



## Arriva sul mercato MyKAI.

### La nuova crema solare che grazie ad innovativi biopolimeri protegge sia la pelle che l'ambiente con la massima resa.

**Bologna - Roma, 08 aprile 2019.** MyKAI, la linea di prodotti cosmetici nata dall'alleanza tra Bio-on e Unilever è pronta a sbarcare sul mercato. In partenza in questi giorni la distribuzione, curata da Unilever, dei primi prodotti della linea, ossia i solari MyKAI, che rappresentano anche i primi prodotti al mondo a portare nelle mani dei consumatori lo straordinario valore ambientale, oltre che di protezione, dell'innovativa tecnologia di Bio-on.

Infatti, se i raggi UV-B, che rappresentano la causa principale di eritemi solari e scottature, e i raggi UV-A possono essere responsabili di gravi effetti a lungo termine, con MyKAI l'obiettivo principale di Bio-on e Unilever è utilizzare degli ingredienti ultra-green (micropolveri biodegradabili al 100% in natura) progettati per ridurre significativamente la percentuale di filtri solari utilizzati nelle protezioni solari, per aumentarne le performance di resistenza all'acqua, abbattendo l'impatto ambientale del prodotto.

Le micropolveri biodegradabili progettate da Bio-on per MyKAI sostituiscono infatti per la prima volta in un prodotto cosmetico i prodotti tradizionali (microbeads) che possono inquinare i mari e gli oceani.

I solari MyKAI, con filtro di protezione SPF 15, 30 e 50, saranno distribuiti da Unilever a partire da questa settimana nel canale selettivo delle profumerie e saloni di bellezza con target elevato oltre a poter essere acquistato nel canale fisico e online anche attraverso Amazon nelle prossime settimane al costo di €29,90.

Tutti gli aggiornamenti su [www.my-kai.com](http://www.my-kai.com).

*«MyKAI è un esempio concreto di come Unilever interpreti la sostenibilità e proponga soluzioni innovative per i consumatori, perseguendo i traguardi posti con il proprio modello di business Unilever Sustainable Living Plan. Con My KAI, Unilever risponde contemporaneamente a due obiettivi dell'USLP: aiutare più di un miliardo di persone a migliorare le proprie condizioni di salute e benessere entro il 2020 e dimezzare l'impatto ambientale dei propri prodotti entro il 2030 - spiega Fulvio Guarneri, Presidente & CEO di Unilever Italia - Siamo orgogliosi di lanciare questo nuovo prodotto insieme a una realtà italiana d'eccellenza come Bio-on, che condivide con noi il valore dell'innovazione al servizio della salute della persona e del pianeta».*

*«MyKAI è un passo importante della nostra rivoluzione cosmetica "full green" – dice Marco Astorri, Presidente e CEO di Bio-on – per rendere anche il mercato delle creme solari sostenibile nel totale rispetto di oceani e terre. Con Unilever ed il continuo sviluppo di nuove soluzioni per il mondo della cosmetica, definiamo un nuovo standard produttivo con i nostri biopolimeri. Abbiamo realizzato la prima produzione industriale di micropolveri ad alta prestazione per il settore delle formulazioni cosmetiche al 100% sostenibili ed ecologiche, e ora le persone potranno acquistare un prodotto innovativo che senza compromessi, contribuisce al benessere dell'ambiente».*

Il nuovo marchio MyKAI nasce pensando alla tutela dei mari e degli oceani e gioca con i termini hawaiani Kai (Mare) e Makai (Verso l'Oceano). Si ispira infatti ai principi delle Hawaii, uno dei paesi all'avanguardia nella protezione dell'ecosistema marino e dove Bio-on affonda una parte importante delle radici della propria storia.



[www.my-kai.com](http://www.my-kai.com)

## Unilever

Unilever è una delle principali aziende che operano nei mercati Food, Refreshment, Home e Personal Care. Radicata in oltre 190 paesi in tutto il mondo raggiunge, attraverso i suoi prodotti, 2,5 miliardi di consumatori ogni giorno. Unilever impiega circa 169.000 persone in tutto il mondo e ha registrato un fatturato di €52,7 miliardi nel 2016. Circa il 57% del fatturato dell'azienda deriva dai paesi in via di sviluppo e dai mercati emergenti. Il portafoglio dell'azienda include oltre 400 brand presenti nelle case di tutto il mondo tra cui *Dove*, *Sunsilk*, *Knorr*, *Algida*, *Magnum*, *Lipton*, *Mentadent*, *Svelto* e *Coccolino*. L'Unilever Sustainable Living Plan (USLP), piano per la crescita sostenibile dell'azienda, definisce tre macro-obiettivi:

- Aiutare più di 1 miliardo di persone a migliorare le loro condizioni di salute e il loro benessere entro il 2020
- Dimezzare l'impatto ambientale dei nostri prodotti entro il 2030
- Migliorare le condizioni di vita di milioni di persone entro il 2020

Lo USLP funge da guida che porta alla creazione di valore, aumentando crescita e fiducia e riducendo rischi e costi. I brand sostenibili dell'azienda, infatti, crescono del 50% più velocemente rispetto agli altri marchi e rappresentano circa il 60% della crescita registrata da Unilever nel 2016. Nel 2017, Unilever si è classificata in prima posizione all'interno del Dow Jones Sustainability Index nella sua categoria di riferimento. Il FTSE4Good Index ha assegnato all'azienda il punteggio più alto nella categoria Ambiente. Inoltre, Unilever guida da sette anni il ranking Global Corporate Sustainability Leaders, risultato della ricerca che GlobeScan/SustainAbility conduce ogni anno. Infine, Unilever si è impegnata a divenire carbon positive entro il 2030.

Per ulteriori informazioni su Unilever e i suoi marchi potete visitare il sito: [www.unilever.it](http://www.unilever.it)

Per maggiori informazioni sull'Unilever Sustainable Living Plan: <https://www.unilever.it/sustainable-living/>



## Bio-on S.p.A.

Bio-on S.p.A. è una Intellectual Property Company (IPC) italiana operante su scala internazionale. Quotata dal 2014 sul segmento AIM di Borsa Italiana, Bio-on concede in licenza e produce le bioplastiche più innovative al mondo grazie all'importante attività di ricerca applicata e sviluppo di avanzate tecnologie di bio-fermentazione., stato dell'arte della chimica naturale e sostenibile del futuro. I biopolimeri di Bio-on si chiamano PHAs, o poli-idrossi-alcanoati, sono ottenuti da fonti vegetali rinnovabili senza alcuna competizione con le filiere alimentari, tra cui melassi e sughii di scarto di barbabietola e canna da zucchero, scarti di frutta e patate, carboidrati in genere, glicerolo, da olio di frittura esausto e persino da anidride carbonica presente in atmosfera. Le bioplastiche Bio-on, chiamate Minerv PHAs, hanno le stesse proprietà termo-meccaniche delle plastiche tradizionali ottenute con processi petrolchimici inquinanti, col vantaggio di essere invece completamente eco sostenibili: 100% naturali e 100% biodegradabili, come certificato da Vincotte e USDA (United States Department of Agriculture). L'estrema versatilità del PHAs permette a Bio-on di produrre la bioplastica Minerv PHAs in dimensioni microscopiche per sostituire anche le micro-plastiche invisibili presenti nei prodotti cosmetici (microbeads), nelle stampanti 3D professionali SLS, nelle fragranze, nei mangimi e in tantissime altre applicazioni. Per rispondere prontamente alla crescita esponenziale e sempre più diversificata della domanda, Bio-on – già considerata quale partner per lo sviluppo di soluzioni alternative future alle tradizionali plastiche da grandi multinazionali - opera attraverso 6 Business Unit: **Bio-on Plants, RAF, Recovery And Fermentation, CNS (Cosmetic, Nanomedicine & Smart Materials), SMD (Structural Materials Developments), fdm (Fashion Development Material) e ENG (Engineering).**

### **Emittente**

Bio-On S.p.A.  
Via Dante 7/b  
40016 San Giorgio di Piano (BO)  
Telefono +39 051893001  
[info@bio-on.it](mailto:info@bio-on.it)

### **Nomad**

EnVent Capital Markets Ltd  
25 Savile Row W1S 2ER London  
Tel. +447557879200  
Italian Branch  
Via Barberini, 95 00187 Roma  
Tel: +3906896841  
[pverna@envent.it](mailto:pverna@envent.it)

### **Specialist**

Banca Finnat Euramerica S.p.A.  
Piazza del Gesù, 49  
00186 Roma  
Lorenzo Scimia  
Tel: +39 06 69933446  
[l.scimia@finnat.it](mailto:l.scimia@finnat.it)