



Наталья Водянова остается лицом бренда Stella McCartney - рекламная кампания коллекции весна-лето 2012 выполнена в коллажном стиле с черно-белой фотографией супермодели и яркими, выглядящими раскрашенными цветами.

Непривлекательную рекламу мне всегда было сложно понять (разве что эпатажную) - в данном случае "естественный образ" Водяновой смотрится совершенно невыигрышно, "грязным", антиглянцевым. Кто-то может сказать, что это и есть красота, но я слабо поверю такому человеку - не вижу красоты. А яркие цветы окончательно отвлекают внимание от модели. Чего добивались создатели имиджей кампании?

Фотограф: Мерт&Маркус