



VIVE LE SPORT

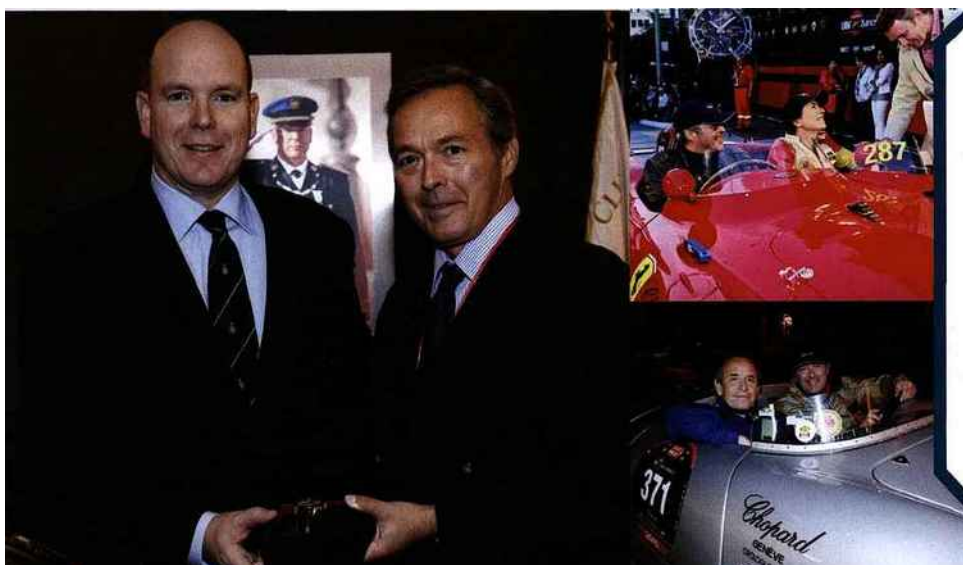
En digne héritier de Nicolas Hayek, Marc n'a peur de rien. C'est ainsi qu'il n'hésite pas à se mettre en scène lors de lancements Blancpain, maison qu'il dirige. Il plonge ici, en blouse, dans le plus grand aquarium du monde infesté de requin pour prouver l'étanchéité de sa montre X Fathoms. Et quand il sponsorise le Super Trofeo Lamborghini Blancpain c'est bien pour monter sur le podium qu'il prend le volant et pas pour jouer au pilote du dimanche.

HORLOGERS STARS

LA FOLIE DES MONTRES A SON COROLLAIRE, LES HORLOGERS ET SURTOUT LES GRANDS PATRONS DES MARQUES LES PLUS EN VUES COTOIENT LES STARS ET PARFOIS EN DEVIENNENT EUX-MÊMES...

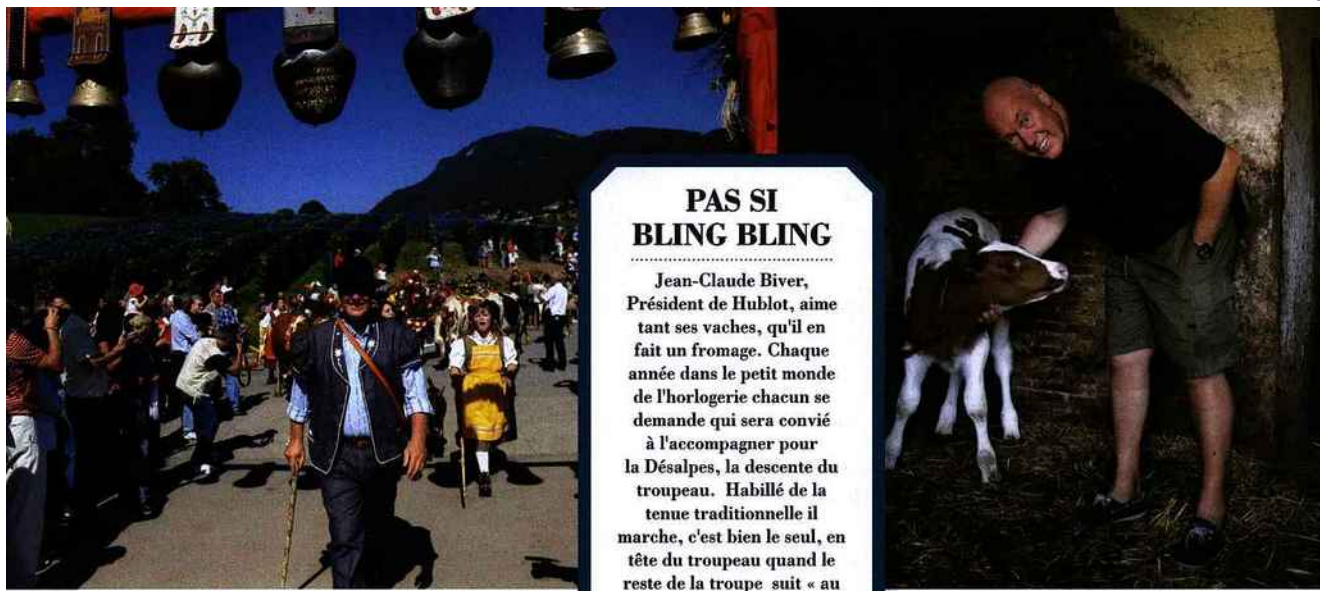
Au Festival de Cannes, à Good Wood, aux Mille Miglia, au Mans, aux Oscars, à Palm Beach, sur les terrains de polo ou de tennis les horlogers sont parfois autant sur le devant de la scène que les sportifs qu'ils accompagnent. Si certains cultivent encore le goût du secret et aiment rester dans l'ombre, beaucoup s'exposent en pleine lumière. L'engouement grandissant pour les montres, doublé de leur charisme en ont fait des sujets d'intérêt pour la presse du monde entier, parfois même lorsqu'ils ne parlent pas de montres.

C. A. DAHN ET AUDREY POUX



UN TALENT DE FAMILLE

Fan de voitures, Karl Friedrich Scheufele les collectionne, le patron de Chopard sait joindre l'utile à l'agréable en sponsorisant chaque année la mythique course des Mille Miglia. L'occasion de faire parler de Chopard en cotoyant les happy few, clients potentiels. Comme sa sœur, qui gère la joaillerie, il a aussi lié avec Monaco un lien solide illustré ici par son cadeau au Prince Albert.



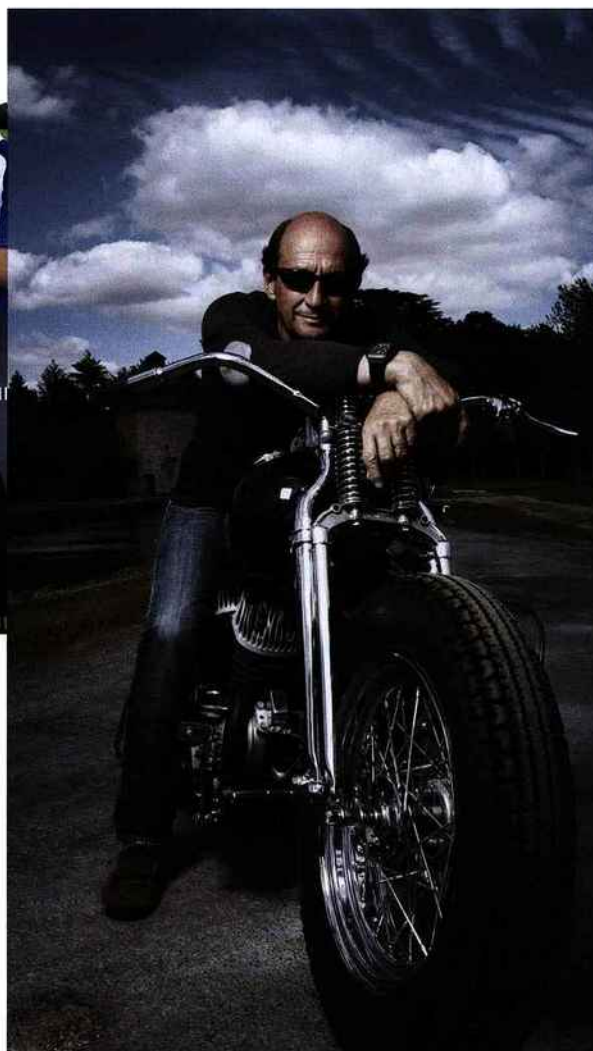
PAS SI BLING BLING

Jean-Claude Biver, Président de Hublot, aime tant ses vaches, qu'il en fait un fromage. Chaque année dans le petit monde de l'horlogerie chacun se demande qui sera convié à l'accompagner pour la Désalpes, la descente du troupeau. Habillé de la tenue traditionnelle il marche, c'est bien le seul, en tête du troupeau quand le reste de la troupe suit « au cul des vaches ». Un moment joyeux et décalé...



LES COPAINS D'ABORD

Richard Mille a le don de sympathiser rapidement, aussi à l'aise sur les circuits de F1 avec Felipe que sur les cours de tennis avec Rafa, il profite de son talent de communicant pour incarner la marque qu'il a fondé. Il est peut-être le premier à avoir introduit dans le monde de l'horlogerie un brin de show. Fan de moteurs, gros et petits... il se met en scène au service de lui-même. Star horlogère du XXI siècle, même sans ses poulains, son arrivée à l'aéroport de Shanghai est un événement pour la presse locale.





LE VENT EN POUPE

Depuis qu'il a racheté des parts de la société qu'il dirige, Corum, Antonio Calce donne de sa personne pour faire vivre la maison, notamment au travers de la voile, un univers qui lui est cher. Ici aux côtés de Loïc Peyron, connu pour être le plus sympathique et facile d'accès des navigateurs lors des préliminaires de l'America's Cup.

« SI TU NE VIENS PAS À LAGARDÈRE, LAGERDÈRE IRA À TOI » OPÉRANT SUR CE PRINCIPE LES CEO S'ATTIRENT LA NOTORIÉTÉ DES STARS EN JOUANT LEUR JEU.



EN MODE SÉRIEUX

Jean-Christophe Babin assiste avec plaisir à toutes les manifestations sponsorisées par TAG Heuer, ici le GP de Monaco en compagnie du pilote Jenson Button, mais pas seulement ! Il est parvenu à réaliser l'irréalisable : faire venir Leonardo di Caprio et Cameron Diaz à Neuchâtel ! C'est en visitant la manufacture que les comédiens prendront la mesure du travail qui se cache derrière chaque montre, en venant sur place ils tissent aussi un lien vraiment solide avec la maison.



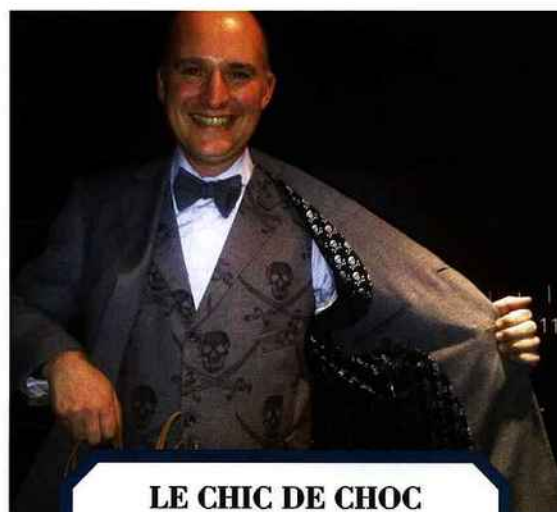
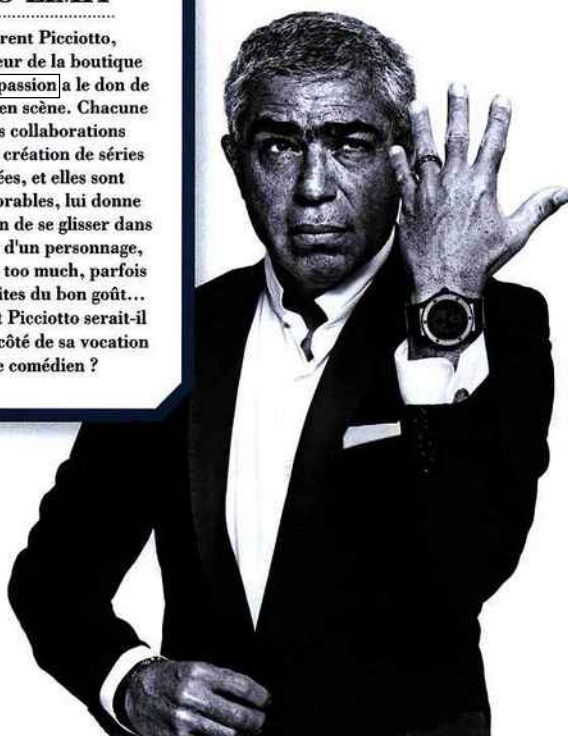
SUR TOUS LES FRONTS

Si un CEO du groupe Richemont sait mettre à profit la notoriété de ses ambassadeurs, c'est Georges Kern. Que ce soit pour IWC ou pour Roger Dubuis il sait qu'il ne faut pas juste signer un contrat avec une star pour qu'elle véhicule son message. Il se donne donc, corps et âme, à sa mission, faire de chacun des people qui porte ses montres des disciples de son message de qualité, de performance, mais aussi d'image de marque et de coolitude.



NO LIMIT

Laurent Picciotto, fondateur de la boutique **Chronopassion** a le don de sa mise en scène. Chacune de ses collaborations pour la création de séries limitées, et elles sont innombrables, lui donne l'occasion de se glisser dans la peau d'un personnage, souvent too much, parfois aux limites du bon goût... Laurent Picciotto serait-il passé à côté de sa vocation de comédien ?



LE CHIC DE CHOC

A la tête de Bell&Ross le duo Carlos Rosillo (en photo) et Bruno Bellamich est d'habitude discret. Pour la foire de Bâle Carlos Rosillo joue malgré tout le jeu et se met au diapason de sa montre tête de mort avec son costume Jolly Roger et sa montre à gousset. Une allure de dandy joyeux et sans prétention, on adore !