

PRESSEMEDDELELSE 4. maj 2015

**Test makeup’en på eget ansigt før køb**

Make-Up Genius er en app fra L’Oréal Paris, den første virtuelle makeup simulator, der får premiere i Danmark den 4. maj. Det sker i partnerskab med Matas e-shop. App ’en er inspireret af Hollywoods filmteknologi: makeup ‘en tilpasses ansigtet på kundens smartphone i 3-D, så hun kan se, om farverne passer til hende. Hun kan lege med alle farver – og fjerne dem igen med et swipe. Når den perfekte personlige makeup er fundet, kan forbrugeren gå direkte til Matas e-shop og købe de valgte produkter.

Download

* **iPhone - Itunes:** [**https://itunes.apple.com/us/app/makeup-genius/id871897775?l=fr&ls=1&mt=8**](https://itunes.apple.com/us/app/makeup-genius/id871897775?l=fr&ls=1&mt=8)
* **Google Play store (android):** [**https://play.google.com/store/apps/details?id=com.imagemetrics.lorealparisandroid**](https://play.google.com/store/apps/details?id=com.imagemetrics.lorealparisandroid)

**Se også de første reaktioner på app'en i Danmark:** [**https://www.youtube.com/watch?v=bjFI-wK1KZU**](https://www.youtube.com/watch?v=bjFI-wK1KZU)

**Online indhold med relevans for forbrugeren**

Sanne Lønskov, Adm. direktør L’Oréal Danmark siger: *’Vores spidskompetence er forskning og udvikling samt markedsføring af vores brands. Generation Y forbrugerne (18-30 år) vil have digitale løsninger. Som verdens største virksomhed inden for beauty produkter ser vi det som vores ypperligste opgave at være relevant for forbrugerne – være dér hvor de er og kommunikere med dem på en måde, de finder interessant og relevant’.*

Make-Up Genius er et rigtig godt bud på dette, fordi app ’en tilbyder et relevant indhold til forbrugeren, samtidig med at den bygger på de trends, vi ser inden for digital forbrugeradfærd:

         Målgruppen for makeup dyrker det næsten som en hobby. Nu er der mulighed for at lege med farverne og prøve de nyeste looks uden at skulle købe produkterne. Man kan dele billedet med sine veninder, poste det, få likes osv.

         44% af de 18-29-årige værdsætterat kunne tilpasse produktet til sig selv med ’customization’. Med Make-Up Genius kan man sammensætte sit helt eget look.

         37% af de unge under 25, som køber makeup, har researchet produktet på nettet. Med app ‘en bliver man opdateret på de nyeste looks og kan ”komme i gang” med det samme og få venindernes likes på, om det holder

         Forbrugerne vil have nemme løsninger: i app ‘en kan man klikke direkte videre til køb i Matas’ e-shop. Når man har fundet noget man vil have, så behøver man ikke længere vente til mandag morgen kl. 10.00, når de fysiske butikker åbner.

**Online hånd i hånd med offline**

Terje List, Adm. Direktør Matas A/S siger:*L’Oréal Paris giver os et helt unikt værktøj. Matas jo en stor og professionel spiller inden for skønhed og personlig pleje her i Danmark, med et veludviklet butiksnet. Samtidig har vi en spændende e-handel kanal, hvor hele det sortiment, som ligger i app‘en er repræsenteret. Har man også lyst til at se produkterne i virkeligheden, er det bare at gå hen i den lokale Matas og prøve dem. Derfor kan vi i fællesskab tilbyde forbrugerne en unik oplevelse i hele købsprocessen.*

**Facts om Make-Up Genius**

         Ved udviklingen af Make-Up Genius har L’Oréals beauty incubator lab i Silicon Valley i Californien arbejdet med specialister i ’tracking’ teknologi – kendt fra Hollywood film i 3D.

         Det har taget forskere og animationsfilmskabere mere end 10 år at udvikle processen, som kaldes ’RT Track 64’.

         L’Oréal arbejdede med firmaet Image Metrics, der udvikler software til genkendelse af ansigter til video spil og film. Ansigtet fotograferes med afmærkning af 64 punkter og op til 100 ansigtsudtryk.

         Derfor kan man bevæge ansigtet 60 grader, og makeup ‘en følger med.

 *Kilder for tal: Retail Institute Scandinavia & Google Consumer Barometer*

Pressekontakt: Sonja Christensen, L’Oréal Danmark, Sonja.christensen@loreal.com, tlf. 43246650