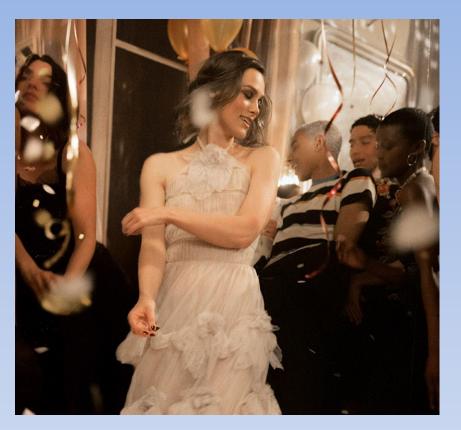
Реклама CHANEL Coco Mademoiselle



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.



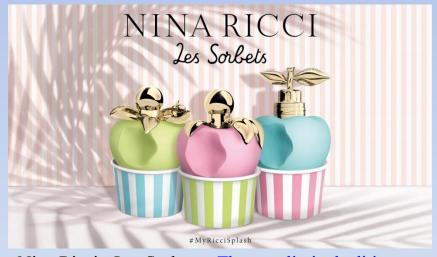
• Использование положительных и ценностных образов, понятий и слов.

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, Coco Forever"



Реклама NINA RICCI 2es 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 парюфм "Nina Richi" преображается 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 apoмaтa 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)