

Unilever: excuses voor topless dj

10-07-2008 00:00

Een marketingcampagne van Unilever in Israël heeft voor beroering gezorgd in de ultra-orthodoxe joodse gemeenschap. Het concern probeerde de aandacht te trekken voor een Axe-deodorant met een topless Hongaarse discjockey op aanplakbiljetten. Dat schrijft de Israëlische krant Haaretz woensdag.

Unilever schreef een excuusbrief, maar rabbijn Gabriel Papenheim neemt daar geen genoegen mee. "De belediging was niet alleen tegen ons gericht, maar ook tegen het seculiere deel van de bevolking", aldus een verbolgen Papenheim. De Hongaarse dj Niki Belucci figureerde topless op aanplakbiljetten voor het Axe-feest. Ze prijkte op de posters met ontbloot bovenlijf, handen op haar schouders waardoor haar borsten deels bedekt zijn met haar armen. Tijdens haar dj-sessie hield Niki haar tepels overigens wel bedekt.

In Israël behaalt Unilever zijn omzet voor een groot gedeelte uit de verkoop van producten aan de joods-orthodoxe gemeenschap. Daartoe past het bedrijf zijn reclamecampagnes aan om niet te provoceren. Zo werd in een Dove-reclame een vrouw in T-shirt verwijderd omdat dit de joods-orthodoxe gemeenschap tegen de haren in kon strijken.

Axe staat bekend om zijn provocerende reclames. Unilever liet weten dat 'dit in de internationale strategie voor Axe past': "We sponsorden slechts een privé-feest". Het bedrijf zegt in de toekomst voorzichtiger te werk te zullen gaan.