	102.312	1.115
Tweet	Following	Follower	In lista

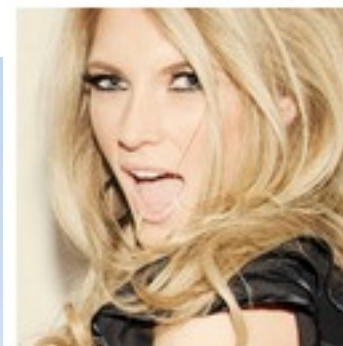


Tiffany D

@TiffanyLD Atlanta, GA

YouTube Beauty Guru, Beauty Blogger & Makeup Artist

13.380	356	86.118	1.271
Tweet	Following	Follower	In lista

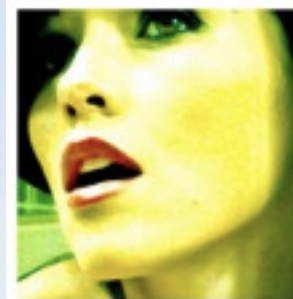


Elle Fowler ✓

@ellefowler USA

*YouTube Beauty Guru AllThatGlitters21 and
EllesGlitterGossip*

10.853	103	169.289	1.758
Tweet	Following	Follower	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
clog but it rhymed!*

5.279	79	92.179	1.322
Tweet	Following	Follower	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: Kande Johnson
Visualizzazioni canale: 18,696,734
Visualizzazioni totali caricamenti: 128,407,478



MichellePhan

Iscriviti

Aggiungi come amico |
Blocca utente |
Invia messaggio

Profilo

Nome: Michelle Phan
Visualizzazioni canale: 81,021,310
Visualizzazioni totali caricamenti: 491,215,586



juleg713

Iscriviti

Aggiungi come amico |
Blocca utente |
Invia messaggio

Profilo

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



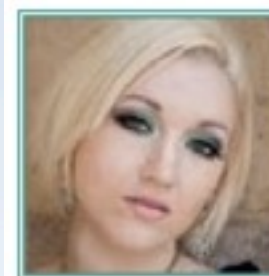
panacea81

Iscriviti

Aggiungi come amico |
Blocca utente |
Invia messaggio

Profilo

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



xsparkage

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



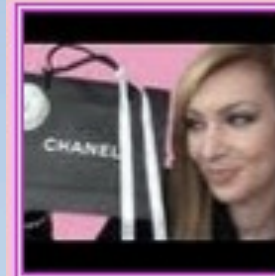
Makeupdelight2009

Iscriviti

Aggiungi come amico |
Blocca utente |
Invia messaggio

Profilo

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



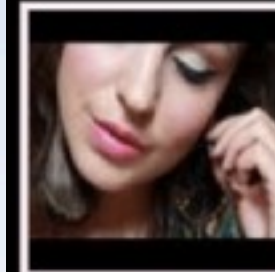
KissAndMakeup01

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

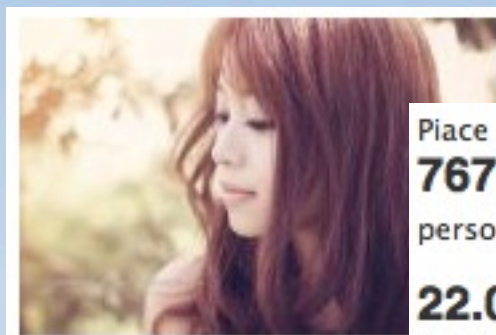
Profilo

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

Diamo i numeri...su Facebook nel mondo

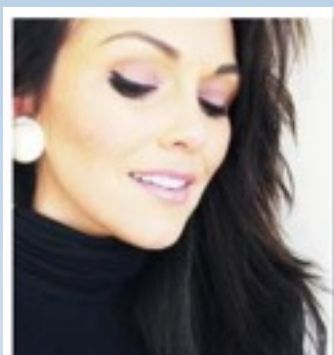
Centro Studi e
Cultura d'Impresa

Michelle Phan



Piace a
767.508
persone
22.009
persone ne parlano.

Kandee Johnson



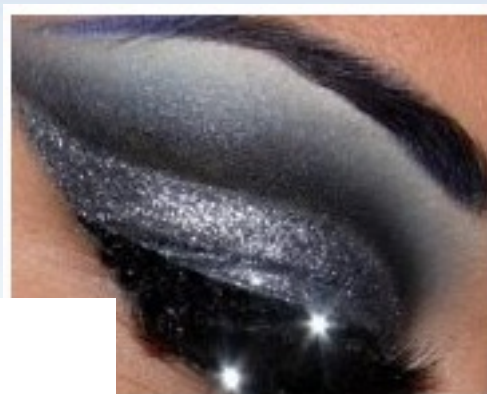
Piace a
253.158
persone
14.946
persone ne parlano.

Miss Chievous



Piace a
115.171
persone
14.532
persone ne parlano.

Queen of Blending



Piace a
53.728
persone
1.327
persone ne parlano.

Makeup Geek

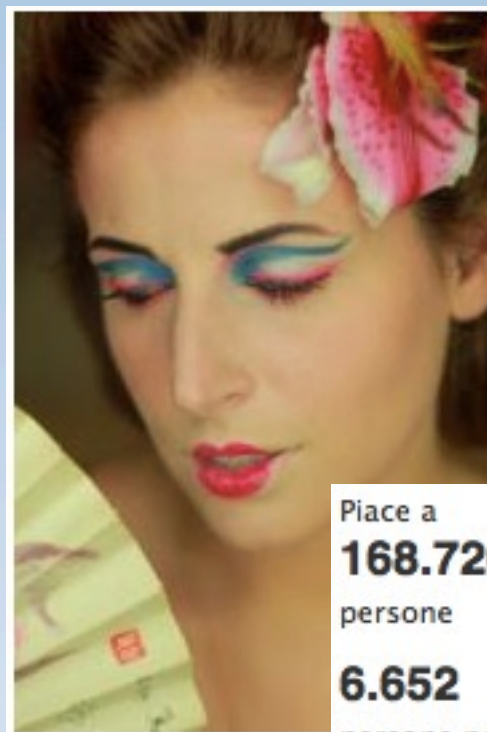


Piace a
51.480
persone
1.505
persone ne parlano.

Diamo i numeri...su Facebook in Italia

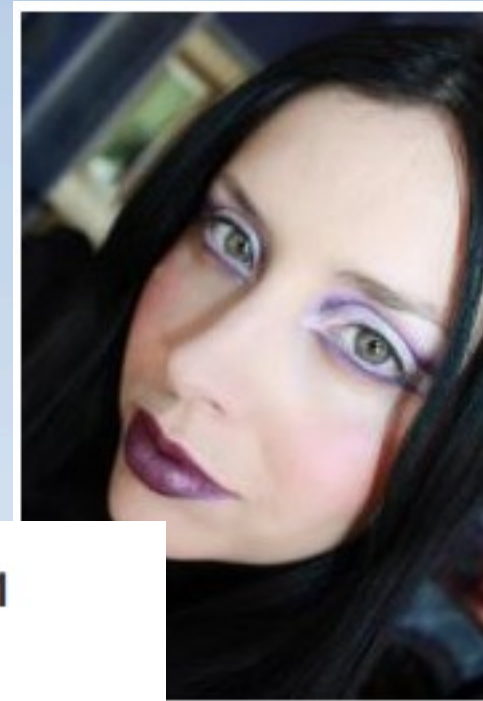
Centro Studi e
Cultura d'Impresa

ClioMakeUp



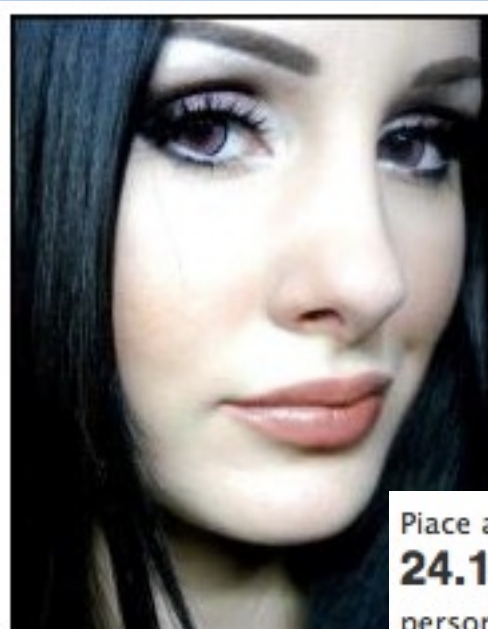
Piace a
168.720
persone
6.652
persone ne parlano.

MakeupDelight09



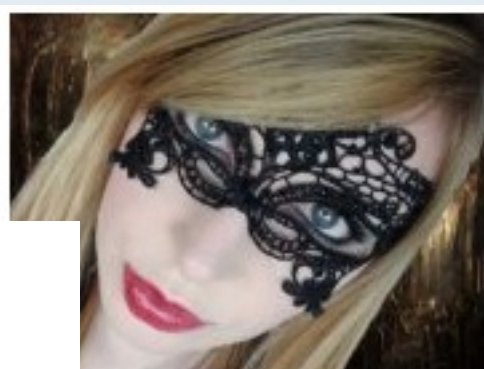
Piace a
65.071
persone
2.395
persone ne parlano.

LaCindina



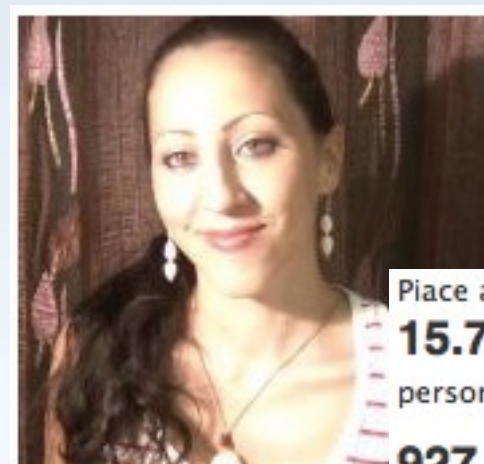
Piace a
24.199
persone
1.272
persone ne parlano.

KissAndMakeup01



Piace a
24.784
persone
1.536
persone ne parlano.

CarlitaDolce

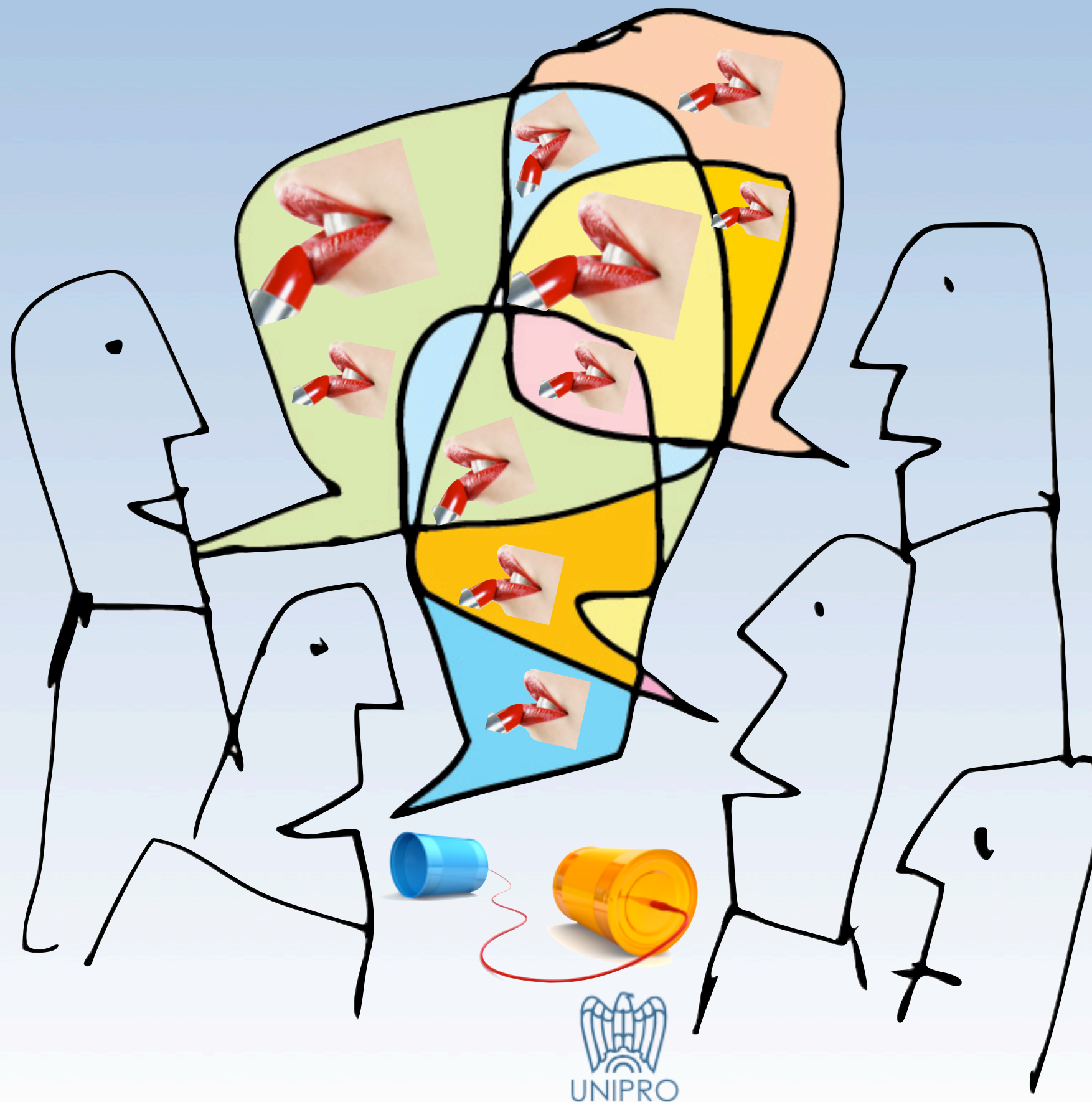


Piace a
15.767
persone
927
persone ne parlano.



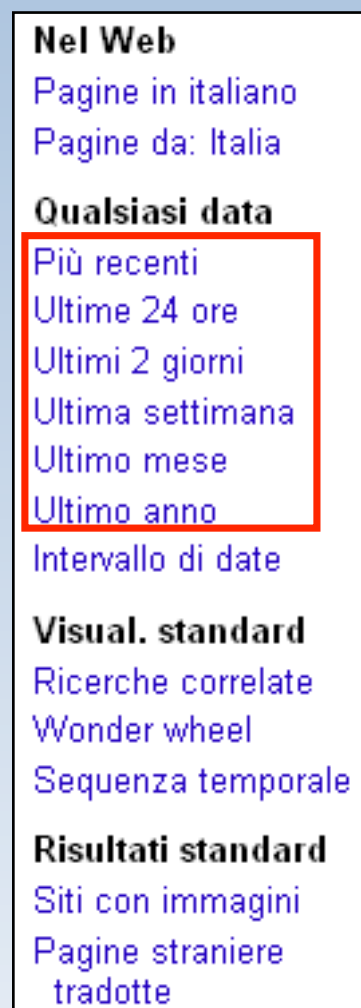
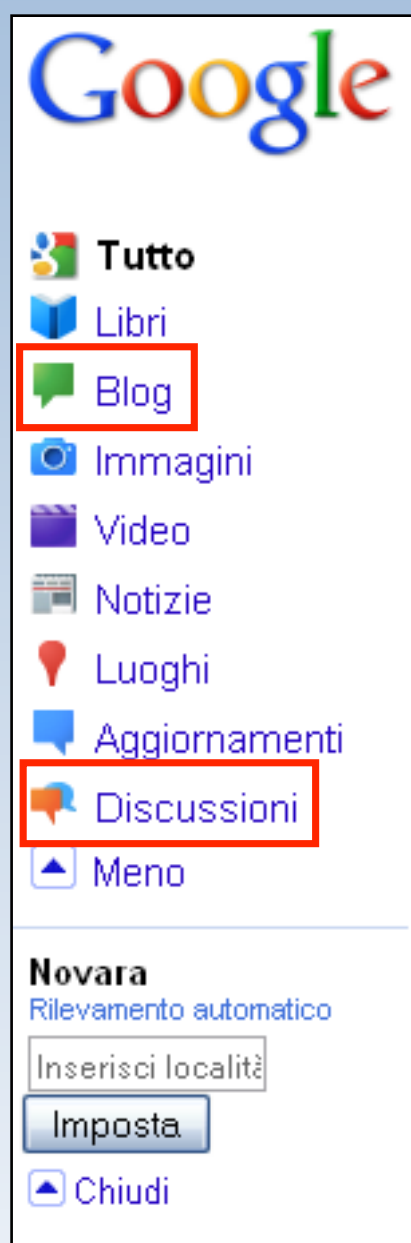
Ascolto online “rossetti”

Centro Studi e
Cultura d’Impresa



Google: alcuni strumenti utili

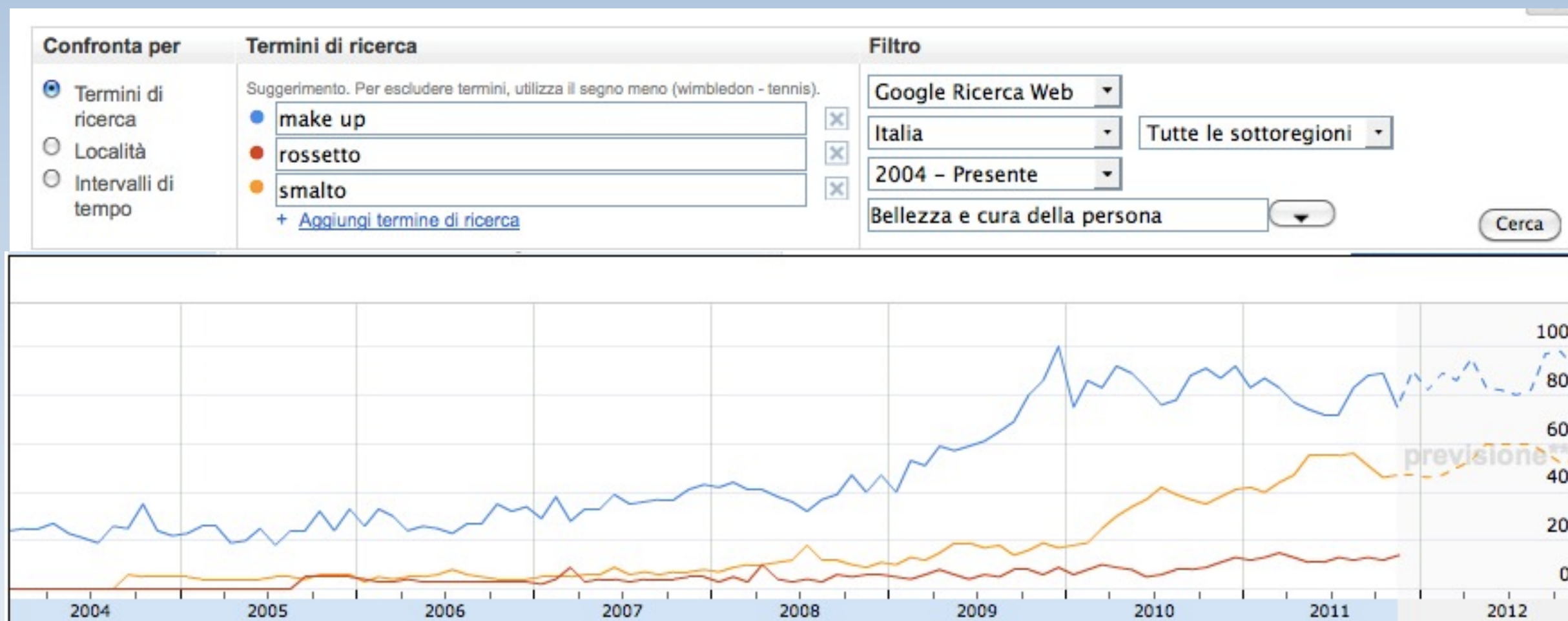
Centro Studi e
Cultura d'Impresa



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

Confronta per	Termini di ricerca	Filtro
<input checked="" type="radio"/> Termini di ricerca	Suggerimento: utilizza le virgolette per cercare una corrispondenza esatta ("ping pong")	Google Ricerca Web
<input type="radio"/> Località	<input type="text" value="rossetto"/>	Italia
<input type="radio"/> Intervalli di tempo	<input type="text" value="smalto"/>	Tutte le sottoregioni
	+ Aggiungi termine di ricerca	dic 2010 - dic 2011 Reimposta
		Bellezza e cura della persona Cerca

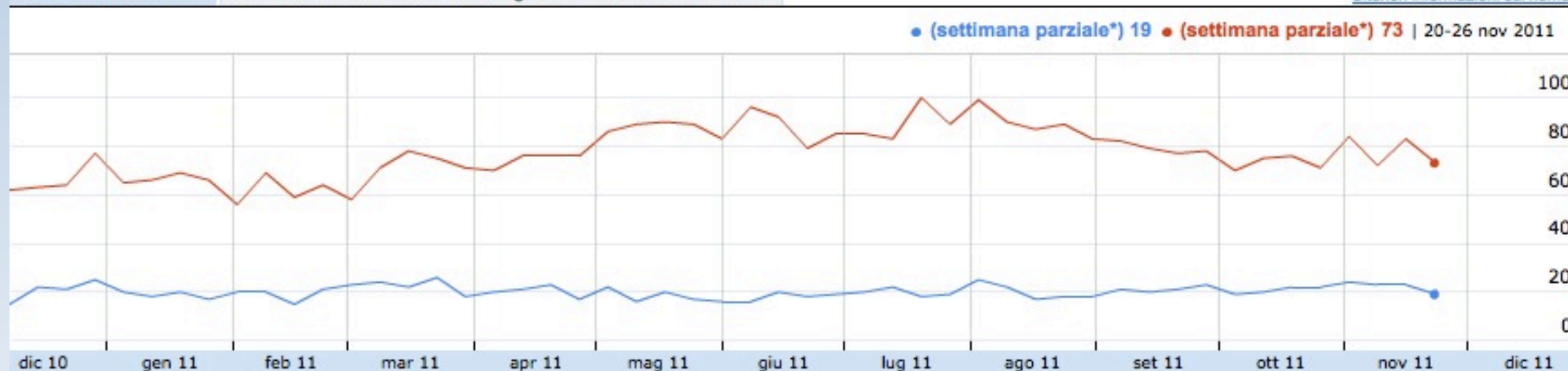
Interesse nel tempo

☐ Previsione ☐ Intestazioni notizie

Livello di interesse

Crescita in relazione alla categoria Bellezza e cura del...

[Ulteriori informazioni sui numeri](#)



Totali

rossetto 20

smalto 77



Google: alcuni strumenti utili

Centro Studi e
Cultura d'Impresa



The screenshot displays the Google Doubleclick Ad Planner interface. At the top, the logo reads "doubleclick ad planner by Google". Below this is a navigation bar with three tabs: "Ricerca" (selected), "Piano media", and "Elenchi". Under the "Ricerca" tab, 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" with a right-pointing arrow button. The results are organized into three columns. The first column, titled "Miniatura", shows a thumbnail of a website. The second column, titled "Categorie di contenuti", lists categories: "Internet e telecomunicazioni > Posta elettronica e messaggistica" and "Bellezza e fitness > Cura del viso e del corpo > Cosmetici e maquillage". The third column, titled "Pubblicità accettata", shows a green checkmark and the word "Sì". Below the results, a line of text says "Publisher: fai clic qui per [modificare](#) i dati del tuo sito". At the bottom, there is a dropdown menu labeled "Visualizza dati per:" with "Italia" selected.

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

Google: alcuni strumenti utili

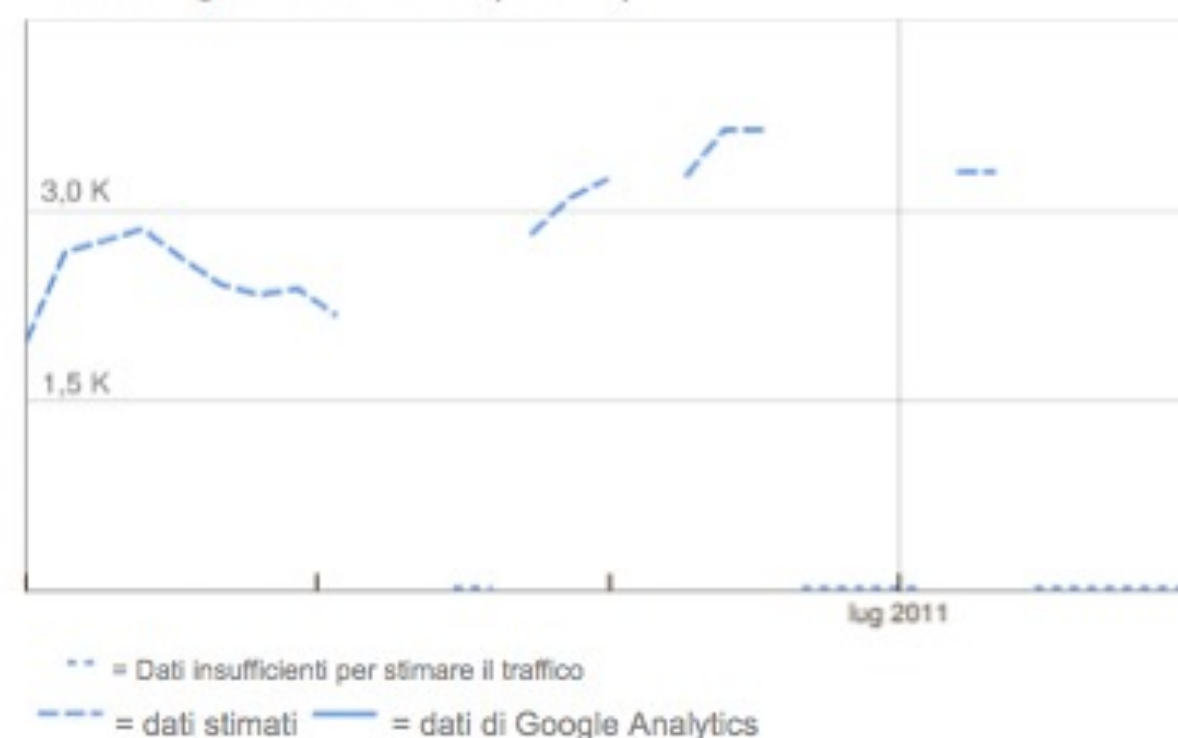
Centro Studi e
Cultura d'Impresa

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)













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

+ Aggiungi a piano media		
<input type="checkbox"/>	Sito	Affinità ?
<input type="checkbox"/>	 mondoweb.net	1659,3x
<input type="checkbox"/>	 forum.saicosatispalmi.org	580,6x
<input type="checkbox"/>	 saicosatispalmi.org	528,1x
<input type="checkbox"/>	 cliomakeup.forums-free.com	435,8x
<input type="checkbox"/>	 promiseland.it	138,8x
<input type="checkbox"/>	 saninforma.it	44,2x
<input type="checkbox"/>	 forumsalute.it	17,1x
<input type="checkbox"/>	 bottegaverde.it	17,0x
<input type="checkbox"/>	 forum.alfemminile.com	12,8x
<input type="checkbox"/>	 style.it	12,8x

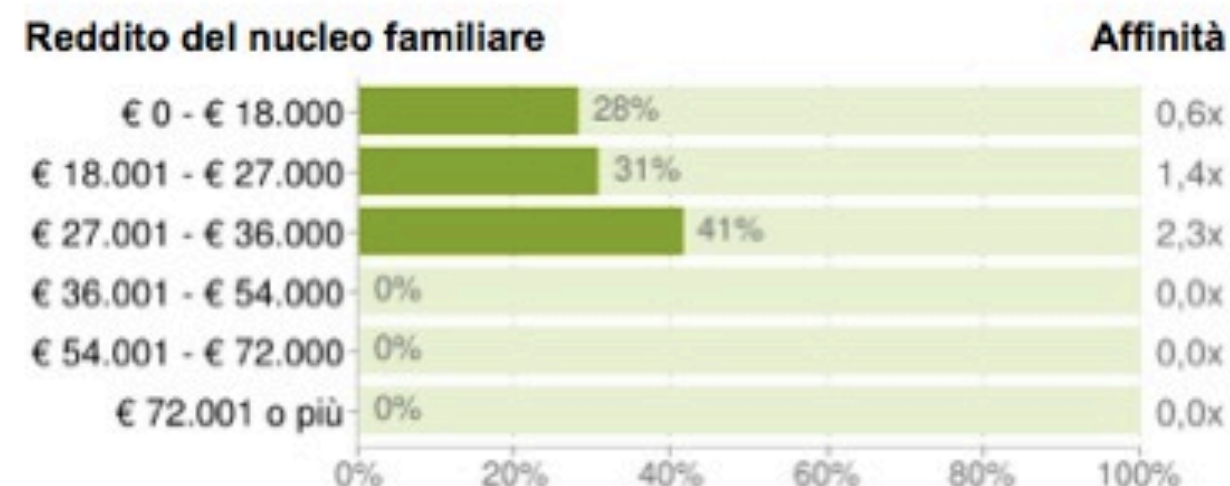
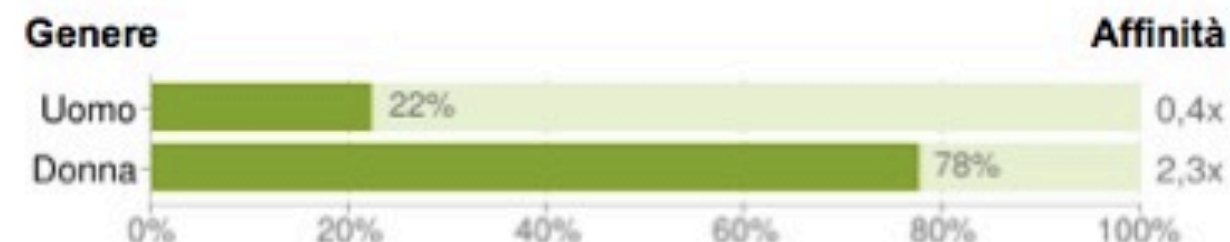
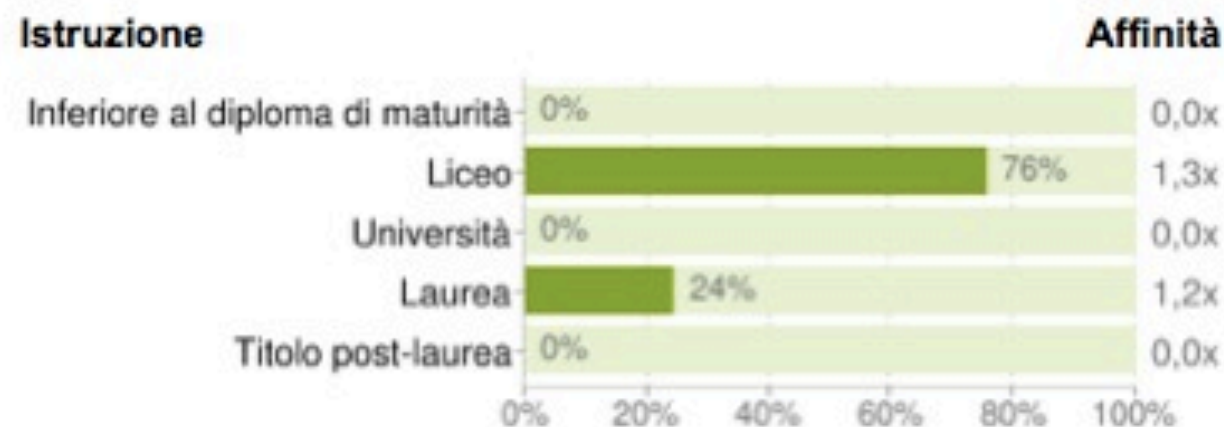
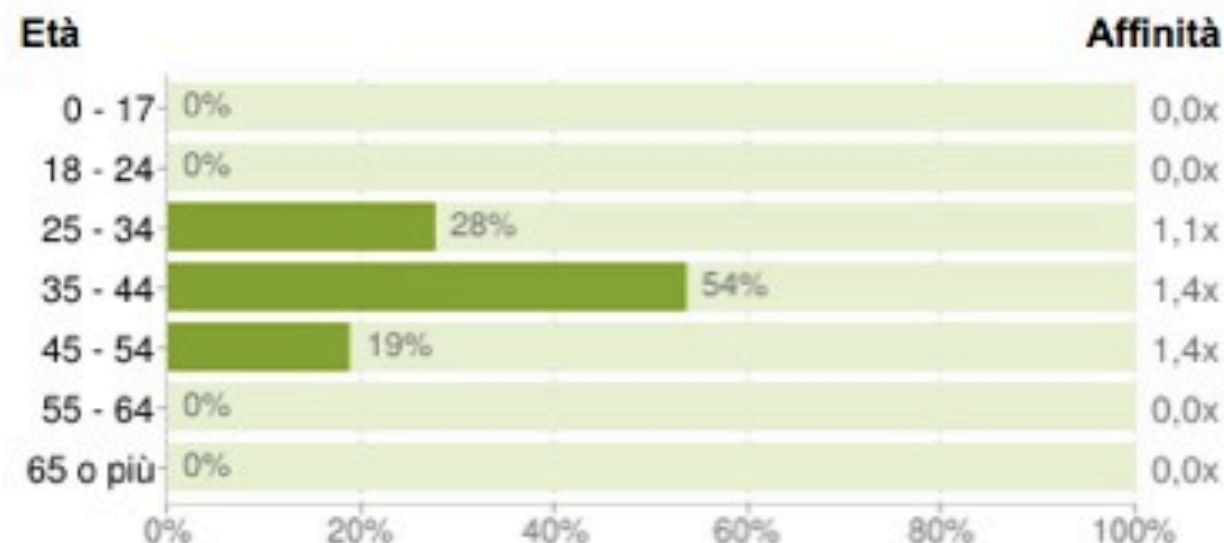
Interessi del pubblico

Interesse	Affinità ?
Profumi e fragranze	53,6x
Cosmetici e maquillage	48,8x
Cura della pelle e delle unghie	44,3x
Cura del viso e del corpo	40,3x
Cura dei capelli	33,3x
Bellezza e fitness	18,8x
Abbigliamento	8,0x
Cucina e ricette	6,6x
Educazione dei figli	6,6x
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

Centro Studi e
Cultura d'Impresa



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

Google AdWords

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 X

Idee per le parole chiave (100)

Parola chiave	Concorrenza	Ricerche mensili globali ?
<input type="checkbox"/> ☆ [nails]	Medio	135.000
<input type="checkbox"/> ☆ [unghie]	Medio	33.100
<input type="checkbox"/> ☆ [ricostruzione unghie]	Alta	27.100
<input type="checkbox"/> ☆ [unghie decorate]	Bassa	18.100
<input type="checkbox"/> ☆ [unghie gel]	Alta	14.800
<input type="checkbox"/> ☆ [ricostruzione unghie gel]	Alta	12.100
<input type="checkbox"/> ☆ [smalto]	Bassa	12.100
<input type="checkbox"/> ☆ [decorazioni unghie]	Medio	9.900
<input type="checkbox"/> ☆ [kit ricostruzione unghie]	Alta	9.900
<input type="checkbox"/> ☆ [smalto semipermanente]	Alta	9.900
<input type="checkbox"/> ☆ [gel unghie]	Alta	6.600
<input type="checkbox"/> ☆ [ricostruzione unghie foto]	Medio	3.600
<input type="checkbox"/> ☆ [soak off gel]	Alta	3.600
<input type="checkbox"/> ☆ [decorazione unghie]	Medio	3.600
<input type="checkbox"/> ☆ [smalto gel]	Medio	2.900
<input type="checkbox"/> ☆ [unghie finte]	Medio	2.900
<input type="checkbox"/> ☆ [smalto permanente]	Medio	1.900
<input type="checkbox"/> ☆ [unghie e bellezza]	Medio	1.900

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](#)

				
Valutazione del prodotto	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 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

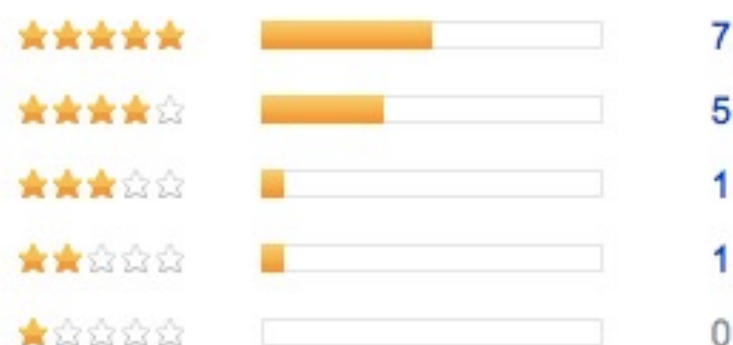
Centro Studi e
Cultura d'Impresa

<http://www.ciao.it>

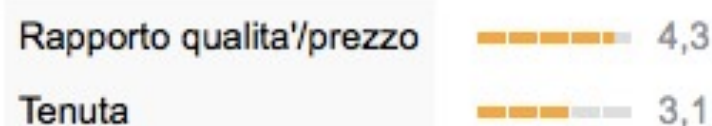


Opinioni per Essence Rossetto

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 ...

boardreader™

lipstick

Search

[Advanced search](#)

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

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

[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.E02.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](#)

[Air Guitar - Fisherman's](#)

Sei abbastanza suonato? Scegli una data e scatenati sul palco!

www.fishermansfriendairguitar.it

Ads by Google

[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-factor-colour-perfection->
<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

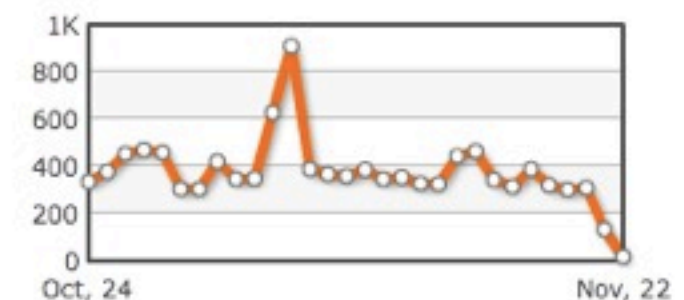
Quote from: Misakii - on October 25, 2011, 09:56:44 pm I love red lipsticks too.

<http://www.candymag.com/teentalk/index.php/topic,198838.0.html#msg5780749>

[Show more site info](#)

Posting activity on *lipstick*:

Trends Graph







The screenshot shows the Technorati website interface. At the top, the Technorati logo is on the left, and a search bar on the right contains the text 'make-up'. Below the logo, a navigation bar includes links for 'Women', 'Technology', 'Business', 'Entertainment', 'Lifestyle', 'Sports', 'Politics', 'Videos', and 'Blogging'. Another row of links includes 'Blog Directory', 'Top 100', 'Tags', 'People', 'Write for Technorati', and 'State of the Blogosphere'. Below these, there are links for 'Annunci Google', 'Siti Annunci', 'KJJJJ Annunci', '64GB SSD', and 'Cerca Annunci'. The main section is titled 'Blogs relating to "make-up" (1048 blogs found out of 1193049)' and includes social media icons for Facebook, Twitter, Email, and RSS. A green bar with a circular arrow icon and the text 'Click to refine this search' is below the title. A pagination bar shows 'Page: 1 2 3 4 5 6 7 ... 50'. Below this, a link says 'Look up "make-up" at The Free Dictionary'. The search results are listed in two entries. The first entry, numbered 1273, is for 'Make Up Tips, How-to Apply Make ...' from 'temptalia.com'. It includes a thumbnail image of a makeup tutorial, a red arrow icon, and a Technorati icon. The text 'Auth: 554' and 'Change -1' is shown. The second entry, numbered 1873, is for 'The Beauty Stop' from 'thebeautystop.com'. It includes a thumbnail image of a woman's face, a red arrow icon, and a Technorati icon. The text 'Auth: 525' and 'Change -1' is shown.


Technorati beta Blogs Posts **make-up** 🔍

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)    

 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 ...**  **Auth: 554**
<http://www.temptalia.com> **Change -1**
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 ...



1873.   **The Beauty Stop**  **Auth: 525**
<http://thebeautystop.com> **Change -1**
Recent: **Bella Swans Wedding Dress Can Be Yours!**
Hold onto your glittery-vampire hats, ladies. Bella Swans elegant wedding dress is available and y...

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

Centro Studi e
Cultura d'Impresa

[photos near me](#)
[Share this search on Twitter »](#)


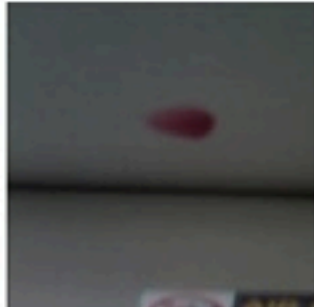






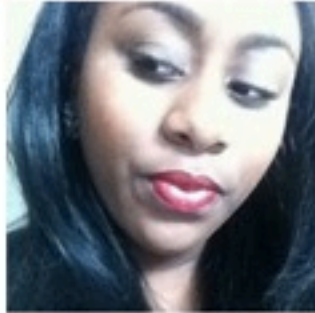




Options & Settings
(click to show/hide)
[Login & follow @twipho »](#) [Just Login »](#)

**Twipho on Facebook**
 Like 15
© 2009-2010 Mark Goddard - All Rights Reserved - W
[Design Sheffield](#)

[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% Registrate 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



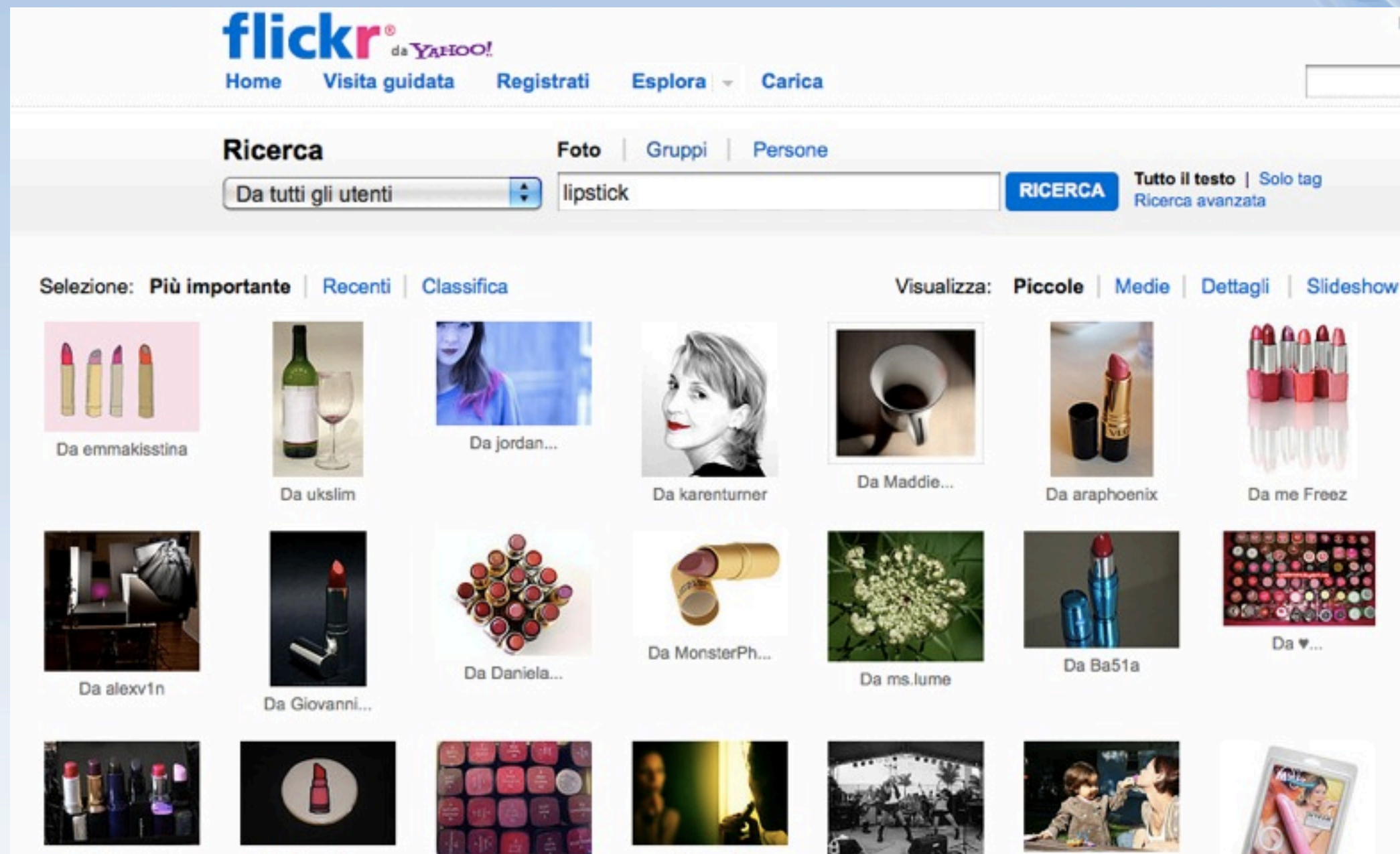
[Related to lipstick](#)

<http://twipho.net>



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

Centro Studi e
Cultura d'Impresa

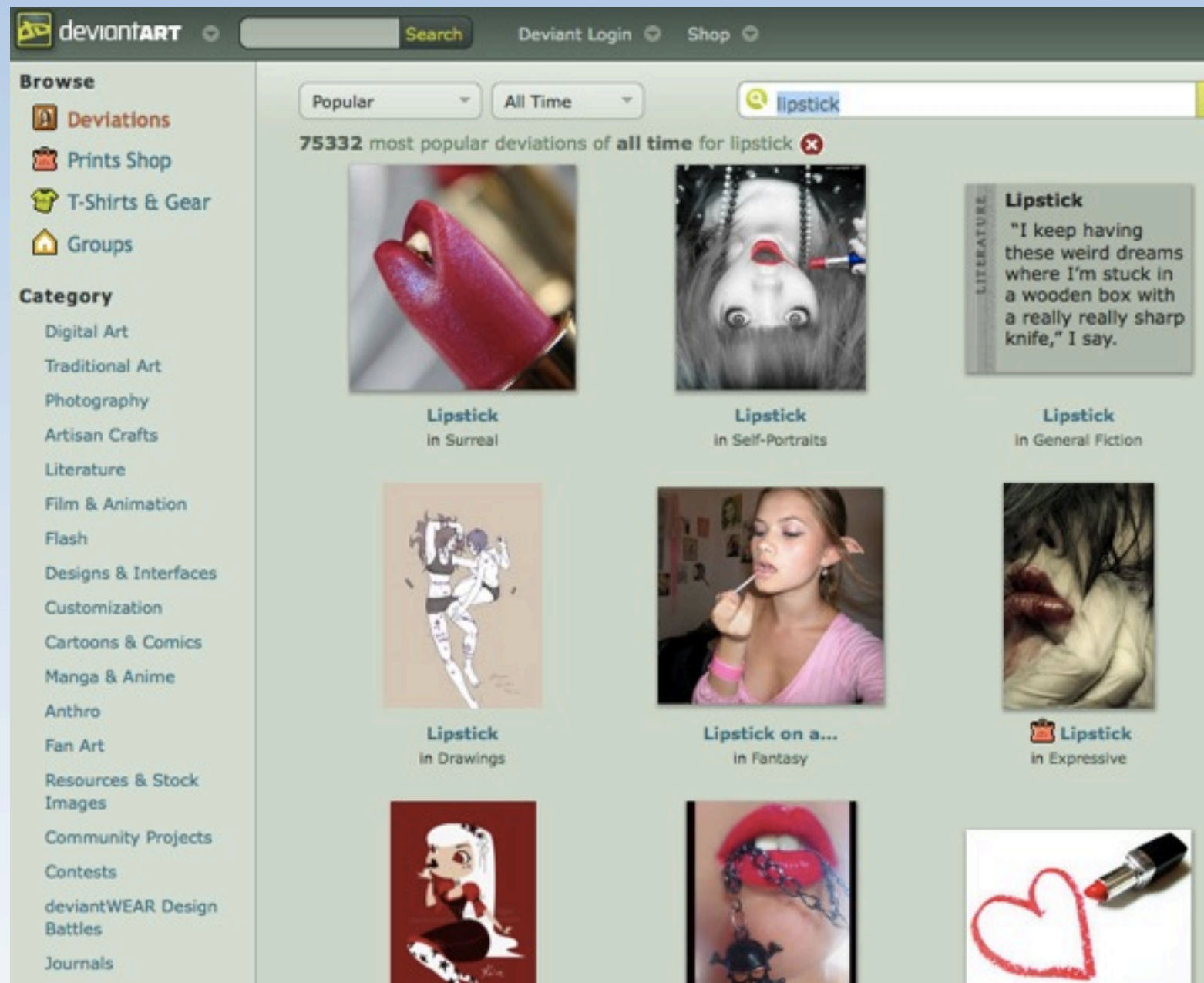


<http://www.flickr.com>



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

Centro Studi e
Cultura d'Impresa



<http://www.deviantart.com>



Ricerche di mercato in tempo reale..

Centro Studi e
Cultura d'Impresa

<http://www.tweetfeel.com>



|| fiat

Search

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

 21  31 = 60%



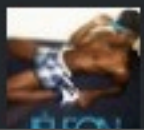
@questlove I need a fiat



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



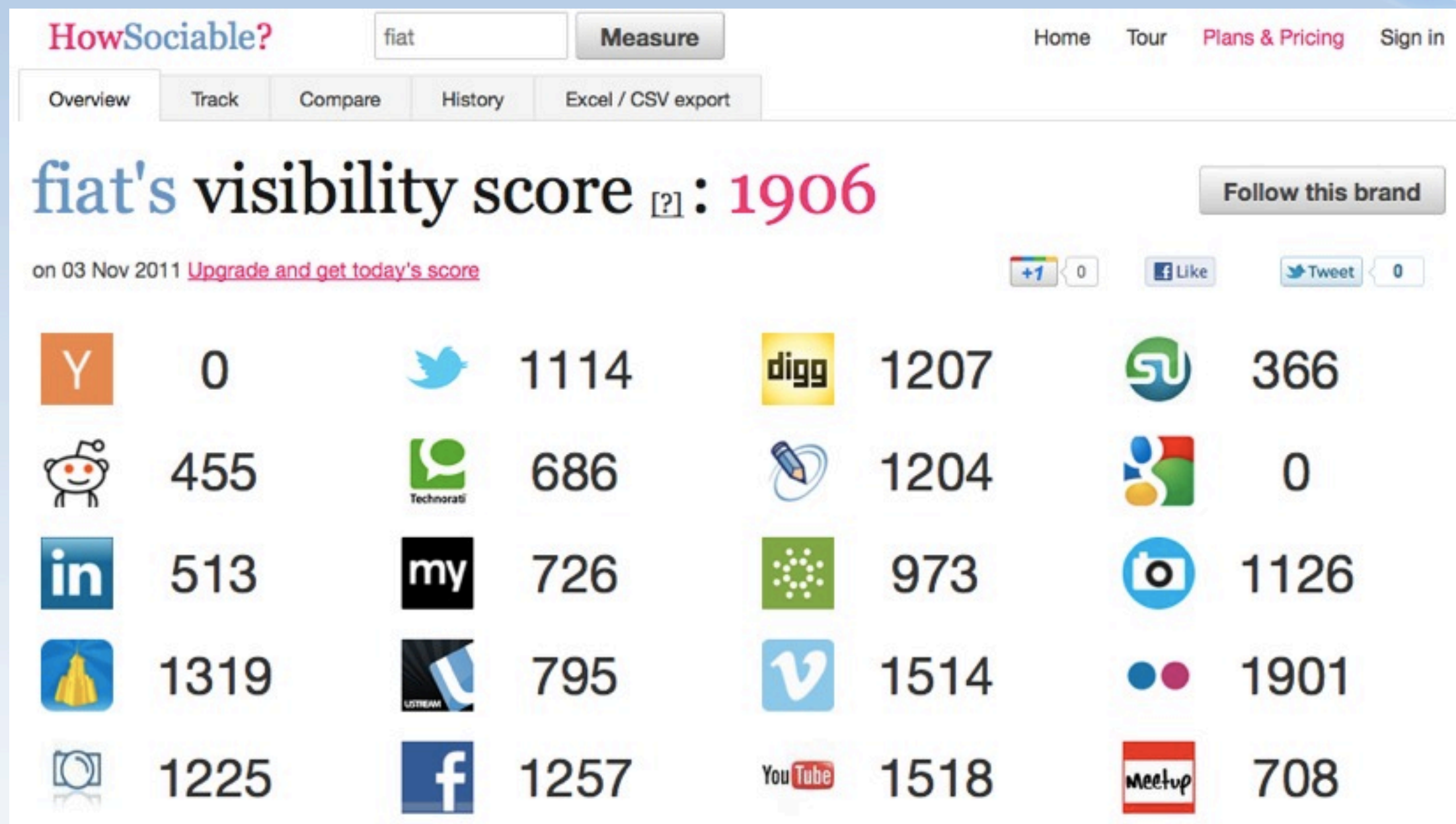
I need a fiat



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

Uno sguardo d'insieme...

Centro Studi e
Cultura d'Impresa



Uno sguardo d'insieme...

Centro Studi e
Cultura d'Impresa



Uno sguardo d'insieme...

Centro Studi e
Cultura d'Impresa

Everything Tweets Photos Videos Experts Trending

TOPSY

lipstick Search Advanced Search

Search results 1-10 out of 3,180 about lipstick [Create email Alert](#)

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

Search

- Everything
- Tweets
- Photos
- Videos
- Experts

Network


- Google Plus
- Twitter


Sort


[Check Your Lipstick Or Eyeshadow With This Cute MacBook Air Inspired Hand Mirror | Cult of Mac](#)
cultofmac.com/131308/check-your-lipstick-or-eyesh...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 Reply Retweet Favorite 63 more

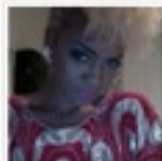
[KA'OIR Cosmetics | Official Keyshia Dior Lipstick Line](#)
kaoir.com/
nisharockstarr The Black Widow
Order my new lipstick NEONROCKSTARR at <http://t.co/s3odByj0> NOW!!! @KAOIR_Cosmetics
2 hours ago Reply Retweet Favorite 1,656 more


[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 Reply Retweet Favorite 22 more


 15 hours ago

 17 hours ago

 13 hours ago

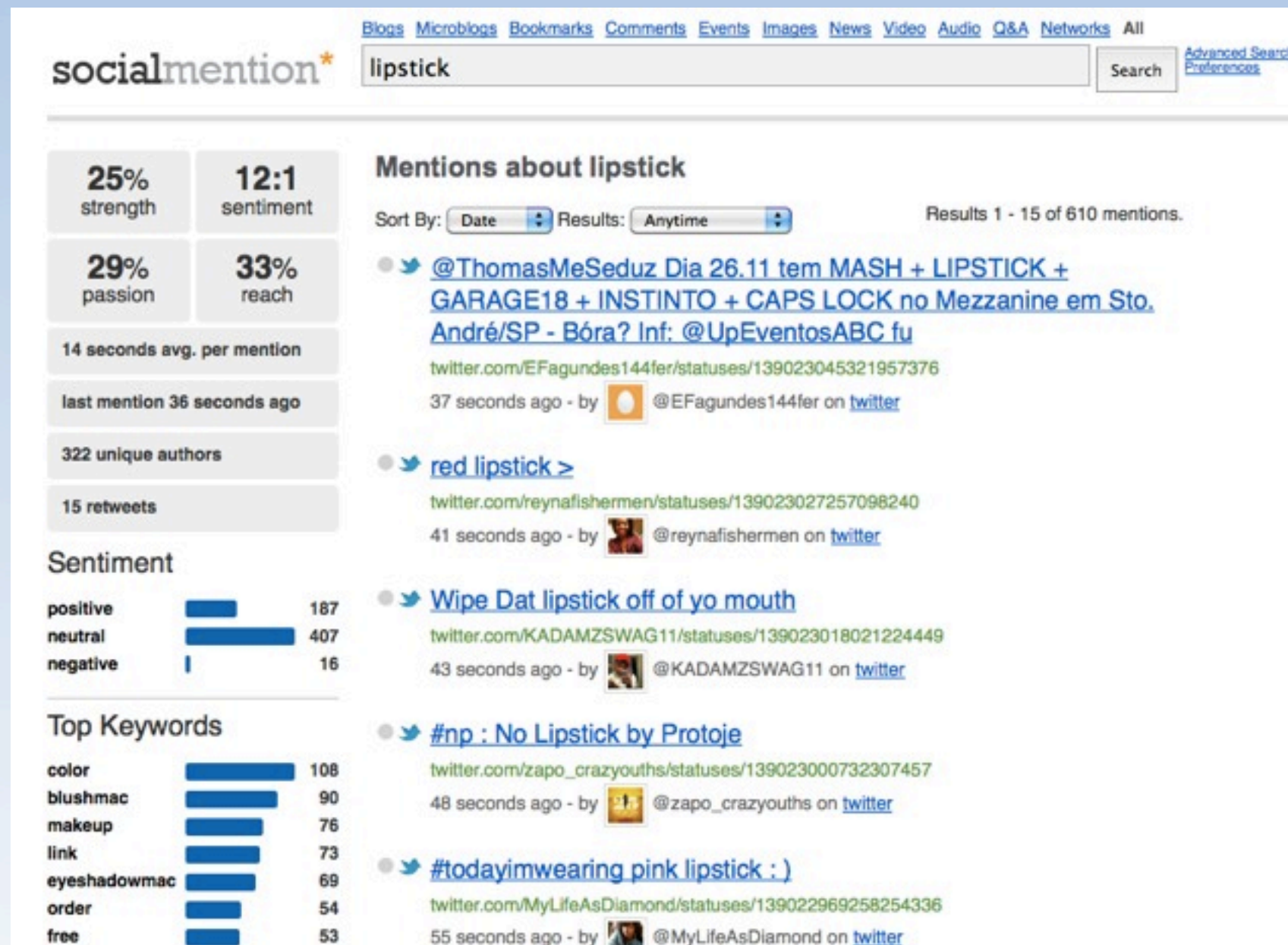
 14 hours ago

 15 hours ago

 15 hours ago

Uno sguardo d'insieme...

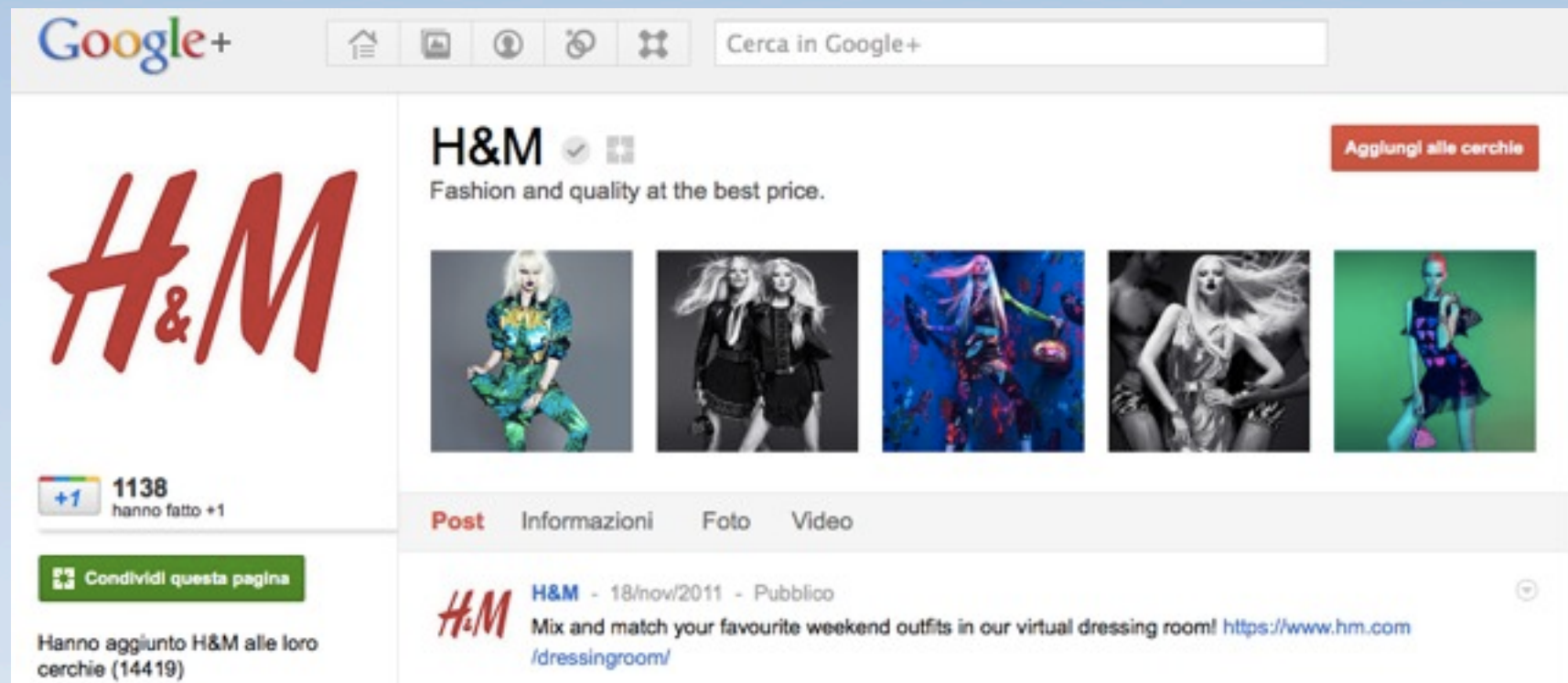
Centro Studi e
Cultura d'Impresa



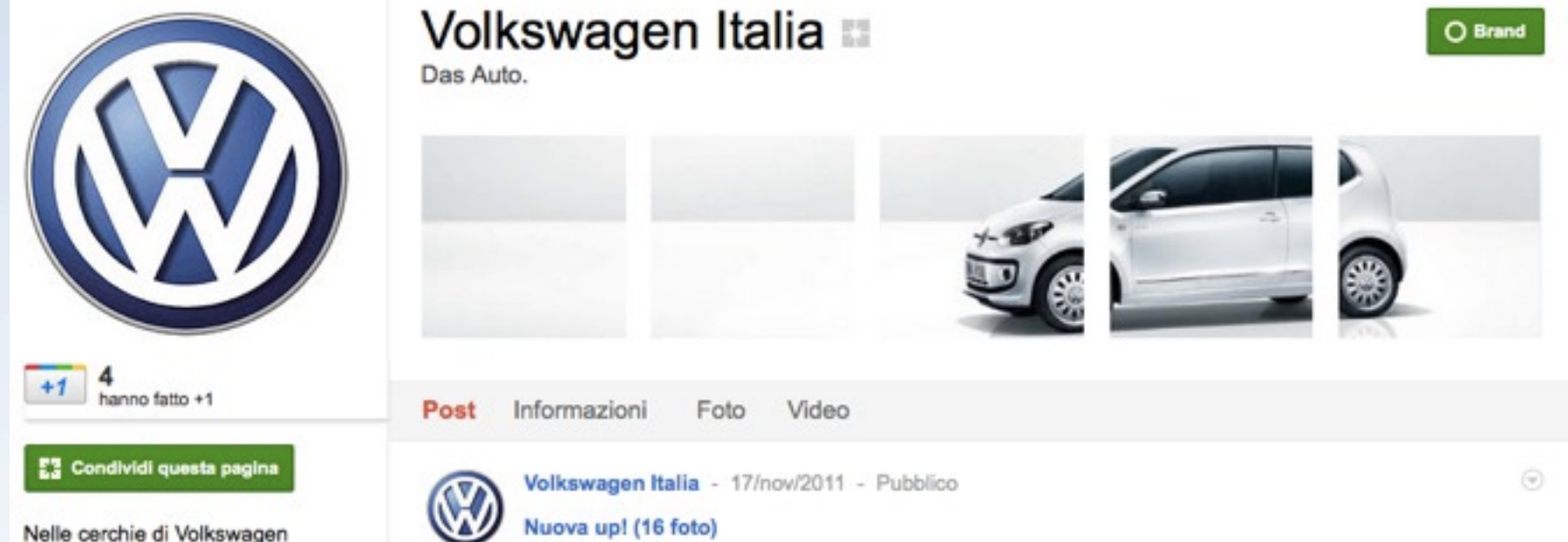
Attenti alle continue evoluzioni...

Google+ *pagine*

Centro Studi e
Cultura d'Impresa



The screenshot shows the H&M Google+ profile. The header includes the Google+ logo, navigation icons, and a search bar. The profile picture is the large red H&M logo. The bio reads "H&M Fashion and quality at the best price." and there is a red button "Aggiungi alle cerchie". Below the bio is a row of five fashion images. On the left sidebar, it shows "1138 hanno fatto +1" and a green button "Condividi questa pagina". Below that, it says "Hanno aggiunto H&M alle loro cerchie (14419)". The main post area has tabs for "Post", "Informazioni", "Foto", and "Video". The first post is from "H&M" dated "18/nov/2011", marked as "Pubblico", with the text "Mix and match your favourite weekend outfits in our virtual dressing room!" and a link to "https://www.hm.com/dressingroom/".



The screenshot shows the Volkswagen Italia Google+ profile. The header includes the Google+ logo, navigation icons, and a search bar. The profile picture is the circular Volkswagen logo. The bio reads "Volkswagen Italia Das Auto." and there is a green button "Brand". Below the bio is a row of three images showing a white Volkswagen up! car. On the left sidebar, it shows "4 hanno fatto +1" and a green button "Condividi questa pagina". Below that, it says "Nelle cerchie di Volkswagen". The main post area has tabs for "Post", "Informazioni", "Foto", and "Video". The first post is from "Volkswagen Italia" dated "17/nov/2011", marked as "Pubblico", with the text "Nuova up! (16 foto)".

Focus: database Mintel

GNPD e GMN



GNPD - *Global New Products Database*

Centro Studi e
Cultura d'Impresa

- ✓ 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



GNPD - Global New Products Database

Centro Studi e
Cultura d'Impresa

New Search

Search For

lipstick

as a full text search with word variants

Date Published

Between

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)*

CLEAR SEARCH

Limit Results by Category

Beauty & Personal Care

Limit Results by Country / Region

Italy

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 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)	
		Date Published Nov 2011	Category Colour Cosmetics
		Company Revlon	Subcategory Lip Colour Cosmetics - Lip Colour
		Brand Revlon Expressionists By Gucci Westman	Country Italy
<input type="checkbox"/>		Fruit & Gloss Lipstick 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)	
		Date Published Nov 2011	Category Colour Cosmetics
		Company BeYu Cosmetics	Subcategory Lip Colour Cosmetics - Lip Colour
		Brand BeYu Catwalk	Country Italy
<input type="checkbox"/>		Lipstick 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)	
		Date Published Nov 2011	Category Colour Cosmetics
		Company Unifarco	Subcategory Lip Colour Cosmetics - Lip Colour
		Brand Dolomia Cinéma	Country 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.

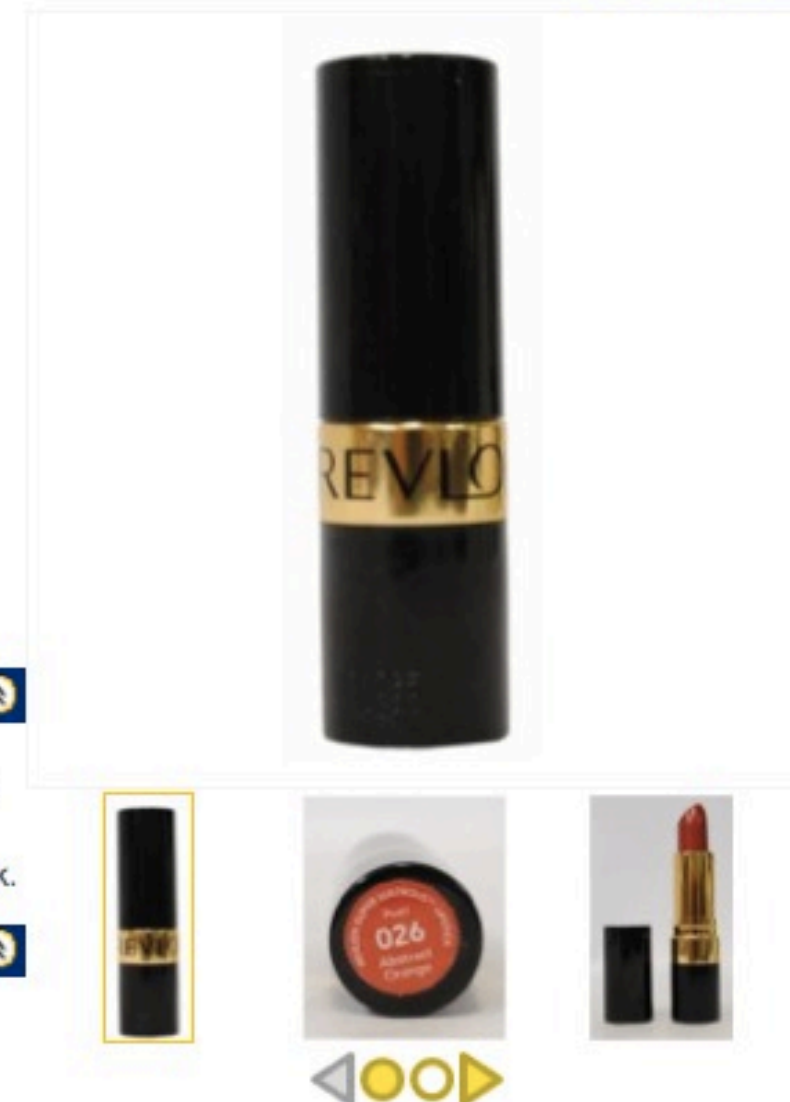
▼ More about this product

Positioning Claims

Seasonal

Ingredients ☒ On Pack ☐ Standard form

trioctyldodecyl citrate, ozokerite, polybutene, ethylhexyl palmitate, octyldodecyl neopentanoate, pentaerythrityl tetraisostearate, C10-30, 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



Trioctylidodecyl Citrate

Type	Ingredient
------	------------

Alternative Names

	Trioctylidodecyl Citrate
CAS Number	126121-35-5
Chemical Name	Propanetricarboxylic acid, 2-hydroxy-, tris(2-octylidodecyl) ester

Function

● Skin Conditioning (2006/257/EC)

● Skin Conditioning (2006/257/EC)

Classification

Chemical Class Groups

⌘ Esters ⌘ Trioctylidodecyl Citrate

Cosmetic Functional Groups

⌘ Skin Conditioning ⌘ Skin Conditioning - Emollient ⌘ Trioctylidodecyl Citrate

⌘ Skin Conditioning ⌘ Skin Conditioning - Occlusive ⌘ Trioctylidodecyl Citrate

Additional Information

Legislation:

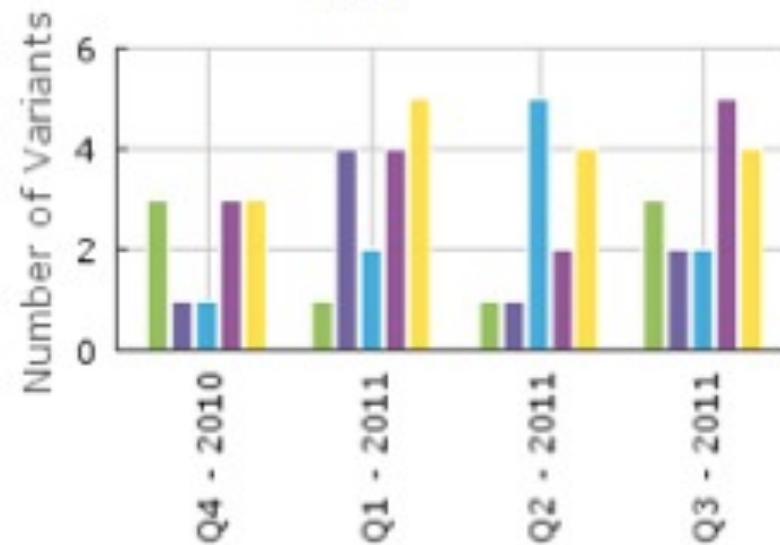
Council Directive 76/768/EEC of 27 July 1976 on the approximation of the laws of the Member States relating to cosmetic products ("Cosmetics Directive") and its amendments.

http://ec.europa.eu/consumers/sectors/cosmetics/documents/directive/index_en.htm

GNPD - Global New Products Database

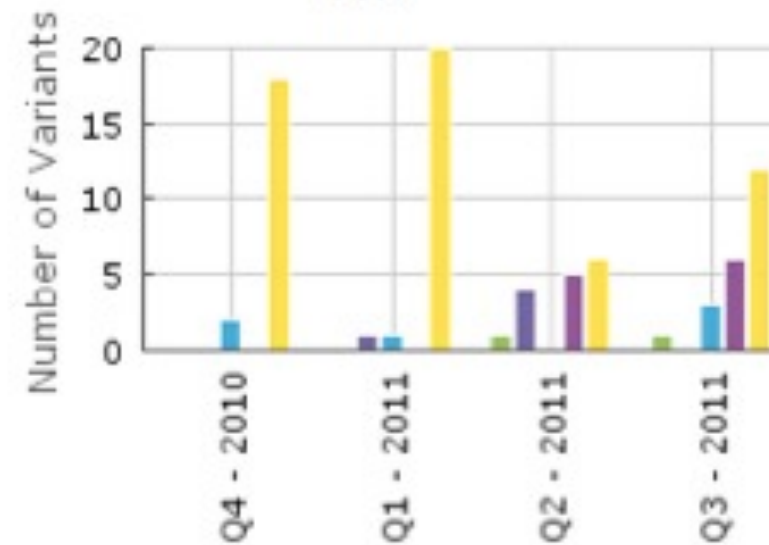
Centro Studi e
Cultura d'Impresa

Top 5 countries where "Trioctyldodecyl Citrate" is used



Germany Canada Japan
UK USA

Top 5 categories where "Trioctyldodecyl Citrate" is used



Cosmeti... Lip Care Multi-Use
Face/Ne... Lip Colour

Top 5 Claims

Seasonal	312
Moisturising / Hydrating	309
Vitamin/Mineral Fortified	306
Long-Lasting*	213
Botanical/Herbal	204

View as pie chart

Top 5 Package Type

Tube	1,174
Case	69
Carton	50
Bottle	24
Jar	12

View...

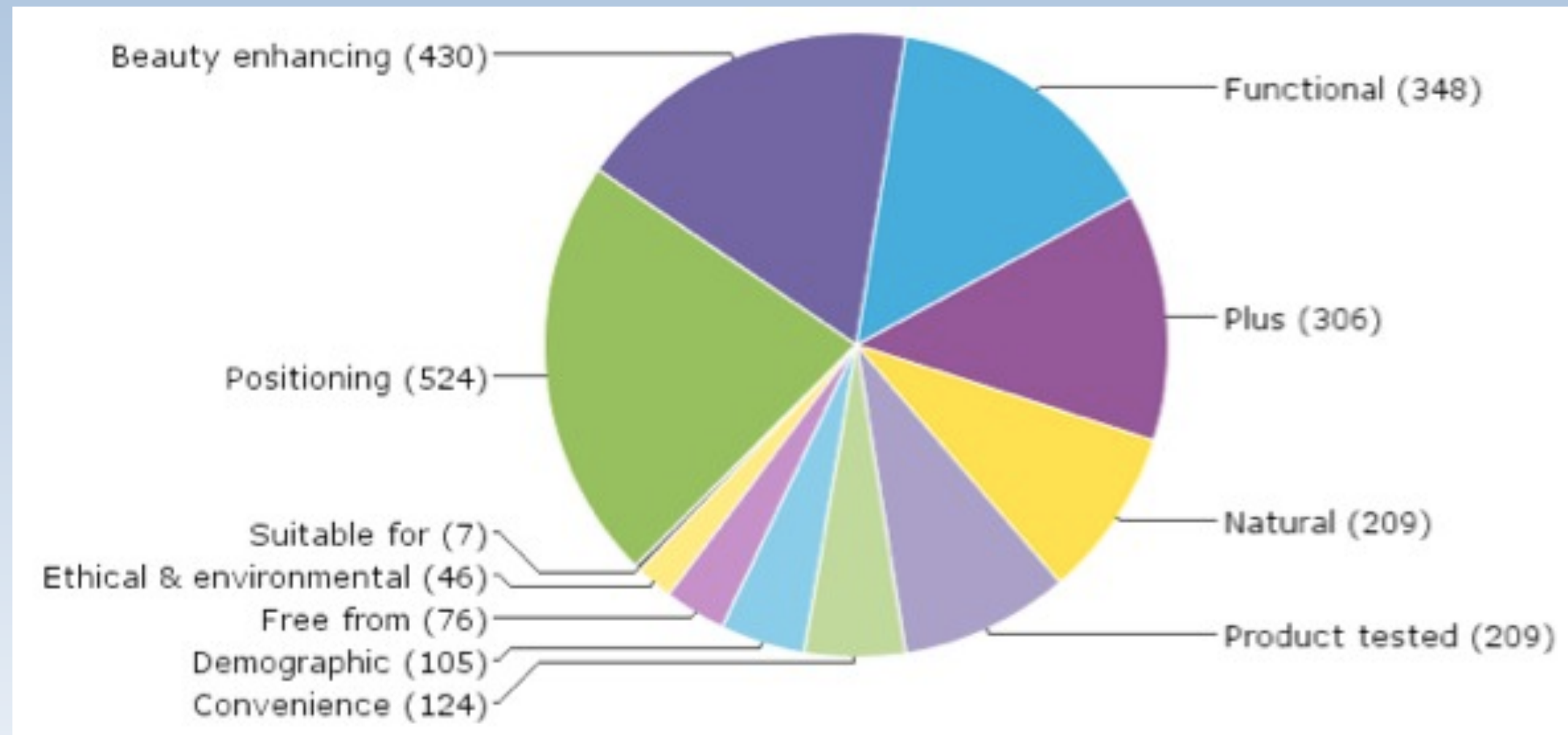
GNPD - Global New Products Database

Centro Studi e
Cultura d'Impresa

Find an ingredient in these results

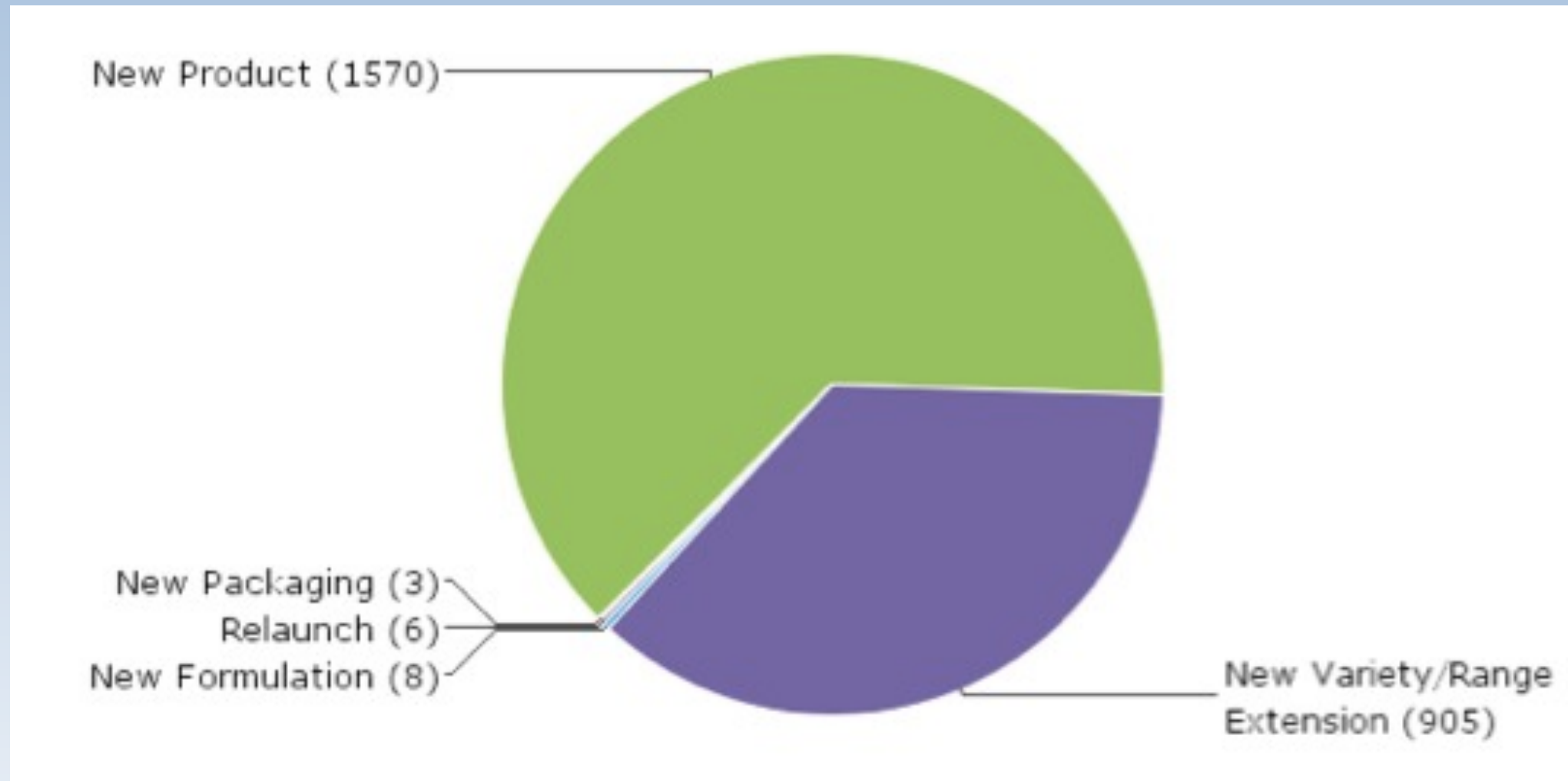
Classification

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



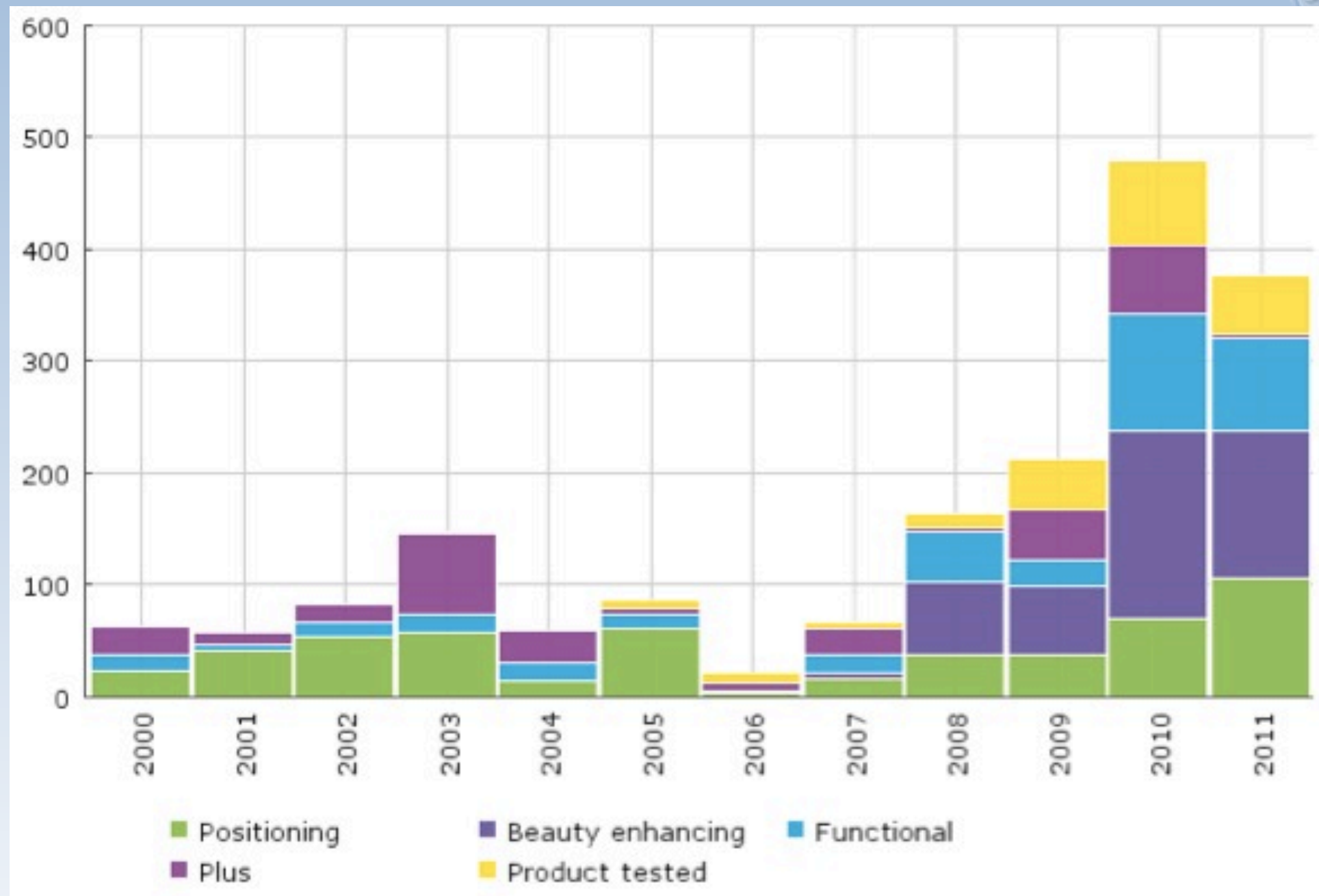
GNPD - Global New Products Database

Centro Studi e
Cultura d'Impresa



GNPD - Global New Products Database

Centro Studi e
Cultura d'Impresa



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

MINTEL

Centro Studi e
Cultura d'Impresa

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"/> Collutorio
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	Elettrodomestici	<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



Centro Studi e
Cultura d'Impresa

Cosmetici colore – Europa Occidentale

Search Criteria
Countries: Austria, Belgio, Danimarca, Finlandia, F...
Markets: Cosmetici colore
[edit](#)

Related reports

- ✓ Cosmetici colore – Europa Orientale
- 🔒 Cosmetici colore – Asia-Pacifico
- 🔒 Cosmetici colore – Nord America
- 🔒 Cosmetici colore – America Latina

Download report

Market size

Market segmentations

Market shares

CAGR

Socio-economic data

Group results by: ☒ market ☐ country

GMN - Global Market Navigator



Centro Studi e
Cultura d'Impresa

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 Estim
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 Niels
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 Interviev
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 g
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

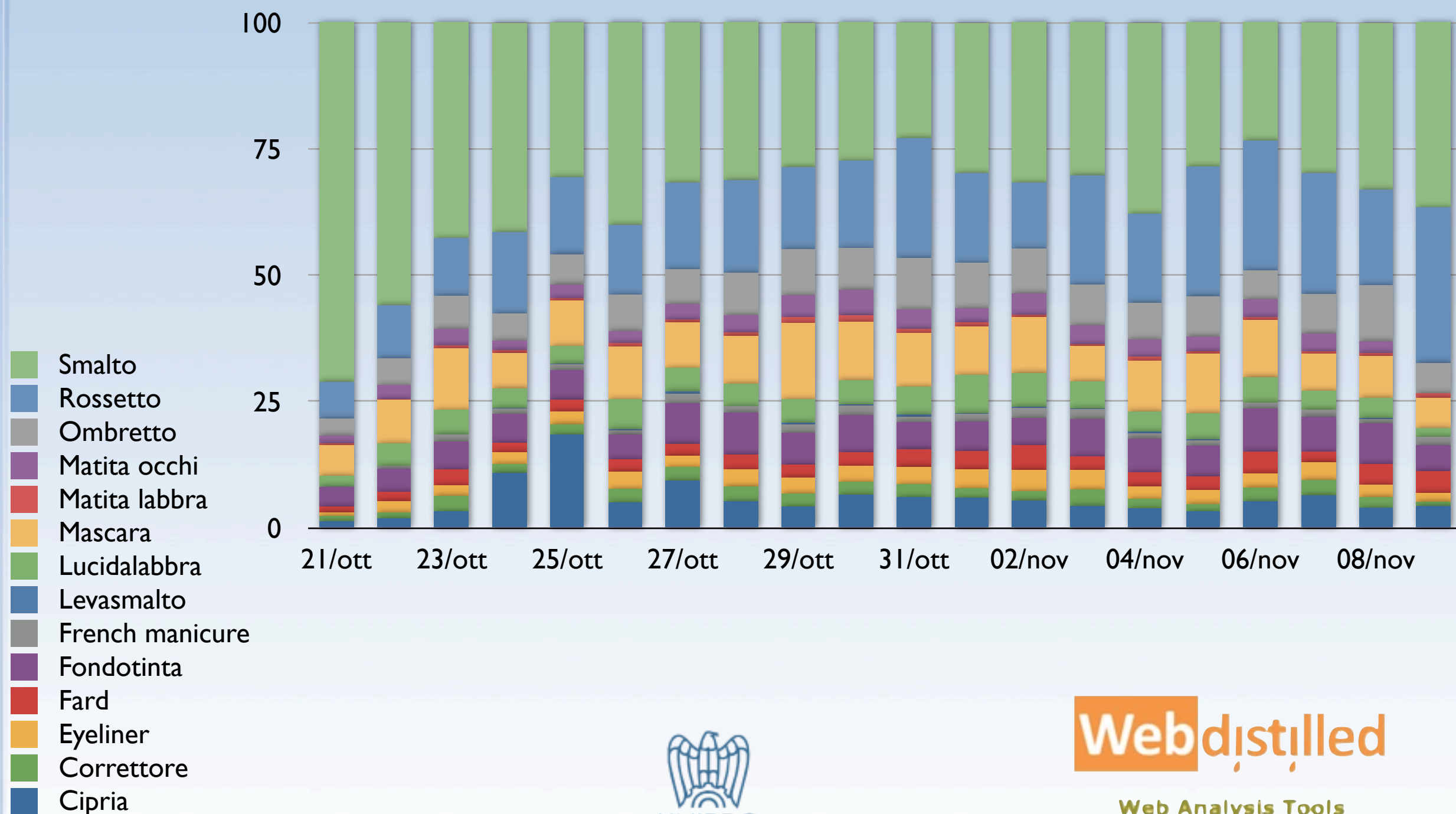


Focus: Bewe

Webdistilled - Mistral 12

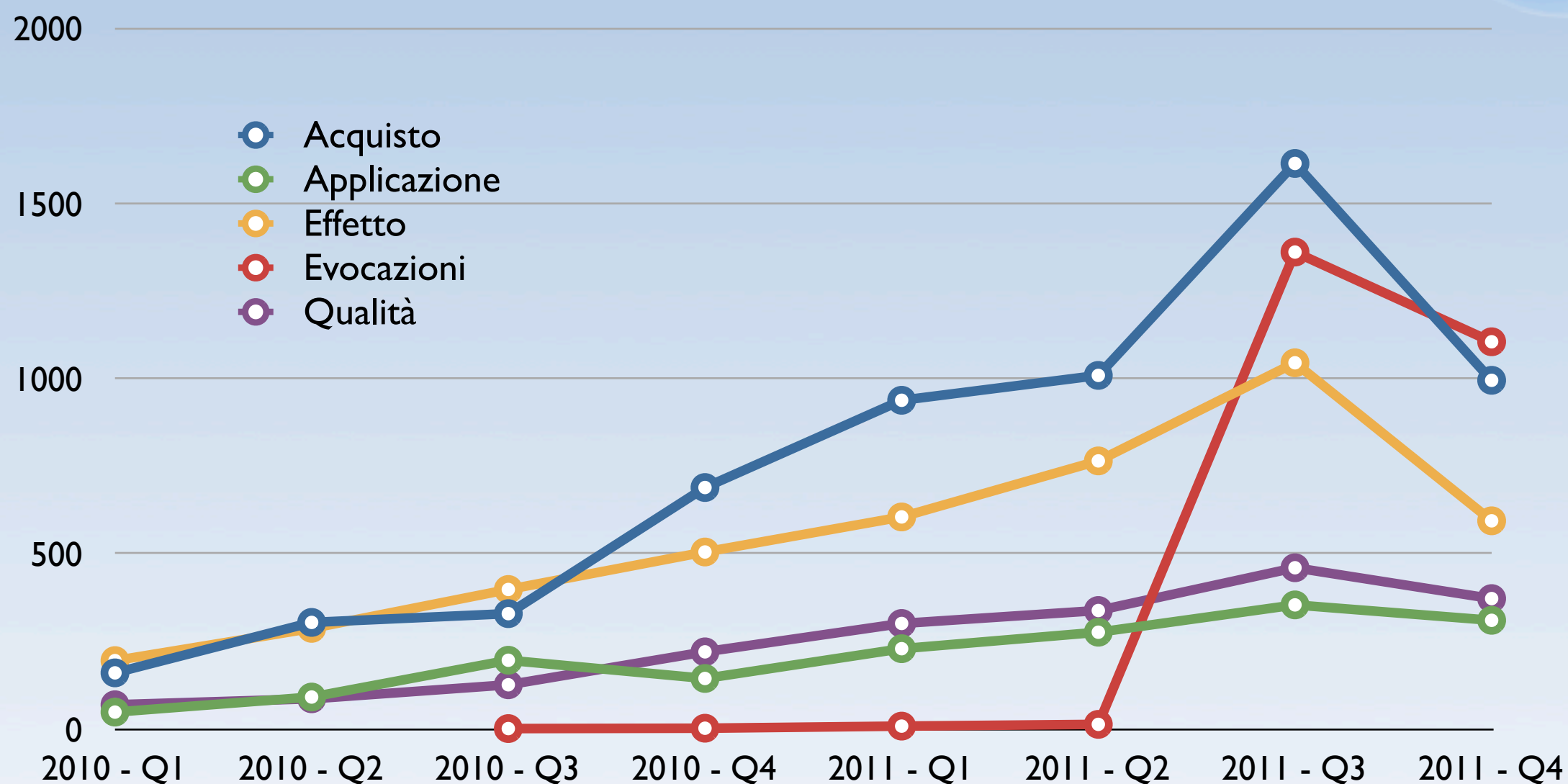
Buzz make-up: ripartizione per categoria

Centro Studi e
Cultura d'Impresa



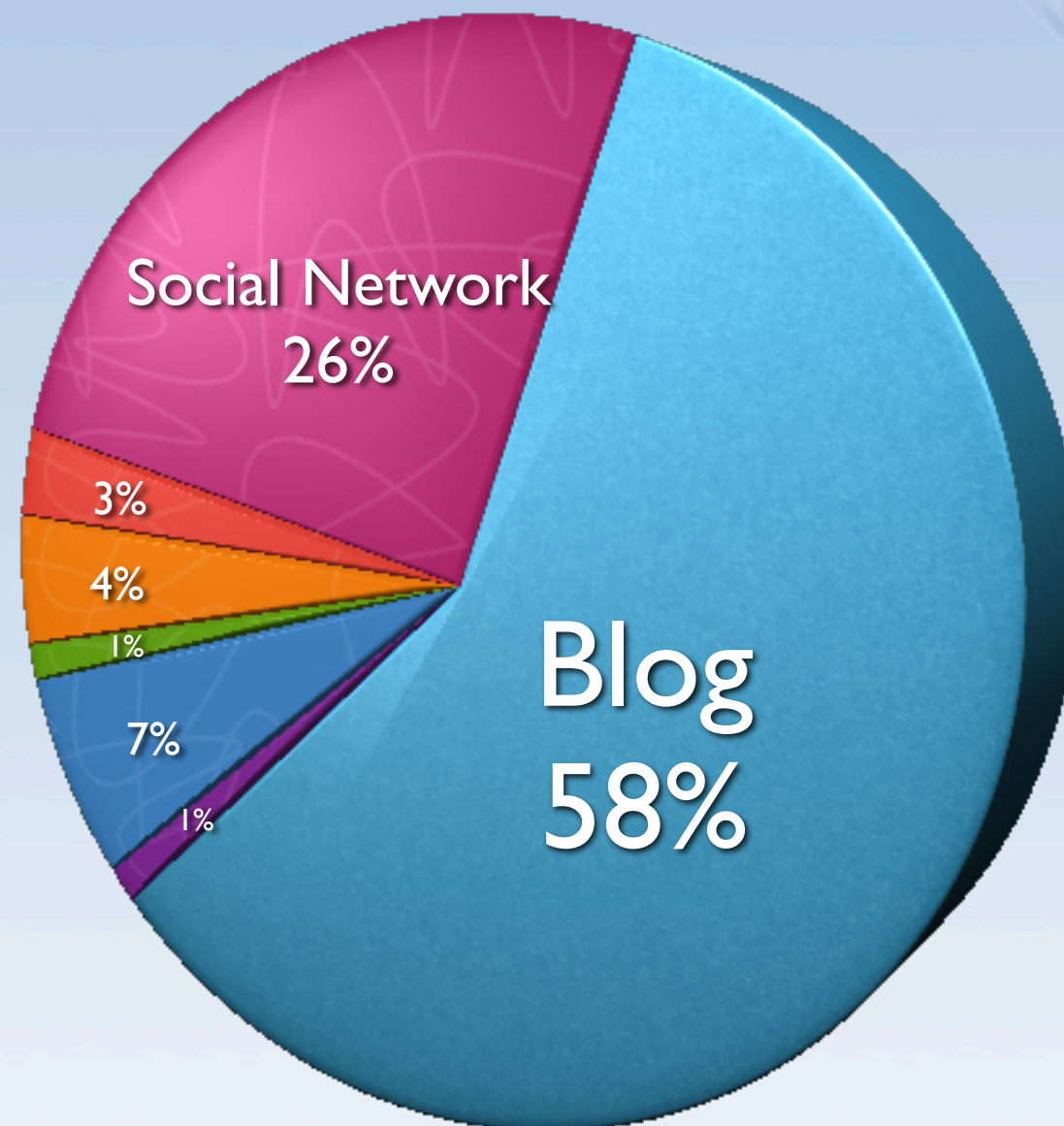
Rossetti: argomento delle conversazioni

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

You Tube™

Broadcast Yourself

Buon Natale 2.0



Linked in.



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



Internet e la cosmetica

Strumenti, percorsi, strategie

Grazie per l'attenzione

Centro Studi e Cultura d'Impresa Unipro