

- | | |
|-------------------------|---|
| 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.
