



Произошел громкий мировой скандал, который подтвердил, что даже на Западе в шоке от разгула толерантности. Модный дом Balenciaga пресса обвинила в пропаганде педофилии. Его модели, дети, позируют с плюшевым мишкой, одетым в костюм из магазина для взрослых.

По всему миру массово уничтожают люксовые вещи Balenciaga. Их сжигают, режут на части, отрывают бирки бренда. В соцсетях набирает обороты челлендж "закроем Balenciaga". А все из-за новой рекламы, которая вывела из себя даже сверхтолерантное западное общество.

— Несмотря на это, я думаю, что это ужасно, и когда я читала и смотрела все видео, меня буквально тошнило.

Казалось бы, на фото всего лишь маленькая девочка с плюшевым медведем в руках. Но тот одет в кожаную портупею, очень напоминающую продукцию секс-шопов. А на другом фото ребенок уже и вовсе лежит на диване, а перед ним разложен реквизит. В глаза сразу же бросается миска с шипами, прямо как у ошейника для взрослых. Самые внимательные пользователи уже в другой рекламе бренда заметили, что под сумкой лежат судебные документы о детской порнографии.

"На другом снимке фигурирует распечатка решения Верховного суда о том, что можно, а что нельзя считать "детской порнографией" — в Balenciaga явно хотели, чтобы вы это заметили. И мы хотим, чтобы вы это заметили, у нас тут крупный международный бренд рекламирует детское порно и секс с детьми и делает это открыто",
— заявил американский телеведущий Такер Карлсон.

На фото Изабель Юппер разглядели альбом, посвященный бельгийскому художнику Михаэлю Борремансу. Он часто пишет обнаженных детей, в крови или даже кастрированных, называя их херувимами.

Казалось бы, Balenciaga уже зарекомендовала себя на рынке, продукция стоит сотни тысяч рублей и при этом хорошо покупается. Видимо, директору модного дома Демне Гвасалии все мало, вот бренд и решил пойти на "такое неуместное творчество". А когда стали тонуть в волне негатива, то от идеи поспешили откреститься.

"Включение этих документов в процесс съемок является результатом халатности, за что Balenciaga призвала виновных к ответственности и судебный иск. Мы несем полную ответственность за отсутствие надзора и контроля",
— подчеркнули в компании.

Ответственность возложили на плечи продакшн-студии North Six и дизайнера Николаса де Жардена, которые организовали съемку. Бренд предъявил студии иск на 25 миллионов долларов. Агент дизайнера утверждает, что представители Balenciaga следили за каждым моментом съемки. По мнению специалистов, бренд просто нашел козла отпущения.

— Каждый шаг каждой рекламной кампании утверждается задолго до выхода самыми главными людьми этого бренда, поэтому они как бы решили не вкладываться в рекламную кампанию, а решили сделать скандальный контент.

Так считают и многие селебрити. Канье Уэст призвал звезд публично осудить бренд. Одет при этом он был в Balenciaga. Но на куртке и сапогах просто заклеил лейбл своим логотипом. А его бывшая жена и по совместительству лицо бренда Ким Кардашьян хоть и осудила рекламную кампанию, но сотрудничество с Balenciaga разрывать не стала.

"После разговора с ними мне кажется, что они поняли серьезность вопроса и примут необходимые меры в будущем для того, чтобы это никогда не повторилось. Что касается

моего будущего сотрудничества с Balenciaga, в настоящее время я пересматриваю свои отношения с брендом", — сказала она.

В скандале засветилась и русский дизайнер Лотта Волкова. Она одна из главных стилистов Balenciaga. Девушка любит выставить посты в Instagram (соцсеть запрещена в РФ) на темы сатанизма, насилия и педофилии. Пользователи уверены, она тоже приложила руку к созданию этой рекламы.

В России на такую рекламу тоже отреагировали. Звезды шоу-бизнеса готовы поддержать отказ от бренда и избавиться от люксовой продукции.

Balenciaga извинилась, провокационные фото из соцсетей удалила. Но несмотря на, бренд добился своего: о них говорят.

— Информационный повод — возможность пропиариться по полной программе. Мало того что она прошла очень серьезную экспертизу в юридическом отделе этой фирмы, который изначально был готов к накату информационному, к тому, что кому-то она могла не понравиться.

Но, несмотря на такую реакцию общественности, сами родители детей, участвовавших в съемках, считают историю "раздутой". Они утверждают, что маленькие модели просто хорошо провели время. Но, учитывая цены на продукцию Balenciaga в сотни тысяч рублей, гонорар за съемку был тоже немаленький. Вероятно, бренд хорошо заплатил за такой пусть и черный, но пиар.