

Тема:
Парфюмерия
Бренд «Chanel N°5»



Российский Государственный
Гуманитарный университет.

Колледж РГГУ

Специальность – Реклама

Специализация- Менеджмент в
рекламе

Работа выполнена студенткой 3 курса
Михеевой Анастасией



История создания легендарного аромата Chanel №5

Как нам известно одни ароматы приходят и уходят, другие остаются навсегда. Созданный в 1921 году, Chanel №5 остаётся одним из самых популярных и по сей день.

Согласно исследованиям каждые 55 секунд в мире продаётся флакон духов Chanel №5. Этот парфюм, ставший легендарным, по праву считается самым знаменитым ароматом XX столетия.



История этого аромата начинается в 1920 году, когда фаворит Габриэль Шанель Дмитрий Романов знакомит Коко Шанель с бывшим придворным парфюмером семьи Романовых - Эрнестом Эдуардовичем Бо.

В годы первой мировой и гражданской войны он успел побывать на военной службе и вернуться оттуда с парочкой боевых наград, багажом бесценного опыта и вдохновением для создания последующих шедевров.



До знакомства с Эрнестом Бо Коко не задумывалась всерьез о создании собственного парфюма. В изготовлении духов того времени использовались лишь натуральные ингредиенты: экстракты цветов, мускус, амбра. Следовательно, все ароматы были достаточно предсказуемыми, нестойкими и в своём большинстве обладали запахом абсолютно идентичным запаху конкретного цветка. Коко это не устраивало. Единственным по-настоящему изысканным ароматом она считала запах чистового, тщательно вымытого тела, всё остальное было для неё безвкусицей и признаком буржуазного стиля. Но Эрнест сумел предложить ей кое-что такое, что заставило её пересмотреть свои взгляды. Этим «кое-что» были альдегиды.

Габриэль даёт согласие на проект и Бо принимается за работу. Он создаёт ряд пробников под **номерами**, с разными комбинациями ингредиентов. Шанель выбирает из них пробник под номером 5 (*существует неподтверждённая версия, о том, что именно этот образец получился случайно, в результате ошибки, которую допустил Бо, неправильно дозирував ингредиенты*). В его состав входило 80 различных ингредиентов. Аромат был сложный, совершенно неповторимый и ни на что не похожий. Этого и хотела Коко.

Выбирая название для своего нового аромата, Шанель решила дать ему собственное имя. Так как в дальнейшем она не намеревалась останавливаться на достигнутом, а собиралась продолжать изготовление духов, необходимо было придумать для данного аромата отличительную особенность. В то время было модно давать духам весьма витиеватые названия. Это было не в стиле Коко. Лаконичность, элегантность и простота – вот залог её успеха. «Пусть это будет №5, номер образца» - решила она.



Внешний вид духов Chanel №5 также не соответствовал стандарту того времени. Все парфюмерные компании так изощрялись в оформлении флаконов, что они, сделанные из хрусталя с использованием драгоценных металлов, инкрустированные драгоценными камнями, становились похожими на предметы искусства.



Шанель проявила свойственный ей строгий образ. Она предложила простой стеклянный флакон в форме параллелепипеда, близкий к тем, что использовались для мужских одеколонов



Fashiony.ru



1921

1924

1950

1970

1995

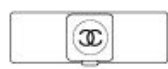
ParfumClub.org



1921



1921



1924



1950



1970



1986



Самый первый выпуск янтарной жидкости **Шанель№5** был разлит в прямоугольные бутылки, силуэт колпачка которых напоминал Вандомскую площадь в Париже.

Украшала пузырек строгая подпись названия и двойная «С» - эмблема **Coco Chanel**. Это дизайн творческой кисти **Коко**, яркое представление ее классического принципа – меньше больше. По наиболее популярной версии, **флакон №5** был воссоздан по подобию бутылки из мужского дорожного набора туалетных принадлежностей марки Charvet.

Так же четкость линий, подчеркивает геометричность флакона и строгость.

Chanel No 5 - женский аромат, заключенный в мужественную геометрию форм. Существующий дизайн флакона **Chanel No 5**, признанный всемирно узнаваемым экспонатом современного искусства. Женский аромат обрел мужественную геометрию форм, лаконичную функциональность и прозрачную тайну.



Стандартные цвета, которые применяет «Chanel» №5



Золотой

«На белом как мел фоне альдегидов»
появляются **ЗОЛОТЫЕ** ноты цветочного сердца.

Утонченность в простоте



Самое главное, чтобы у покупательниц желание купить, вызывало не то, что находится внутри, а содержимое.

Не предмет определял желание купить, а чувство, обоняние : золотая жидкость, заключенная в прозрачный куб, была видна и должна была вызывать то самое желание, обрести их.

Сюжетная линия рекламы

Самые лучшие рекламы «Chanel»

№1

Самым дорогим и эксклюзивным рекламным роликом является ролик с участием неподражаемой и шикарной **Николь Кидман**. Кидман сыграла танцовщицу кабаре.

Эта самая роль ей знакома и даже стала родной благодаря культовому фильму «Мулен Руж», в котором актриса сыграла одну из главных ролей. По сюжету девушка бросает богатого ухажёра ради обычного и бедного, но любимого человека. Она, одетая в шикарное розовое платье, убегает от толпы фанатов и приезжает к возлюбленному. Но затем героиня возвращается к прежней жизни, а мужчина лишь произносит фразу: «Её поцелуй, её улыбка, её аромат...».



№2

Сюжет рекламного ролика начинается в поезде - молодая женщина-фоторепортер, едет экспрессом и встречает в поезде прекрасного мужчину. Они чувствуют взаимный магнетизм (его пьянит запах ее парфюма), но теряют друг друга из вида.



Поезд приходит в Стамбул, главная героиня гуляет, фотографирует, не теряя надежду найти незнакомца из поезда. В последнюю минуту он находит ее на вокзале... Поцелуй. Стоп. Снято!

№3

Обворожительная **Кира Найтли** не раз становилась лицом «Chanel». В одном из рекламных роликов она сыграла молодую Коко Шанель, которая всегда была бунтаркой по духу. По сюжету девушка приходит на фотосессию и начинает соблазнять молодого фотографа.

Но затем соблазнительница просит парня закрыть дверь и пока тот отлучается, сбегает через окно и уезжает на мотоцикле, напоследок даря бедному фотографу лишь завораживающий и пленяющий взгляд. Всё, казалось бы, просто, но при этом гениально.



№4

Клаудия Шиффер – любимая модель «Chanel» и муза Карла Лагерфельда, который для компании снял немало рекламных роликов. И именно поэтому Клаудия не раз становилась лицом бренда и снималась в рекламах. Так, она представила коллекцию весна-лето 2010 года и предстала в образе знойной испанки.

Также Шиффер в 2011 году рекламировала очки этого бренда. В этой рекламной кампании Клаудия была шикарной леди с зачёсанными волосами и кокетливой заколкой. Кстати, впервые модель снялась в рекламе «Chanel» в 1990 году.

CHANEL



№5



Яркая внешность **Ванессы Пареди** как раз сочетается с бунтарством бренда «Chanel», так что эта актриса не раз принимала участие в рекламных кампаниях бренда. Так, она рекламировала помаду и демонстрировала всем свои алые сексуальные губы.

Также Ванесса представляла миру весенне-летнюю коллекцию аксессуаров и одежды в 2013 году. Впервые же известную обворожительную француженку Пареди заметили в далёком 1993 году, тогда она рекламировала аромат «Coco Chanel».

№6



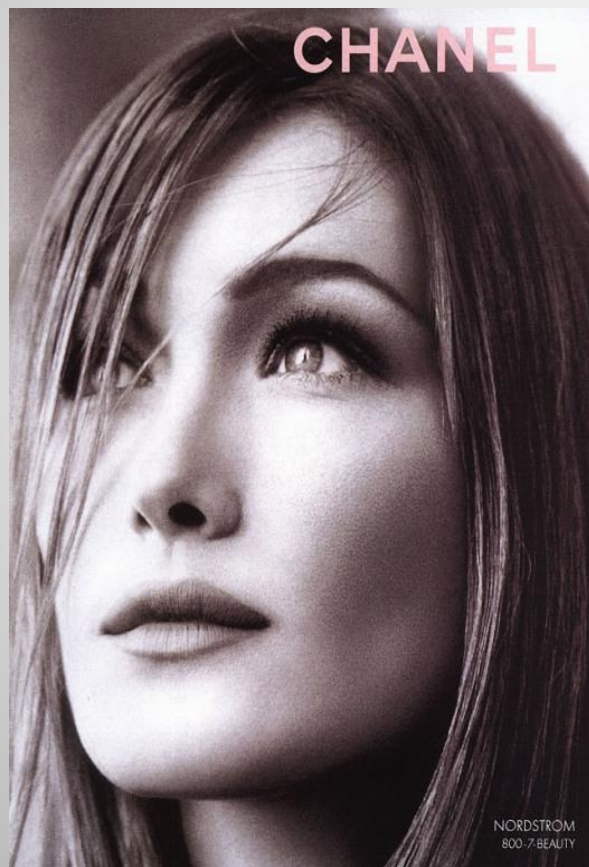
Топ-модель Эстелла Уоррен и известнейший французский режиссёр Люк Бессон создали новую интерпретацию сказки «Красная шапочка». В роли Красной шапочки, конечно, предстала Эстелла. Но сюжет был немного изменён и адаптирован под особенности бренда. Так, в ролике можно увидеть девушку в красном платье, пытающуюся сбежать от злого волка. События разворачиваются в Париже и окутаны тайной, мистикой и ароматом «Chanel №5». Реклама буквально пропитана таинственностью, женственностью и соблазнительностью.

Лучшие рекламные лица компании Шанель

Катрин Денёв (французская актриса)



Карла Бруни (итало-французская топ-модель, композитор, экс-первая леди Французской республики)



Хайди Моунт (топ-модель)



Клаудиа Шиффер



Коммуникации

- Показ рекламы духов, перед кинофильмами в кинотеатрах
- Глянцевые журналы
- Consumer Magazines Brand Advertiser Award



Стандарты

Запах Chanel №5 одновременно утонченный, густой и строгий, женственный и обольстительный. До него нужно просто дорасти. Он позволяет женщине, проникнувшей в его суть, оставаться верной себе и своему особому стилю.

Его называют ароматом, обманувшим время, шедевром великой Шанель, революцией в парфюмерии, ароматом элегантности. Он был любимым среди богемы Парижа начала 20-го века и среди современных мировых звезд



«Запах настоящей женщины».

Chanel No. 5 как тайна, постичь которую могут лишь те, кто знает, что такое настоящая Женщина. Этот аромат не такой как все, раз мог пережить и время, и меняющуюся моду, и вкусы, и технологии.

Несмотря на традиционность бренда Chanel №5 и восприятие этих духов как аромата для состоявшихся женщин, многие представительницы молодежного сегмента также отдают предпочтение Chanel №5, ассоциирующимся со стилем и качеством, которые, как известно, совершенно не зависят от времени.



Madame Christiane Chanel is shown all in white in 1913. Her dress, her
austere, she combined with a healthy interest for drama. Her perfume No. 5
is the soft touch that underlines the alluring of a love scene. It heightens
the imagination, stability from the scene to the memories of the players.

LES PARFUMS
CHANEL
PARIS



Целевая аудитория от
24-35, молодые дамы и
женщины

