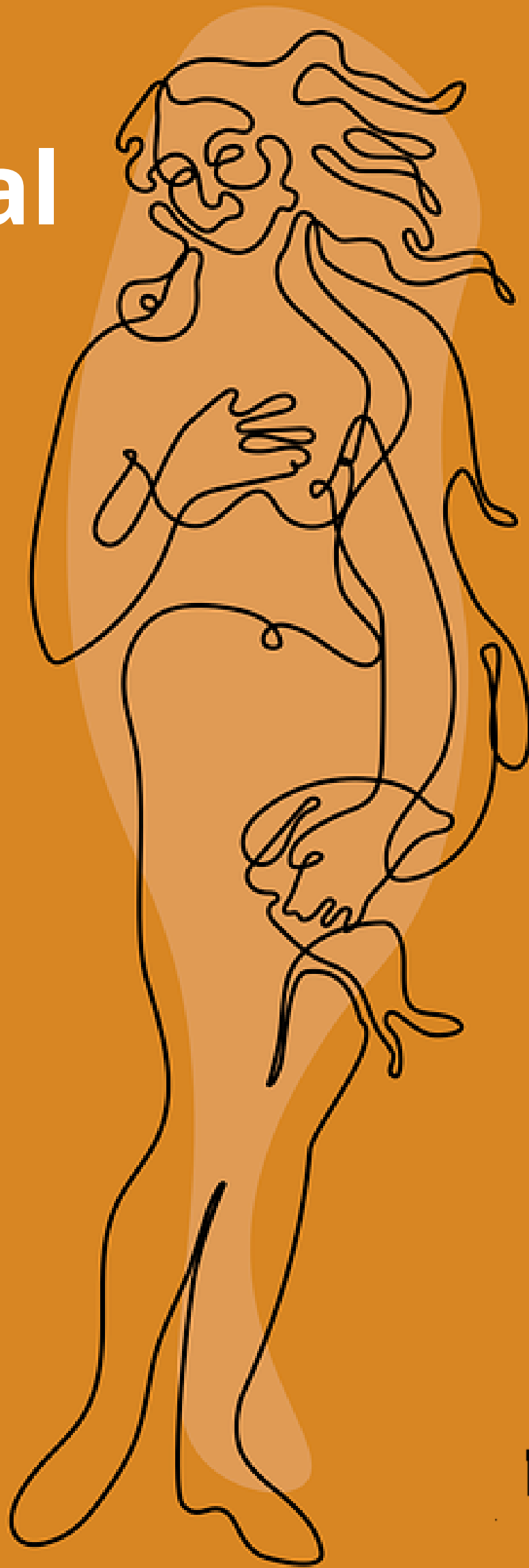


La Venere testimonial



**FRANCESCO
GENTILE**



SOCIAL MEDIA MANAGER | CONTENT CREATOR | COPYWRITER

I 3 capolavori artistici più presenti nelle pubblicità (La Gioconda, Van Gogh e la Venere) sono spesso stati usati nella stessa campagna pubblicitaria separati (come nel caso della **Lego**) o tutti insieme come nel caso di questo cartellone di un ottico tedesco. Ognuno indossa l'occhiale più adatto al proprio viso come suggerisce il payoff: "gli occhiali giusti per tutti".



**FRANCESCO
GENTILE**



SOCIAL MEDIA MANAGER | CONTENT CREATOR | COPYWRITER



In Cile la marca **Sedal** mostra una Venere non più bionda ma castana per effetto del loro shampoo. Il payoff è infatti "*Deep restoration for colored Hair*" (Restauro profondo per capelli colorati).

**FRANCESCO
GENTILE**



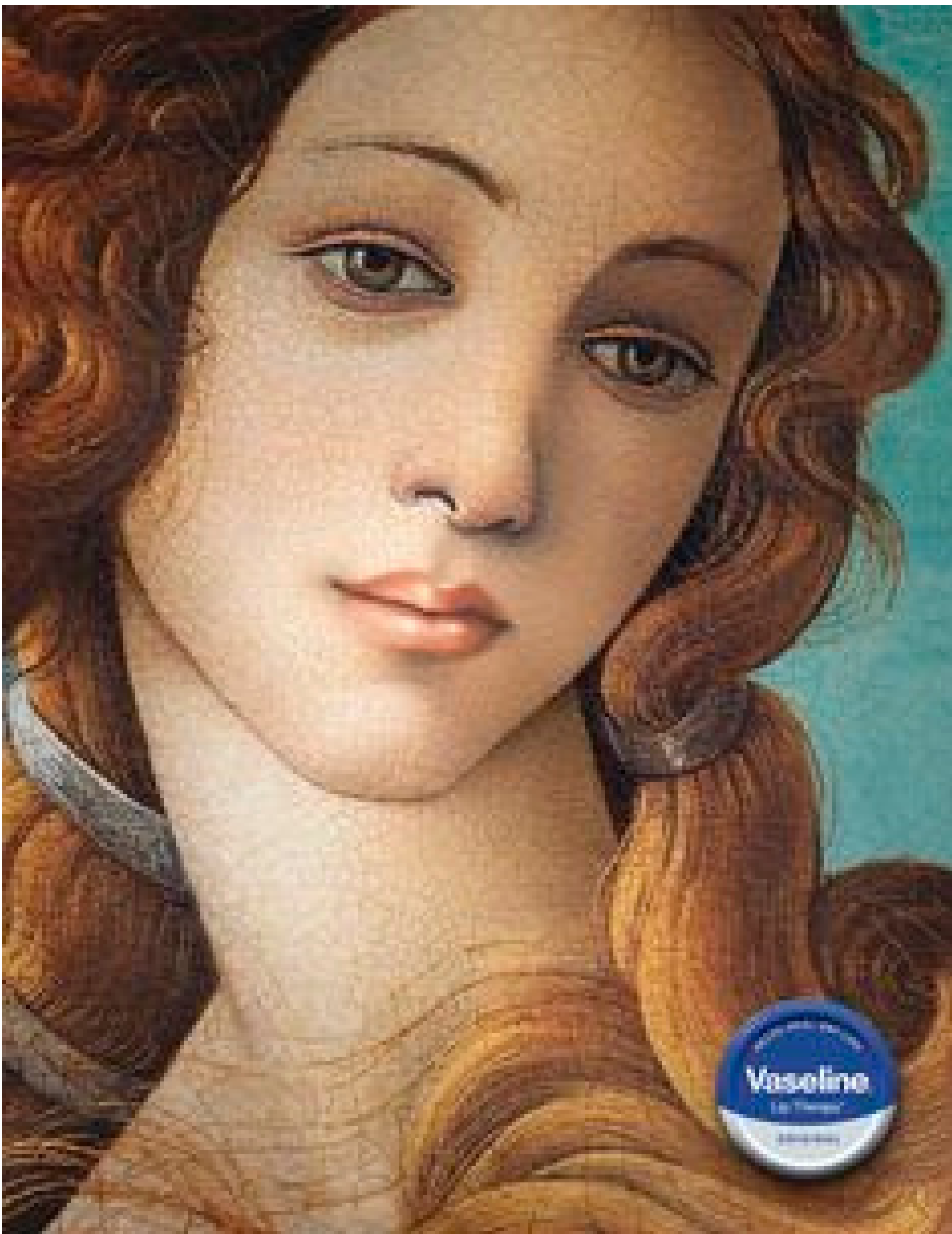
SOCIAL MEDIA MANAGER | CONTENT CREATOR | COPYWRITER

Nell'annuncio della spagnola **Balay**, produttore di elettrodomestici, la Venere scompare dal dipinto per la potenza del loro nuovo condizionatore, più forte anche del soffio dei venti Zefiro e Aura.



Situazione analoga nella pubblicità **Rebook**, con la Venere nuovamente assente. Il messaggio è chiaro: per correre veloci come il vento basta indossare le scarpe del marchio in questione, sospinti dal soffio di Zefiro e Aura.





Vaseline svela il segreto della bellezza della pelle di Venere. Il suo prodotto, infatti, idrata la pelle in profondità, aiuta la pelle a rigenerarsi e la protegge dagli effetti esterni.



La Lega Nazionale per la difesa del cane, per sensibilizzare i proprietari a raccogliere le feci dei propri amici a 4 zampe, propone una Venere che per evitare un escremento canino rimane con la gamba alzata.

If you don't take care of your dog's pooh, someone else will have to.



FRANCESCO GENTILE



SOCIAL MEDIA MANAGER | CONTENT CREATOR | COPYWRITER



L'ARTE FA
LE ORE PICCOLE

Per l'edizione del 2011 de "**La Notte dei Musei**" la Venere di Botticelli viene mostrata con gli occhi chiusi per giustificare l'"headline" *"L'arte fa le ore piccole"*.

La notte dei musei - 14 maggio 2011

Entra gratis nei musei statali dalle ore 20:00 alle ore 02:00 (ultimo ingresso ore 01:00)

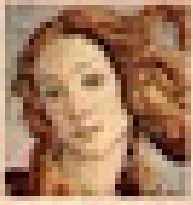
Tutti gli eventi su: www.boniculturali.it e sull'applicazione gratuita i-MBAC-Top40. Info numero verde 800 99 11 99

**FRANCESCO
GENTILE**



SOCIAL MEDIA MANAGER | CONTENT CREATOR | COPYWRITER

Spesso si imita l'originale per facilitare l'associazione, come nella pubblicità degli anni '70 di uno shampo che ha probabilmente ispirato la campagna **De Beers** del 2005 con protagonista la modella Lily Cole. In quest'ultimo annuncio, rispetto al dipinto originale, la posizione della mano è stata modificata per consentire al pubblico di ammirare il prezioso anello.



Not since 1951 has there been color so rich, so radiant.

1951. That was the year Bettinelli gave the world the Wave. A masterpiece of rich, radiant color that waves after waves radiates the world! Rich color mixed with a gloss to attract light to the color. The result was a hair that glows with a shimmering radiance. Now in 2005, you have seen how the color waves radiate with the waves of Lily Cole from Time. A rich color that glows with light. And it comes with a special perfume that actually attracts light to the color. ... the same way the gloss did in Bettinelli's '51. You lightening the hair, attract color waves. Look. Radiant color that lets you give Bettinelli's Wave more and more.

Lily Cole from Time. It brings beautiful color to light.



D
De Beers
Forever, more.

FRANCESCO GENTILE 

La modella Veruschka, molto famosa negli anni Sessanta del XX secolo, ripropone la botticelliana Nascita di Venere per la pubblicità di una linea di cosmetici (**Secret of the Sea**) firmati da Dorothy Gray.



Some goddesses were born that way.
Some know the Secret of the Sea.

Secret of the Sea is the precious creature
with an oceanful of moisture.

And now Secret of the Sea is a
collection of lipcolors that kiss your
thirsty lips with moisture ... nailenamels
so rich they can only do you good.

Twelve divine shades of Secret of the
Sea lipcolor and nailenamel. You may wear
them all.

There are two ways to be a goddess.
One is to be born that way.

The other is to know the Secret of
the Sea.

Secret of the Sea
by Dorothy Gray

at appointed stores.

**FRANCESCO
GENTILE**



SOCIAL MEDIA MANAGER | CONTENT CREATOR | COPYWRITER

La versione in carne e ossa creata per la campagna pubblicitaria per la **XXI Fiera Internazionale del Libro** di Torino del 2008 è molto fedele al dipinto originale. Il volto è quello della giovane modella ucraina Olena Popova, mentre lo slogan "*La bellezza salverà il mondo*" richiama la celebre frase di Fedor Dostoevskij.



Ci salverà la bellezza

XXI FIERA INTERNAZIONALE DEL LIBRO
TORINO LINGOTTO FIERE, 8 - 12 MAGGIO 2008

www.fieralibro.it



**FRANCESCO
GENTILE**



SOCIAL MEDIA MANAGER | CONTENT CREATOR | COPYWRITER

Una versione della Venere surfista è quella presentata da **Smolder**, brand brasiliano del settore, con lo slogan *'Surf is sacred'*. La dea appare insieme ad altri surfisti in ambientazioni che richiamano pareti e soffitti dipinti ad affresco.

A chiarire lo slogan ci pensa la scritta 'Il surf è davvero benedetto. Basta guardare quante dee ci sono sulla spiaggia'.



Nel 2011 il **MiBAC** (Ministero per i Beni e le Attività Culturali) per promuovere l'iniziativa che consiste in un ingresso omaggio per i cittadini italiani e dell'Unione Europea ai luoghi della cultura statali nel giorno del proprio compleanno, mostra i venti Zefiro e Aura che soffiano sulle candeline di una torta.

L'ARTE TI FA GLI AUGURI.

ENTRI GRATIS
NEI MUSEI
STATALI
IL GIORNO
DEL TUO
COMPLEANNO.



MINISTERO
PER I BENI E
LE ATTIVITÀ
CULTURALI

WWW.BENICULTURALI.IT

**FRANCESCO
GENTILE**



SOCIAL MEDIA MANAGER | CONTENT CREATOR | COPYWRITER



The art of Italian chocolate

La marca **Ferrero** per sottolineare che i suoi cioccolatini sono una vera opera d'arte (lo slogan è "*The art of Italian chocolate*") si affida a una icona come la Venere di Botticelli.

Il suo volto, grazie a un ritocco digitale, mostra in modo inequivocabile che la dea sta gustando un cioccolatino Ferrero Rocher.

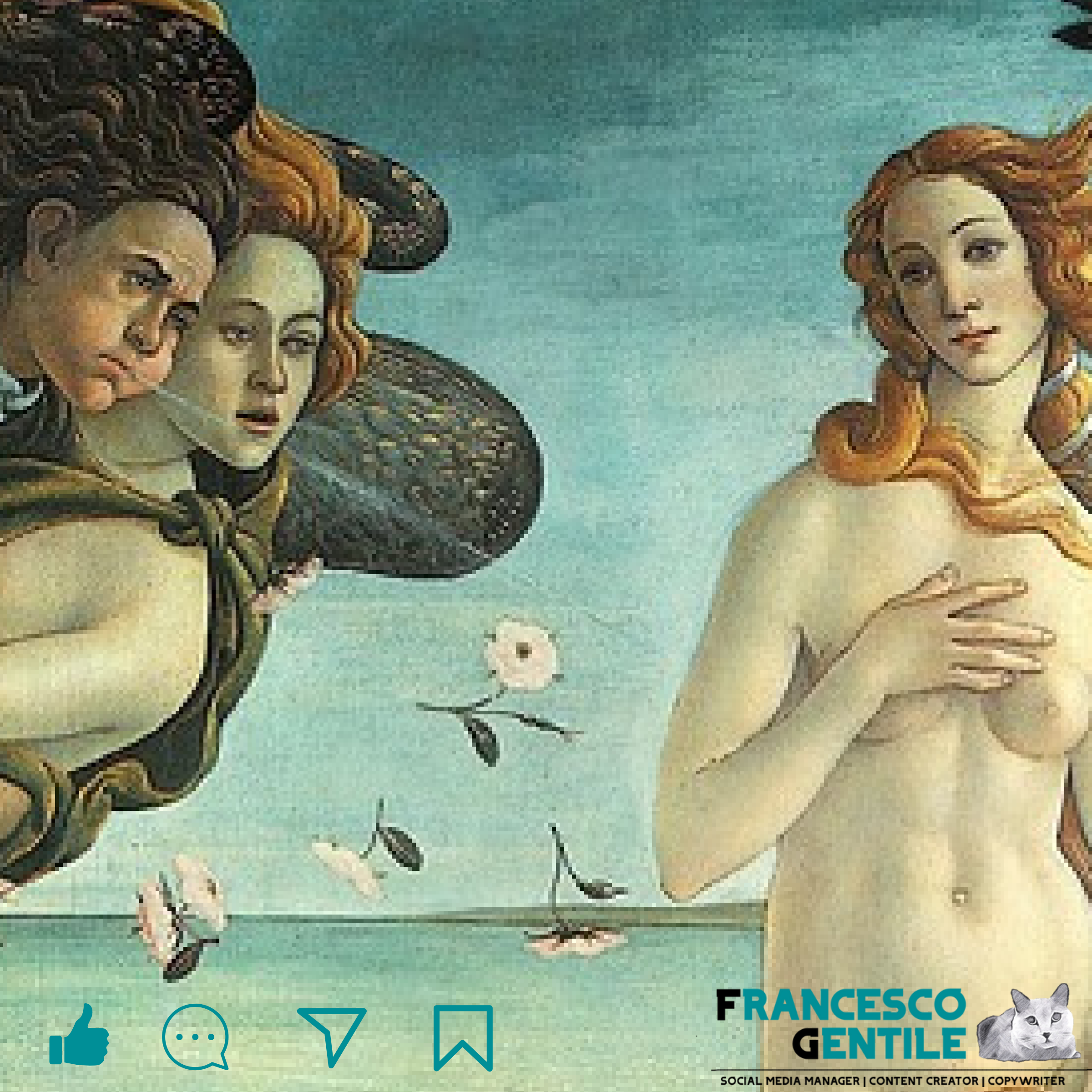
**FRANCESCO
GENTILE**



SOCIAL MEDIA MANAGER | CONTENT CREATOR | COPYWRITER



Divertente è anche l'annuncio della multinazionale **Henkel** per uno dei suoi detergenti per la casa. Lo slogan che promette delle superfici perfettamente pulite ("*Leaves surfaces totally clean*") è accompagnato da un'immagine della Venere riprodotta su una superficie a mattonelle che, una volta toccata dallo strabiliante prodotto, lascia affiorare il nudo luminoso e brillante della dea.



**FRANCESCO
GENTILE**



SOCIAL MEDIA MANAGER | CONTENT CREATOR | COPYWRITER