

L'ORÉAL

AUSTRIA • GERMANY • SWITZERLAND

L'ORÉAL BAUT VORREITERROLLE IM BEREICH BEAUTY TECH WEITER AUS: FORTSCHRITTLICHE BIOPRINTING-HAUTTECHNOLOGIE UND GEN-AI-CONTENT-LABOR FÜR MEHR KREATIVITÄT

"Wer heute in der Beauty-Branche führend sein will, muss auch in der Beauty-Tech-Branche führend sein", sagt Barbara Lavernos, stellvertretende Geschäftsführerin für Forschung, Innovation und Technologie bei L'Oréal, im Vorfeld der Keynote auf der Viva Technology Paris 2024

Paris/Düsseldorf, 21. Mai 2024 – L'Oréal unterstreicht sein Engagement für eine individuellere, inklusivere und verantwortungsvollere Schönheit und stellt heute auf der Viva Technology in Paris Innovationen vor, die „Beauty for Each, Powered by Beauty Tech“ bieten. Dazu gehören ein Portfolio modernster Haut- und Haardiagnosetools, ein GenAI-gestützter persönlicher Beauty-Assistent, ein GenAI Beauty Content Lab namens CREAITECH zur Förderung der Kreativität, ein revolutionärer Haartrockner auf Basis von Infrarotlichttechnologie, ein Micro-Resurfacing-Gerät für fortschrittliche Hautpflege und die realistischste, der menschlichen Haut nachempfundene Technologieplattform für wissenschaftliche Forschung und Produkttests.

*"Als langjähriger Beauty-Tech-Pionier sind wir fest davon überzeugt, dass Technologie die Grenzen des Machbaren für die Schönheitspflege verschieben kann, um das Leben von Menschen auf der ganzen Welt zu verbessern. Mit fortschrittlicher Diagnostik, erweiterten Schönheitsservices, GenAI-Assistenten, erweiterter Kreativität im GenAI-Zeitalter und bahnbrechenden elektronischen Geräten gestalten wir die Schönheitspflege der Zukunft persönlicher, inklusiver und verantwortungsbewusster", sagte **Barbara Lavernos, stellvertretende CEO, zuständig für Forschung, Innovation und Technologie, L'Oréal Groupe.** "Diese Woche stellen wir auf der VivaTech neben anderen bahnbrechenden Innovationen die Skin Technology von L'Oréal vor: eine neue biologisch gedruckte Haut, die der menschlichen Haut noch ähnlicher ist und Forschern in der Kosmetik- und Gesundheitsbranche spannende Möglichkeiten eröffnet."*

Dank der Konvergenz von Biologie, Mechanik und Elektronik ahmt die Skin Technology von L'Oréal die enorme Vielfalt echter menschlicher Haut nach, einschließlich Erkrankungen wie Ekzeme und Akne sowie die Fähigkeit, sich zu bräunen und Wunden zu heilen. L'Oréal arbeitet derzeit mit Start-up-Unternehmen und renommierten Instituten auf der ganzen Welt zusammen, um die Technologie weiterzuentwickeln und eine Haut zu ermöglichen, die tatsächlich fühlen kann. Skin Technology verspricht, die Standards für Produkttests anzuheben und Schönheit ohne Tierversuche zu fördern - eine Verpflichtung, die L'Oréal seit 1989 eingeht.

Die Gruppe stellt auch ihr hauseigenes GenAI Beauty Content Lab, CREAITECH, vor, ein hochmodernes Labor mit Tools, die die Produktion von Inhalten für das Unternehmen verändern werden. CREAITECH dient als sicherer Raum für GenAI-Experimente und ermöglicht L'Oréal die Produktion von markenspezifischen und lokalisierten Inhalten für seine 37 Schönheitsmarken, diese zu skalieren und gleichzeitig die Marketingfachleute von L'Oréal in den neuesten kreativen Technologien zu schulen. Die Gruppe kündigt außerdem eine Partnerschaft mit Meta und führenden Content Creators an, um die Grenzen der Kreativität weiter zu verschieben.

*"Technologie ist am beeindruckendsten, wenn sie mit menschlicher Kreativität kombiniert wird und den Menschen ein starkes Werkzeug an die Hand gibt, um sich selbst und ihre Marke auszudrücken", sagt **Asmita Dubey, Chief Digital and Marketing Officer, L'Oréal Groupe.** "Unser CREAITECH GenAI Beauty Content Lab ist ein Beweis dafür, was eine menschliche Hand und ein GenAI-Tool gemeinsam an Kreativität hervorbringen können."*

Mit unseren neuen Brand Custom Models können wir GenAI trainieren, die einzigartigen visuellen Codes unserer Marken zu erkennen und innovative Beauty-Kampagnen schneller auf den Markt zu bringen. Das Wichtigste ist, dass wir dies tun können, ohne gegen unsere Grundsätze für verantwortungsvolle KI zu verstoßen, zu denen auch gehört, dass wir keine KI-generierten lebensesehten Bilder von Gesicht, Körper, Haar und Haut verwenden, um Produktvorteile in unserer externen Kommunikation zu unterstützen oder zu verstärken."

Dubey fügt hinzu: "In der Zwischenzeit starten wir mit Meta das New Codes of Beauty Creator Program, um die nächste Generation von 3D-, AR- und KI-Kreativen zu fördern und neue kreative Grenzen in der Schönheit zu erkunden. Unsere Marken L'Oréal Paris, Lancôme und La Roche-Posay leisten Pionierarbeit bei der Erschließung dieser neuen kreativen Bereiche durch die Zusammenarbeit mit einer Gruppe von 30 Creatoren, die mit den neuesten Tools und Techniken vertraut sind. Unser Ziel ist es, die technologische Kreativität in einer aufstrebenden Kreativwirtschaft freizusetzen."

Barbara Lavernos und Asmita Dubey moderieren gemeinsam die L'Oréal **Keynote "SHAPING THE FUTURE OF BEAUTY WITH BEAUTY TECH" auf der VivaTech am 22. Mai auf Bühne 1**. Vom 22. bis 25. Mai begrüßen die Beauty-Tech-Experten von L'Oréal die Besucher der VivaTech und stellen am Stand F37 folgende Innovationen vor:

BEAUTY TECH FÜR KONSUMENTEN

Kiehl's Derma-Reader bewertet die Haut der Kunden mit Hilfe klinischer Bildgebungstechnologie, misst über 11 Hautmerkmale auf und unter der Hautoberfläche und empfiehlt geeignete Inhaltsstoffe, Lifestyle-Tipps und eine gezielte Routine, die in die tägliche Hautpflege integriert werden kann.

Lancôme RENERGIE NANO-RESURFACER | 400 BOOSTER ist ein Beauty-Gerät, das speziell entwickelt wurde, um die Penetration von Kosmetika in die Hornschicht zu erhöhen und die Produktleistung zu verbessern. Das Gerät verfügt über eine bahnbrechende, patentierte Nanochip-Technologie mit mehr als 400 ultrapräzisen Nanospitzen für klinisch getestete Ergebnisse zu Hause.

L'Oréal Paris Beauty Genius ist ein KI-gestützter, persönlicher All-in-One-Schönheitsassistent, der seinen Nutzern personalisierte Diagnosen und Empfehlungen bietet und es ihnen ermöglicht, einfach und bequem alles über Schönheit zu erfahren.

L'Oréal Professionnel AirLight Pro ist eine Revolution in der Haartrocknung, die besser für das Haar und die Umwelt ist. AirLight Pro wurde sowohl für professionelle Friseure als auch für Verbraucher zu Hause entwickelt und kombiniert Infrarotlicht mit schnellem Luftstrom, um das Wasser auf der Haaroberfläche effizient zu trocknen, und so eine bessere Haarqualität und glattes, glänzendes Haar für jeden zu erzielen.

L'Oréal Professionnel My Hair [iD] Hair Reader ist ein einzigartiges Haarfarbenanalysegerät, das mit ultrapräziser Optik die Haargesundheit analysiert und die Haarfarbe misst, einschließlich der natürlichen Farbe und der Farbe in den Längen, des Grauanteils, des Haarfaserdurchmessers und der Haardichte, um den Verbrauchern jedes Mal die richtige, personalisierte Haarfarbe zu bieten.

BEAUTY TECH FÜR DIE INDUSTRIE

Skin Technology von L'Oréal Seit über 40 Jahren ist L'Oréal führend in der Rekonstruktion der menschlichen Haut mit modernsten Testverfahren und Modellen für die biologische und dermatologische Forschung. Skin Technology by L'Oréal kombiniert das Beste aus Biologie, Mechanik und Elektronik, um umfassende Testmodelle zu schaffen, die die Komplexität der menschlichen Haut nachahmen. Damit werden die Teststandards in der Kosmetikindustrie angehoben, während gleichzeitig Akteure aus der Gesundheitsindustrie, Start-ups und Forschungsinstitute von diesem Know-how profitieren können.

L'Oréal CREAITECH GenAI Beauty Content Lab In den letzten acht Monaten hat das CREAITECH Gen AI Beauty Content Lab die WPP NVidia Engine sowie verschiedene andere Large Language Models, Diffusionsmodelle und Partner eingesetzt. Als sicherer Raum für Experimente hat die Gruppe mehr als 20 Gen AI Tech getestet und Dutzende von Workshops mit ihren Marken durchgeführt, um mehr als 1.000 Beauty-Bilder zu erstellen. Darüber hinaus leistet CREAITECH Pionierarbeit bei der Entwicklung von Brand Custom Models, die mit den wichtigsten Codes der L'Oréal-Marken trainiert wurden, um markenkonforme Inhalte zu erstellen. La Roche-Posay und Kérastase sind die ersten, die diesen maßgeschneiderten Service für ihre Content-Erstellung nutzen.

New Codes of Beauty: Creator Economy L'Oréal Groupe und Meta starten das New Codes of Beauty Creator Program vor, um die nächste Generation von 3D-, AR- und KI-Kreativen zu fördern und neue kreative Grenzen in der Schönheit zu erforschen. Unsere Marken L'Oréal Paris, Lancôme und La Roche-Posay leisten Pionierarbeit in diesen neuen kreativen Bereichen und arbeiten mit einer Gruppe von 30 Content Creatorn zusammen, die die neuesten Tools und Techniken nutzen. Unser Ziel ist es, technologische Kreativität in einer aufstrebenden Kreativwirtschaft freizusetzen.

Digitale Nachhaltigkeit

Als viertgrößter Werbetreibender der Welt hat sich L'Oréal verpflichtet, in der Branche eine Vorreiterrolle bei der Messung der durch unsere digitalen Aktivitäten verursachten CO2-Emissionen einzunehmen und Hebel zur Reduzierung der Umweltauswirkungen zu identifizieren. Auf der VivaTech stellen wir drei unserer Partnerschaften vor, mit denen wir 360° digitale Nachhaltigkeit erreichen wollen:

- IMPACT+, ein französisches SustainTech-Startup, das es uns ermöglicht, unseren CO2-Fußabdruck in den digitalen Medien zu messen,
- ADGREEN, ein Greentech-Partner, der es uns ermöglicht, den CO2-Fußabdruck unserer Content-Produktion zu messen,
- und FRUGGR, ein französisches Start-up-Unternehmen, das es uns ermöglicht, den CO2-Fußabdruck unserer Website zu messen.

Über L'Oréal

Seit 115 Jahren hat sich L'Oréal, der weltweit führende Anbieter von Schönheitsprodukten, einem einzigen Ziel verschrieben: die Schönheitswünsche von Verbraucher:innen auf der ganzen Welt zu erfüllen. Unser Ziel, Schönheit zu kreieren, die die Welt bewegt, definiert unsere Herangehensweise an Schönheit als essentiell, inklusiv, ethisch, großzügig und der sozialen und ökologischen Nachhaltigkeit verpflichtet. Mit unserem breit gefächerten Portfolio von 37 internationalen Marken und den ehrgeizigen Nachhaltigkeitsverpflichtungen unseres Programms L'Oréal for the Future bieten wir allen Menschen weltweit das Beste in Bezug auf Qualität, Wirksamkeit, Sicherheit, Aufrichtigkeit und Verantwortung, indem wir die Schönheit in ihrer unendlichen Vielfalt feiern.

Mit mehr als 90.000 engagierten Mitarbeiter:innen, einer ausgewogenen geografischen Präsenz und Verkäufen über alle Vertriebskanäle (E-Commerce, Massenmarkt, Kaufhäuser, Apotheken, Parfümerien, Friseursalons, Marken- und Reiseeinzelhandel) hinweg, hat die Gruppe im Jahr 2023 einen Umsatz von 41,18 Milliarden Euro erwirtschaftet. Mit 20 Forschungszentren in 11 Ländern weltweit und einem engagierten Forschungs- und Innovationsteam von über 4.000 Wissenschaftler:innen und 6.400 digitalen Talenten arbeitet L'Oréal daran, die Zukunft der Schönheit aktiv mitzugestalten und ein Beauty Tech Powerhouse zu werden.

Auch in Deutschland ist L'Oréal Kosmetikmarktführer. Die Gruppe ist hierzulande an vier Standorten vertreten, darunter mit einer Fabrik in Karlsruhe. In Deutschland, Österreich und der Schweiz beschäftigt L'Oréal rund 3.000 Mitarbeiter:innen.

Weitere Informationen unter <https://www.loreal.com/en/mediaroom>

KONTAKT L'ORÉAL

**Head of Media Relations & Reputation
Management L'Oréal DACH**
Eva WÜLLNER
eva.wuellner@loreal.com

Folgen Sie uns auf Twitter [@loreal](https://twitter.com/loreal)
www.loreal.com