

BUGATTI PRÄSENTIERT NEUE ANZEIGENKAMPAGNE FÜR SEINE „EB — ETTORE BUGATTI“ HERBST/WINTER-KOLLEKTION 2014/15



Die schneebedeckten Gipfel des noblen Skigebiets Courchevel 1850 bilden die Szenerie für eine neue Anzeigenkampagne, mit der Bugatti seine "EB — Ettore Bugatti"

Herbst/Winter-Kollektion 2014/15 vorstellt. Die Mode- und Accessoire-Kollektionen spiegeln den Stil der Marke wider, die seit dem frühen 20. Jahrhundert für außergewöhnliche Automobile sowie für eine exklusive und überaus elegante Lebensart steht.

Für die aktuelle Kampagne, mit der das im September 2013 gestartete Lifestyle-Projekt nun fortgesetzt wird, ließ sich Bugatti von der besonderen Umgebung der französischen Alpen inspirieren. Leicht exzentrisch in der Stimmung und dabei außerordentlich raffiniert und edel beeindruckt auch diese Herbst/Winter-Kollektion durch ihre enge Anlehnung an die Marken-DNA Bugattis und ihren extravaganten Charakter, die den Bugatti-Mann im Kern beschreiben.

Stars der einzelnen Motive sind ein edler Mantel mit Nerzfellkragen, ein elegant geschnittener "Blue Carpet Soirée" Smoking aus Samt sowie die besondere "Gentlemen Driver" Lederjacke, deren Design vom Bugatti Type 35 inspiriert wurde, Bugatti-Sportwagen-Ikone aus den 1920er Jahren und Gaststar beim Fotoshooting für die Kampagne. Diese Stücke repräsentieren die exklusive und edle Kollektion, die ausnahmslos in Italien unter Verwendung namhaftester hochwertiger Materialien gefertigt wird (Fabriqué en Italie). Der luxuriöse, unkonventionelle und lässige Stil des Bugatti-Mannes wird auch in der aktuellen Kampagne von Model und Schauspieler Andre Van Noord in Szene gesetzt. Van Noord ist das Gesicht der "EB – Ettore Bugatti"-Kollektion für die zweite Saison in Folge.

Auch in der aktuellen Kampagne ist der markante Bugatti Signature Bag ein wichtiger Protagonist, dieses Mal in Blau in der Ausführung aus Kalbsleder. Die Form der Tasche orientiert sich am berühmten Bugatti-Kühlergrill, in einem der Motive direkt neben dem historischen Typ 35 eindrucksvoll inszeniert.

Die Kampagne wurde von Lorenzo Bringheli fotografiert, der bei den Aufnahmen einen besonderen Fokus auf die Herausarbeitung der Details setzte: angefangen bei den Schattierungen des Bugatti-Blau bis hin zum Tanzenden Elefanten, ein Element, das Rembrandt Bugattis berühmte Skulptur würdigt und das Symbol der Marke ist.

Die Kampagne wird ab September 2014 in den wichtigsten Publikationen ausgewählter Märkte in Europa, Asien und im Mittleren Osten zu sehen sein, in denen Bugatti derzeit seine ersten Mono-Brand-Boutiquen plant. Den Anfang macht eine exklusive Bugatti-Boutique in London, die später in diesem Jahr eröffnet werden soll.

„EB - ETTORE BUGATTI“-KOLLEKTION

Mit der Lifestyle-Kollektion von Bugatti wird zum ersten Mal der luxuriöse Lifestyle einer Automobilmarke authentisch zum Ausdruck gebracht. Die Kollektion beruht auf dem tief verwurzelten Erbe der Marke und der bemerkenswerten Vision ihres Gründers Ettore Bugatti. Bugatti steht nicht nur für Spitzentechnologie und atemberaubende Performance, sondern auch für Kunst, Design und einen besonderen Lebensstil. Die Bugatti-Lifestyle-Kollektion für Mode und Accessoires spiegelt die DNA der Marke wider und steht für exklusiven Luxus verbunden mit technischem Avantgardismus.

Die Lifestyle-Kollektion von Bugatti umfasst zwei Hauptlinien, die vorrangig dem Mann gewidmet sein werden: die Ettore Bugatti-Linie und die Extreme Performance-Linie. Zusätzlich zu diesen beiden Linien gibt es ein Tailor Made / Bespoke-Programm exklusiv für Bugatti-Kunden. Während sich die Kollektion zu Beginn auf Bekleidung und Accessoires konzentriert, sollen zu einem späteren Zeitpunkt Design-Objekte folgen.

