



PLY SKIN: SKANDINAVIENS NYA HUDVÅRDSREBELL

När det skandinaviska hudvårdsmärket PLY SKIN lanseras den 3 december är ett av målen att förändra sättet vi pratar om hudvård och skönhet på. Med på ägarsidan är kosmetikjätten Lyko som för första gången går in i ett delat ägarskap i utvecklingen av ett nytt varumärke.

Den första kampanjen har fått namnet «Break all barriers but the skin» och framför kameran hittar man flera kända modeller som Emma Ellingsen och Inti Wang, som nyligen gick mellan Kim Kardashian och Dua Lipa under Balenciagas haute couture-visning i Paris. Nu är de två av fem stjärnmodeller i PLY Skincare lanseringskampanj, som hoppas förändra sättet vi pratar om hudvård på.

– De står för vad PLY handlar om: styrka, autenticitet och att våga bryta barriärer, säger kreativa ledaren Jone Fjellstad.

Bakom PLY står Morten Hegseth (känd från bland annat VGTV och TV 2 i Norge), kreatörduon Jone Fjellstad och Christopher Waldekrantz tillsammans med kosmetikjätten Lyko. Kampanjen är fotograferad av den erkända fotografen Ida Bjørvik, känd för sina porträtt och modekampanjer för bland annat Vogue och den norska kungafamiljen.

Märket beskriver sig som ett “anti-beauty beauty brand” och produkterna är skapade med ett tydligt syfte: att vårda och stärka hudbarriären.

– PLY ska inte korrigera, ljusa upp eller bekämpa åldrande på något sätt. Hos oss existerar inte begrepp som anti-aging, correcting och brightening. Ett vackert utseende och hud handlar aldrig om att vara perfekt. Det handlar först och främst om självförtroende. Om man dessutom har bra produkter som får en att stråla lite extra, då är man i mål, säger Christopher Waldekrantz.



Christopher Waldekrantz, Morten Hegseth and Jone Fjellstad

PLY, som inledningsvis består av dagkrämen Care Cream, rengöringsprodukten Clean Slate och glow-serumet Beam Drops, kommer att säljas via Lykos webbplats och fysiska butiker. Produkterna kommer också att säljas på märkets egen hemsida: www.plyskin.com

VD:n för Lyko – Rickard Lyko anser att lanseringen representerar något helt nytt.

– Jag är stolt över att vi kan vara med och förverkliga ett så starkt profilerat varumärke som PLY. Vi har haft privilegiet att använda hela Lykos kompetens från produktformulering till produktion, samt distributionen ut till våra kunder. Vi tror starkt på att PLY har potential att bli ett av de stora varumärkena för framtiden, säger Lyko.

Arbetet med produkterna började för två och ett halvt år sedan.

Waldekrantz och Fjellstad driver designbyrån The Odd Society tillsammans – en byrå med över 10 års erfarenhet från bland annat hudvårds- och livsstilsbranschen.

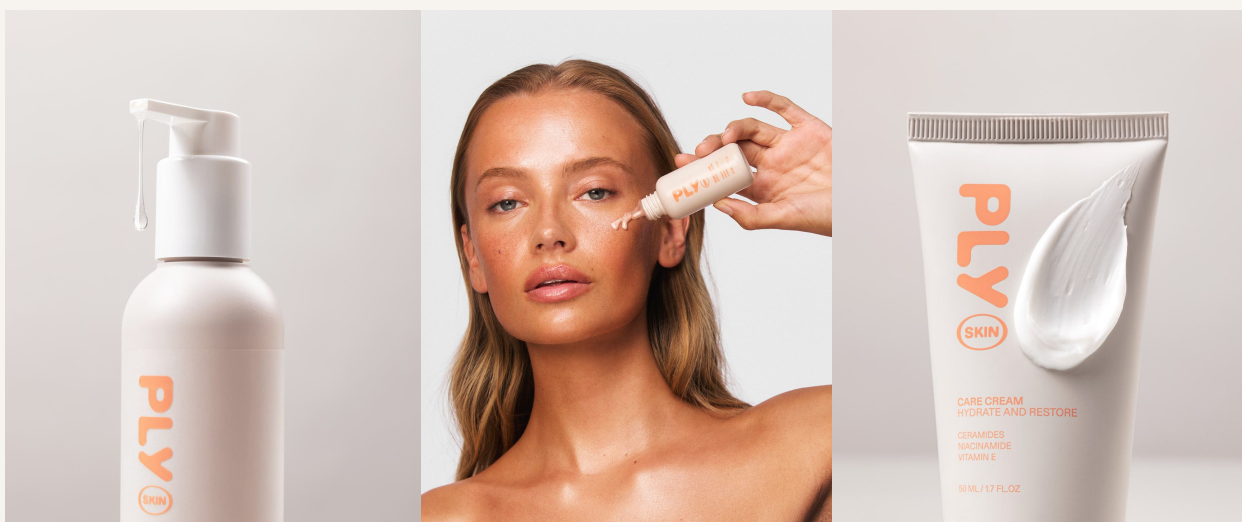
– På många sätt är dessa produkter födda ur vår gemensamma erfarenhet och kärlek till hudvårdsbranschen.

Trion har arbetat tillsammans i alla led av processen tillsammans med Lyko. PLY är på inget sätt ännu ett kändismärke på marknaden. PLY är därför inte kopplat till Hegseths arbete som programledare och profil

– Målet har varit att skapa de produkter vi själva alltid har önskat oss. Jag vill arbeta med PLY som ägare och självklart även som stolt promotor. Men detta är inte en förlängning av mitt arbete framför kameran. Tvärtom. PLY är större och viktigare än så, säger han.

Så du blir inte kampanjmodell?

– Absolut inte. Vi såg möjligheten att skapa ett nytt varumärke som har potential att bli riktigt stort, där vi alla bidrar med det vi älskar och är duktiga på. Jag kommer att arbeta med PLY som ägare och självklart som stolt ambassadör. Men detta är inte en förlängning av mitt jobb framför kameran. Tvärtom, PLY är mycket viktigare och större än så, avslutar Hegseth.



Om produkterna:

Alla PLYs produkter i den första trestegsraketen är doftfria och har sin egen unika sammansättning.

Dagkrämen innehåller bland annat niacinamid och panthenol, som stärker hudbarriären.

Rengöringsprodukten Clean Slate innehåller vitamin C, niacinamid och AHA-syra för en lätt exfolierande effekt. Glow-serumet Beam Drops är fyllt med antioxidanter, vitamin B3 och hyaluronsyra för extra fukt och fyllighet.

– Det började med att vi ville skapa en produkt som fungerar snabbt och ger omedelbar glow. Det har vi lyckats med i Beam Drops. När dagkrämen dessutom håller kvar fukten hela dagen och förstärker de andra produkternas effekter – inklusive rengöringsprodukten – är vi övertygade om att detta är produkter som fungerar för alla. Dessa produkter ger omedelbar effekt men är samtidigt skonsamma.

Produktionsteam:

Photo: Ida Bjorvik / Hest Agentur

Fillm: Lasse Reed og Justin Bellucci

Models: Inti Wang, Emma Ellingsen, Jo Helsoot, Egil Mikael, Katrine V

Creative direction: The Odd Society

Kontakta:

Morten Hegseth +47 982 00 010 / morten@plyskin.com