

Кейс 12.

Все больше брендов попадают в скандалы, связанные с культурной апроприацией. В 2018 г. в центре всеобщего внимания оказался масс-маркет бренд Zara. Концепция, где заимствование элементов одной культуры членами другой рассматривается как оскорбительное явление, затронула новую юбку за 89 долларов, которая напоминает лунги – мужскую национальную одежду жителей Индии и других азиатских стран. Пользователям Сети не понравилось, что важный элемент культуры многих народов расценивается как «просто красивая юбка». Многих возмутила завышенная цена, так как, например, в Индии лунги можно купить за 1 доллар. Были и те, кто выступил в защиту бренда, назвав это нелепым недоразумением и отметив, что национальная одежда могла послужить вдохновением, но никак не намеренным оскорблением.

Задание:

1.Обратившись к теме «Основы коммуникации в PR», определите, в чем допустил ошибку бренд Zara.

2.Разработайте план по реализации стратегии антикризисного реагирования для бренда, позволяющий избежать репутационных потерь или минимизировать их.

