

L'ORÉAL

VIVATECH: L'ORÉAL'S BEAUTY TECH-INNOVATIONEN FÜR NACHHALTIGKEIT UND SOZIALES ENGAGEMENT STEHEN IM MITTELPUNKT

Paris, 13. Juni - [L'Oréal](#) stellt ab heute auf der Viva Technology Messe in Paris eine Reihe von Beauty-Tech-Innovationen vor, die "Schönheit für alle und Schönheit für jeden" ermöglichen sollen. Die Innovationen unterstreichen, dass Schönheit eine Kraft für individuelles und kollektives Wohl ist. Sie umfassen intelligente und nachhaltige Innovationen und digitale Dienstleistungen sowie datengestützte Diagnosegeräte für inklusive, personalisierte und virtuelle Schönheit.

Die Möglichkeiten, die auf dem immersiven VivaTech-Stand von L'Oréal im Rampenlicht stehen, demonstrieren Kompetenz in der Nutzung von Daten, Technologie und künstlicher Intelligenz, um Verbraucher:innen zu helfen, besser informiert und leichteren Zugang zu Kosmetikprodukten und -dienstleistungen zu erhalten, die auf ihre spezifischen Bedürfnisse zugeschnitten sind.

Zusätzlich zum Produktportfolio ist die Bedeutung von Beauty-Tech bei L'Oréal stark gewachsen: mehr als 5.900 engagierte Mitarbeiter, mehr als 800 digitale Services mit 40 Millionen Sitzungen im Jahr 2022 und Meilensteine wie neue Beauty-Tools, hochmoderne Diagnosetools für Haut und Haar, eine Milliarde Verpackungseinheiten mit QR-Code für mehr Transparenz und Erlebnis für Konsument:innen sowie sechs CES-Innovation-Awards im Jahr 2023.

"In diesem Jahr haben wir auf der VivaTech eine außergewöhnliche Auswahl an Beauty-Tech-Innovationen zusammengestellt, die positive Auswirkungen haben", sagte Nicolas HIERONIMUS, CEO der L'Oréal Gruppe. "Indem wir unsere Ressourcen in neue Technologien stecken, die den Zugang zu intelligenterer und nachhaltigerer Schönheit demokratisieren, ermöglichen wir es jeder und jedem, Schönheit gleichberechtigter und zu eignen Bedingungen zu genießen."

"Dieses Maß an Innovation wäre nicht möglich ohne das wachsende, sich ergänzende Fachwissen der Beauty-Tech-Teams sowie unser Open Innovation-Programms, das auf Partnerschaften mit einigen der weltweit spannendsten Start-ups und führenden Technologieunternehmen beruht. Wir sind stolz darauf, gemeinsam mit ihnen auf der VivaTech vertreten zu sein", sagt Barbara LAVERNOS, Deputy CEO verantwortlich für Forschung, Innovation und Technologie der L'Oréal Gruppe. "Technologie und Wissenschaft ermöglichen uns heute, unsere Verbraucher:innen nicht nur neuartige Dienstleistungen anzubieten, sondern uns auch von der Forschung über HR zur Produktion und zum Einzelhandel zu transformieren, um die Zukunft der Schönheit zu kreieren."

"Durch Beauty Tech sind wir mit Milliarden von Konsument:innen auf der ganzen Welt verbunden. Dies ermöglicht es uns, ihre einzigartigen und sich entwickelnden Bedürfnisse zu verstehen und die unendliche Vielfalt der Menschen mit einem nie dagewesenen Maß an Präzision und Personalisierung zu ergänzen, sowohl in der realen als auch in der virtuellen Welt", so Asmita DUBEY, Chief Digital & Marketing Officer, L'Oréal Gruppe.

Bereits zum siebten Mal stellt L'Oréal auf der VivaTech seine neuesten technologiegestützten Angebote und Partnerschaften vor.

Darunter sind **inklusive Beauty-Tech-Tools** wie HAPTA von Lancôme. HAPTA ermöglicht Menschen mit körperlichen Einschränkungen, Make-up aufzutragen. Auch Diagnose- und Coaching-Tools wie La Roche-Posay SPOTSCAN, META PROFILER™ von Giorgio Armani und Kérastase K-SCAN öffnen Kosmetik-Erlebnisse für alle und jeden.

Personalisierte Beauty-Tech-Lösungen wie 3D shu:brow by shu uemura (auch bekannt als BrowMagic) für einen professionellen Augenbrauen-Look zu Hause, L'Oréal Paris COLORSONIC für eine saubere und sichere Haarfarbe-Anwendung zu Hause und die Maybelline Beauty App für ein virtuelles Makeover.

Nachhaltige Beauty-Technologielösungen wie WATER SAVER von L'Oréal Professionnel, mit dem bis heute über 42 Millionen Liter Wasser eingespart wurden, die Partnerschaft von L'Oréal mit IMPACT+ zur Messung und Reduktion der Auswirkungen unserer digitalen Medienaktivitäten sowie die dreijährige Partnerschaft von L'Oréal mit Alibaba zum Launch der ersten digitalen Kreislaufwirtschaft in China, um die Auswirkungen unserer E-Commerce-Aktivitäten zu reduzieren.

Da Korea auf der diesjährigen VivaTech als Land des Jahres auftritt, ist L'Oréal außerdem stolz darauf, seine Absichtserklärung mit dem koreanischen Ministerium für KMU und Start-ups bekannt zu geben. Diese Zusammenarbeit zielt darauf ab, die Kooperation zu stärken und die Open Innovations von L'Oréal in Korea ab dem 15. Juni 2023 zu beschleunigen.

L'Oréal Brandstorm 2023

Unter dem Motto "Crack the new Codes of Beauty" wird L'Oréal auf der diesjährigen VivaTech-Veranstaltung den 31. Brandstorm-Wettbewerb der Gruppe ausrichten. In diesem Jahr haben rekordverdächtige 92.000 Teilnehmer aus 72 Ländern an dieser einzigartigen, immersiven und digitalen Möglichkeit teilgenommen. Im diesjährigen Finale werden Teams aus Brasilien, Chile, China, Frankreich, Indien, Kenia, Malaysia, Nahost, Spanien und Portugal sowie Taiwan ihre von AR, VR, KI und Metaverse inspirierten Innovationen der Jury vorstellen. Heute ist Brandstorm in den Lehrplan von fast 100 Universitäten auf der ganzen Welt und vom Online-Kurs Zertifizierungssystem EOCCS als Online-Lernkurs akkreditiert. Das Gewinnersteam des Brandstorm 2023 wird am 16. Juni auf der VivaTech bekannt gegeben.

Über L'Oréal

Seit über 110 Jahren fühlt sich L'Oréal, der weltweit führende Anbieter von Schönheitsprodukten, einer Sache verpflichtet: der Erfüllung der Schönheitswünsche von Verbraucher:innen. Unser Ziel, Schönheit zu kreieren, die die Welt bewegt, definiert unseren Ansatz für Schönheit als inklusiv, ethisch, großzügig und der sozialen und ökologischen Nachhaltigkeit verpflichtet. Mit unserem breiten Portfolio von 35 internationalen Marken und den ehrgeizigen Nachhaltigkeitsverpflichtungen unseres Programms 'L'Oréal for the Future' bieten wir jedem Menschen auf der ganzen Welt das Beste in Bezug auf Qualität, Wirksamkeit, Sicherheit, Aufrichtigkeit und Verantwortung, während wir die Schönheit in ihrer unendlichen Vielfalt feiern.

Mit 85.400 engagierten Mitarbeiter:innen, einer ausgewogenen geografischen Präsenz sowie Verkäufen über alle Vertriebsnetze (E-Commerce, Massenmarkt, Kaufhäuser, Apotheken, Friseursalons, Marken- und Reiseeinzelhandel) hinweg, erwirtschaftete die Gruppe im Jahr 2021 einen Umsatz in Höhe von 32,28 Milliarden Euro. Mit 20 Forschungszentren in weltweit 11 Ländern und einem Forschungs- und Innovationsteam von über 4.000 Wissenschaftler:innen und 3.000 Technologieexpert:innen konzentriert sich L'Oréal darauf, 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: <https://mediaroom.loreal.com/>

"Diese Pressemitteilung stellt weder ein Verkaufsangebot noch eine Aufforderung zur Abgabe eines Angebots zum Kauf von L'Oréal-Aktien dar. Wenn Sie umfassendere Informationen über L'Oréal erhalten möchten, lesen Sie bitte die in Frankreich bei der Autorité des Marchés Financiers registrierten öffentlichen Dokumente, die auch in englischer Sprache auf unserer Website www.loreal-finance.com verfügbar sind. Diese Pressemitteilung kann prognostische Informationen enthalten. Obwohl das Unternehmen der Ansicht ist, dass diese Aussagen auf vernünftigen Annahmen zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieser Pressemitteilung beruhen, unterliegen sie naturgemäß Risiken und Unsicherheiten, die zu einer Abweichung zwischen den tatsächlichen Zahlen und den in diesen Aussagen angegebenen oder suggerierten Zahlen führen können."

Ihr Kontakt

Director Communications & Engagement
Stefan Geister
Tel: +49 176 1885 1884
Stefan.Geister@loreal.com

Head of Corporate Brand & Engagement
Anne-Kathrin Bedoy
Tel: +49 176 1885 1215
Anne-Kathrin.Bedoy@loreal.com