

ла изображена обнаженная белокожая рыжеволосая Софи Даль, лежащая (а точнее, изгибающаяся в экстазе спину) на темно-синем бархате. Этот снимок, автором которого был, кстати, Стивен Майзел — еще один enfant terrible среди фотографов, — вызвал бурю негодования и стал чуть ли не самой скандальной рекламой за всю историю существования рекламы в принципе. По слухам, на нее было подано более 700 официальных индивидуальных и групповых жалоб из-за эксплуатации эротики, обнаженного женского тела и так далее.

Через пару лет, уже будучи креативным директором Gucci, Форд снова напомнил о себе — на этот раз он «брендировал» лобок модели, выбрив на нем логотип модного дома в виде буквы G. И, как ни странно, ему довольно легко спустили с рук эту дер-

зость — Gucci просто заявили, что это попытка сыронизировать над всеисильностью брендов в столь непростое для всех нас время — эпоху потребления. Ну, раз ирония, тогда ладно. А раз ладно, то можно пойти еще дальше. Для своего собственного бренда Том Форд сделал несколько крайне откровенных и недвусмысленных рекламных кампаний, и самой прямолинейной из них является, пожалуй, реклама туалетной воды Tom Ford For Men, в которой крупным планом изображен полупрозрачный флакон духов, расположенный между ног полностью обнаженной и густо намазанной маслом модели. Естественно, эта реклама была, как говорится, коллективно отправлена в бан, но так называемый месседж бренда был доставлен адресату — Tom Ford для дерзких, раскрепощенных, красивых и незаурядных.

Итальянцы Dolce & Gabbana тоже отметились в списке провокаторов, выпустив в 2007-м снятую Стивеном Кляйном рекламу своей летней коллекции, которую «в народе» прозвали фантазией об изнасиловании. Обнаженный по пояс молодой человек крепко держит за запястья лежащую перед ним девушку (нарядную и при безупречном макияже), а вокруг стоят безмолвные наблюдатели — все так же по пояс голые мужчины с идеальными телами. Конечно же, эту рекламу быстро осудили, сняли и вовсе запретили — за использование женского образа как объекта, за пропаганду насилия и за шовинизм, — но продажи итальянского дуэта выросли в тот сезон на 21%.

В 2010 году Suit Supply тоже сделали ставку на шовинизм и объективизацию женщин и выиграли — их серия рекламных

фотографий, на которых женщины не колеблясь отдаются мужчинам только лишь за то, что на них отлично сидит костюмчик, довольно быстро была запрещена, но продажи выросли чуть ли не в несколько раз. Причем, по слухам, среди покупателей прибавилось женщин, что практически довело до публичных истерик особо преданных идее феминисток.

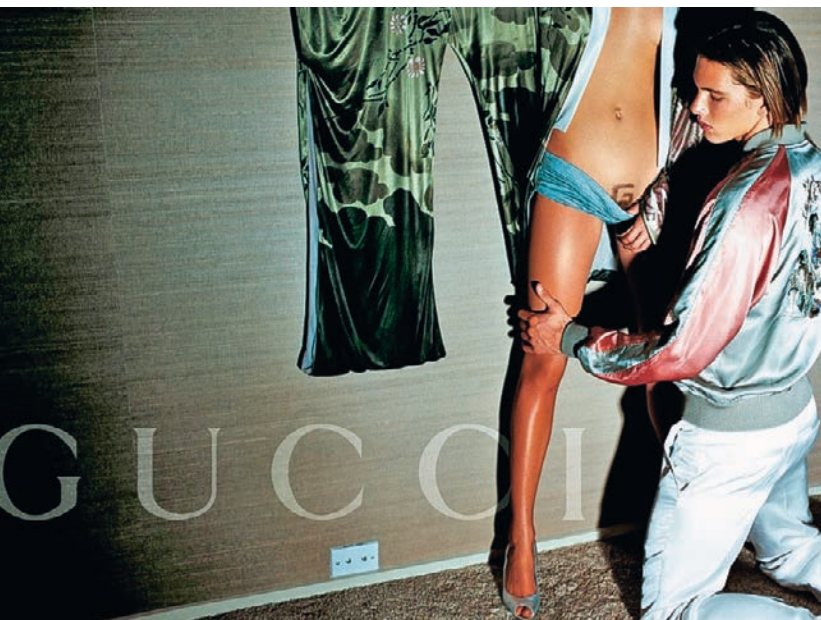
Некоторые рекламные кампании умудрились произвести нужный эффект, вообще не будучи выпущенными: плакат Ungaro 2002 года, на котором изображена удовлетворяющая себя женщина, и крайне откровенный видеоролик Agent Provocateur с Кайли Миноуг в главной роли стали причиной больших скандалов и были запрещены еще до официальной публикации, и это несколько не повлияло на популярность



SUIT SUPPLY, 2010



SUIT SUPPLY, 2014



GUCCI, 2003

TOM FORD, 2007



TOM FORD, 2011

