



THỜI TRANG CÓ ẢNH HƯỞNG NHƯ THẾ NÀO ĐẾN NGÀNH QUẢNG CÁO

Thời trang có ảnh hưởng trực tiếp đến rất nhiều sản phẩm, bởi thời trang tiên phong cho một xu hướng mới. Thời trang ảnh hưởng đến phong cách sống, lối suy nghĩ của một số người, thậm chí cả một xã hội. Quan niệm và xu hướng chuyển tải cái “đẹp” cũng được phản ánh thông qua thời trang. Do đó, các sản phẩm ngày nay cũng tự gắn nhãn “thời trang”, đẳng cấp. Điển hình là hãng Apple. Mặc dù không hẳn gắn hình ảnh quảng cáo của mình với các trang phục lộng lẫy mà chủ yếu nhấn vào tư thế và cử động, nhưng rõ ràng phong cách Apple tượng trưng cho bản lĩnh thời trang đầy cá tính và “cosmopolitan” với dáng vẻ hiện đại và đẳng cấp

Một số sản phẩm ngày nay cũng kết hợp với các thương hiệu thời trang để thu hút những người trẻ thích sành điệu. Một móc đeo chìa khóa khắc chữ Versace chắc chắn thu hút người tiêu dùng hơn một chiếc móc khóa khắc chữ Metro. Theo nghiên cứu của Nielsen công bố vào tháng 4/2008, 35% người tiêu dùng (trên toàn thế giới) sẽ mua điện thoại nếu nó gắn liền với thương hiệu thời trang cao cấp. Chính vì vậy, hàng loạt hãng điện thoại đã tìm những thương hiệu thời trang nổi tiếng để kết hợp quảng bá, như Motorola sản xuất điện thoại có mác D&G, LG gắn mác với Prada, Samsung kết hợp Amarni. Thậm chí Levis cũng cho ra đời một chiếc máy điện thoại riêng cho mình với giá khoảng 500 USD được bán tại nước Nga. Cũng theo nghiên cứu này, 29% số người được hỏi cũng sẵn sàng mua máy tính, 22% mua tivi màn ảnh phẳng, 16% mua máy nghe nhạc MP3, và 15% mua đồ dùng trong bếp nếu những sản phẩm này gắn với hình ảnh thương hiệu thời trang cao cấp nào đó. Ngoài ra, trong các nước Châu Á, người tiêu dùng tại Philipin, Indonesia và Trung Quốc là những người thích gắn đồ điện thoại, máy tính và TV với thương hiệu thời trang nhất.

Đó chính là lý do tại sao các sản phẩm tưởng chừng như không liên quan gì đến thời trang như café Lavazza, rượu Campari, Absolut Vodka, cửa hàng Ikea... lại chạy theo xu hướng quảng cáo với thời trang. Sau đây tôi xin giới thiệu với các bạn điển hình một thương hiệu gắn bó một cách nghiêm túc và lâu dài với nhiều trường phái nghệ thuật khác nhau, trong đó có cả thời trang.





ABSOLUT FASHION

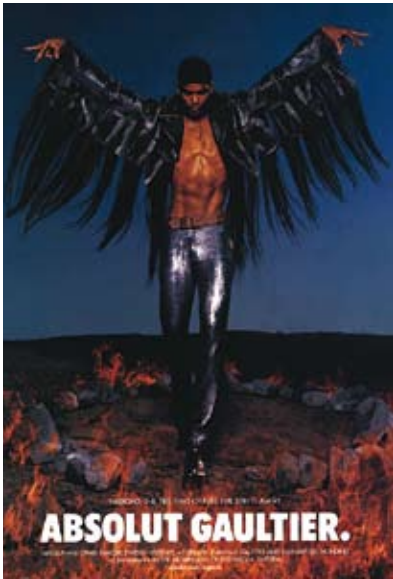
Absolut bắt đầu nghiên cứu để đi sâu hơn vào lĩnh vực thời trang khi bức ảnh Absolut Cameron do người mẫu Rachel Williams mặc vào năm 1988 gây tiếng vang mạnh. Sau khi bức ảnh được đăng, đã có hơn 5.000 cuộc điện thoại gọi đến hãng để ngỏ ý muốn mua chiếc váy này. Năm 1989, Absolut ra một bộ tuyên tập đầu tiên - kết hợp giữa nghệ thuật thời trang và nguồn cảm hứng từ Absolut. Liên tiếp các năm sau đó, Absolut đều trình diễn các bộ trang phục của mình, tất cả đều được đánh giá cao về chất lượng, kiểu dáng độc đáo, xen kẽ một trí tưởng tượng phong phú và một nét đặc trưng rất

Absolut. Các năm sau đó, bên cạnh những quảng cáo mang nghệ thuật hội họa, Absolut liên tục tung thêm các bộ sưu tập thời trang và tụ tập được những nhà thời trang nổi tiếng như Gianni Versace, Helmut Lang, Manolo Blahnik và John Galliano (hãng LV, Dior...). Trong số các quảng cáo thời trang, nổi bật nhất là 4 bộ sưu tập sau:

1. ABSOLUT NEWTON năm 1995 do nhà nhiếp ảnh Helmut Newton chụp tại nhà máy rượu ở Ahus, Thụy Điển. Quảng cáo này với người mẫu Kristen McMenamy, gồm 8 trang đăng trên tạp trí Vogue. Trang phục được thiết kế bởi John Galliano, Helmut Lang, Anna Molinari và Martine Sitbon.

2. ABSOLUT VERSACE năm 1997 thể hiện các trang phục thiết kế bởi Gianni Versace. Nhà nhiếp ảnh hàng đầu thế giới, Herb Ritts chụp các bức ảnh này tại khách sạn bằng đá nổi tiếng của Thụy Điển (Ice Hotel) với các người mẫu Kate Moss, Naomi Campbell, Marcus Schenkenberg và Mark Findlay. Quảng cáo này cũng gồm 8 trang đăng trên tạp chí Vogue

3. ABSOLUT TOM FORD/ ABSOLUT GUCCI năm 1999 là bộ sưu tập thời trang được thiết kế bởi Tom Ford của hãng Gucci. Nhà nhiếp ảnh Mario Testino dựng ảnh tại sân nhảy ở Paris, hoàn thành bộ sưu tập 8 bức đăng trên tạp chí Vogue.



Hình 1: Valborg thần lửa



Hình 2: Viking kẻ chiến thắng 7 biển

ABSOLUT GAULTIER năm 2002 lấy nguồn cảm hứng từ những huyền thoại của Thụy Điển, được kết hợp hài hòa giữa phong cách Absolut và hãng thời trang cao cấp Jean-Paul Gaultier. Tại quần đảo ở Stockholm, nhà nhiếp ảnh Jean-Baptiste chụp ra được bộ sưu tập 8 trang đăng trên Vogue và các báo thời trang tại Châu Âu.

Ngoài bộ sưu tập thời trang đăng trên các báo, Absolut còn chụp ảnh thời trang đăng trên lịch. Còn hiện tại, Absolut quyết định chấm dứt phong cách Absolut của 20 năm qua và mở ra một chiến dịch mới: "In an Absolut World" - chiến dịch này không còn mang phong cách nghệ thuật và thời trang nhưng rất hiện đại và có phần "fantasy" của một thế giới ảo. Ngoài ra, xu hướng quảng cáo theo phong trào Rebelegance có phần gắn với thời trang - là phong trào kết hợp giữa

Rebellion (nổi loạn) và Elegance (sang trọng, thanh lịch, có nghệ thuật). Xu hướng này thường được quảng cáo thời trang tiên phong dẫn đầu, điển hình là Dolce Gabbana, John Paul Gaultier, John Galliano, Versace... Các sản phẩm khác đang và sẽ tiếp tục nổi gót thời trang và đưa ra những quảng cáo Rebelegance, ví dụ quảng cáo MTV, Play Station... Để tìm hiểu thêm các quảng cáo khác liên quan đến thời trang, mời các bạn đón đọc quyển sách sắp phát hành "ARTC - nghệ thuật hình ảnh trong quảng cáo". Cuốn sách này sẽ đem đến hơn 20 case studies về các quảng cáo nổi tiếng trên thế giới; ngoài ra cũng gửi đến các bạn gần 400 hình ảnh quảng cáo tại các nước khác nhau.

>> THÁI THÙY ANH

