

1. Record Nr.	UNICAMPANIASUN0067517
Titolo	1: Roma e Lazio : eccettuate l'arcidiocesi di Gaeta e l'abbazia nullius di Montecassino / a cura di Filippo Caraffa
Pubbl/distr/stampa	Cesena : Badia di Santa Maria del Monte, 1981
Descrizione fisica	237 p, [4] c. geogr. ; 28 cm.
Lingua di pubblicazione	Italiano
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
2. Record Nr.	UNINA9910788863003321
Autore	Sanchez-Cueca Angeles
Titolo	El Alma de la Cosmetica : Angeles Sanchez-Cueca Desvela Las Estrategias de Las Principales Marcas y Nos Acerca la Esencia de la Alta Cosmetica y la Perfumeria Selectiva // Angeles Sanchez-Cueca
Pubbl/distr/stampa	Madrid : , : Lid Editorial Empresarial S.L., , [2013] ©2013
ISBN	84-8356-707-5
Edizione	[1st edition]
Descrizione fisica	1 online resource (1 v.) : ill
Collana	Emprendedores mundiales
Disciplina	338.00294
Soggetti	Business enterprises Cosmetics
Lingua di pubblicazione	Spagnolo
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Nota di bibliografia	Includes bibliographical references.
Sommario/riassunto	En los últimos años el mercado mundial de la cosmética y la perfumería de lujo han reinventado su manera de dirigirse a un público cada vez más exigente. A través de la propia experiencia personal de la autora, de su conocimiento del sector y de entrevistas a personalidades seleccionadas a nivel nacional e internacional (LVMH, La Prairie, Sisley,

Shiseido, By Terry, Carla Bulgaria Roses Beauty; entre otros) la experta Ángeles Sánchez-Cueca hace un riguroso análisis de los factores de éxito de esta industria, que sólo en la Unión Europea mueve 7.100 millones de euros al año y una exportación en torno a los 2.300 millones de euros, y de las claves que determinan que una marca tenga éxito. Destacadas figuras del ámbito de la cosmética y la perfumería consideran que este libro es una iniciativa magnífica en el sector, coincidiendo en afirmar que “les parece algo increíble y alentador, que alguien se haya dado cuenta de lo importante que son los equipos humanos para transmitir la magia del lujo” porque por muy fuerte que sea la imagen de una marca, si detrás no hay un alma que sepa captar, sentir, vivir y transmitir ese mundo; no habría forma de darlo a conocer.
