

English

New Attitude by L'Oréal Paris: An Empowerment Call to Unite Women All Over the World in Celebrating Diversity



JAKARTA, January 16, 2018 – The new L'Oréal Paris x Balmain limited edition set of new lipstick shades will be made available for the Indonesian market. For the first time, L'Oréal Paris together with French luxury brand Balmain spearheaded by Olivier Rousteing launched a 12-shade limited edition collection, opening the door for a collaboration where fashion and beauty blend to the world. As an effort to align a more fashionable, adventurous and free approach which reflects both of the brand's identity, through this collaboration, L'Oréal Paris aims to send a message of diversity and female empowerment. This collaboration is a reflection that there is no single and unique standard model of beauty, but infinite forms of beauty that helps to define and shout out loud that **"United We Are Invincible"**

"L'Oréal Paris and Balmain share the same strong vision of femininity and the same goal, to empower women and offer them diverse ways to express themselves. With this collaboration, I'm thrilled to make this idea tangible for every woman around the world. Knowing that L'Oréal Paris shared the same type of values of inclusion and celebration of all types of beauty made this an easy and natural fit for me" **Olivier Rousteing** explained shortly about the collaboration.

In this collection, Rousteing has overseen the creative direction of new hues, packaging design and an advertising campaign for L'Oréal Paris' iconic COLOR RICHE lipstick. With the infamous Balmain's signature gold and embellishment, each available collector pack distinguishes the L'Oréal Paris x Balmain Paris tribe in several associated colorways.

Dian Sastrowardoyo, Brand Ambassador for L'Oreal Paris in Indonesia expresses her enthusiasm in receiving the news about this collection "I love how the collection is aimed at uniting women everywhere and allowing them to express themselves through their different personalities. As a woman myself, I am honored to have been living in a time where we can be different while appreciating other types of beauty from anywhere in the world. These days

collaborations between brands aim to elevate both a sense of appreciation as well as support innovation. L’Oreal Paris as a beauty brand working alongside fashion expert such as Balmain is definitely a strong force to be reckoned with”.

In this collection, there will be three new color themes involving 12 new shades that was inspired by Balmain’s own runway themes that define the brand’s interpretation of modern tribes. In Indonesia, each tribe will be represented by 3 chosen individuals who lives by the spirit of each collection of colors: ‘Glamazone’s **Ayla Dimitri** projecting her adventurous personality, ‘Rock’ woman **Patricia Gouw** voicing her freedom and rebellious side, as well as **Anaz Siantar** wearing confidence on her sleeves representing the ‘Couture’ tribe.

The ‘Glamazone’ collection symbolized by the green marble awakens a sense of fierceness and earthy sensuality that could be found on women everywhere. The ‘Couture’ women on the other hand is made to celebrate the iconic story of Balmain’s historic existence and act as a representation of glamour that is always associated with the house. This tribe is symbolized by the precious onyx. Furthermore, the ‘Rock’ colors are vibrant and addictive as they transform Balmain’s signature edge symbolized by the amazing malachite into matte lip statements while at the same time bringing dynamic energy to all race and ethnicities.

Lien Ghekiere, Head of Make Up Category, CPD L’Oréal Indonesia explains “All of the personalities that we have chosen to collaborate with here are widely known in Indonesia for having their own style and continuously making statements with their sense of creativity and purpose. We believe that by having them represent the collection we will be able to spark conversation on how to embrace our individuality and be **#invinciblyworthit** together”.

The campaign to embrace individuality through **#invinciblyworthit** is in line with the brand’s original purpose to seek creativity while embracing differences of women everywhere. **Lien Ghekiere** further explains about the collaboration’s main purpose “The synergy created through this strong collaboration by L’Oréal Paris and Balmain is made up of Olivier Rousteing’s standout attention to details and hard work that meets the opportunity for our brand to reinvent our classic product in order to push boundaries and stay relevant with new color releases”

The L’Oreal Paris x Balmain Paris collection will be available for purchase in select stores throughout Indonesia and www.lazada.co.id starting from February 1st, 2018. For more information regarding the product please do check out our official representative account in Indonesia [@getthelookID](https://www.instagram.com/getthelookID) or through our global account [@lorealmakeup](https://www.instagram.com/lorealmakeup)

###

About L’Oréal Indonesia

L’Oréal established the Indonesia subsidiary PT L’Oréal Indonesia in 2000 and has operated its factory in the country since 1986. Its 15 international brands are present across all categories of the cosmetic market, including salons, boutiques, mass-market distribution, department stores and e-commerce. L’Oreal in Indonesia employs over 900 people in its corporate office, factory, distribution center, hair training académie and R&I evaluation center. L’Oréal Indonesia participates in the International and National For Women In Science programmes since 2004, supports youth science education through the

L'Oreal Girls in Science since 2005, and empowers underprivileged women through the Beauty for a Better Life program since 2014. www.loreal.co.id

SAMPLE

Indonesia

Semangat dan Energi Baru dari L'Oréal Paris: Merayakan Perbedaan dan Keberagaman Diantara Para Wanita di Seluruh Dunia



JAKARTA, 16 Januari 2018 – Koleksi terbaru yang merupakan kolaborasi antara L'Oréal Paris dan merek ternama dari Perancis, Balmain, akan tersedia di Indonesia dalam waktu dekat ini. Untuk pertama kalinya L'Oréal Paris dan Balmain yang dipimpin oleh Olivier Rousteing, meluncurkan 12 varian lipstik dengan beragam pilihan warna baru. Koleksi ini menciptakan sebuah fenomena baru dimana L'Oréal Paris dan sebuah rumah mode ternama seperti Balmain dapat berkolaborasi dalam menciptakan produk yang berkualitas dan juga *fashionable* dalam jumlah yang terbatas. Dengan memilih pendekatan yang lebih menantang, *fashionable* dan bebas dalam berkreatifitas, L'Oréal Paris bertujuan untuk menyuarakan indahya keberagaman diantara para wanita di seluruh dunia.

"L'Oréal Paris dan Balmain memiliki visi dan tujuan yang sama dalam usaha kami untuk meningkatkan apresiasi terhadap wanita serta menghargai dan memberikan peluang bagi mereka untuk dapat mengekspresikan diri melalui beragam cara yang ada. Dengan adanya kolaborasi ini, saya merasa dapat memberikan kontribusi nyata bagi seluruh wanita di dunia. Sebuah kebetulan yang luar biasa saat saya menyadari bahwa L'Oréal Paris juga memiliki visi yang sama. Semenjak saat itu, kerja sama ini menjadi sesuatu yang mengalir secara alami bagi saya" ujar **Olivier Rousteing** saat ditanya perihal pengalamannya mengenai kolaborasi ini.

Dalam upayanya merealisasikan koleksi ini, Olivier Rousteing memberikan arahan kreatif yang dimulai dari pemilihan warna, desain kemasan dan promosi untuk lipstik COLOR RICHE. Menggunakan banyak unsur yang biasa digunakan dalam merancang gaun-gaun Balmain, masing-masing paket kolektor yang tersedia akan mencerminkan 3 *tribes* yang memiliki unsur warna berbeda.

Dian Sastrowardoyo selaku Brand Ambassador dari L'Oréal Paris di Indonesia mengungkapkan antusiasmenya dalam menyambut hadirnya koleksi ini "Saya sangat mengapresiasi visi dari koleksi yang ditujukan untuk menyatukan semangat para wanita dimanapun kami berada. Saya percaya bahwa memberikan peluang bagi para wanita untuk mengekspresikan diri melalui kepribadian mereka adalah hal yang perlu selalu kita jaga. Sebagai seorang wanita, tentunya saya merasa beruntung hidup di era modern dimana kami bisa tampil berbeda sekaligus menghargai indahnya perbedaan. Selain itu, saat ini sudah banyak merek ternama yang bekerja sama dalam berinovasi untuk menciptakan produk-produk baru baru. Kolaborasi seperti ini adalah sesuatu yang selalu dinanti-nantikan".

Dalam koleksi ini, akan ada tiga tema warna baru (*tribes*) yang terinspirasi dari konsep rancangan busana Balmain yang modern. Masing-masing *tribe* akan diwakili oleh satu orang terpilih yang dinilai dapat merepresentasikan sisi kreatif setiap koleksi warna tersebut: **Ayla Dimitri** yang gemar bertualang dengan pribadi menantang untuk *tribe* 'Glamazone', **Patricia Gouw** dari *tribe* 'Rock' yang lantang menyuarakan pendapat dan kebebasan serta **Anaz Siantar** yang penuh percaya diri mewakili *tribe* 'Couture'.

Koleksi 'Glamazone' yang direpresentasikan oleh batu marmer hijau membangkitkan sisi wanita yang menantang dan bersahaja. Wanita 'Couture' di sisi lain, merupakan cerminan dari warisan kemewahan merek Balmain dari masa ke masa. *Tribe* 'Couture' sendiri dilambangkan dengan batu onyx yang mewah. Selanjutnya ada koleksi 'Rock' yang adiktif dan senantiasa menghidupkan suasana direpresentasikan dengan batu *malachite*. Seluruh koleksi tersebut menciptakan energi dinamis yang diharapkan dapat memberi semangat untuk para wanita di seluruh dunia.

Lien Ghekiere, Head of Make Up Category, CPD L'Oréal Indonesia menjelaskan "Semua pribadi yang telah kami ajak berkolaborasi cukup dikenal oleh masyarakat Indonesia karena memiliki gaya pribadi yang unik dan kreatif dalam menyuarakan pendapat dan tujuan hidup mereka. Kami percaya bahwa dengan adanya kehadiran mereka dalam memimpin *tribes* yang ada, kami dapat memulai berbagai unsur percakapan organik yang dapat merangkul para individu di dunia modern untuk bersama-sama membahas dan menjadi **#invinciblyworthit** di Indonesia".

Kampanye digital yang mengajak para wanita untuk menyuarakan **#invinciblyworthit** ini sejalan dengan tujuan L'Oreal mengusung kreatifitas sekaligus menghargai indahnya perbedaan. Dalam kesempatan ini **Lien Ghekiere** kembali menjelaskan mengenai tujuan utama dari kolaborasi ini "Sinergi yang tercipta melalui kolaborasi yang kuat oleh L'Oréal Paris dan Balmain ini tidak luput dari perhatian khusus yang diberikan oleh seorang Olivier Rousteing. Dalam hal ini, arahan tersebut kemudian menciptakan peluang baru bagi kami untuk kerap berinovasi dan meluncurkan produk-produk baru yang relevan dengan kebutuhan pasar".

Kolaborasi spesial antara L'Oréal Paris dan Balmain akan tersedia di beberapa kaunter dan *outlet* terpilih di seluruh Indonesia dan www.lazada.co.id dimulai dari tanggal 1 Februari 2018. Untuk informasi lebih lanjut mengenai produk-produk tersebut, silahkan mengunjungi akun perwakilan resmi L'Oréal Paris di @getthelookID Indonesia atau melalui akun global kami @lorealmakeup.

###

Tentang L'Oréal Indonesia

L'Oréal mendirikan PT L'Oréal Indonesia pada tahun 2000 dan telah mengoperasikan pabriknya di Indonesia sejak 1986. Kelima belas brand internasionalnya hadir di seluruh lini kategori di pasar kecantikan, termasuk salon, butik, distribusi massa, pusat perbelanjaan, dan perdagangan elektronik. L'Oréal di Indonesia mempekerjakan lebih dari 900 karyawan di kantor, pabrik, pusat distribusi, akademi pelatihan tata rambut dan pusat evaluasi riset dan inovasi. L'Oréal Indonesia berpartisipasi dalam program For Women In Science tingkat internasional dan nasional sejak tahun 2004, mendukung pendidikan sains untuk generasi muda melalui L'Oréal Girls in Science sejak tahun 2005 dan memberdayakan perempuan kurang beruntung melalui program Beauty for a Better Life sejak tahun 2014. www.loreal.co.id

SAMPLE