

Après le Brésil en 2011, le Moyen Orient en 2012,



Mars 2016 :

# PERSIAGRAMS

BEAUTY INSIGHTS ON POST-SANCTIONS IRAN

Delivrables

**Une perspective ethno-marketing, une analyse transversale et prospective luxe, beauté, retail, lifestyle.**

21 insights pour découvrir l'Iran d'aujourd'hui, pour mesurer à quel point ce marché prometteur est spécifique, mais aussi leader dans la définition de la beauté et de la modernité dans la région.

Poésie, médecine, femmes, exil, espace privé et espace public, le park et le mall... : Une lecture inspirante, analytique et dynamique d'un marché captivant par sa singularité et prometteur par son potentiel.

Un outil pour les marketing, pour comprendre les enjeux, décrypter et mettre en perspective les informations et études qui commencent à sortir sur ce marché où les marques européennes sont déjà très visibles.

**Une étude basée sur :**

Un reportage de 1 mois, en Août 2015, dans les rues, les malls, les parcs, les cafés d'une Iran portée par la fin des sanctions,

Une recherche de 6 mois à travers la presse, la littérature, le cinéma, les arts plastiques, le web..

Une mise en perspective grâce à 10 interviews d'experts (iraniennes et d'iraniens entrepreneurs ou créatifs, et de professionnels travaillant avec le pays.)

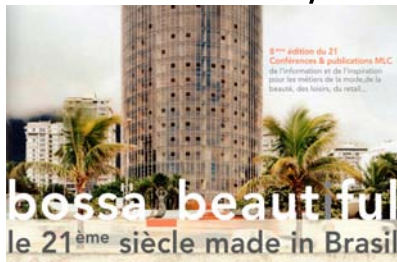
**Au total, une présentation de 129 slides dont 29 slides beauté (care, makeup, fragrances, bath & body et retail), 6 slides malls & retail, 11 slides luxe.**

Présentation et échange (env1H30) & remise du pdf version en anglais (env 130 pages\*) :

**3 000 € HT (prix Paris / RP)**

Contact : [helene.capgras@martineleherpeur.com](mailto:helene.capgras@martineleherpeur.com)  
0142974960

After Brasil in 2011, Middle East in 2012,



March 2016 :

# PERSIAGRAMS

BEAUTY INSIGHTS ON POST-SANCTIONS IRAN

Deliverables

An ethno-marketing perspective, a transversal and prospective analysis on luxury, beauty, retail, lifestyle..

21 keys to grasp what's happening in today' Iran, to understand how specific Iran is, and how pivotal it is in definity beauty and modernity in the area.

Poetry, medicine, women, exile, private and public life, parks and malls... : An inspiring, analytical and dynamic foray into a market wich is captivating by its singularity and promising by its potential.

A tool for the marketing team to understand all the information and studies starting to come out, on a market where italian or german brands are already very visible.

Based on :

One month field trip in August 2015, in the streets, malls, parks of a country boosted by the end of the sanctions,

6 months research through press, web, art, literature, cinema,

Put in perspective thanks to 10 interviews (iranians entrepreneurs and professionals working on the iranian market).

**A transversal ethno-marketing prospective**

**129 slides including : 29 slides on beauty (care, makeup, fragrances, bath & body et retail), 6 slides on malls & retail, 11 slides on luxury.**

Presentation of the document and discussion (about 1H30) & english pdf version of the book\*

\*(130 pages / quadri) : **Global fee : 3 000 € HT (price of a Paris based presentation / does not include travel expenses )**

\* No Copyright / for internal use only

contact commercial & info presse :  
[helene.capgras@martineleherpeur.com](mailto:helene.capgras@martineleherpeur.com)

Brain For Beauty,  
8 rue de la Vrillière 75001 Paris  
Brainforbeauty.com 01 42 97 49 60