

## Hasła reklamowe kosmetyków grupy L'Oreal

---

L'Oreal od dawna stawia na dobre hasła reklamowe.

**Marka była w ubiegłym roku największym reklamodawcą w polskiej prasie. Wydała 88,6 mln zł, o ponad 30 procent więcej niż rok wcześniej.**

### Hasła reklamowe uwodzą kobiety

Najsłynniejsze **hasła reklamowe** zachowują swoją oryginalność i są aktualne przez lata. W 1973 roku Ilon Szpecht z agencji McCann stworzyła slogan na potrzeby kampanii L'Oreal. Miał zachęcać do kupowania farb do włosów Preference, którymi francuski producent chciał podbić rynek amerykański. Slogan brzmiał: „Ponieważ jestem tego warta”. Podkreślał niezależność kobiety, która sama wie, co jest dla niej dobre. Potrafi wybrać produkt, dzięki któremu będzie się czuła elegancko i komfortowo. Nie musi być przekonywana przez ekspertów i wyniki badań w specjalistycznych laboratoriach. Kampania okazała się sukcesem. Slogan długo towarzyszył kolejnym produktom L'Oreal, chociaż pojawiały się nowe **hasła reklamowe**. Pod koniec lat 90. zmodyfikowano slogan. Zamieniono jedną literę, ale przekaz uległ zmianie. „Ponieważ jesteś tego warta” stał się sloganem firmowym grupy L'Oreal. W myśl zasady: my wiemy, co jest dla ciebie najlepsze. Ambasadorkami marki L'Oreal były lub są m.in. Jane Fonda, Claudia Schiffer, Leticia Casta, Penelope Cruz czy Eva Longoria. Patrząc na nie można uwierzyć we wszystkie *hasła reklamowe*.

### Hasła reklamowe w świecie kosmetyków

Grupa L'Oreal Paris jest największym koncernem kosmetycznym na świecie. Należy do niego wiele znanych marek, takich jak Garnier, Lancome, Maybelline New York czy Ralph Lauren. Ich wyroby promują **hasła reklamowe**, które często wykraczają poza kontekst rynkowy i trafiają do języka potocznego. Koncern oferuje tak zwany dostępny luksus. Nowoczesne technologie dostarczają produkty, które są dostępne w szerokiej dystrybucji. Zwłaszcza dotyczy to produktów do pielęgnacji ciała i twarzy. Wyroby grupy sprzedawane są w ponad 120 krajach. Należy do niej 500 marek. Nad stworzeniem nowego produktu średnio pracuje 30 badaczy i specjalistów w całym świecie przez okres do dziesięciu lat. Koncern jest także liderem na rynku urody w Polsce. W 2004 roku w kampanii farby do włosów Garnier Color Naturals wzięła udział aktorka Joanna Brodzik. Blondynka zmieniła kolor włosów na złoty brąz. **Hasła reklamowe**, które towarzyszyły kampanii brzmiały: „Intensywny kolor, bez zniszczonych włosów” i „Przekonaj się sama”. Dłuższą historię mają *hasła reklamowe* marki Maybelline, producenta kosmetyków do makijażu. Najbardziej znane – „Może to jej urok, może to Maybelline” powstało w 1991 roku i do dziś jest wykorzystywane w kampaniach reklamowych. Chemicy od kosmetyków pracują na okrągło. Cóż nowego można wymyślić w farbowaniu włosów? Na przykład Garnier Color Sensation. Intensywny trwały krem z masą perłową i olejkiem kwiatowym ma powodować zmysłowy kolor i zapewniać 100-procentowe pokrycie siwych włosów. **Hasła reklamowe** zachęcają: „Zmień kolor na sensacyjnie piękny!”. Żel pielęgnujący dla mężczyzn promują *hasła reklamowe*: „Czysta skóra. Mniej niedoskonałości. Jeszcze więcej przyjemności”. Najciekawsza reklama L'Oreal, odbiegająca od kosmetycznych standardów, pojawiła się na początku roku. Slogan wydaje się mało oryginalny – „Dla każdego rodzaju włosów”. Jednak w zestawieniu z fotografią wychodzi jego przewrotność. Mężczyzna ma nietypową, dużą brodę, ale po dokładniejszym przyjrzeniu się widać, że są to włosy innej osoby. Reklamowy luz na plus.

Jerzy Danilewicz

Artykuł z archiwum ANAGRAM Naming

---

Autor: Maria Orkwiszewska

Artykuł pobrano ze strony [eioba.pl](http://eioba.pl)