Бренд женского нижнего белья Victoria’s Secret откажется от феминистского облика из-за падения продаж, пишет The Independent.

Руководители компании хотят вернуться к «сексуальной привлекательности» взамен бодипозитива после того, как ребрендинг плохо сказался на бизнесе.

Victoria’s Secret разработал план увеличения доходов, который включает возрождение купальников и спортивной одежды и расширение ассортимента платьев-комбинаций и корсетов.

В 2018 году бренд нижнего белья отказался от гламурных подиумов и фирменных «ангелов» и начал продвигать разнообразную повестку, приглашая на показы моделей плюс-сайз и трансгендеров.

Однако прибыль от продаж ежегодно понижалась. В этом году выручка ожидается в размере 6,2 миллиарда долларов, что на миллиард меньше зарегистрированных в 2018 году.

Руководители оценили убытки и решили вернуться к первоначальным образам.

«Сексуальность может подчеркнуть разнообразный опыт наших клиентов, и это то, на чем мы сосредоточены», — заявил президент бренда молодежного предприятия компании Victoria’s Secret & Pink Грег Юнис.

В сентябрьском телепоказе бренда The Tour ‘23 участвовали Наоми Кэмпбелл , Джиджи Хадид, Эмили Ратаковски, Хейли Бибер, Джулия Фокс и другие модели.

Victoria’s Secret специализируется на продаже женского нижнего белья, купальников, одежды и парфюмерии. В 2021 году была выделена из американской корпорации L Brands в отдельную независимую компанию.