



Événements

LE CŒUR D'HUBLOT À L'HEURE DE LA COUPE DU MONDE DE FOOTBALL

Des hôtes de marque à la manufacture Le cœur d'Hublot à l'heure de la Coupe du Monde de Football.

Pour la première marque horlogère à s'être investie dans le football, la Coupe du Monde 2014 est un enjeu de taille. C'est aussi une occasion unique pour Hublot d'être reconnue comme l'un des symboles d'une Suisse moderne qui allie avec passion savoir-faire et innovation.

En réunissant le Brésil et la Suisse cet après-midi du 12 mai à son siège de Nyon, Hublot réaffirme son engagement.

Une rencontre aux accents brésiliens

A J-30 du coup d'envoi de la Coupe du Monde de Football, le siège de Hublot a des airs de fête. Et c'est aux rythmes de la musique et de la danse brésilienne que les personnalités du jour font leur entrée accompagnées de Jean-Claude Biver, Chairman de Hublot et Président de la Division Montres du Groupe LVMH et de Ricardo Guadalupe, CEO de Hublot. De très nombreux journalistes, dont beaucoup de correspondants brésiliens, sont venus suivre l'événement.

Porteur des cordiales salutations de son pays, l'Ambassadeur du Brésil en Suisse, Son Excellence Monsieur Igor Kipman, honore la manufacture de sa visite. Détendu et souriant, Luis Felipe Scolari, le fameux sélectionneur de l'équipe Nationale du

Brésil, marque l'après-midi de son amicale présence.

Au cœur de la manufacture

Après lui avoir fait découvrir le cœur de la manufacture, Ricardo Guadalupe remet officiellement à Luis Felipe Scolari la montre King Power spécialement développée en son honneur et qui porte désormais son nom.

A la fois fasciné par la fabrication du Magic Gold et séduit par la finesse du timbre d'une répétition minute, le sélectionneur brésilien se montre très attentif aux explications techniques et impressionné par le savoir-faire du travail des horlogers. Il profite aussi de cette visite pour révéler les traits les plus chaleureux et souriant de sa personnalité. Echangeant quelques mots avec un horloger ou posant avec gentillesse et bonne humeur au bras d'une collaboratrice dans un atelier, Monsieur Scolari donne tout son sens à son rôle d'ami de la marque.

Le football: une même passion et des valeurs pleinement partagées

Lors de la conférence de presse qui suit la visite des ateliers, on découvre le visage du sélectionneur que tout le monde respecte, celui que les brésiliens surnomment affectueusement «Felipão» (Le Grand Philippe). En répondant avec modestie, humour et sincérité aux questions qui lui sont adressées, il communique les espoirs et les attentes qu'il nourrit pour son équipe; parce que, ajoute-t-il, «on ne construit rien sans une équipe.» Et c'est bien cette idée d'équipe, cette conviction d'appartenir à une véritable famille, qui le rapproche d'Hublot.



En lui remettant sa montre numérotée aux couleurs du Brésil, Ricardo Guadalupe souhaite à Monsieur Scolari qu'elle lui porte chance lors de la Coupe du Monde. Ce dernier promet, non sans humour, que, même s'il devait perdre le premier match, il ne s'en séparerait pas et la porterait jusqu'à la victoire de son équipe!

Hublot est particulièrement heureuse d'avoir su gagner l'amitié de personnalités charismatiques telles que Luis Felipe Scolari ou Pelé qui partagent toutes avec la marque horlogère des valeurs identiques et une même passion pour le sport en général et le football en particulier.

Une présence qui fonde l'image de la Suisse

Cet après-midi a aussi été l'occasion d'annoncer le partenariat qui lie la manufacture horlogère à Présence Suisse. Ricardo Guadalupe exprime toute la fierté ressentie par Hublot d'avoir été choisie pour représenter l'image de la Suisse à Rio. Ce partenariat d'exception confirme que, par sa maîtrise technologique, sa capacité d'innovation et son engagement, la marque est devenue en quelques années un véritable symbole de la Suisse d'aujourd'hui.

Pour Nicolas Bideau, Chef de Présence Suisse, notre pays ne bénéficie d'aucune image particulière au Brésil. Sans subir de clichés, il lui revient donc de se forger une identité. C'est pourquoi le Département des Affaires Etrangères de la Confédération a décidé de lancer une opération de communication de grande envergure. Et parce que Hublot incarne pleinement cette image de la Suisse actuelle, qui allie maîtrise et créativité, tradition et modernité, c'est tout



naturellement qu'il a accepté que Hublot devienne son partenaire horloger exclusif durant la Coupe du Monde.

A Rio de Janeiro, Hublot occupera un hôtel spécialement décoré aux couleurs de la marque, et Présence Swiss disposera d'une «Maison Suisse». Elles pourront ainsi partager leurs espaces de réception et organiser ensemble des rencontres destinées à mieux faire connaître notre pays, sa culture et nos activités.

Hublot loves...

En fin d'après-midi, avec l'enthousiasme qui le caractérise, Jean-Claude Biver a ajouté qu'il est des mots si simples que l'être humain les oublie parfois: «merci», «amour», «passion»... Tous ces mots sont l'essence même de la vie et des relations humaines. Ces mêmes mots conduisent à la réussite d'une vie, d'une équipe ou d'une entreprise comme Hublot.

«Hublot loves football»... Parce que cette phrase toute simple porte à elle seule toutes les valeurs de la marque horlogère à travers le monde, elle est l'expression d'un véritable engagement.