

Glamour People

Albert-J. de Buttes-LaCôte



Naomi Campbell, Fawaz Gruosi und Adriana Karembeu : Lancierung der Kollektion Jacovides in Gstaad

Die CEOs der Schweizer Marken für Prestige-Uhren und –Schmuck umgarnen mit ihren herrlichen Kreationen die internationalen Stars des Showbiz und surfen mit grossem Talent auf der Welle des Glamours. Wenn auch die ersten Kontakte meist verheissungsvoll erscheinen, sind die langfristigen Verträge doch eher selten.



Einweihung der Heritage Gallery: Jérôme Lambert CEO von Jaeger-LeCoultre mit Carole Bouquet.



Cecil Purnell und Daniel Levi. Eine Affäre „Coeur ouvert“ veranlasst durch Stéphane Valsamides.

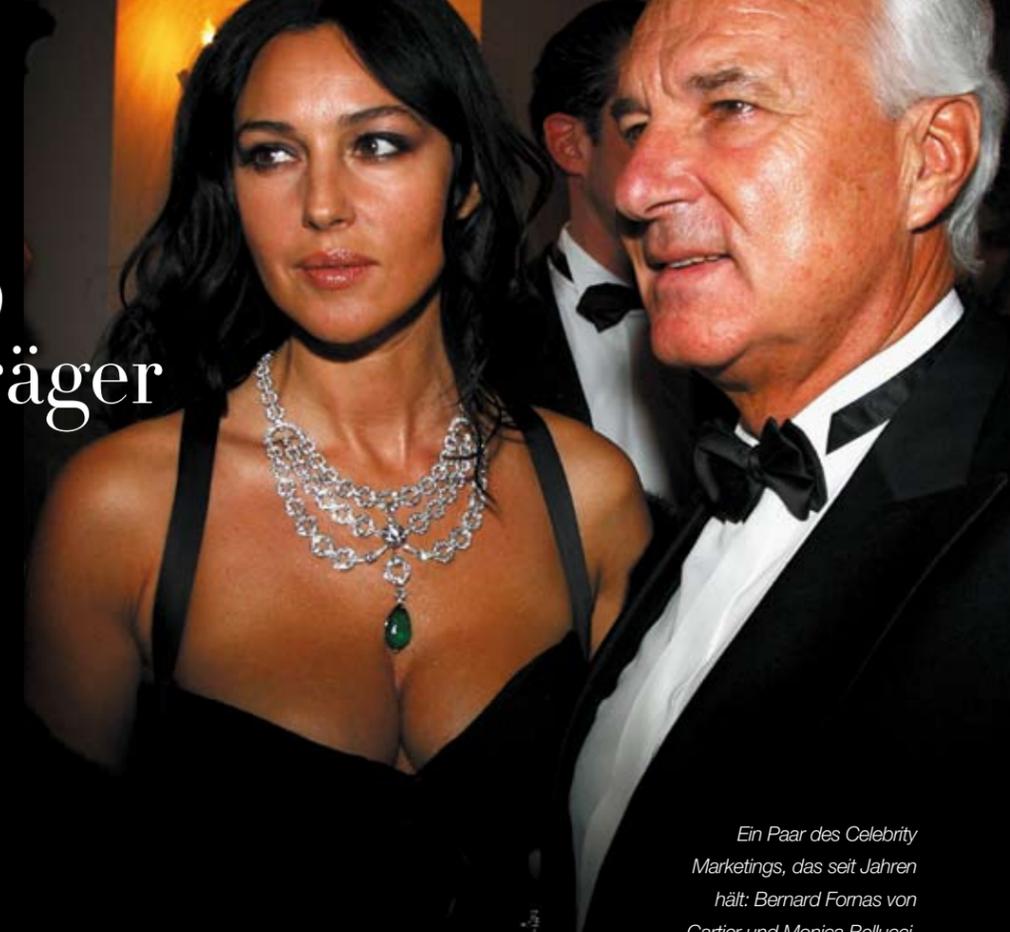


Bill Clinton mit der „Colombe“ von Quinting am Handgelenk.



Die Australierin Nicole Kidman verkörpert den Slogan „my choice“ von Omega.

als Werbeträger



Ein Paar des Celebrity Marketings, das seit Jahren hält: Bernard Fornas von Cartier und Monica Bellucci.

übergeben. Im gleichen Kontext liess sich Catherine Deneuve anlässlich eines privaten Dinners im Java Club in Genf eine deLaCour schenken, dies dank der lokalen Verbindung zum People Fotograf Esteban Salmon, der als Kommunikations-Manager der Marke amtet.

Wie kann der Gründer von Quinting, Pascal Berclaz, seine friedliche „Colombe“ an Bill Clinton überreichen? Mit dem grossen Risiko, Audemars Piguet zu erzürnen (reich bestückt mit Botschafterinnen wie Anggun, Michelle Yeoh, Shaquille O’Neal, Kristle Keer)! Diese Marke hat eben der Stiftung des Ex-Präsidenten drei Millionen Dollars gespendet...

Das Halten von Botschafterinnen als Werbeträger ist eine kostspielige Angelegenheit, die sich nur Marken wie Rolex, Longines, Tag Heuer, Ebel, Breitling, leisten können. Die Newcomer zeigen deshalb Einfallsreichtum. Cecil Purnell platziert dank dem Produzenten Franck Riahi ein seltenes Modell auf das Handgelenk von Daniel Levi (Moses in „Die zehn Gebote“). Stéphane Valsamides wird mit dem Sänger von „valeurs artisanales communes“ sprechen. Sein letztes Album? „Coeur Ouvert“, ein gutes Symbol für diese Marke, die alles auf den Tourbillon ausrichtet.

Einladung des Genfer Bijoutiers Avakian im Herbst 2007. Adriana Karembeu ist ebenso da wie die unverwüsthche Joan Collins. Die beiden teilen mit lokalen Persönlichkeiten die Zeit einer Glamour-Soiree, durch welche Vanessa Weill, Verantwortliche von myluxe.ch und gelegentliche Sängerin, in perfekter Zweisprachigkeit führt. Ohne Komplexe stimmt sie im Beisein der grossen Hélène Segara ein „Happy Birthday Mister Edmond“ an. Pailletten und Eisbar komplettieren das Bild, bei dem sich die Anwesenden mit Kaviar und Lachs verlustieren. Im Showbiz helfen diese Dienstleistungen, die manchmal hohe Gewinne abwerfen können, das Monatsende aufzubessern.

Zu Beginn des Winters sehe ich Adriana Karembeu wieder in Gstaad, scherzend am Arm von Fawaz Gruosi, der seine Schmuckkollektion präsentiert. Naomi Campbell, diesmal mit eingezogenen Krallen, ist ebenfalls anwesend und trägt herrliches Geschmeide von deGisogono. Seitdem das Filmfestival in Cannes diesem Schmucklabel im Sog von Chopard den roten Teppich ausgerollt hat, entwickelte sich deGrisogono zur Vorzeigemarke der Product Placements an sorgfältig ausgewählten Stars. Manchmal entwickelt sich aus diesen flüchtigen Mondänitäten eine solide Freundschaft, denn unter dem Win-Win Lack versteckt sich immer Menschlichkeit: „Ich leihe Dir einen wunderschönen Schmuck. Du kaufst ihn mir zum Einkaufspreis oder gibst ihn mir am Ende

der Veranstaltung zurück.“ Den enttäuschten Blick quittiert der Bodyguard, der den Star samt Schmuck keine Sekunde aus den Augen verliert... Hauptsache, man bleibt Freunde.

Demi Moore als Verliererin

Währendem Piaget an der Lancierung des neusten Films von Demi Moore „Flawless“ in New York teilnimmt, spekulieren alle über die Fortsetzung dieser Begegnung. Schlussendlich macht die wunderschöne und jüngere Schauspielerin Maggie Cheung das Rennen als Botschafterin der Marke. Die Schöne ist Asiatin und diese Märkte haben erste Priorität bei den Luxusmarken. Die Konkurrenz war hart, wenn man bedenkt, wie viele Stars im Februar 2008 in Santa Monica während den „Independent Spirit Awards“ in

Piaget defilierten. Persönlich hätte ich mich für Kerry Washington entschieden, die ich einfach umwerfend finde. Andere Anwärterinnen? Eva Mendes, Molly Sims...Philippe Léopold-Metzger geht auf den Spuren von Yves Piaget, Wegbereiter in Sachen Stars.

Wenn man beobachtet, wie die CEOs der Schweizer Haute Horlogerie die Stars unter sich weiterreichen, kann man darüber lächeln, wie aufgeräumt diese in ihrer Gesellschaft sind. Manche Paare des Celebrity Marketings überdauern Jahre. Bernard Fornas, Präsident von Cartier International, sieht man seit rund zehn Jahren in der Nähe der schönen Monica Bellucci, sei’s im verschneiten St. Moritz oder in den Pariser Salons.

Obwohl Omega seit kurzem in die sehr teure Nicole Kidman vernarrt ist, hat sich diese Marke nie von Cindy Crawford getrennt, ihrer Botschafterin mit Fetisch-Statut. Denn bei Omega unterscheidet man bei den Persönlichkeiten zwischen Ambassadors und Friends. So hat als sozusagen einziger Schweizer Dano Halsall für seinen Schwimmrekord einen Zeitmesser bekommen.

Die Wegbereiter

Philippe Charriol, der dem mondänen Mégève und den Rennstrecken den Rücken gekehrt hat, ist es dank dem Genfer Cédric Bouchard, Ko-Produzent des Films „Vivaldi, ein Prinz in Venedig“ (kommt nächstens raus) gelungen, ein Modell „Actor“ an Michel Serrault zu