



SKINLABO SVELA LA SUA “NUOVA PELLE”

NUOVA IDENTITA' PER IL BRAND DI SKINCARE 100% ITALIANO CHE INVESTE SU EXPERTISE LABORATORIALE E PERSONALIZZAZIONE DEI TRATTAMENTI COME ASSET VINCENTI NEL MERCATO DELLA BELLEZZA

- *Nuovo logo, visual identity, sito web e piattaforma e-commerce*
- *8 linee specifiche per le diverse esigenze e tipi di pelle e 19 programmi avanzati Skin P.A.S.S. (Personalised Advanced Skin Solutions) per chi cerca skin regimen iperpersonalizzati*
- *Laboratori di ricerca e produzione 100% Made in Italy e impegni di Sostenibilità certificati*

7 febbraio 2024 – [SkinLabo](#), marchio italiano di skincare fondato nel 2016 e divenuto in breve tempo leader nelle vendite on-line di prodotti per la cura della pelle, presenta oggi la sua **nuova brand identity**.

Dopo aver conquistato **oltre 2 milioni di consumatori** in **più di 20 Paesi** tra Europa e Stati Uniti, il brand è pronto a rilanciare la propria immagine e spingere sulla crescita, grazie a nuovi **investimenti in comunicazione e innovazione prodotto**.

Nel nuovo posizionamento SkinLabo mette al centro le **esigenze individuali** di ogni pelle e si distingue per la propria capacità di offrire **trattamenti laboratoriali** sempre più **personalizzati** ed **efficaci** in base ai bisogni dei suoi consumatori.

Come? Grazie ad una profonda **conoscenza scientifica della pelle** e investendo nella selezione dei migliori **Laboratori Partner** in Ricerca e Innovazione italiani; Il tutto con l'obiettivo di dare vita a formulazioni “clean” che contengano solo l'essenziale per il massimo dell'efficacia ed il benessere della pelle. La **filosofia di prodotto** di SkinLabo parla chiaramente: la cura della pelle è una questione di scelte che partono da ingredienti rispettosi del microbioma della pelle, da formule pulite, essenziali e intransigenti nei confronti di ingredienti dannosi. SkinLabo si attiene ad una blacklist molto severa, conforme al Regolamento Cosmetico dell'UE 1223/2009 che vieta oltre 1300 ingredienti oltre che a rigidi standard qualitativi interni. I prodotti sono **testati per il nichel e dermatologicamente**; le profumazioni sono **prive di allergeni**.

L'ampia **gamma di prodotti** trova il suo focus nella cura viso (detersione e trattamento) ma si estende anche ai trattamenti per il corpo avendo peraltro in serbo grandi novità il cui lancio è pianificato in primavera. Già disponibili **8 linee specifiche** per le diverse esigenze e tipi di pelle, con denominazioni parlanti e grafiche autoesplicative in grado di guidare anche il consumatore meno esperto verso scelte e utilizzi consapevoli dei prodotti stessi.

Ingredientistica principale sempre dichiarata sul fronte della confezione e icone disegnate appositamente per spiegare modalità e frequenza di applicazione, è questa l'espressione tangibile della volontà del brand di comunicare l'expertise laboratoriale in modo trasparente e permettere scelte consapevoli anche al consumatore meno avvezzo al linguaggio tecnico della skincare.

Ma non solo: per la clientela più evoluta e sempre alla ricerca di uno *skin regimen* iper-personalizzato, i Laboratori SkinLabo hanno creato gli **Skin P.A.S.S. – Personalised Advanced Skin Solutions – 19 programmi avanzati e completi**, costruiti combinando prodotti di linee diverse e sapientemente accostati per lavorare in modo sinergico e offrire soluzioni complete dalla detersione al trattamento viso fino alle specifiche esigenze per il corpo.

In un mercato affollato come quello della skincare, SkinLabo si impegna a offrire una customer experience ancora più autentica, personalizzata e trasparente, ponendosi come pioniera in Italia nel modello *direct-to-consumer*. Questa missione, seppur ambiziosa, si concretizza anche attraverso un controllo accurato dell'intera filiera produttiva e chiari impegni a livello di sostenibilità.

La scelta di una **produzione 100% made in Italy** come riflesso di una cultura che mette al primo posto impegno e dedizione, permette un controllo accurato e diretto sulle diverse fasi del processo produttivo. Questo approccio verticale non solo garantisce la coerenza qualitativa, ma consente anche una maggiore flessibilità e tempi di risposta più rapidi alle esigenze del mercato.

Infine, il **rispetto per l'ambiente** emerge come elemento centrale nella visione di SkinLabo: la ferma convinzione che tutto ciò che fa bene al corpo non debba mai essere a discapito del pianeta in cui viviamo! Da qui la forte responsabilità di ridurre al minimo l'impatto che hanno i prodotti sull'ambiente: l'impegno di compensare le emissioni derivanti dalle spedizioni ai clienti attraverso i crediti certificati di CO2 di **Tree Fair** realizzando **consegne "carbon neutral"**, la **certificazione FSC** nelle scatole di spedizione e il duplice obiettivo di raggiungere entro il 2026 almeno il 50% di utilizzo di plastica riciclata e il 100% di carta riciclata per le confezioni dei prodotti. E nell'attesa del 2026 l'azienda ha già deciso di certificarsi **Plastic Neutral con RePurpose Global** finanziando, per ogni kg di plastica, la rimozione di una quantità equivalente dalla natura. Non da ultimo l'azienda si dichiara ferocemente **Cruelty Free** mostrando con orgoglio la certificazione **PETA** su tutti i propri packaging.

Enrico Maria Tricarico, Ceo di SkinLabo, dichiara: *“Siamo orgogliosi ed entusiasti di questo nuovo capitolo! Con il rebranding stiamo portando l'immagine di SkinLabo ad un livello superiore: dal logo alla comunicazione, dai canali fisici a quelli digitali, ogni touchpoint sarà integrato nella nuova identità di brand. Riaffermiamo il nostro impegno ad elevare il brand verso obiettivi ancora più sfidanti mantenendo l'eccellenza che ci contraddistingue. L'essenza di "Skin" e "Labo", esattamente come nel nostro nuovo logo, si riflettono con pari peso nella nostra nuova filosofia, dove le soluzioni alle esigenze della pelle diventano naturale espressione della capacità formulistica dei nostri Laboratori Partner. Crediamo che ogni pelle racconti una storia diversa, e ascoltarla significa scoprirne i bisogni e aiutarla a cambiare, giorno dopo giorno, con trattamenti specifici e personalizzati. Da qui nasce la nostra missione: essere la scelta fidata di ogni consumatore, offrendo personalizzazione e risultati tangibili.”*

Attualmente, i prodotti SkinLabo sono acquistabili attraverso la piattaforma e-commerce del brand, attiva in diversi paesi europei e negli Stati Uniti, su Amazon e in un numero crescente di profumerie italiane.

A partire dal 7 febbraio 2024, SkinLabo svela la sua nuova pelle invitando i consumatori a esplorare le novità su www.skinlabo.com e attraverso i principali canali social.

SkinLabo, brand leader nella vendita on-line di prodotti per la cura della pelle, è un marchio **100% Made in Italy**. Nato nel 2016, ha conquistato oltre 2 milioni di consumatori in più di 20 paesi tra Europa e i Stati Uniti, grazie ad una rete distributiva in costante crescita. I prodotti SkinLabo sono inoltre presenti in numerose profumerie italiane. Portavoce di un'eccellenza che pone al centro l'**innovazione**, la **ricerca** e i **bisogni specifici** della pelle, grazie alla selezione dei migliori laboratori di ricerca italiani, il marchio offre **soluzioni complete e personalizzate**: dalla detersione al trattamento viso fino a prodotti per la cura del corpo. La selezione di **ingredienti rispettosi del microbioma** e di **formule pulite ed essenziali**, unite a **scelte sostenibili** per ridimensionare l'impatto sul pianeta, sono il riflesso di una cultura aziendale che mette al primo posto responsabilità sociale e dedizione alle esigenze del consumatore.

Scopri di più su [skinlabo.com](http://www.skinlabo.com)

 Instagram  Facebook  YouTube  LinkedIn

Contatti Ufficio Stampa esterno:

Cristina Pasquini Responsabile Ufficio Stampa c.pasquini@saywhat.it +39 392 7838134

Gilda Vicendone Account Ufficio Stampa g.vicendone@saywhat.it +39 333 7684284

Arianna Saini Account Ufficio Stampa a.saini@saywhat.it +39 3351755211