

[Click Here](#)



Anuncio jean paul gaultier

Yara Shahidi toma las riendas como la cara del nuevo perfume de Jean Paul Gaultier, Gaultier Divine. En un anuncio glamuroso, la actriz de Crown-ish es todo encanto y atractivo, luciendo un número inspirado en un corsé dorado y un alijo de collares en capas. La campaña la presenta como una diosa dorada rodeada de su corte.Campaña del perfume divino de Jean Paul GaultierEn el comercial, Yara Shahidi interpreta a una diosa junto a modelos, atrayendo a un barco de marineros como sirenas de mitos antiguos. La estrella de pelo rizado juega con un barco en miniatura que tiene al modelo masculino Raphael Diogo como capitán. Tiene el descaro y el glamour asociados con la marca de moda francesa.BOTELLA DIVINA GAULTIEREl frasco del perfume Gaultier Divine está inspirado en un corsé dorado. Foto: Jean-Paul Gaultier.El frasco de perfume Jean Paul Gaultier Divine refleja la inclinación de Gaultier por la sensualidad atemporal, tomando prestada su forma cónica de la icónica alta costura inspirada en la lencería del fundador. Es como abrazar una parte de la historia de la moda con cada niebla.La fragancia es nada menos que un viaje embotellado a través de terrenos contrastantes, creado por el perfumista Quintin Bisch. Provoca con notas marinas de sal, aporta una sensación de grandeza con la flor de lily y, finalmente, te cautiva con el merengue. Un marino floral gourmet: este eau de parfum desafía la simplicidad.YARA SHAHIDI: EL ROSTRO DE GAULTIER DIVINEYara Shahidi se hace pasar por el rostro de Gaultier Divine. Foto: Jean-Paul Gaultier.Yara Shahidi es el rostro radiante del eau de parfum Gaultier Divine. La actriz y activista aporta la realeza moderna a la fragancia, cautivando al público tanto en imágenes como en un comercial. Yara no es ajena a la moda y también es embajadora de Dior. Los modelos Thando Hopa, Tess McMillan y Lola Rodríguez se unen a Shahidi en la fascinante narrativa visual. En la anterior campaña, The Apartment, The Apartment (2009) , el marintero dejaba a su amante en la mañana después. En cambio en On the docks ella le atrae casi con cantos de sirena, haciendo encallar al barco en mitad de la ciudad. ¿Aquí podríamos estar hablando de un nuevo modelo de mujer, más fuerte, decididad y e intimidante?No te olvides de que hay dos clips en The Apartment; el Classique es ella quien le abandona a él por la mañana. No, yo creo que de nuevo On the docks mantiene mi visión de la femineidad. La saga Classique y Le Male siempre ha sido una expresión de una masculinidad libre de clichés y una feminidad triunfante.Classique, como su propio nombre indica, es todo un clásico de la perfumería actual. 20 años después de su lanzamiento la fragancia no ha cambiado pero las mujeres sí. ¿Por qué crees que sigue gustando tanto?Yo diría que es porque saben que es más que un perfume. ¡Classique es la esencia de la feminidad! Con él se sienten fuertes, poderosas, atractivas y ultrafemininas. La mujer Classique es como una amazona, un icono glamouroso, la femme fatale que toda mujer se imagina siendo.Lo mismo sucede con Le Male: la fragancia es la misma pero los hombres han cambiado. ¿Cómo puede seguir seduciendo años después?Sí, es exactamente lo mismo. Con sus tatuajes, los marineros representan esa imagen de chicos malos que tanto me gusta: un playboy en los límites de la sociedad con una (o un) amante en cada puerto. Y creo que los hombres son también así: llevar la fragancia les hace sentir como seductores con un corazón tierno.La historia del marintero y la mujer del corsé que hemos visto en todas las campañas siempre termina con ellos separados. ¿Alguna vez tendrá un 'final feliz' con ellos dos juntos?Buena pregunta! ¿Realmente se quieren? ¿Son solo amantes de una sola noche? ¡Nadie lo sabe! Y eso es lo que es hace aún más encantadores, ¿no os parece?El deseo siempre ha sido el hilo conductor de todos los vídeos de Classique y Le Male. ¿Es el perfume la manera más 'tangible' de darle forma a algo tan intangible como es el deseo?Siempre me he dejado llevar y siempre me dejaré llevar por el deseo. En el caso de estos perfumes, el deseo sensual y la llamada de los cuerpos de ambos está en la cuerda floja. Yo creo que una fragancia es la primera prenda que nos ponemos; está concebido para expresar tu personalidad, para seducir y ser seducido.Glamour estrena en exclusiva On the docks, antes de que se pueda ver en televisión. ¡Ya podéis ver la nueva historia de amor y desamor entre el marintero y la femme fatale del corsé!Esto te interesaLas 30 fragancias de la temporadaAndrés Velencoso, imagen del primer perfume de HE by MangoDavid Beckham lanza su nueva fragancia The new face of Jean Paul Gaultier's fragrance, Gaultier Divine, is Yara Shahidi. The Grown-ish actress radiates charm and attractiveness in a glitzy commercial while sporting a gold outfit with corset-inspired details and a collection of stacked necklaces. In the advertisement, she is depicted as a golden goddess with her court at her side.In the advertisement, Yara Shahidi portrays a goddess who seduces a ship of sailors like sirens from stories from the past. She appears with models. The actress with curly hair plays with a toy boat with male model Raphael Diogo at the helm. It exudes the boldness and glitz that define the French fashion label.The conical shape of the Jean Paul Gaultier Divine perfume bottle, which was inspired by the designer's renowned lingerie-inspired fashion, reflects Gaultier's taste for ageless sensuality. Every mist is like holding a fragment of fashion history.The smell was developed by perfumer Quintin Bisch and is nothing less than a journey across several landscapes in a bottle. It tantalizes with salty marine notes, exudes grandeur with fleur de lyls, and then enchants you with meringue. This Eau de perfume is a flowery gourmand marine that defies categorization.The luminous face of the Gaultier Divine eau de perfume is Yara Shahidi. By bringing contemporary royalty to the scent, the actress and activist captivates viewers in both images and a commercial. Extravagant, thrilling and over-the-top, Scandal invites us to join the most decadent party we have yet to attend. The campaign is a true reflection of Marciano's aesthetics, flawlessly connecting Jean Paul Gaultier's fashion and beauty worlds. Her true passion for and deep understanding of the fashion industry revisits the Jean Paul Gaultier brand in a more contemporary setting while paying homage to its rich heritage. We thus find ourselves in the heart of the dance floor of the iconic Parisian venue Le Palace, along with Imaan Hammam - the glamorous and elegant Moroccan-Egyptian-Dutch face of Jean Paul Gaultier since 2021 - and Parker Van Noord - the Dutch model representing a new generation of men and a new form of masculinity. The campaign is shot by up-and-coming cinematographer Antoine Cormier who alternates between wide shots and close-ups, high speed and slow motion adding dynamism and movement to the piece. The styling also plays a vital role: curated by Fashion Director at Novembre Magazine Georgia Pendlebury, we find a wild and extravagant ensemble of designs from the latest Jean Paul Gaultier collection. This professional campaign titled 'Scandal' was published in France in March, 2023. It was created for the brand: Jean Paul Gaultier, by ad agency: HENRY. This Integrated medium campaign is related to the Fashion industry and contains 1 media asset. It was submitted about 2 years ago by Niccolo. Credits Produced by: HENRY (@henry.tv) Director: Laura Marciano (@lolomarciano) Producer: Fanny Fragu (@fragute) DOP: Antoine Cormier (@antoinecormier) Photographer: Axel Aurejac (@axel_aurejac) Puig: Digital Marketing & Brand Content Director: Johanna Najar (@johanna.njr) Brand Content Manager: Tamara Fritz (@tamacitam) Brand Content Executive: Jorge Trigo Ruiz (@jorgetrigo Ruiz) Set Designer Film: Lucie Libotte (@lucielibotte) Set Design Film Assistants: Delphine Tillard (@delphinetillard), Thibaut Morisset, Théo Franceskij Set Designer photography : Victoria Salomonii (@victoria_salomoni) Set Design photography Assistant: Emma Culla Stylist: Georgia Pendlebury (@georgia_pendlebury) Stylist Assistants: Georgia Toscani, Michiel Heemskerk Hair Stylist: Yann Turchi (@yann_turchi) Hair Stylist Assistants: Mills Mouchopeda, Cléo Hobi, Lucile Bertrand Makeup Artist: Min Kim (@minkimmakeup) Makeup Assistants: Beatrice Han Ching, Alice Gabbi Nail Artist: Julio Villanova (@julio villanovanals) Line Producer: Ségolène Vial (@segolenevial) Production Coordinator: Léa Depienne 1st AD: Léo Belaisch 2nd AD: Auréliane Bonnefoy Focus Puller: Pierre Giraud 2nd Camera Assistant: Barbara Navarro Steadicamer: Adam Gulbol (@adam_gulbol) Photographer Assistant: Erwan Petersen Gaffer: Hugo Brossard Electricians: Hubert Eudeline, Louis Jamax, Axell Katomba Spark : Arthur Langlois Digtitech: Pedro Teles Grips: Laurent Dray, Maxime Toubiant, Lucille Leroy Unit Manager: Geraldine Note 2nd Unit Manager: Pamela Stein Editor : Ariane Kajdan (@arianekajdan) Colorist : Arthur Paux (@arthurpaux) Post-production Manager: Sebastien Gros Post-production company: McMurphy Talent Imaan Hammam (@imaanhammam), Parker Van Noord (@parkervannoord), Sarah Nyanchar, Cici Tamez, Amber Later, Ali Latif (@ali.latif), Reilly Patton Rebosante de ceñidos corsés femeninos y de marineros a pecho descubierto, el nuevo anuncio de Jean-Paul Gaultier bebe como fuente de inspiración de sus propios clichés, convertidos eventualmente en auténticos iconos de la moda.Rebosante de ceñidos corsés femeninos y de marineros a pecho descubierto, el nuevo anuncio de Jean-Paul Gaultier bebe como fuente de inspiración de sus propios clichés, convertidos eventualmente en auténticos iconos de la moda.Amalgamando mitos y cuentos de hadas, la firma francesa da cuenta de las bondades de su fragancia masculina «Le Male» de una manera tan sofisticada como absolutamente primorosa.Las mujeres que desfilan por el anuncio aparecen ataviadas con corsés de color beige y se miran de alguna manera en el espejo del emblemático «look» que Madonna lució allá por los años 90 en su inolvidable gira «Blond Ambition». En lo último de Jean-Paul Gaultier no podían faltar tampoco los marineros ataviados con camisetas de rayas y pantalones blancos, que se cuentan entre las prendas más icónicas del célebre diseñador paio, que anunció a principios de este año su retirada del mundo de la moda después de 50 años al pie del cañón, no visualiza correctamente el video embedded, haga clic aquíLa fragancia «Le Male» celebra este año su 25º aniversario y su frasco con forma de torso masculino se ha convertido en verdadero icono en el transcurso del último cuarto de siglo. Estatus de iconos tienen igualmente los marineros de brazos torneados y las múltiples alusiones homoeróticas que se abren paso en la nueva campaña de Jean-Paul Gaultier.En el anuncio de Jean-Paul Gaultier triunfa, como no podía ser de otra manera, el amor y, cuando un apuesto marintero ve aparecer en el mástil de un barco a una espectacular soprano rubia, éste no duda en dejarlo todo para arrojarse en sus brazos y dejarse arrullar por sus cánticos.No sabemos si al final, como el mito, el marintero morirá a manos de su amada, tan exultantemente bella como letal. Lo que sí está claro es que lo nuevo de Jean-Paul es un auténtico placer para las retinas de quien lo contempla.Rubrica el nuevo anuncio de Jean-Paul Gaultier la agencia Mazarine. ¡Suscríbete a nuestra newsletter! Sigue a MarketingDirecto.com en WhatsApp The Motorsport Images Collections captures events from 1895 to today's most recent coverage.Discover The CollectionCurated, compelling, and worth your time. Explore our latest gallery of Editors' Picks.Browse Editors' FavoritesExperience AI-Powered CreativityThe Motorsport Images Collections captures events from 1895 to today's most recent coverage.Discover The CollectionCurated, compelling, and worth your time. Explore our latest gallery of Editors' Picks.Browse Editors' FavoritesExperience AI-Powered CreativityThe Motorsport Images Collections captures events from 1895 to today's most recent coverage.Discover The CollectionCurated, compelling, and worth your time. Explore our latest gallery of Editors' Picks.Browse Editors' FavoritesExperience AI-Powered Creativity Suggest an edit or add missing contentYou have no recently viewed pages ★★☆☆★Valoración: 4.01 (1725 votos) Jean Paul Gaultier, una marca sinónimo de provocación, vanguardismo y alta costura, ha cautivado al entorno con sus campañas publicitarias tan memorables como sus diseños. Este artículo profundiza en la historia de sus estrategias de marketing, analizando los rostros que han representado la marca, las fragancias emblemáticas y el impacto cultural de sus anuncios. Índice El éxito de las campañas de Jean Paul Gaultier reside, en gran parte, en la cuidadosa selección de sus embajadoras. Estas mujeres no solo poseen una belleza excepcional, sino que encarnan la actitud audaz y la personalidad única que define la marca. Daphne Groeneveld: elegancia y sofisticación Daphne Groeneveld, modelo neerlandesa, ha sido imagen de diversas fragancias de Jean Paul Gaultier. Su presencia sofisticada y atemporal refleja la elegancia y la calidad de los productos de la marca. Su trayectoria internacional y su participación en campañas de alta gama la convierten en un rostro ideal para representar la imagen de lujo y sofisticación de Gaultier. Groeneveld ha desfilado para las casas de moda más prestigiosas del entorno, incluyendo Chanel, Dior, Gucci, y por supuesto, Jean Paul Gaultier. Su experiencia y reconocimiento internacional la posicionan como una figura clave en el entorno de la moda, ideal para transmitir la imagen de lujo y exclusividad que la marca busca proyectar. Yara Shahidi: feminismo y autenticidad Más recientemente, Yara Shahidi ha sido elegida como imagen de la fragancia Divine. Shahidi, actriz e influenciadora, representa una nueva era en la publicidad de Gaultier. Su activismo en favor de los derechos de la mujer y su personalidad auténtica se alinean perfectamente con la visión moderna y empoderadora de la marca. La elección de Shahidi no es casual; ella encarna la idea de belleza auténtica y empoderamiento femenino que Jean Paul Gaultier busca transmitir con su nueva línea de fragancias. Su popularidad en redes sociales, su impacto como actriz y su compromiso social, la convierten en una figura clave para conectar con un público joven y consciente de las nuevas tendencias sociales. Su participación en la campaña de Divine refuerza el mensaje de feminismo y autenticidad que la marca busca comunicar. Además de Shahidi, la campaña contó con otras modelos que refuerzan la idea de una belleza diversa e inclusiva. Tabla Comparativa: Modelos Jean Paul Gaultier Modelo Campaña Características destacadas Daphne Groeneveld Fragancias (varias) Elegancia, sofisticación, trayectoria internacional Yara Shahidi Divine Feminismo, autenticidad, activismo social La selección de las modelos refleja la evolución de la marca y su capacidad para adaptarse a los nuevos tiempos, manteniendo siempre su esencia vanguardista y rebelde. Las fragancias icónicas: más allá del aroma Las fragancias de Jean Paul Gaultier no son solo perfumes; son experiencias sensoriales que transmiten una narrativa completa. Cada fragancia está envuelta en un universo visual y conceptual que se extiende más allá del propio aroma. Divine: un homenaje a la feminidad moderna Divine, la última fragancia lanzada, representa la feminidad moderna en su máxima expresión. Su campaña publicitaria, protagonizada por Yara Shahidi, transmite un mensaje de empoderamiento femenino, celebrando la belleza diversa y la autenticidad individual. La botella, inspirada en el icónico corsé de Gaultier, simboliza la rebeldía y la sensualidad, dos elementos esenciales de la identidad de la marca.A lo largo de su historia, Jean Paul Gaultier ha lanzado una serie de fragancias icónicas, cada una con su propia personalidad y estética. Desde los aromas clásicos hasta las fragancias más vanguardistas, la marca ha logrado crear un universo olfativo que refleja la diversidad de su identidad. La publicidad de cada fragancia se ha adaptado a la personalidad del aroma y a las tendencias de la época, pero siempre conservando la esencia propia de la marca. El uso estratégico de modelos, la cuidadosa selección de imágenes y la creación de conceptos innovadores, han convertido a las campañas de Jean Paul Gaultier en un referente en el entorno de la publicidad de perfumes. Estrategias publicitarias: innovación y provocación Las campañas publicitarias de Jean Paul Gaultier se caracterizan por su innovación y su capacidad para provocar. La marca no teme desafiar las convenciones y siempre busca sorprender a su público con imágenes impactantes y mensajes atrevidos. El impacto cultural de las campañas Las campañas de Jean Paul Gaultier no solo venden productos; también crean una conversación. Sus imágenes icónicas se han convertido en parte de la cultura popular, alimentando debates sobre la belleza, el género, y la identidad. La marca ha sabido crear una imagen reconocible, impactante y memorable. Sus campañas publicitarias no solo venden fragancias y ropa, también transmiten un mensaje cultural. Análisis de las estrategias de marketing La estrategia de marketing de Jean Paul Gaultier es multifacética. Se basa en la creación de campañas publicitarias innovadoras, la cuidadosa selección de embajadoras que encarnan los valores de la marca, y la construcción de un universo visual y conceptual coherente. La marca ha sabido conectar con su público a través de mensajes poderosos y estéticamente impactantes. La estrategia ha evolucionado a lo largo de los años, pero siempre ha mantenido su esencia vanguardista y provocadora. Consultas habituales sobre la publicidad de Jean Paul Gaultier A continuación, respondemos a las preguntas más frecuentes sobre las campañas publicitarias de Jean Paul Gaultier : ¿Quién es la chica del anuncio de Jean Paul Gaultier? La respuesta depende del anuncio. La marca ha colaborado con numerosas modelos a lo largo de los años, incluyendo a Daphne Groeneveld y Yara Shahidi. ¿Qué canción es la del anuncio de Jean Paul Gaultier? La música utilizada en las campañas de Jean Paul Gaultier varía según la campaña. Es importante especificar la campaña para obtener una respuesta precisa. ¿Quién hace la publicidad de Jean Paul Gaultier? La marca cuenta con un equipo de marketing interno y colabora con agencias publicitarias para la creación de sus campañas.La publicidad de Jean Paul Gaultier es un reflejo de la propia marca: audaz, innovadora, y culturalmente relevante. La cuidadosa selección de modelos, la creación de fragancias icónicas, y la implementación de estrategias de marketing innovadoras han consolidado a la marca como un referente en el entorno de la moda y la belleza.Si quieres conocer otros artículos parecidos a Jean paul gaultier publicidad: rostros, fragancias y campañas icónicas puedes visitar la categoría Marketing. Yara Shahidi stars in Jean Paul Gaultier 'Gaultier Divine' perfume ad campaign. Photo: Jean Paul Gaultier Yara Shahidi takes the reins as the face of Jean Paul Gaultier's new perfume, Gaultier Divine. In a glamorous advertisement, the Grown-ish actress is all charm and allure, donning a gold corset-inspired number and a cache of layered necklaces. The campaign features her as a golden goddess surrounded by her court. In the commercial, Yara Shahidi plays a goddess alongside models, luring a ship of sailors like sirens from ancient myths. The curly-haired star toys with a miniature boat that has male model Raphael Diogo as the captain. It has the cheekiness and glamour associated with the French fashion brand. The Gaultier Divine perfume bottle is inspired by a gold corset. Photo: Jean Paul Gaultier The Jean Paul Gaultier Divine perfume bottle mirrors Gaultier's penchant for timeless sensuality, borrowing its conical shape from the founder's iconic lingerie-inspired couture. It's like embracing a piece of fashion history with every mist. The scent is nothing less than a bottled voyage through contrasting terrains, created by perfumer Quintin Bisch. It teases with marine notes of salt, brings a sense of grandeur with fleur de lyls, and finally, entrances you with meringue. A floral gourmand marine—this eau de parfum defies simplicity. Yara Shahidi poses as the face of Gaultier Divine. Photo: Jean Paul Gaultier Yara Shahidi serves as the radiant face of the Gaultier Divine eau de parfum. The actress and activist brings modern royalty to the fragrance, captivating audiences in both visuals and a commercial. No stranger to fashion, Yara is also a Dior ambassador. Models Thando Hopa, Tess McMillan, and Lola Rodríguez join Shahidi in the mesmerizing visual narrative.