

Реклама CHANEL Coco Mademoiselle



COCO MADEMOISELLE Eau de Parfum Intense - [CHANEL](#)

- **Мотив значимости, самореализации, личного престижа.** Кира Найтли предстаёт в образе “дерзкой обольстительницы”, которая остаётся безупречной, даже после бурной вечеринки. Реклама показывает, что девушка, использующая данный парфюм способна на всё.
- **Сюжет наоборот.** Девушка предстаёт перед зрителем после бурной вечеринки, в ходе рекламы мы узнаём, что произошло вчера. **Сюжет – изображение идеальных героев, которым стремиться подражать аудитория.** Красивая девушка, использующая дорогой парфюм.



- **Использование положительных и ценностных образов, понятий и слов.**

В данной рекламе парфюм “CHANEL Coco Mademoiselle” предстаёт в образе Киры Найтли “дерзкой обольстительницы”. Создаётся устойчивая ассоциация между двумя понятиями.

- **Тропы и риторические фигуры.** Анафора – приём, используемый в слогане парфюма “For now, For Later, Cоco Forever”

COCO FOREVER

Реклама NINA RICCI *Les Sorbets*



Nina Ricci - Les Sorbets - [The new limited editions](#)

- **Мотив привлекательности.** Реклама сопровождается иллюстрациями, направленными на эстетическую ценность продукта.
- **Демонстрация ключевых особенностей товара.** Хороший парфюм – французский аромат.
- **Основной приём – создание контраста.** Обычный парфюм “Nina Ricci” преобразуется в “The new limited editions” и предстаёт в новых красках.
- **Антитеза** – основной троп риторической фигуры в данном рекламной ролике (ярко выражается в постере). Происходит противопоставление цветовых гамм.

Реклама Hugo Boss Bottled



- **Мотив сексуальной привлекательности, явный или скрытый намек на то, что связано с сексом или сексуальными отношениями.** Реклама имеет прямое отношение к человеческой красоте.
- **Изображение идеального героя, которому стремится подражать аудитория.** Ключевым фактором в становлении “Men of today” является парфюм “Hugo Boss” Крис Хемсвор(главный герой) олицетворяет силу и мужественность, но по-новому определяет, что значит быть мужчиной в современном мире. «Одно дело сказать, что вы собираетесь что-то сделать, и совсем другое — подтвердить это действиями. Это подход, который внушили мне родители и который я надеюсь привить своим детям», — говорит он. Именно такое отношение к жизни делает Криса воплощением аромата BOSS BOTTLED: аромата, который вдохновляет мужчин демонстрировать миру, кем они являются, через свои действия и ценности, на основе которых они строят свою жизнь.



- **Использование положительных и ценностных образов, понятий и слов.** Из речи главного героя рекламы мы узнаём, что “Success – hugo boss”. Главная мысль рекламного ролика – представление товара и “успеха” как синонимы.
- **Преувеличение.** “Men of today” (мужчина дня)