



Henkel: brand si rinnova e allarga offerta con rilancio di Syoss by Palette oleo intense, Syoss color glaze e Syoss care keratin

## Descrizione

(Adnkronos) A un anno esatto dal rebranding che ha trasformato lo storico marchio Palette in Syoss by Palette, il brand di Henkel consumer brands non si ferma e continua la sua evoluzione allargando il proprio ecosistema attraverso il rilancio di Syoss by Palette Oleo Intense, la gamma di colorazione permanente senza ammoniaca, e con il lancio di Syoss Color Glaze, una gamma di 6 maschere colorate con effetto laminazione e lucentezza. La nuova tappa di questa evoluzione Ã stata raccontata oggi a Milano, presso lo Spazio Lineapelle, nell'ambito di Syoss color studio: un momento per approfondire le innovazioni di prodotto e impegno in ricerca e sviluppo del brand, sotto la guida di Laura Romano, responsabile R&D di Henkel consumer brands We South, e Serena Pesapane, marketing beauty care di Henkel consumer brands We South.

Il percorso che ha portato al Syoss di oggi affonda le radici nella decisione, presa nel 2025, di fondere heritage italiano di Palette -marchio con decenni di storia nel segmento colorazione- con identitÃ professionale e internazionale di Syoss, giÃ affermato in diversi mercati europei. Una decisione -aveva dichiarato in quell'occasione Francesca D'Angelo-Valente, marketing media & digital director Henkel consumer brands We South- che nasce dalla volontÃ di rappresentare meglio chi siamo oggi: un brand che non ha paura di rinnovarsi, che ascolta le esigenze dei consumatori e che crede in una bellezza inclusiva, concreta, professionale. Il naming Syoss by Palette Ã stato concepito come un ponte: mantenere il legame emotivo con le consumatrici fedeli, comunicando al contempo un'evoluzione verso standard qualitativi professionali e un'estetica contemporanea e internazionale. Come spiegato da Serena Pesapane, era di fondamentale importanza per la marca comunicare ai consumatori che il loro brand di fiducia ha cambiato vestito, ma Ã ancora lo stesso.

La novitÃ piÃ¹ significativa del 2026, perÃ², risiede nell'estensione del brand al segmento hair care con la linea Syoss care keratin: shampoo, deep conditioner, maschere e trattamenti premium con complessi attivi altamente concentrati. Le performance sono confermate dai test: il 95% dei consumatori si dichiara soddisfatto delle prestazioni di cura, con un indice di gradimento superiore del 12% rispetto al principale competitor. Il portfolio Care si articola in cinque linee Keratin, Repair, Curls, Color e Glaze- per coprire esigenze diverse con intensitÃ progressiva.

Syoss by Palette colorazione permanente: prodotto dell'anno 2026. La linea ha ricevuto il riconoscimento "Eletto prodotto dell'anno 2026" nella categoria "colorazione capelli", sulla base della ricerca Circana condotta su oltre 12.000 consumatori. Il 94,5% delle donne che l'hanno provata si è dichiarata molto soddisfatta. La formula con pigmenti di colore e cheratina garantisce un colore intenso fino a 100 giorni e una copertura dei capelli bianchi fino al 100%.

Syoss by Palette oleo intense: il rilancio. La colorazione permanente senza ammoniaca viene rilanciata con una routine professionale in 3 step: crema colorante con olio riformulata per una protezione extra, nuovo shampoo postcolorazione per fissare il colore, e maschera illuminante a protezione potenziata. Il portafoglio comprende 19 nuance con un nuovo packaging dal look premium. Syoss color glaze: il primo tonalizzante con effetto laminazione. Pensato per attrarre consumatrici giovani e nuove al mercato della colorazione, Syoss color glaze garantisce zero danni grazie alla formula "Deep caring" con cheratina, lucentezza estrema con effetto specchio e un'applicazione in soli 5 minuti con durata fino a 8 lavaggi. Il portfolio comprende 6 referenze, inclusa una nuance specifica per neutralizzare i toni gialli.

Per accompagnare questa trasformazione, Syoss ha messo in campo per il 2026 un piano di comunicazione a 360 gradi con un investimento distribuito lungo tutto l'anno. La strategia prevede campagne televisive (con formati da 20", 15" e tag-on da 5"), una forte presenza digitale e social su Meta, TikTok e YouTube Shorts -con contenuti generati direttamente dai consumatori (Cgc)-, attivazioni digital out-of-home (Dooh), retail media e consumer promo dedicate per ciascun segmento.

??

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

## Categoria

1. Comunicati

## Tag

1. Ultimora

## Data di creazione

Maggio 26, 2026

## Autore

redazione