Max Factor выбрал новым лицом косметического бренда Мэрилин Монро. Как отмечает The Telegraph, это довольно необычное решение с учетом того, что актриса умерла в 1962 году.

В 2015 году она будет частью рекламных кампаний, в которых акцент сделают на роли макияжа в преобразовании неприметной Нормы Джин Мортенсон в звезду фильмов «В джазе только девушки» и «Зуд седьмого года».

Актриса была клиентом Max Factor в 40-х годах, когда у бренда был свой салон красоты на Голливудском бульваре в Лос-Анджелесе. Там обслуживали, в частности, восходящих звезд. Компания утверждает, что Макс Фактор-младший (тогда был ее президентом) определил тот образ Мэрилин, который стал визитной карточкой кинодивы. При этом известно, что первым парикмахером, перекрасившим Мортенсон в блондинку, была Сильвия Барнхарт, работавшая в другом салоне.

По словам глобального креативного директора Max Factor Пэт МакГрат, Мэрилин с ярко красными губами, сливочного цвета кожей и сильно подведенными глазами стал самым популярным образом в 40-х годах и до сих пор доминирует в индустрии моды и красоты. В разное время в рекламе бренда участвовали актриса Гвинет Пэлтроу и модель Жизель Бундхен, а также Мадонна и Кармен Электра.

В 2014 году Монро вошла в рейтинг самых богатых покойных знаменитостей Forbes — за год она «заработала» 17 миллионов долларов. В 2011 году актриса стала одной из голливудских звезд, которую с помощью компьютерных технологий «оживили» для ролика Dior J’Adore.