

Mademoiselle. Кста-
Chanel кинозвезды
только в рекла-
парфюмов — Coco
iselle и Chanel №5.
в разные годы
Катрин Де-
Тоту, Николь
а теперь неожидан-
Питт. В Lancôme
ставку на трех
див разных
и типажей — Кейт
Джулию Робертс
Уотсон.

МОДАЯ
ОСЛЬ

явная тенден-
влечение к beauty-
совсем юных ак-
заинтересовать
молодую аудиторию.
Эмма Уотсон
находкой
Trésor
в рекламе Trésor
Rose вся фран-
обрела менее
имидж. С этими
компания Clé de
clé заключила кон-
молодой актрисой
Сейфрид. Благо-
марка рассталась
репутации
следствие, полу-
клиентов. Но
молодежь порой
на. Например, для
аромата Oh, Lola!,
Lola's, была при-
17-летняя Дакота
Ее послужной
этому моменту ис-
десятками филь-
Дакота снимается с се-
среди которых были
с сексуальным
мом. Но чиновники
Британии посчитали
столь юной актрисы,
еке то, что на реклам-
постерах она держит
он между ног, амо-
ным. Реклама Oh, Lola!
запрещена. И это не
ый случай английско-
Британства. В 2011 году

там наложили вето на ролик Belle d'Opium, Yves Saint Laurent, усмотрев в движениях актрисы Мелани Тьерри намек на использование наркотиков. Карма аромата Opium, реклама которого в разные годы подвергалась гонениям, перешла и на дочернюю версию.

ЗВЕЗДУ НА МЫЛО

За последние годы телевизионные сериалы превратились из мыльных опер для несчастных домохозяек в интересное и модное увлечение для продвинутых зрителей. Немудрено, что и их участники стали знамениты. А соответственно, востребованы в рекламе. Харизматичный Саймон Бейкер из «Менталиста» стал лицом нового мужского парфюма Gentlemen Only, Givenchy. Александр Скарсгард из vampирской мыльной оперы «Настоящая кровь» олицетворяет Encounter, Calvin Klein. «Сплетницы» Лейтон Мистер и Блейк Лайвли представляют ароматы Lovestruck, Vera Wang, и Gucci Première, Gucci, соответственно. Отдельная история со «звездными» парфюмами, созданными известными актрисами и певицами. Если звучание этих ароматов часто вызывает споры, то с рекламой все понятно: ну кому еще рекламировать аромат Shakira, как не самой певице?

С массовым звездным десантом в косметической индустрии контрастирует позиция ряда марок (Clinique, KenzoKi, L'Occitane), предпочитающих, чтобы никто не перетягивал на себя одеяло и не отвлекал внимание от самого продукта. Хотя, может быть, они просто не нашли подходящую знаменитость. Ведь таких «на свободе» осталось совсем немного. ●



Аромат White Linen, Estée Lauder (2 200 руб.); сыворотка, Clé de Peau Beauté (5 500 руб.); аромат Elixir by Shakira (1 120 руб.); помады Color Riche, L'Oréal Paris (448 руб.), и Viva Glam, MAC (890 руб.); крем Future Solution LX, Shiseido (цена по запросу); аромат The One, Dolce & Gabbana (4 339 руб.); масло Kendi Oil, Alterna (1 500 руб.); ароматы Chanel №5, Chanel (5 111 руб.), и Trésor, Lancôme (4 081 руб.); помады Wanted Rouge, Helena Rubinstein (1 765 руб.), и Colour Elixir, Max Factor (422 руб.); аромат Gucci Première, Gucci (4 095 руб.)