

PAMBIANCO *beauty*

Giovedì 15 Febbraio 2018 - Testata fondata nel 2001



Ace4beauty, obiettivo primo magazine su Instagram

15 FEB 2018 BEAUTY

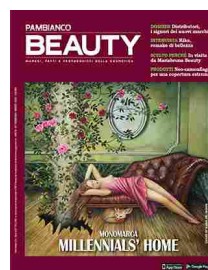


Lavinia Fazio e Valentina Scanziani,

Ace4Beauty è la prima beauty community italiana indipendente che si pone l'obiettivo di diventare il primo 'magazine su Instagram' e il punto di riferimento più autorevole e innovativo per influencer, beauty addicted e brand. Ace4beauty lancia infatti, un nuovo modello di comunicazione, di relazione e di ingaggio all'interno di Instagram che unisce linguaggi e protagonisti dei social allo stile delle testate 'glossy magazine' per la creazione di contenuti. I lanci top del mercato, i best seller, i trend più attuali e gli stili intramontabili vengono raccontati day by day all'interno della community con l'obiettivo di offrire agli utenti un punto di vista nuovo ed eterogeneo della bellezza a 360 gradi.

Le fondatrici **Lavinia Fazio**, con una ventennale esperienza nell'ambito delle media relation e **Valentina Scanziani**, con una forte esperienza nel settore for profit ed angel investor in progetti sociali, hanno voluto rivolgersi, fin dall'avvio del progetto, a **Cosmetica Italia**, che rappresenta il primo e autorevole riferimento per la raccolta di dati, trend e approfondimenti tecnico-normativi e per la conoscenza del mondo delle fragranze e delle unicità della filiera è stata fatta una collaborazione con **Accademia del Profumo**. L'obiettivo è di rendere i

PAMBIANCO BEAUTY N.1



IN QUESTO NUMERO:

MONOMARCA MILLENNIALS' HOME

DOSSIER
Distributori, i signori dei nuovi marchi

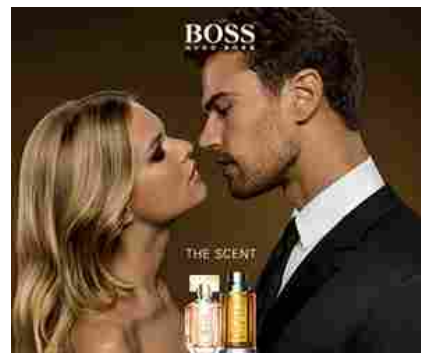
INTERVISTA
Kiko, remake di bellezza

SCELTO PERCHÉ
In visita da Mariabruna Beauty

PRODOTTI
Neo-camouflage per una

copertura estrema

PDF | SFOGLIA | IN EDICOLA | APP STORE | GOOGLE PLAY



BEAUTY TV



Zinesi (Sisley): "Il 2018 sarà l'anno dell'haircare"



La 'chance' di Chanel



Sgariboldi (EuroItalia):

beauty influencer sempre più competenti e informati.

Infine la community è anche un luogo dove portare per la prima volta tematiche ad impatto sociale all'interno di un piano editoriale social, coinvolgendo in progetti di comunicazione gli influencer beauty.

« ARTICOLO PRECEDENTE

La Prairie arruola Pennavaria

ARTICOLO SUCCESSIVO: »

Maison Valmont apre a Parigi e Losanna

POTREBBE INTERESSARTI ANCHE



15 FEB 2018

Zinesis (Sisley): "Il 2018 sarà l'anno dell'haicare"



15 FEB 2018

Cosmoprof, il beauty non frena. Espositori a +7,5%



15 FEB 2018

Cartier, dopo 20 anni Déclaration diventa Parfum

"Parte il rilancio di Naj Oleari Beauty"

PAMBIANCO MAGAZINE



Senza frontiere

IN QUESTO NUMERO:

C'ERANO UNA VOLTA I DANDY, TOPOLINO E LE SFILATE...

ATTUALITÀ
Moda in Borsa, 2017 l'anno del rimbalzo

CASE HISTORY
Benetton cerca il rilancio nella storia

TENDENZE

PDF | SFOGLIA | IN EDICOLA | APP STORE | GOOGLE PLAY

GIRO POLTRONE



La Prairie arruola Pennavaria



Avon tenta il rilancio con il nuovo CEO Zijderveld



Revlon, si dimette il CEO Garcia



Lomazzi nuovo country manager Shiseido Italy



Burdese anche brand GM di Acqua di Parma

EDITORIALE

DI DAVID PAMBIANCO

Le opportunità oltre l'assedio - N°6/III

Il segmento delle profumerie italiane pare sentirsi sotto assedio. Lo si percepisce dalle...



I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

1 Le profumerie bocciano il Black Friday

2 Prima linea green per Kiko Milano