



MARKETING CROSSCANALE



 COLLISTAR MADE IN ITALY	 BioNike SALUTE E BELLESSERE	LVMH	URIAGE EAU THERMALE	 ISDIN LOVE YOUR SKIN	L'ORÉAL	BOROTALCO
 APIVITA	benefit SAN FRANCISCO	 SKIN LABO	ANGSTROM PROTECT	 BIOLINE JATÒ	 NEUTRO ROBERTS FIRENZE 1904	Perrigo
SANOFI 	 Paglieri ARENZANO AUTENTICA	 Chilly	 FELCE AZZURRA	 OMEGA PHARMA	 Angelini Pharma	OMIA LABORATOIRES
 Wake up COSMETICS MILANO	Maalox	 Citrosil Home Protection	 NOVANIGHT	 AlfaMed	Enterogermina	 SVAS BIOSANA



Operiamo in oltre 50 Paesi



HQs: Milano & Barcellona



CHI SIAMO

SOLUZIONI **CROSSCANALE**



1

Siamo la prima
società di consulenza
in Europa per il
MARKETING e la
COMUNICAZIONE
CROSSCANALE

2

Abbiamo ideato un
metodo ibrido e
unico, che unisce
[1] **AI & BIG-DATA**
[2] **SEMIOTICA**
[3] **ANTROPOLOGIA**

Approccio crosscanale e
metodologia ibrida
convergono in un roster di
TOOL quanti-qualitativi
ideati per costruire
SOLUZIONI che fanno
crescere le **QUOTE** di
MERCATO e massimizzano il
rapporto tra **INVESTIMENTI**
e **VENDITE**

PERCHÉ INDIVIDUI MULTICANALE RICHIEDONO SOLUZIONI CROSSCANALE



MARKETING CROSSCANALE



PER PRODURRE EFFETTI INCREMENTALI

[CIOÈ VENDITE]

USA UN CANALE
**[INSTAGRAM,
YOUTUBE, TIKTOK]**

1

2

SU UN ALTRO CANALE
**[ES. PROFUMERIA,
AMAZON, eSHOP]**

3

PERCHÉ SCEGLIERE UN PIANO CROSSCANALE?

UPLIFT VENDITE

**COSTO PER PERSONA
RAGGIUNTA DALL'ADV**

BEAUTY

+139%

-96%

Dati di sell-out raggiunti con i nostri clienti utilizzando un piano crosscanale, in comparazione con metodologie tradizionali
COSTO PER PERSONA RAGGIUNTA DALL'ADV || ANALISI CONDOTTE ASSEGNANDO INDEX 100 AI MEDIA TRADIZIONALI BENCHMARK
Proprietary & Confidential

METODOLOGIA

AI & BIG-DATA, SEMIOTICA, ANTROPOLOGIA

SOLUZIONI QUANTI-QUALITATIVE E TRACCIAMENTO COSTANTE DEI RISULTATI

AI & BIG-DATA

DEDUZIONE

CHE COSA & QUANDO

MISURABILE

LIVELLO DI INCERTEZZA: BASSO

TRACCIARE IL PASSATO/PRESENTE

HUMANITIES

ESPLORAZIONE

COME & PERCHÉ

EVIDENZA

LIVELLO DI INCERTEZZA: MEDIO/ALTO

LEGGERE IL FUTURO

TOOLS

PROPRIETARI ED ESCLUSIVI.
AI & BIG-DATA E SEMIOTICA
PER AUMENTARE LE VENDITE



Massimizza il **ritorno** sugli investimenti coinvolgendo il **pubblico** giusto al momento giusto sui **motori di ricerca**



Individua l'investimento e i **formati più efficaci** ed efficienti per posizionare il proprio prodotto/servizio sulle **piattaforme digitali**



Analizza la capacità transazionale o di **visibilità** degli **influencer** attraverso un'**analisi** quanti-qualitativa dei loro profili



Monitorare le **tendenze, testi, immagini, prezzi, buybox**, e molto di più delle pagine del prodotto tutto in un foglio per avere sempre tutto **sotto controllo!**



Trova le **keyword** più adatte per le tue **campagne advertising** e monitora la vincita della **buybox** dei prodotti



Ottimizza le **pagine prodotto** per aiutarle a raggiungere le prime posizioni dei **risultati** di ricerca **organici** degli utenti



Individua e definisce in anticipo tutti i **KPI** necessari per scegliere gli spazi e il **pricing** ideali per **periodi promozionali** e grandi eventi



Aggiornamenti settimanali, **KPI personalizzabili** e tutti i progressi della campagna vengono monitorati da un'unica dashboard.

AI @BEAUTY EXECUTION LAB





I DOCENTI

AI EXECUTION LAB
BIG-DATA & SEMIOTICS



Alessandro Filippini
AI & DATA TEAM LEAD



Federico Corradini
CEO & CHIEF SEMIOTICIAN



Francesca Farouk
HEAD OF CONTENT,
PR & MEDIA



AGENDA

WEB BIG DATA + SEMIOTICA | SOCIAL BIG DATA + SEMIOTICA | QUADRATO SEMIOTICO



AGENDA

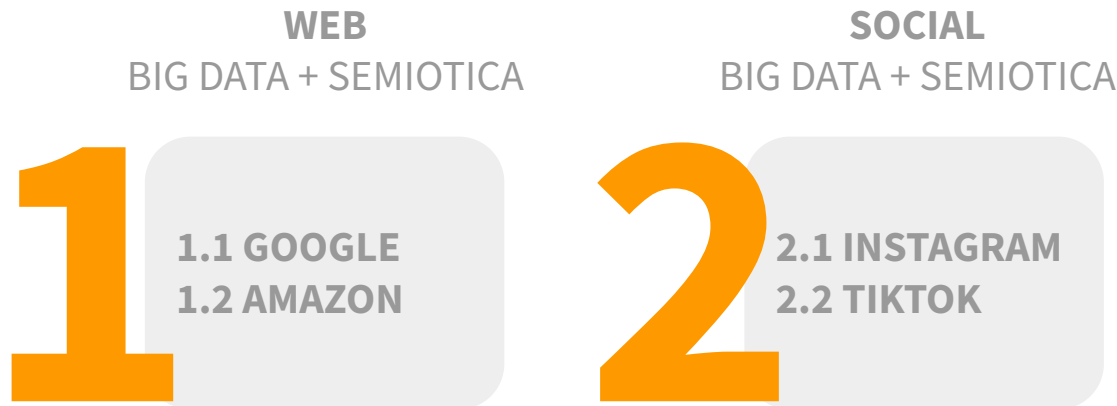
WEB BIG DATA + SEMIOTICA | SOCIAL BIG DATA + SEMIOTICA | QUADRATO SEMIOTICO

MACRO TREND RILEVANTI:

NATURALITÀ | EFFICACIA

FOCUS SUI TREND IN 5 CATEGORIE:

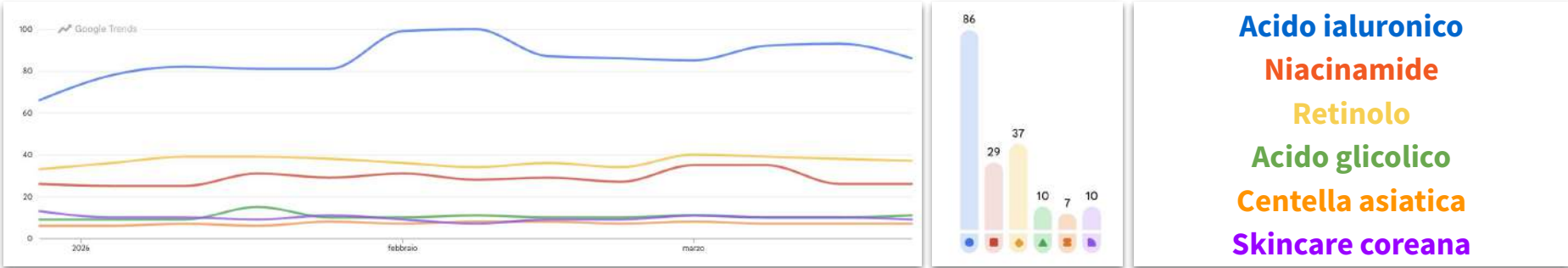
SKIN CARE | MAKEUP | HAIR CARE | FRAGRANCES | BODY CARE



WEB BIG DATA + SEMIOTICA

OSSERVATORIO
BEAUTY

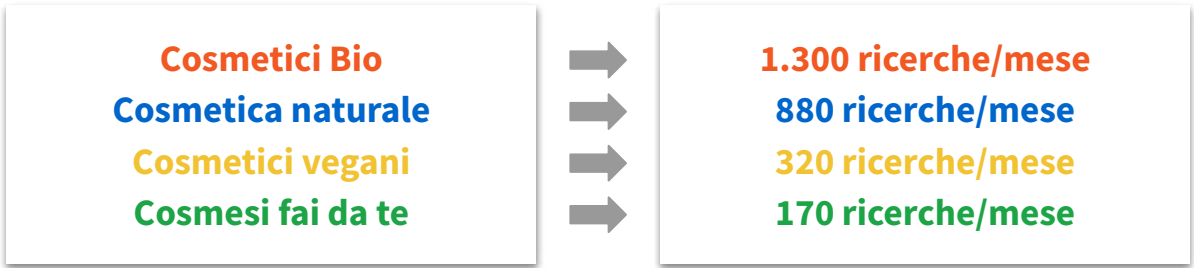
Trend di ricerca Google relativi al trend **EFFICACIA** [YTD 2026; Italia]



Query associate ai termini di ricerca

ACIDO IALURONICO	NIACINAMIDE	RETINOLO	ACIDO GLICOLICO	CENTELLA ASIATICA	SKINCARE COREANA
acido ialuronico viso	niacinamide serum	retinolo crema	ordinary acido glicolico	centella asiatica crema	skincare coreana prodotti
acido ialuronico crema	siero niacinamide	crema retinolo	acido glicolico viso	crema centella asiatica	prodotti skincare
crema acido ialuronico	niacinamide siero	siero retinolo	the ordinary	centella asiatica a cosa serve	prodotti skincare coreana
collagene	crema niacinamide	retinolo siero	the ordinary acido glicolico	centella asiatica integratore	skin care coreana
collagene acido ialuronico	niacinamide ordinary	retinolo viso	acido glicolico the ordinary	centella asiatica skincare	skin care

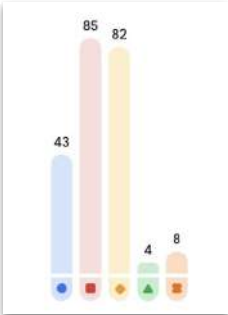
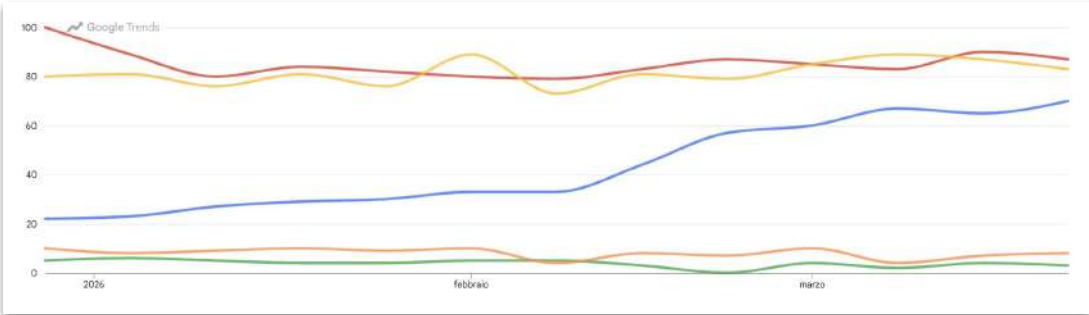
Volumi di ricerca Google relativi al trend **NATURALITÀ** [Volumi mensili; YTD 2026; Italia]



TOP 5 risultati **Google** per ciascuna keyword:

COSMETICI BIO	COSMETICA NATURALE	COSMETICI VEGANI	COSMESI FAI DA TE
flowertalescosmetics.com	https://www.drhauschka.it/	www.skinfirstcosmetics.it	www.aroma-zone.com
www.aroma-zone.com	www.officinanaturae.com	www.lush.com	www.lasaponaria.it
www.lievitosohn.it	www.lasaponaria.it	www.vegup.bio	www.lerboristeria.com
www.lasaponaria.it	www.ecco-verde.it	www.ecco-verde.it	pensoinverde.it
blog.lasaponaria.it	www.natures.it	www.nevecosmetics.it	blog.zenstore.it

Trend di ricerca Google relativi alla categoria **SKINCARE** [YTD 2026; Italia]

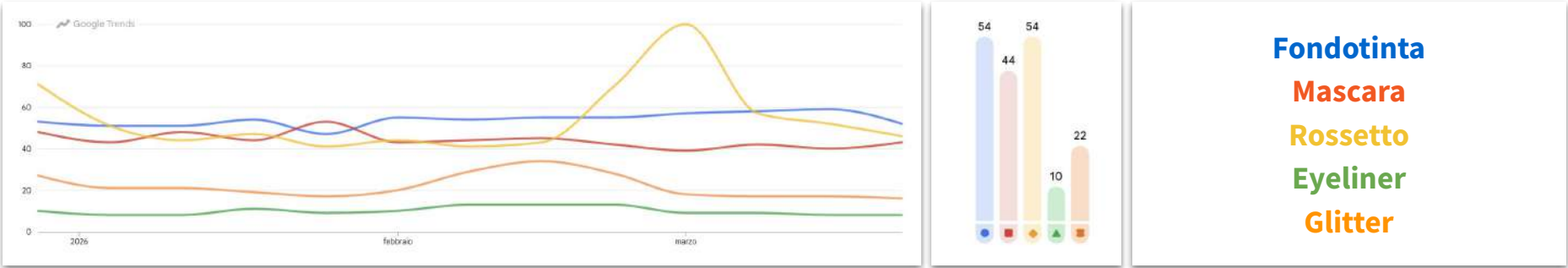


Protezione solare
Maschera viso
Siero viso
Skincare uomo
Burro di karitè

Query associate ai termini di ricerca

PROTEZIONE SOLARE	MASCHERA VISO	SIERO VISO	SKINCARE UOMO	BURRO DI KARITÈ
crema protezione solare	maschera per viso	crema viso	prodotti skincare	crema burro di karitè
crema solare	maschera led	siero viso acido ialuronico	skincare coreana	burro di karitè viso
protezione solare viso	maschera led viso	siero acido ialuronico	cerave	burro di karitè puro
protezione solare 50	maschera viso led	siero viso vitamina c	sephora	burro di karitè capelli
crema solare viso	maschera per il viso	acido ialuronico viso	Skincare skin care uomo	burro di karite

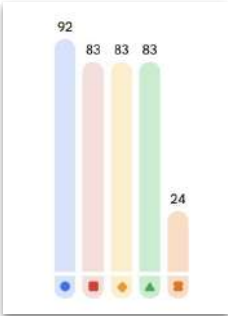
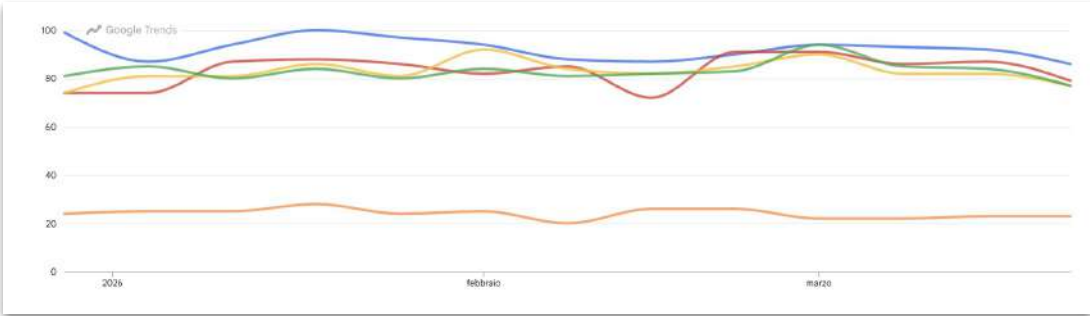
Trend di ricerca Google relativi alla categoria **MAKEUP** [YTD 2026; Italia]



Query associate ai termini di ricerca

FONDOTINTA	MASCARA	ROSSETTO	EYELINER	GLITTER
dior fondotinta	maybelline mascara	rossetto caffè	how to apply eyeliner	glitter argento
fondotinta dior	mascara maybelline	rossetto e caffè	eyeliner waterproof	glitter unghie
bionike fondotinta	maybelline	rossetto caffe	eyeliner occhi	unghie glitter
bionike	essence mascara	rossetto e caffe	essence eyeliner	glitter and gold
fondotinta bionike	essence	sal da vinci	eyeliner gel	cover glitter

Trend di ricerca Google relativi alla categoria **HAIRCARE** [YTD 2026; Italia]

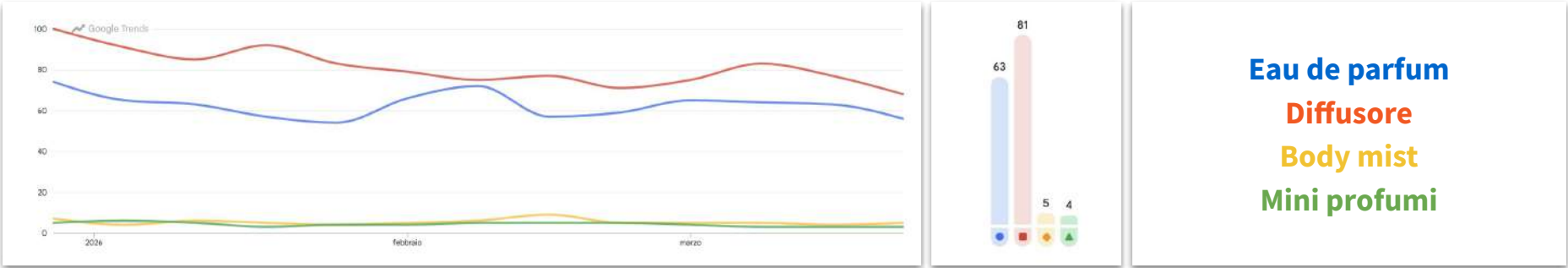


Olio capelli
Tinta capelli
Maschera capelli
Cuoio capelluto
Crescita capelli

Query associate ai termini di ricerca

OLIO CAPELLI	TINTA CAPELLI	MASCHERA CAPELLI	CUOIO CAPELLUTO	CRESCITA CAPELLI
olio per capelli	tinta per capelli	maschera per capelli	dermatite cuoio capelluto	crescita dei capelli
olio rosmarino capelli	colore capelli	shampoo	dermatite	siero crescita capelli
olio rosmarino	tinta capelli bianchi	maschera garnier capelli	prurito cuoio capelluto	shampoo
olio cocco capelli	capelli bianchi	garnier maschera capelli	dermatite seborroica	shampoo crescita capelli
olio di cocco	tinta capelli castano	garnier	dermatite seborroica cuoio capelluto	olio crescita capelli

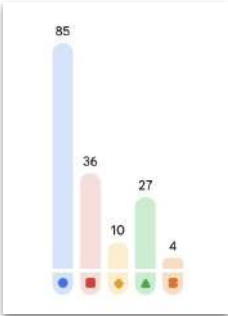
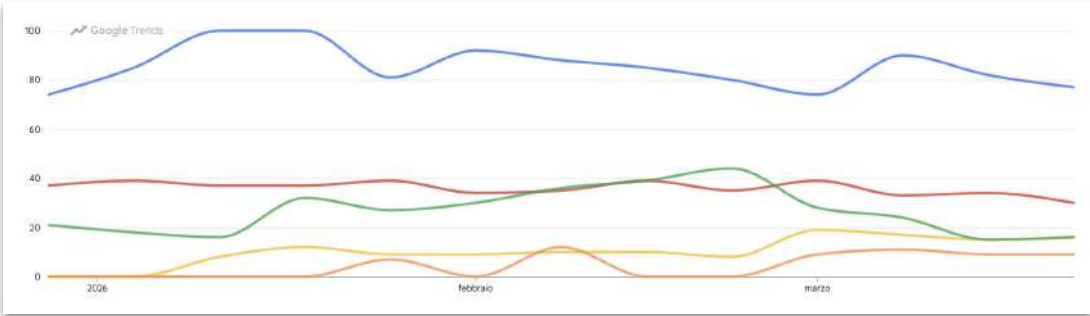
Trend di ricerca Google relativi al trend **FRAGRANCES** [YTD 2026; Italia]



Query associate ai termini di ricerca

EAU DE PARFUM	DIFFUSORE	BODY MIST	MINI PROFUMI
eau de toilette	diffusore oli essenziali	hair and body mist	mini size profumi
dior eau de parfum	diffusore capelli	victoria secret	profumi mini size
eau de parfum dior	diffusore ambiente	body mist victoria secret	mini profumi bomboniere
eau de parfum intense	diffusore phon	bath and body works	set mini profumi
sauvage eau de parfum	phon diffusore	victoria secret body mist	sephora

Trend di ricerca Google relativi al trend **BODY CARE** [YTD 2026; Italia]



Idratazione
Deterzione
Protezione pelle
Body care
Esfoliazione

Query associate ai termini di ricerca

IDRATAZIONE	DETERSIONE	PROTEZIONE PELLE	BODY CARE	ESFOLIAZIONE
idratazione pizza	doppia deterzione	protezione solare	redcare	esfoliazione pelle
pizza alta idratazione	deterzione viso	protezione solare viso	wikipedia	esfoliazione viso
idratazione impasto pizza	doppia deterzione viso	protezione solare viso pelle grassa	the ordinary body care	tecnica di esfoliazione della pelle a scopo estetico
impasto pizza	veralab	protezione solare la roche posay	biopoint body care	esfoliazione chimica
impasto alta idratazione	veralab doppia deterzione	giacca moto pelle	secret garden body care collection	acido salicilico

KEY TAKEAWAYS

TREND DI CATEGORIA



SKIN CARE

“Maschera viso”

Query che registra il picco di ricerche e la media più elevata YTD (14.8k ricerche/mese).

MAKEUP

“Rossetto”

Query che registra il picco di ricerche e la media più elevata YTD (27.1k ricerche/mese).

HAIR CARE

“Olio capelli”

Query che registra il picco di ricerche e la media più elevata YTD (9.9k ricerche/mese).

FRAGRANCES

“Diffusore”

Query che registra il picco di ricerche e la media più elevata YTD (6.6k ricerche/mese).

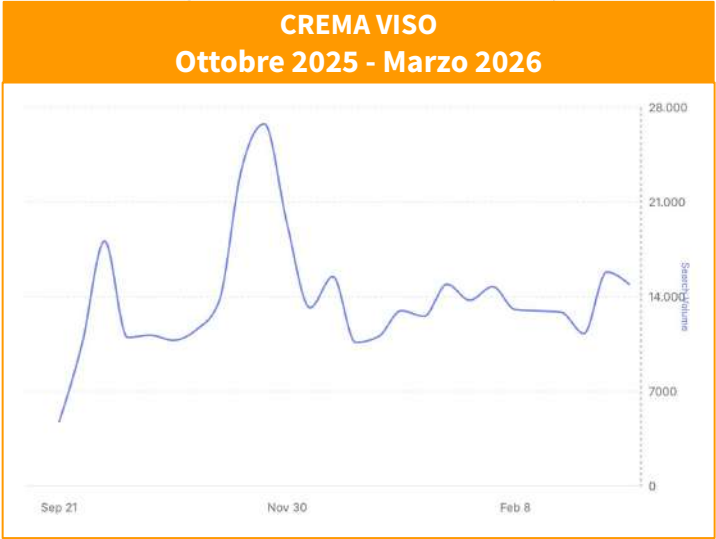
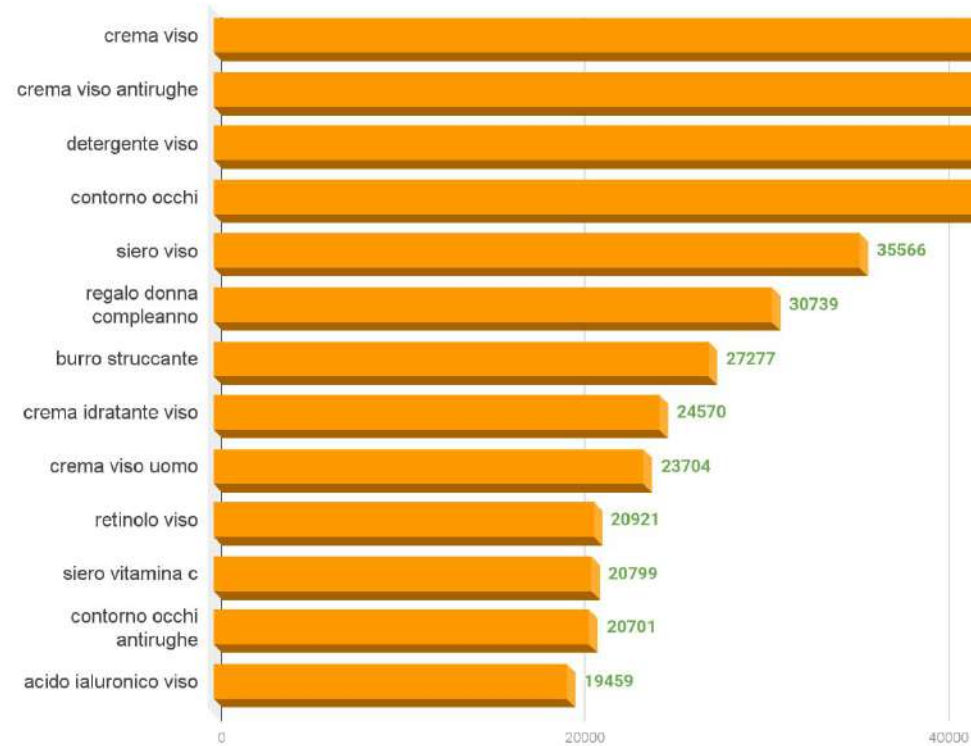
BODY CARE

“Idratazione”

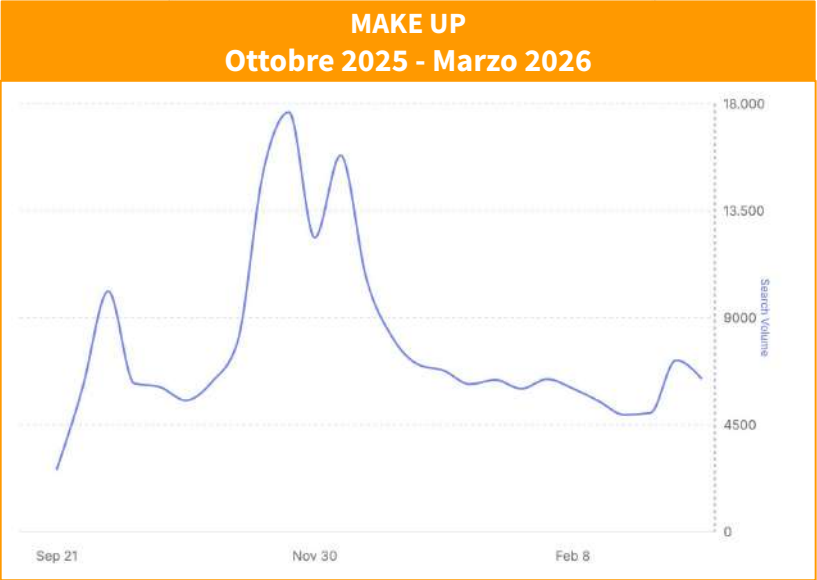
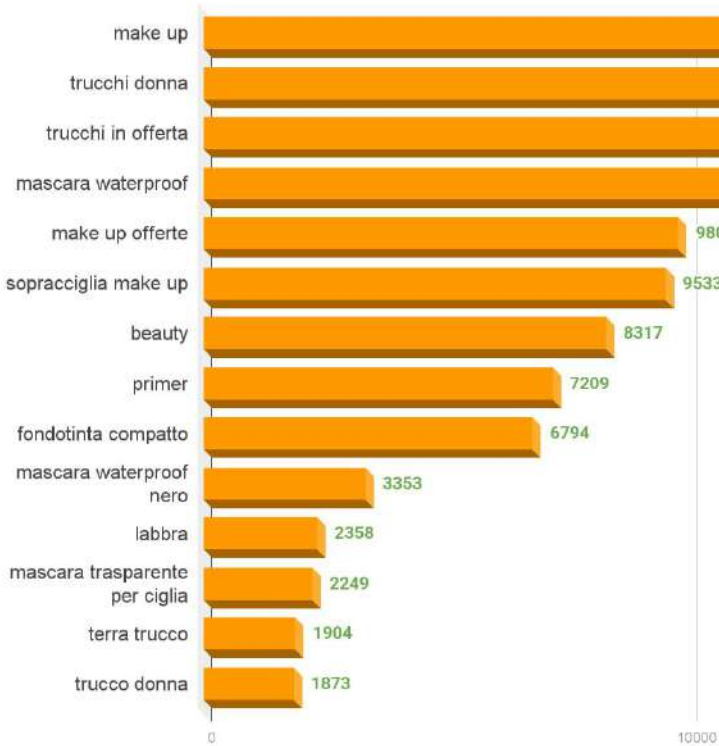
Query che registra il picco di ricerche e la media più elevata YTD (2.4k ricerche/mese).

- Alcune categorie registrano **query non associate al mondo Beauty**: la categoria **rossetto** è dominata dal brano musicale di Sal Da Vinci; nella categoria **idratazione** rientrano query relative al mondo della cucina.
- La **struttura di query** più diffusa è formata da: **prodotto + brand** (es. Mascara Maybelline).
- Il trend più soggetto alla **stagionalità** (estiva) è quello della **protezione solare**.

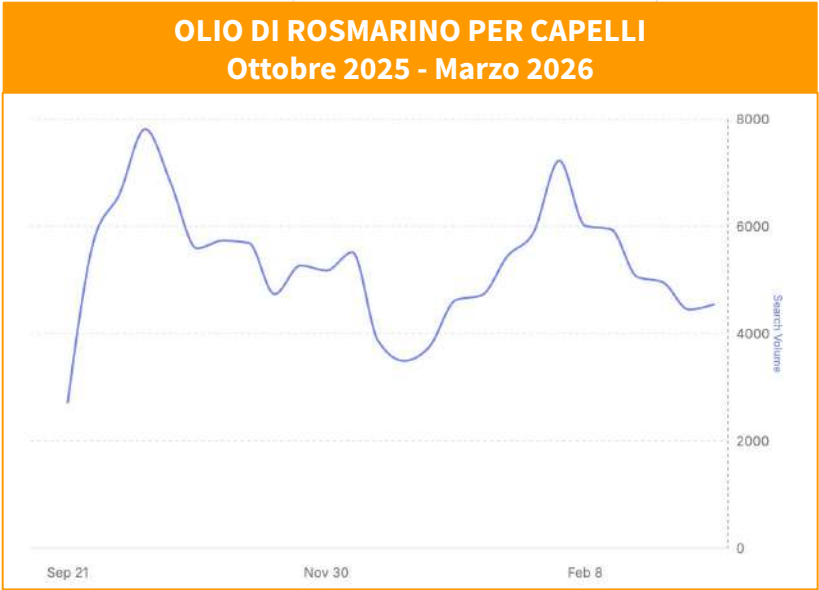
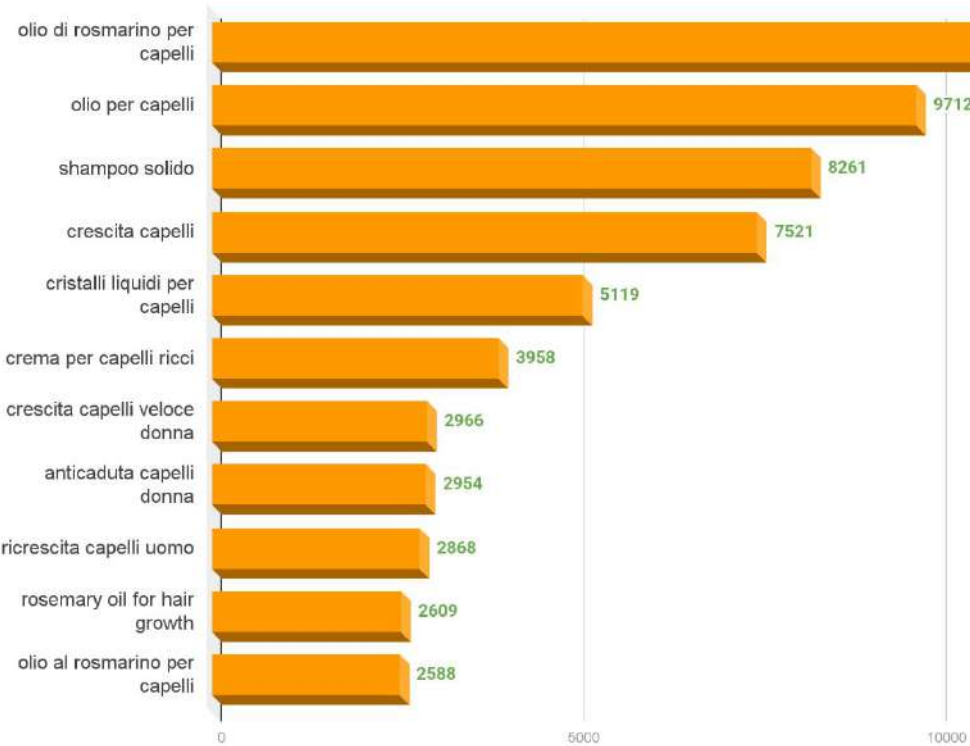
Volumi di ricerca delle kwd legate ai principali trend su Amazon.it negli ultimi 30 giorni



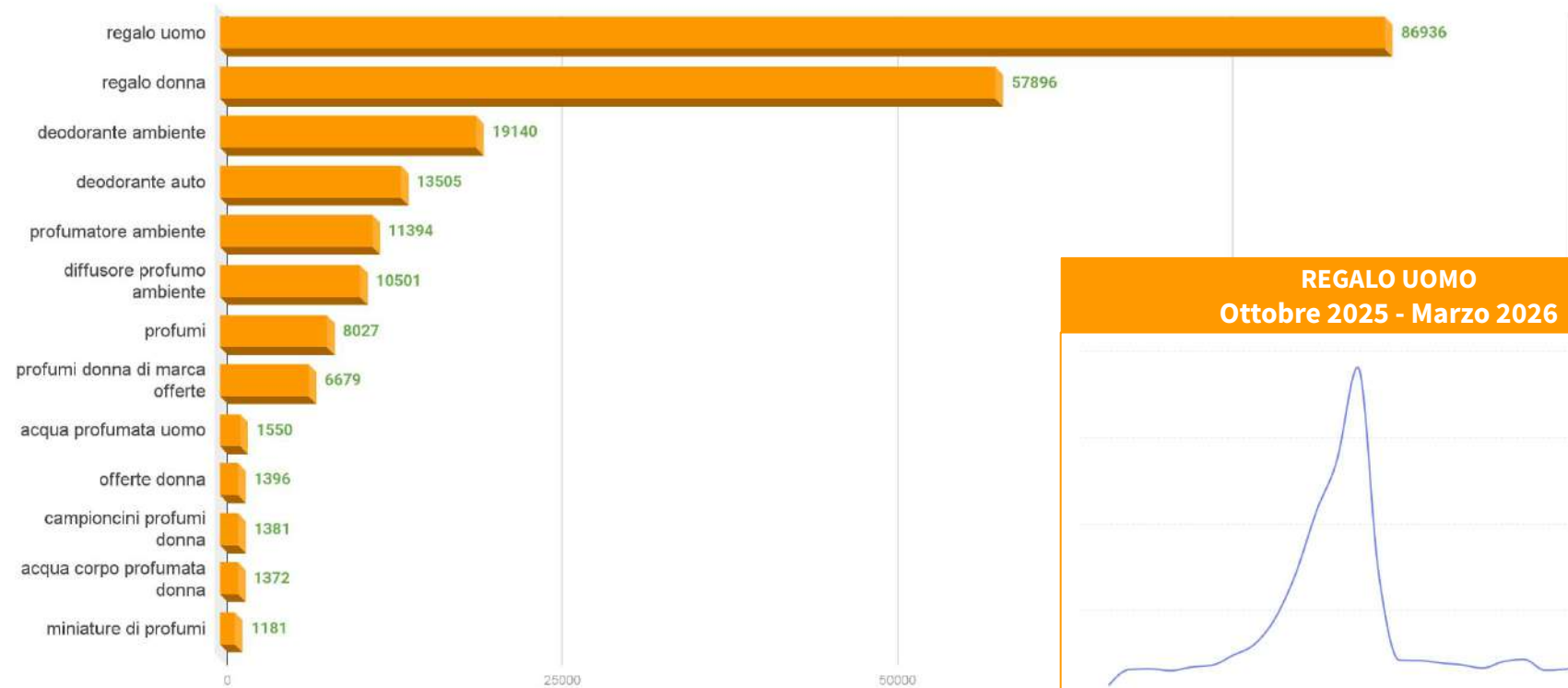
Volumi di ricerca delle kwd legate ai principali trend su Amazon.it negli ultimi 30 giorni



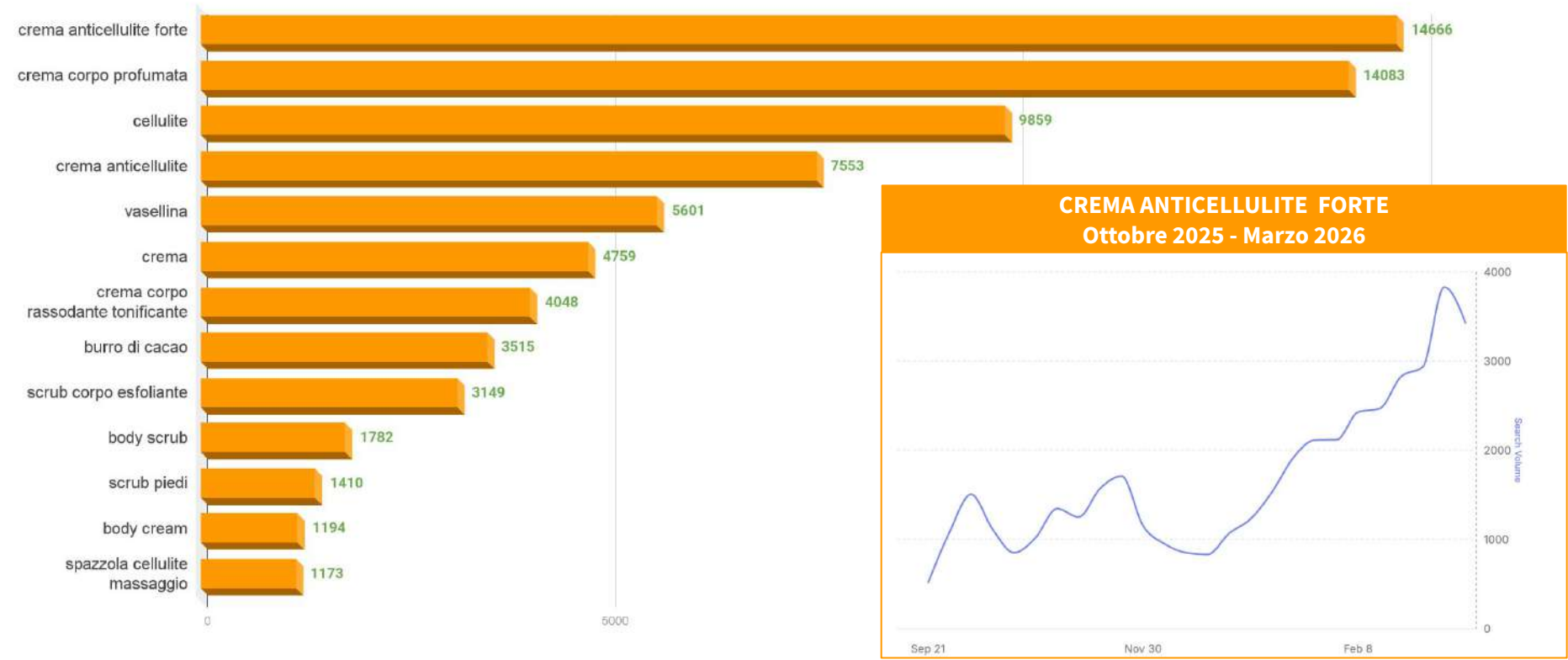
Volumi di ricerca delle kwd legate ai principali trend su Amazon.it negli ultimi 30 giorni



Volumi di ricerca delle kwd legate ai principali trend su Amazon.it negli ultimi 30 giorni



Volumi di ricerca delle kwd legate ai principali trend su Amazon.it negli ultimi 30 giorni



KEY TAKEAWAYS SEARCH TRENDS

amazon



SKIN CARE

"**Crema viso**" domina il mercato con oltre 63.000 ricerche mensili, evidenziando un picco di interesse massimo nel mese di novembre

MAKEUP

"**Make up**" resta il principale punto di ingresso per i consumatori con oltre 27.000 ricerche, seguito da una forte ricerca di convenienza.

HAIR CARE

"**Olio di rosmarino per capelli**" è il trend assoluto con quasi 19.500 ricerche, trainando una forte domanda per soluzioni naturali contro la caduta e per la crescita.

FRAGRANCES

Il settore è fortemente guidato dall'acquisto di regali, con la keyword "**regalo uomo**" / "**regalo donna**" che svetta con quasi 87.000 ricerche mensili.

BODY CARE

"**Crema anticellulite forte**" mostra una crescita costante e accelerata a partire da febbraio, posizionandosi come il prodotto più cercato della categoria con oltre 14.600 volumi.

A collection of various cosmetic products including lipsticks, brushes, eyeshadow palettes, and blush compacts are scattered on a light pink background. A large white diagonal shape, resembling a stylized arrow pointing right, is overlaid on the left side of the image.

AGENDA

WEB BIG DATA + SEMIOTICA | **SOCIAL BIG DATA + SEMIOTICA** | QUADRATO SEMIOTICO

**OSSERVATORIO
SOCIAL BIG DATA + SEMIOTICA
BEAUTY**

	Fonte: Fanpage Karma	Fans	Follower Growth (absolute)	Follower Growth (in %)	Number of posts	Number of Likes	Number of Comments (total)	Total Reactions, Comments, Shares	Engagement	Post interaction
 	Lancôme Official	7.0M	34k	0.49%	50	763k	11k	774k	0.13%	0.22%
 	KIKO Milano	7.3M	150k	2.1%	238	2.6M	89k	2.7M	0.44%	0.16%
 	ESSENCE	3.6M	28k	0.79%	339	2.9k	157k	160k	0.053%	0.013%
 	The Ordinary	3.0M	62k	2.1%	78	209k	7.3k	216k	0.086%	0.094%
 	OLAPLEX	2.5M	-1.6k	-0.062%	83	61k	3.9k	65k	0.030%	0.031%
 	Rabanne	1.9M	7.7k	0.41%	96	127k	3.1k	130k	0.081%	0.072%
 	TOM FORD Beauty	1.8M	30k	1.7%	31	110k	2.6k	112k	0.074%	0.20%
 	SHISEIDO	1.6M	20k	1.3%	28	671k	24k	694k	0.52%	1.6%
 	Rituals Cosmetics	1.5M	40k	2.7%	84	295k	19k	314k	0.25%	0.25%
 	ghd Italia	1.1M	988	0.092%	211	141k	1.8k	143k	0.16%	0.063%
 	NABLA Cosmetics	846k	2.6k	0.31%	75	181k	3.6k	184k	0.26%	0.29%

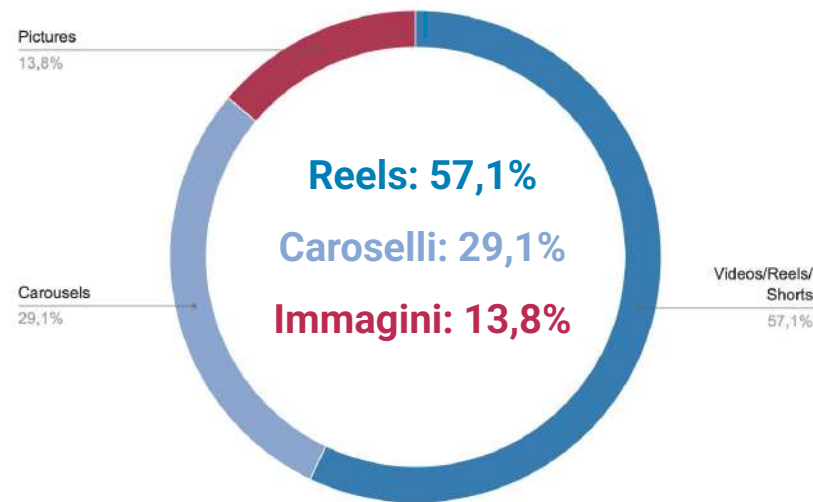
	Fonte: Fanpage Karma	Fans	Follower Growth (absolute)	Follower Growth (in %)	Number of posts	Number of Likes	Number of Comments (total)	Total Reactions, Comments, Shares	Engagement	Post interaction
 	Sisley Paris	793k	21k	2.7%	75	70k	2.5k	72k	0.11%	0.12%
 	M·A·C Italia	654k	23	0.0035%	170	56k	1.4k	58k	0.10%	0.052%
 	VERALAB	693k	9.3k	1.4%	58	72k	1.7k	74k	0.13%	0.19%
 	Acqua di Parma	492k	13k	2.8%	64	152k	2.9k	155k	0.38%	0.50%
 	Yves Rocher Italia	333k	2.1k	0.64%	46	13k	219	13k	0.047%	0.086%
 	Clinique Italia	226k	3.0k	1.4%	85	16k	3.6k	20k	0.10%	0.10%
 	Clarins Italia	134k	5.5k	4.3%	49	41k	437	41k	0.37%	0.65%
 	Lookfantastic Italia	110k	-622	-0.56%	17	232	3	235	0.0025%	0.013%
 	Dr. Hauschka Italia	30k	1.9k	6.8%	29	2.2k	127	2.3k	0.096%	0.28%
 	Estée Lauder Italia	35k	5.0k	17%	91	20k	706	21k	0.74%	0.69%
	Average	1.7M	21k	2.3%	95	267k	16k	283k	0.20%	0.27%

TOP 50 HASHTAG: ENGAGEMENT

#LISAwithULTIMUNE #makeup #TheArtofLivingItalian
 #KIKOHugCouture #NABLAcosmetics #mysisleyparis
 #IOOnlyWearMAC #Lancome #ghdchronosmax #KIKOLoveFusion
 #ESSENCEBWIH #LIPCombo #TOMFORDBEAUTY #Rabanne
 #MACFashionWeek #KIKOThreadsOfTime #ULTIMUNE #110anniversary
 #NABLA #RabanneParfums #DoubleWear #DrHauschka
 #LancomeMakeup #KIKOStores #ghdchronos
 #VibrantSophistication #Clinique #MACStudioFix #KIKOMilano
 #SHISEIDO #YvesRocherItalia #veralab #KIKOFlirtAlert #Oscars
 #MACPowderKiss #CosmesiNaturale #MadeForMore #BeautyDays

size = frequency | green = high engagement | red = low engagement

FORMATI UTILIZZATI



Formato	2021	2026
Immagini:	58,2%	13,8%
Reels:	12,1%	57,1%

	Fonte: Fanpage Karma	Fans	Follower Growth (absolute)	Follower Growth (in %)	Number of posts	Number of Likes	Number of Comments (total)	Total Reactions, Comments, Shares	Engagement	Post interaction
 	The Ordinary	1.9M	0	0%	81	794k	11k	830k	0.50%	0.54%
 	MAC cosmetics	1.2M	0	0%	124	740k	11k	775k	0.73%	0.52%
 	KIKO Milano	1.8M	0	0%	99	817k	5.6k	933k	0.59%	0.52%
 	Essence	555k	15k	2.8%	89	958k	5.0k	981k	2%	2%
 	Olaplex	421k	12k	3%	86	26k	1.5k	29k	0.078%	0.080%
 	Clarins Official	579k	22k	3.9%	65	64k	1.7k	68k	0.14%	0.19%
 	LOOKFANTASTIC	294k	9.8k	3.4%	74	4.7k	290	5.2k	0.021%	0.024%
 	Estée Lauder	308k	33k	12%	53	33k	1.7k	37k	0.15%	0.25%
 	Tom Ford Beauty	233k	25k	12%	12	3.9k	142	4.2k	0.022%	0.16%
 	Rituals	286k	11k	4.1%	50	209k	6.2k	230k	0.94%	1.6%

	Fonte: Fanpage Karma	Fans	Follower Growth (absolute)	Follower Growth (in %)	Number of posts	Number of Likes	Number of Comments (total)	Total Reactions, Comments, Shares	Engagement	Post interaction
 	Lancôme	439k	65k	17%	34	511k	7.2k	543k	1.6%	4.1%
 	Clinique	246k	29k	13%	59	14k	593	16k	0.079%	0.12%
 	GHD Italia	156k	4.4k	2.9%	149	51k	401	54k	0.40%	0.24%
 	Yves Rocher	122k	900	0.75%	0	0	0	0	0%	0%
 	Veralab	165k	2.2k	1.3%	41	9.8k	115	11k	0.077%	0.16%
 	SHISEIDO	122k	13k	12%	8	274k	7.1k	292k	2.9%	32%
 	Rabanne	1.1M	0	0%	72	106k	2.4k	113k	0.12%	0.14%
 	NABLA Cosmetics	72k	6.0k	9%	76	63k	1.5k	67k	1.1%	1.3%
 	Acqua di Parma	12k	1.0k	9.4%	4	876	26	996	0.10%	2.3%
	Average	527k	13k	5.6%	62	246k	3.3k	263k	0.61%	2.4%

TOP 50 HASHTAG: ENGAGEMENT

#doubleserumfoundation #madeformore #limitededition #beauty #new
#makeuptutorial #lipgloss #gloss #skincareroutine #kikoflirtalert #spring #skintok
#beautytok #skincare #springmakeup #kikolovefusion #viralmakeup
#ghd #ghdspeed #rabanneparfums #glow #goodhairday #healthyhair #lancome
#allergytestedfragrancefree #glam #nabla #kikomilano
#lipcombo #theordinary #valentinesmakeup #RabanneFW26
#kikohugcouture #olaplex #foundation #clarins #makeup #glycolicacid
#ricelipids #niacinamide #dermatologisttested #nablacosmetics
#rituals #makeuptok #newcollection #doublewear #newmakeup #fyp
#valentinesday #clinique

TOP 10 HASHTAG: ENGAGEMENT

#theordinary #kikomilano #glam #limitededition #beauty
#beautytok #nabla #makeup #makeuptok #nablacosmetics

size = frequency | green = high engagement | red = low engagement

Presenza di hashtag appositamente realizzati per il canale:

#makeuptok #beautytok

SUMMARY | SOCIAL BIG DATA



- **Kiko** è primo in classifica fans (7.3M), crescita (150k), likes (2.6M) e reazioni totali (2.7M)
- **Essence** è al primo post per numero di post pubblicati (339) e commenti totali (157k)
- **Estée Lauder** è in prima posizione per crescita in percentuale (17%) ed engagement rate (0,74%)
- **SHISEIDO** è al primo posto per post interaction rate (1,6%)
- **Formati:** prevalgono i **reels** (57,1%), seguono i **caroselli** (29,1%) → Prevalenza formato video (verticale)
- **Hashtags:** prevalenza degli hashtag di **brand**



- **The Ordinary** è al primo posto per: fans (1.9M) e commenti (11K)
- **Lancôme** è in prima posizione per crescita dei follower (65k) e crescita percentuale (17%)
- **GHD Italia** è al primo posto per numero di post (149)
- **Essence** è al primo posto per numero di like (958k) e reazioni totali (981k)
- **SHISEIDO** è al primo posto per engagement rate (2,9%) e post interaction rate (32%)
- **Formati:** video (57,4%), caroselli (28,9%) e immagini (13,8%)
- **Hashtags:** prevalenza degli hashtag di **brand**. **Hashtag specifici** per TikTok, con obiettivo **visibilità** e **conversion**
- **ITA TRENDS:** forte interesse per tutto quello che riguarda clinical skincare, ibridi skincare-makeup (trattamento + performance) e routine per skin concern specifiche.



AGENDA

WEB BIG DATA + SEMIOTICA | SOCIAL BIG DATA + SEMIOTICA | **QUADRATO SEMIOTICO**

QUADRATO SEMIOTICO
TREND IN ATTO @BEAUTY 2026

SEMIOTICA GENERATIVA

LA GENERAZIONE DEL SENSO



ATTRAVERSO ATTENTE
INDAGINI ANTROPOLOGICHE
POSSIAMO CREARE UN
QUADRATO SEMIOTICO
...MA COME FUNZIONA?

LEGGI COSÌ LE DIVERSE LINEE CHE
TROVI NELLE PROSSIME SLIDE:

CONTRARIETÀ



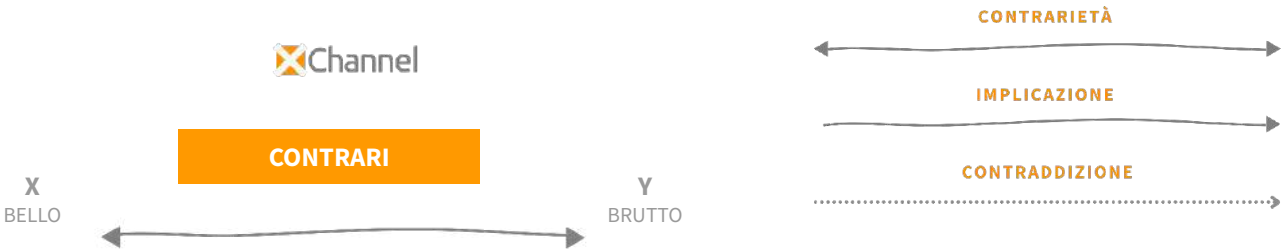
IMPLICAZIONE



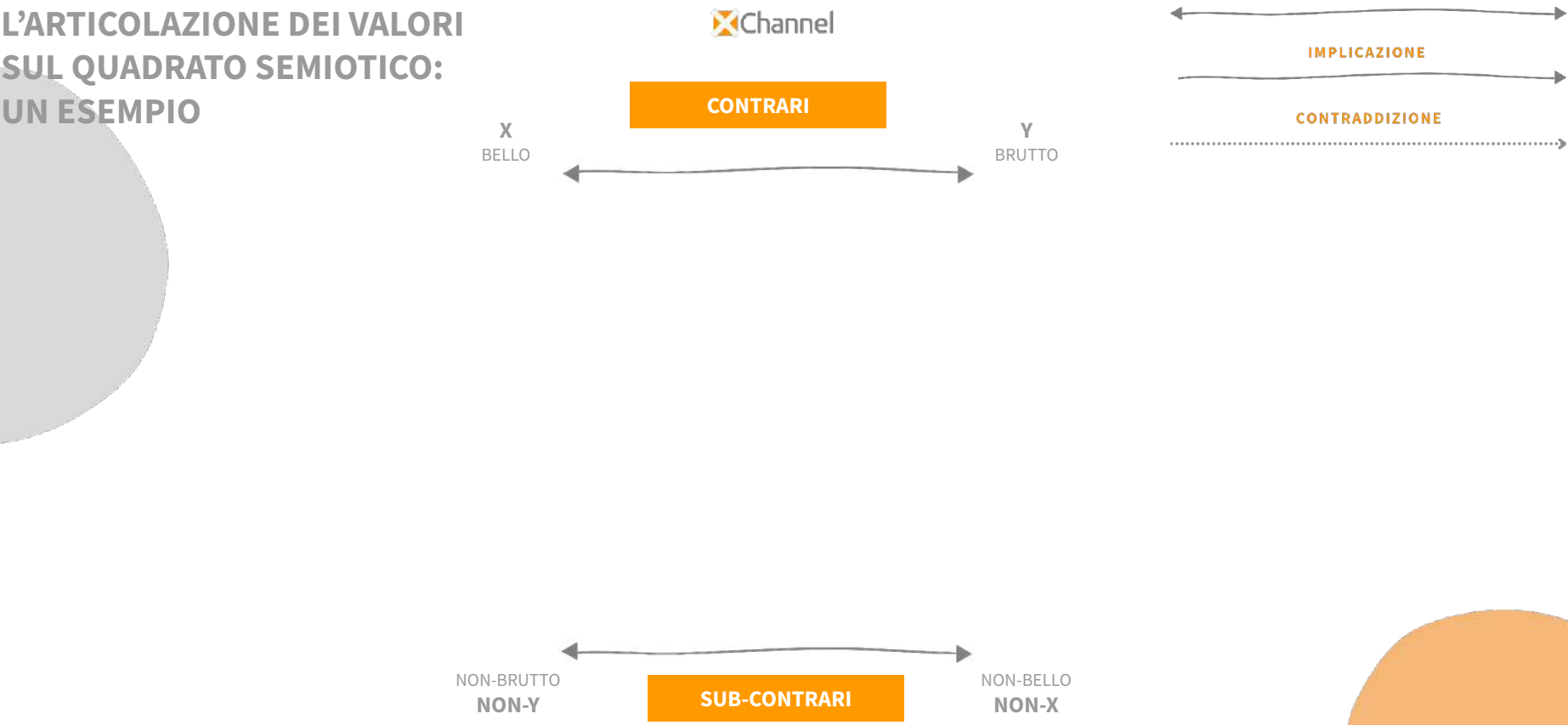
CONTRADDIZIONE



L'ARTICOLAZIONE DEI VALORI SUL QUADRATO SEMIOTICO: UN ESEMPIO

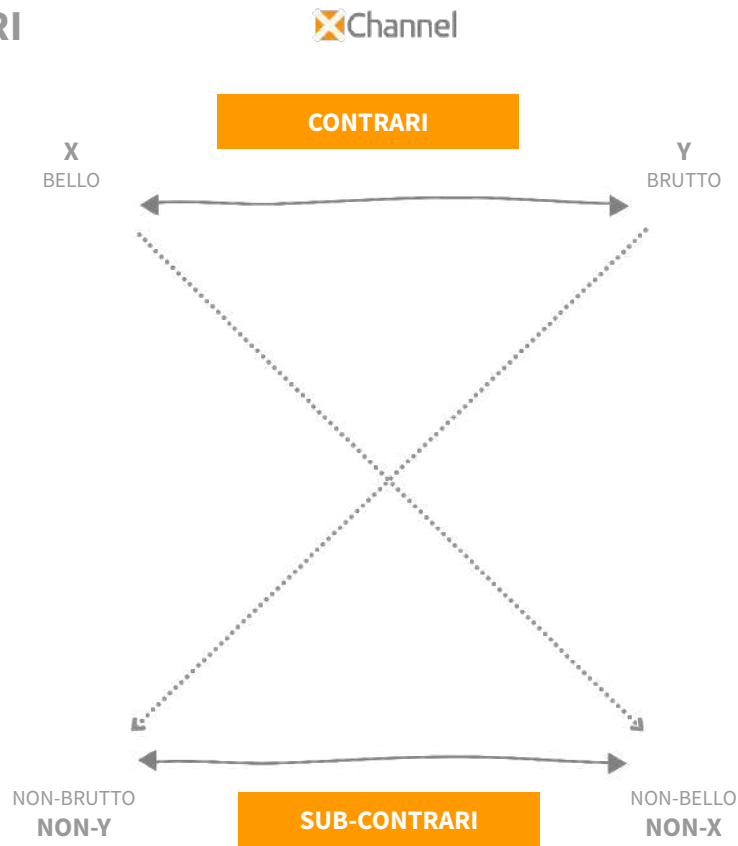


L'ARTICOLAZIONE DEI VALORI SUL QUADRATO SEMIOTICO: UN ESEMPIO



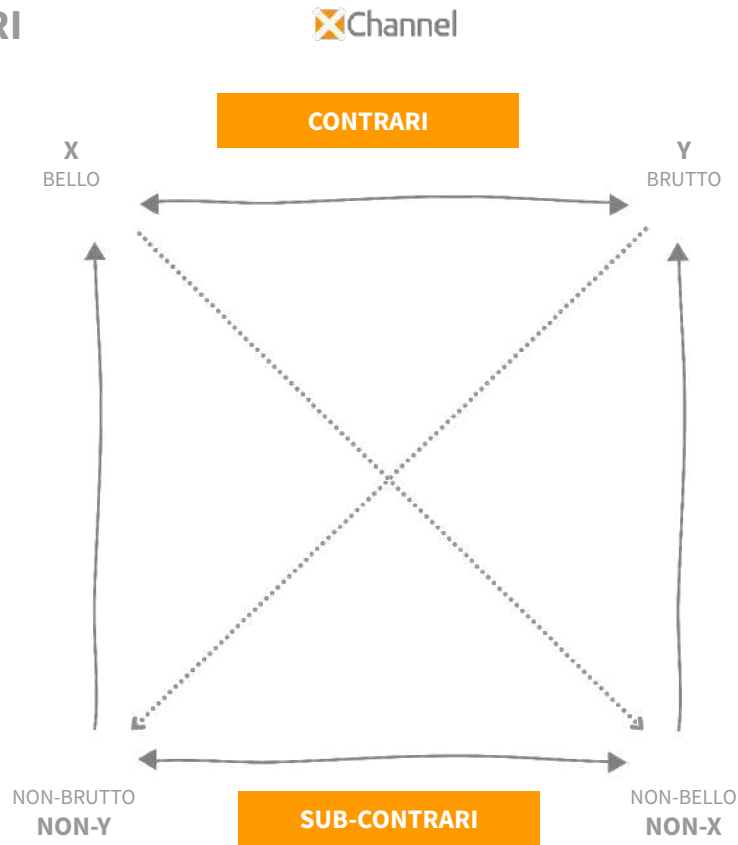
L'ARTICOLAZIONE DEI VALORI SUL QUADRATO SEMIOTICO: UN ESEMPIO

CONTRADDITTORI



L'ARTICOLAZIONE DEI VALORI SUL QUADRATO SEMIOTICO: UN ESEMPIO

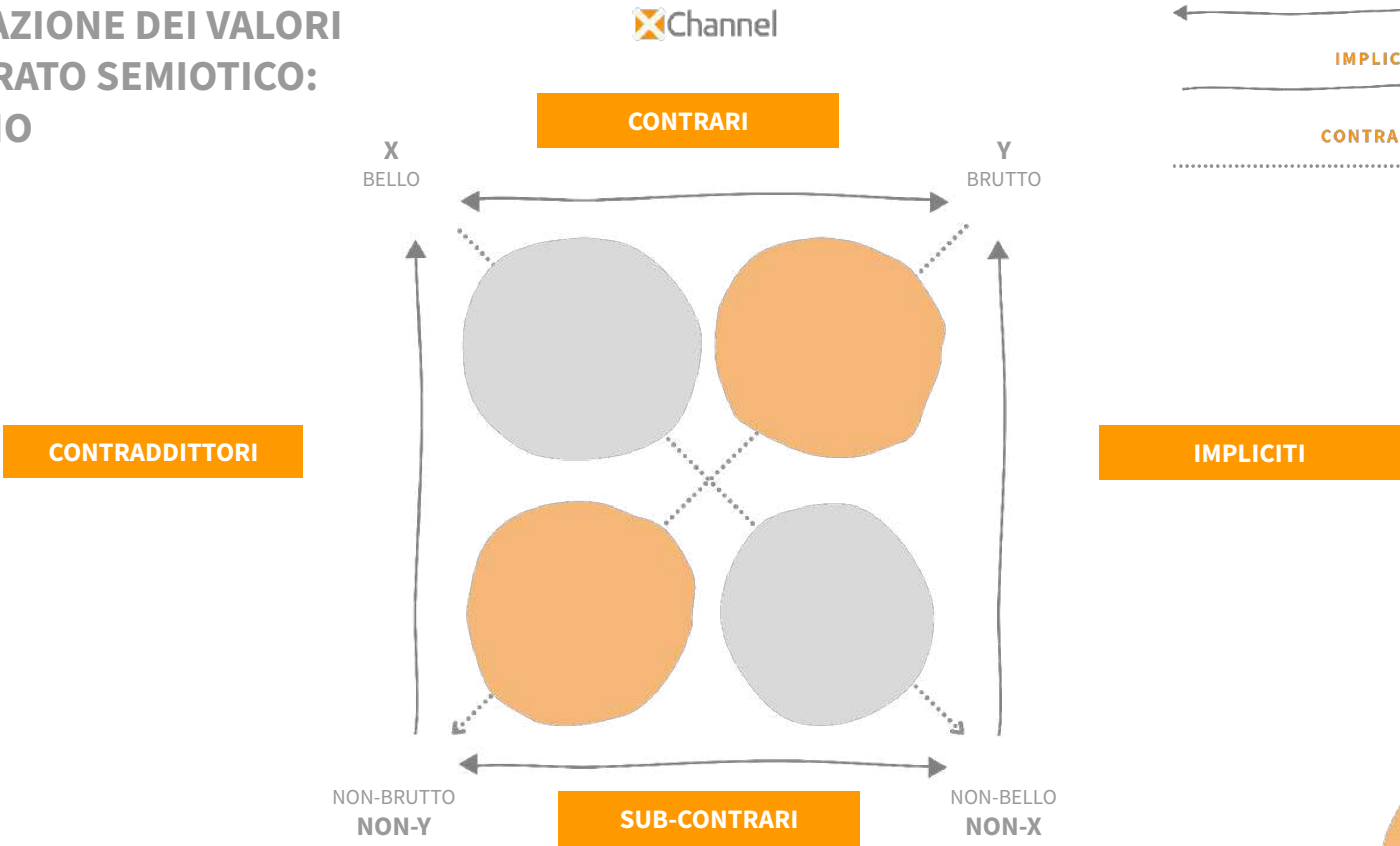
CONTRADDITTORI



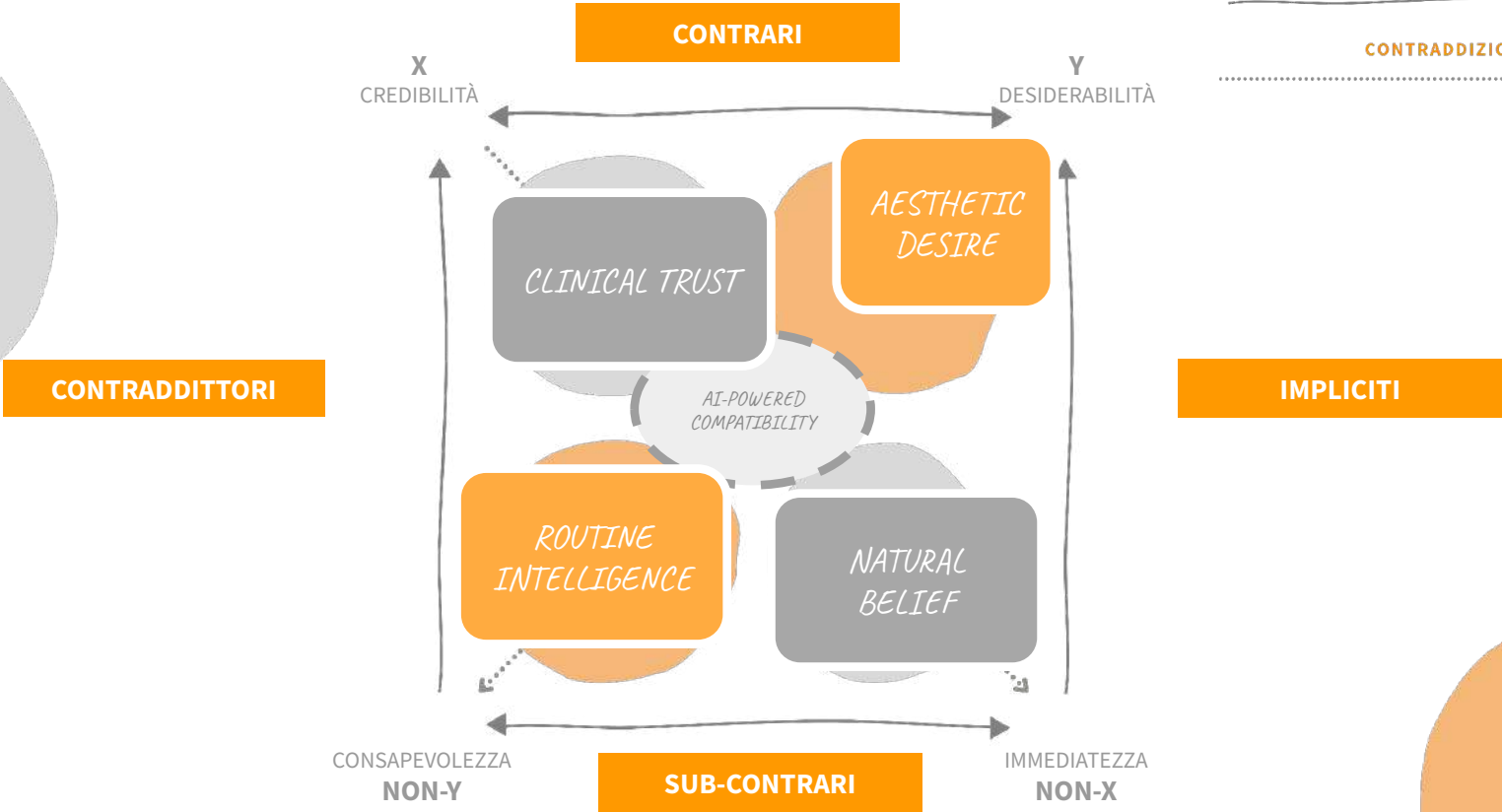
IMPLICITI



L'ARTICOLAZIONE DEI VALORI SUL QUADRATO SEMIOTICO: UN ESEMPIO



I TREND IN ATTO @BEAUTY 2026



XChannel

OSSERVATORIO CROSSCANALE BEAUTY

Per approfondimenti & analisi personalizzate:

beauty@xchannel-consulting.com