

PRESSEMELDUNG

L'ORÉAL

A U S T R I A • G E R M A N Y

L'ORÉAL UND HISTOVERY STELLEN NOTRE-DAME DE PARIS IM FRANKREICH-PAVILLON AUF DER WELTAUSSTELLUNG IN DUBAI 2021 INS RAMPENLICHT

Clichy, 26. April 2021 - Auf der kommenden Weltausstellung in Dubai wird L'Oréal vom 1. Oktober bis 1. November 2021 "Notre-Dame de Paris, the Experience" präsentieren, ein virtuelles Eintauchen in die Geschichte der Kathedrale, produziert vom französischen Start-up-Unternehmen Histovery. Die Präsentation ist ein Vorgriff auf die erweiterte Ausstellung "Notre-Dame de Paris", die im Frühjahr 2022 in Paris stattfinden wird.

Als Spender für den Wiederaufbau der Kathedrale und Partner der Expo 2020 Dubai war es L'Oréal ein Anliegen, die Ausstellung im Frankreich-Pavillon zu zeigen, um Besuchern aus aller Welt die Geschichte von Notre-Dame de Paris, einem Teil des UNESCO Weltkulturerbe, näher zu bringen.

Mit Hilfe der von Histovery entwickelten Augmented-Reality-Technologie HistoPad, die immersive, interaktive Rekonstruktionen erstellt, können Besucher mit Tablets in die Vergangenheit reisen und den Bau der Kathedrale im Mittelalter sehen. Außerdem können sie die Krönung von Kaiser Napoleon I. miterleben, den Bau der Turmspitze von Viollet-le-Duc beobachten und einen Blick auf die Maßnahmen werfen, mit denen das Bauwerk seit dem Brand vor dem Beginn des Wiederaufbaus gesichert wird.

"Notre-Dame de Paris, the Experience", exklusiv gesponsert von L'Oréal, findet den ganzen Oktober 2021 im Frankreich-Pavillon statt.

Sie ist ein Vorläufer der erweiterten Ausstellung "Notre-Dame de Paris", die im Frühjahr 2022 im Collège des Bernardins in Paris stattfinden wird. Diese größere Ausstellung wird die Besucher auf eine Reise durch die 850-jährige Geschichte der Kathedrale mitnehmen. Sie soll während des Wiederaufbaus durch Europa, Amerika und Asien touren.

"Notre-Dame de Paris the Experience" sowie die Ausstellung "Notre-Dame de Paris" werden realisiert in Zusammenarbeit mit *l'Établissement public chargé de la conservation et de la restauration de la cathédrale Notre-Dame de Paris* (Öffentliche Institution, die für die Konservierung und Restaurierung von Notre-Dame de Paris zuständig ist).

Jean-Paul Agon, Chairman und Chief Executive Officer von L'Oréal, sagt: *"L'Oréal ist stolz darauf, dieses Projekt zu unterstützen, das Notre-Dame gewidmet ist und von Histovery ins Leben gerufen wurde. Das schreckliche Feuer, das die Kathedrale heimsuchte, hat Menschen auf der ganzen Welt schockiert und traurig gemacht. Diese Ausstellung bietet die Gelegenheit, die Geschichte dieses Weltkulturerbes durch eine innovative und fesselnde Interpretation zu erzählen"*.

Armeegeneral, Jean-Louis Georgelin, Präsident der öffentlichen Institution für die Erhaltung und Restaurierung von Notre-Dame de Paris, sagte: *"Ich möchte mich herzlich bei L'Oréal dafür bedanken, dass sie diese beeindruckende und innovative Erfahrung ermöglicht haben. Dank der Expertise von Histovery können Besucher nun die Restaurierungsarbeiten an der Kathedrale von innen erleben und das Fachwissen und die Fähigkeiten der verschiedenen Gewerke entdecken."*

L'Oréal wird außerdem zum französischen Pavillon im Februar 2022 beitragen, indem es den Medien- und VIP-Bereich für die *UNESCO L'Oréal Foundation For Women in Science Awards* ausstattet (diese zeichnen Wissenschaftlerinnen im Nahen Osten aus) und durch die Koordination eines der Themen des Pavillons: "Frauen: Gleichberechtigung der Geschlechter erreichen" zwischen dem 4. und 17. März 2022.

Über L'Oréal

L'Oréal hat sich seit über 100 Jahren der Schönheit verschrieben. Mit seinem einzigartigen internationalen Portfolio von 36 vielfältigen und sich ergänzenden Marken erwirtschaftete der Konzern im Jahr 2019 einen Umsatz von 29,87 Milliarden Euro und beschäftigt weltweit 88.000 Mitarbeiter/innen. Als weltweit führendes Kosmetikunternehmen ist L'Oréal in allen Vertriebskanälen präsent: Massenmarkt, Kauf- und Warenhäuser, Apotheken und Drogerien, Friseursalons, im Bereich Travel Retail, mit eigenen Geschäften im Einzelhandel sowie im E-Commerce.

Forschung und Innovation sowie ein engagiertes Forschungsteam von 4.100 Mitarbeitern stehen im Mittelpunkt der Strategie von L'Oréal, die das Ziel hat, Schönheitswünsche auf der ganzen Welt zu erfüllen. L'Oréal legt für die gesamte Gruppe ambitionierte Ziele für eine nachhaltige Entwicklung bis 2030 fest und strebt die Stärkung seines Ökosystems für eine inklusive und nachhaltige Gesellschaft an.

Auch in Deutschland ist L'Oréal Marktführer. Die Gruppe ist hierzulande an fünf Standorten vertreten, darunter Fabriken in Karlsruhe und Salzhemmendorf. In Deutschland sind rund 3.000 Mitarbeiter/innen beschäftigt.

Weitere Informationen: <https://mediaroom.loreal.com/>

Über Histoverly

Histoverly erschafft Augmented Visits und revolutioniert mit dem HistoPad kulturelle Besuchserlebnisse. Das Touchscreen-Tablet nutzt Augmented Reality, um durch die Zeit zu reisen und immersive Erfahrungen zu bieten, die die Geschichte von Orten und Sammlungen in Museen, historischen Denkmälern und Ausstellungen rekonstruieren. Das Unternehmen bietet einen kompletten Augmented-Tour-Service, einschließlich der Erstellung von Inhalten, wissenschaftlicher Validierung, IT-Entwicklung, Installation und Wartung von Geräten, statistische Analyse von Verhaltensdaten und regelmäßige Updates. HistoPad ermöglicht es Stätten, die Besucherzahlen zu steigern, indem sie neue Zielgruppen anziehen und deren Loyalität gewinnen. Das 2013 entwickelte und mehrfach international ausgezeichnete HistoPad ist derzeit in fünfzehn Museen und Denkmälern in Frankreich im Einsatz, darunter das Château de Chambord, der Palais des Papes in Avignon und die Conciergerie in Paris, sowie an zwei Standorten in Deutschland, und von mehr als zwei Millionen Besuchern pro Jahr genutzt.

Mehr Informationen auf <https://histoverly.com>

Über L'Oréal For The Future

Das neue Nachhaltigkeitsprogramm von L'Oréal, L'Oréal For The Future, wurde im Juni 2020 lanciert. Aufbauend auf erreichten Ergebnissen verpflichtet sich die Gruppe, innerhalb der Grenzen des Planeten zu operieren und sich an die Grenzen anzupassen, wie es von der Umweltwissenschaft definiert wird. L'Oréal setzt daher ein neues internes Transformationsprogramm mit quantifizierbaren Zielen um, um die Auswirkungen all ihrer Aktivitäten auf Klima, Wasser, Biodiversität und natürliche Ressourcen zu begrenzen. Diese neuen Ziele werden sich nicht nur auf die direkten Auswirkungen der Gruppe konzentrieren, sondern auch auf ihre erweiterten Auswirkungen, die mit der Tätigkeit der Lieferanten und der Verwendung der Produkte durch die Konsumenten zusammenhängen.

In Bezug auf das Klima besteht das übergreifende Ziel von L'Oréal für das Jahr 2030 darin, die Treibhausgasemissionen in allen Bereichen um 50% pro Fertigprodukt zu reduzieren. Als Mitglied der Initiative 'Business Ambition for 1.5°C' hat sich die Gruppe außerdem verpflichtet, bis 2050 netto null Emissionen zu erreichen. Bis 2025 werden alle ihre Standorte die Klimaneutralität erreicht haben. Neben anderen strategischen Verpflichtungen hat sich L'Oréal auch verpflichtet, bis 2030 100% des in seinen industriellen Prozessen verwendeten Wassers zu recyceln und in einem Kreislauf wiederzuverwenden. 100% der biobasierten Inhaltsstoffe für Formeln und Verpackungsmaterialien werden bis zum Ende des Jahrzehnts rückverfolgbar sein und aus nachhaltigen Quellen stammen, keine davon wird mit Entwaldung in Verbindung gebracht.

Um einige der drängendsten ökologischen und sozialen Herausforderungen zu bewältigen, denen sich die Welt gegenüberstellt, stellt L'Oréal außerdem 100 Millionen Euro für Wirkungsinvestitionen zur Verfügung, die der Regeneration und Entwicklung der Kreislaufwirtschaft gewidmet sind, sowie 50 Millionen Euro für einen wohltätigen Stiftungsfonds zur Unterstützung besonders gefährdeter Frauen. Mehr über L'Oréal For The Future erfahren Sie hier.

KONTAKT L'ORÉAL

Director Corporate Communications
Stefan Geister
+492114378160
Stefan.GEISTER@loreal.com

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