

Schwarzkopf anuncia a Lindsay Lohan como su nueva embajadora de marca

- Una colaboración auténtica que refleja la relación única entre Lindsay Lohan y la colorista de Schwarzkopf, Tracey Cunningham.
- El resultado: un rubio premium creado con fórmulas profesionales de Schwarzkopf que transforma el cabello.



Madrid, 9 de julio de 2025. – Schwarzkopf, marca de referencia global con más de 125 años de legado en el cuidado y la coloración del cabello, se enorgullece de anunciar a **Lindsay Lohan** como su **nueva embajadora de marca**. Esta colaboración exclusiva rinde homenaje a la relación única entre la actriz y **Tracey Cunningham**, la reconocida **colorista de Schwarzkopf Professional**, cuya carrera lleva más de dos décadas marcando tendencia entre las *celebrities* de Hollywood.

“Tracey es más que mi colorista, es mi aliada creativa de confianza”, declara la actriz. “Tanto si estoy a punto de empezar una película como si tengo una alfombra roja, solo hay una oportunidad para conseguir el color correcto y casi nunca hay tiempo que perder. Tracey es esa persona en la que confío, y me encanta cómo se toma le tiempo para explicarme por qué usa cada producto. Descubrí Schwarzkopf Professional gracias a ella, porque cada vez que me tiñe, el resultado es tan increíble que ahora es la única marca que quiero que usen en mi cabello”.

Conocida por su audacia a la hora de cambiar de *look*, Lindsay Lohan debutó recientemente con un nuevo tono que ya está marcando tendencia: **“Soft Gloss Blonde”**, una **versión moderna, brillante y glamourosa del clásico rubio hollywoodense**. Este tono fue creado por Tracey Cunningham específicamente para la estrella de cine, usando fórmulas de color de primera calidad de Schwarzkopf Professional. Inspirado en el **glamour del viejo Hollywood**, el *look* captura a la perfección la vibra veraniega de la actriz mientras se prepara para el esperado estreno de *Freakier Friday*.

Por primera vez, **Schwarzkopf y Tracey Cunningham comparten la fórmula exacta detrás de este rubio icónico**, convirtiéndolo en un referente aspiracional tanto para coloristas como para clientas. *“Nos encanta ver cómo Lindsay se apropia de su color”*, afirma Teresa Cordova, responsable de Schwarzkopf Masterbrand EE.UU. *“Su enfoque refleja la conexión emocional que las personas tienen con su cabello y la confianza que depositan en profesionales como Tracey y en fórmulas como las nuestras. En Schwarzkopf, nos dedicamos a crear productos de alto rendimiento que acompañan esos momentos de transformación”*.

Para Tracey Cunningham, la elección del producto es clave. *“No hay margen de error cuando trabajas con celebridades”*, comenta. *“Confío plenamente en Schwarzkopf Professional porque sus fórmulas me permiten lograr resultados espectaculares sin comprometer la salud del cabello”*.

Para crear el rubio de Lindsay Lohan, **la colorista utilizó BLONDME de Schwarzkopf Professional**, una gama de decoloración de alto rendimiento con tecnología bonding, que ayuda a minimizar los daños en el cabello durante el proceso, en combinación con la **Loción Activadora Premium de BLONDME**. Después, aplicó **IGORA VIBRANCE**, el sistema de color semipermanente de Schwarzkopf, ideal para aportar brillo, tono y personalización. Esta fórmula ofrece resultados con un resplandor efervescente y duración de hasta 25 lavados, y también puede utilizarse como un servicio de brillo independiente.

Schwarzkopf Professional, distribuida en más de 140 países, continúa siendo una marca de confianza absoluta para los expertos del color, gracias a décadas de innovación e investigación en sus fórmulas. Esta colaboración con Lindsay Lohan subraya que el color no solo transforma el cabello, sino también la historia que cuenta cada persona.

Sobre Henkel

Con sus marcas, innovaciones y tecnologías, Henkel ocupa posiciones líderes a nivel mundial en los negocios industriales y de consumo. La unidad de negocio Adhesive Technologies es líder global en el mercado de adhesivos, selladores y recubrimientos funcionales. Con Consumer Brands, la compañía ocupa posiciones destacadas, especialmente en el cuidado del cabello y el cuidado del hogar y la lavandería, en muchos mercados y categorías en todo el mundo. Las tres marcas más fuertes de la empresa son Loctite, Persil y Schwarzkopf. En el ejercicio fiscal de 2022, Henkel reportó ventas de más de 22 mil millones de euros y un beneficio operativo ajustado de alrededor de 2.3 mil millones de euros. Las acciones preferentes de Henkel están listadas en el índice bursátil alemán DAX. La sostenibilidad tiene una larga tradición en Henkel, y la empresa cuenta con una clara estrategia de sostenibilidad con objetivos concretos. Henkel fue fundada en 1876 y hoy emplea a un equipo diverso de más de 50,000 personas en todo el mundo, unidas por una fuerte cultura corporativa, valores compartidos y un propósito común: "Pioneros de corazón por el bien de las generaciones". Más información en www.henkel.com

ROMAN REPUTATION MATTERS

Paula Omite p.omite@romanrm.com - Tel. 626 946 212

Laura Martín l.martin@romanrm.com - Tel. 630 883 499