



ADRIANA KAREMBEU

—
PRESSBOOK 2021

Financial
Licensing

L'AGENCE FINANCIAL LICENSING

Agence européenne spécialisée dans les licences de marques & de personnalités

Entreprise membre du groupe FINANCIAL, créée il y a plus de 20 ans

Un groupe présent sur 5 continents

Financial LICENSING est une agence qui développe son ADN sur trois points d'ancrage forts :

NOTRE
EXPERTISE

NOTRE RESEAU
INTERNATIONAL

LA SÉCURITÉ DE
L'IMAGE DES
MARQUES
CLIENTES



Financial
Licensing

www.financial-licensing.com



ADRIANA KAREMBEU:

UNE FEMME AUX
MULTIPLES FACETTES

ADRIANA KAREMBEU : UNE FEMME AUX MULTIPLES FACETTES

Ses débuts en tant que mannequin

Née le **17 septembre 1971** à **Brezno en Slovaquie**, d'une maman médecin et d'un papa ingénieur, Adriana Karembeu suit les traces de sa mère en suivant des études de médecine. A Prague, où elle est étudiante en troisième année, elle est arrêtée dans la rue par un représentant de l'agence de mannequins **Metropolitan** et sélectionnée au casting.

AKD

En 2005, elle se lance dans les affaires avec la **création d'une société de cosmétiques bio** et d'instituts de beauté haut de gamme, **AKD**.

Grandement sollicitée dans l'univers de la mode

Après son **premier contrat** en tant que mannequin pour les **3 Suisses**, elle devient rapidement la reine des podiums et défile pour des grands couturiers (Thierry Mugler, Karl Lagerfeld, Lanvin...) jusqu'en 2001. Elle est ensuite choisie pour être **l'égérie** de la marque de lingerie **Wonderbra**, puis en 2008 de l'opticien **Atol** et en 2017 pour la marque d'accessoires et de prêt-à-porter **Chattawak**. Sa beauté lui vaut le titre de **Femme la plus sexy du monde**, décerné en 2006 par le magazine FHM.

Présente sur le grand écran

A partir de 2004, elle fait son apparition dans le milieu de **la télévision et du cinéma**. Elle incarne des rôles importants dans *Trois petites filles* en 2004 de Jean-Loup Hubert ou *Astérix aux Jeux Olympiques* en 2008 de Thomas Langmann et Frédéric Forestier. En 2007, elle tient le premier rôle dans le téléfilm *Adriana et moi* aux côtés de Bernard Yrelès. A la télévision, elle participe à différentes émissions comme présentatrice (*Tops Models* en 2007, *Les pouvoirs extraordinaires du corps humain* de 2012 à 2015, *jury de Miss France*, candidate *Danse avec les stars* en 2011, *Pékin Express* en 2013).

Une personnalité engagée

Adriana Karembeu met sa notoriété au service des autres, elle est une **fidèle ambassadrice** de la **Croix-Rouge** depuis 2000. Elle participe également à une opération pour l'ONG **Reporters sans frontières** en 2003. Depuis mars 2010, elle plaide pour la démocratisation du foot féminin, en devenant ambassadrice pour la **Fédération française de football (FFF)**. Ses engagements lui valent le statut d'Ambassadrice slovaque dans le monde.

UNE MANNEQUIN RECONNUE INTERNATIONALEMENT

- Les 3 Suisses : Shooting aux Bahamas pour les maillots de bain de la marque
- Yves Saint Laurent, Thierry Mugler, Paco Rabanne, Rochas, Givenchy, Karl Lagerfeld, Leonard, Vivienne Westwood ou encore Lanvin: de nombreux défilés de mode pour de grands créateurs
- Wonderbra, Victoria's Secret, Roberto Cavalli, Škoda, Atol, ou Chattawak : Égérie
- Vanity Fair, Elle, Harpers Bazaar ou encore Maxim... : De nombreuses apparitions sur les couvertures de grands magazines

ADRIANA A DÉFILÉ POUR LES PLUS GRANDS CRÉATEURS



Yves Saint
Laurent 1994



Thierry Mugler
1994



Paco
Rabanne
1995



Givenchy
1995



Leonard
1997



Vivienne
Westwood
1998



PHOTOGRAPHIÉE PAR LES PLUS GRANDS PHOTOGRAPHES DE MODE

Elle est photographiée par les plus grands photographes de mode comme Patrick Demarchelier, Ellen Von Unwerth, Gilles Bensimon, André Rau, Marino Parissotto Way et Bétina Reims.



A LA UNE DE NOMBREUX MAGAZINES

Adriana Karembeu fait aussi la couverture de nombreux magazines dont : Elle, Photo, Casting, Emma, Maxim, Paris Match et bien d'autres.



ANIMATRICE ET COMÉDIENNE

- Animatrice sur la chaîne italienne Rai UNO, plus grande chaîne de télévision italienne, pour y présenter l'émission Domenica In.
- Co présentatrice de l'émission « Les pouvoirs du corps humain » avec Michel Cymes sur France 2 depuis 2012, qui affiche des audiences pouvant atteindre **3 millions de téléspectateurs**.
- Participation à la vente aux enchères « Photos de Stars » organisée par l'association Reporters sans frontières en tant que marraine, aux côtés de Sophie Marceau,
- Actrice à plusieurs reprises dans des films à succès :
 - « Prêt à porter » de Robert Altman en 1994
 - « Trois petites filles » de Jean Loup Hubert en 2004
 - « Astérix aux Jeux Olympiques » de Thomas Langmann & Frédéric Forestier en 2008.
- Rôles dans de nombreux téléfilms / séries français(es), dont : *Un gars une fille, nos chers voisins, scènes de ménages...*





UNE FEMME PROFONDÉMENT ENGAGÉE

Elle commence par soutenir la lutte contre les mines antipersonnel. Un an plus tard, la **Croix-Rouge** la sollicite pour l'aider dans la campagne de formation aux premiers secours *«Des gestes qui sauvent»*. Adriana joue le jeu à fond, participant même directement au contenu du livre et du CD-ROM, édités en 2002 et remis à tous les stagiaires de la formation officielle à l'AFPS. Cette campagne a eu pour but de former 20% de la population française aux premiers secours en moins de dix ans !

Elle sera nommée **« Ambassadrice slovaque dans le monde »**, lorsqu'elle apporte un soutien financier aux familles de 29 journalistes emprisonnés à Cuba.

Depuis mars 2010, elle est l'ambassadrice du football féminin pour la **Fédération française de Football (FFF)**. Son message portera sur l'intérêt de la pratique féminine et de la nécessité d'intégrer les femmes dans toutes les structures et à tous les niveaux.

L'engagement historique d'Adriana auprès d'associations et d'évènements internationaux, garantissent une présence média ainsi qu'un **développement de l'affect auprès des français.**



UNE DES PERSONNALITÉS PRÉFÉRÉES DES FRANÇAIS

Le Journal du Dimanche



Adriana a longtemps été classée parmi les personnalités préférées des français.

Classée 43^{ème} au classement du JDD

Elle est une personnalité essentielle du monde audiovisuel national et bénéficie d'une notoriété spontanée auprès de nombreux français.

JDD DATA					
Décembre 2015	Rappel 07/2015	Décembre 2015	Rappel 07/2015		
1 =	Jean-Jacques Goldman	1	26 ▲	Nolwenn Leroy	35
2 =	Omar Sy	2	27 =	Stéphane Bern	27
3 =	Simone Veil	3	28 ▲	Louane	33
4 ▲	Sophie Marceau	8	29 =	Michel Sardou	29
5 ▲	Jean Reno	6	30 ▼	Franck Dubosc	26
6 ▲	Jean Dujardin	16	31 ▼	Jean Rochefort	20
7 ▼	Dany Boon	5	32 =	Yannick Noah	=
8 ▲	Jean-Paul Belmondo	9	33 ▲	Sébastien Loeb	38
9 (-)	Michel Cymes	(-)	34 ▲	Josiane Balasko	36
10 ▲	Florence Foresti	13	35 ▼	Daniel Auteuil	24
11 ▼	Renaud	4	36 ▼	Alain Souchon	23
12 ▲	Laurent Gerra	10	37 ▲	Marion Cotillard	41
13 ▲	Patrick Bruel	18	38 (-)	Jean-Louis Aubert	(-)
14 ▼	Francis Cabrel	12	39 ▼	Johnny Hallyday	25
15 ▲	Fabrice Luchini	17	40 ▲	Laurent Delahousse	39
16 ▲	Charles Aznavour	21	41 ▼	Jamel Debbouze	28
17 ▼	Florent Pagny	7	42 ▼	M Pokora	34
18 ▲	Gérard Jugnot	19	43 ▲	Adriana Karembeu	45
19 ▼	Mimie Mathy	15	44 ▼	Patrick Sébastien	42
20 ▼	Gad Elmaleh	14	45 (-)	Robert Badinter	(-)
21 ▲	Mylène Farmer	31	46 ▼	Zinédine Zidane	30
22 (-)	Nagui	(-)	47 ▼	Gérard Depardieu	43
23 ▼	Nicolas Hulot	22	48 (-)	Cyril Hanouna	(-)
24 ▲	Nicolas Canteloup	37	49 ▼	Vanessa Paradis	44
25 ▼	Jean-Pierre Pernaut	11	50 ▼	Nicolas Sarkozy	40

SES PARTENARIATS
MARKETING CLÉS

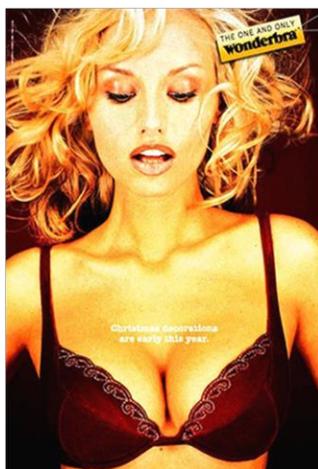
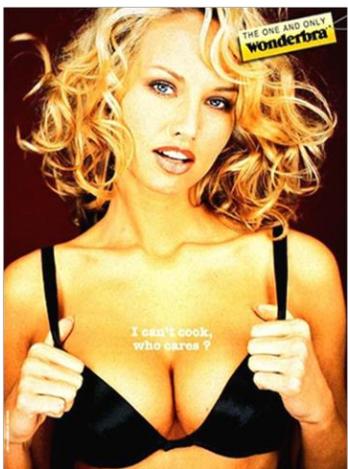


Wonderbra

EGÉRIE DE WONDERBRA

1998-2002 : Adriana Karembeu est égérie de la marque et communique sur un ton humoristique.

240 000 unités vendues en 2001: soit le double par rapport à l'année précédente.



VICTORIA'S SECRET

EGÉRIE DE VICTORIA'S SECRET

Après avoir été l'un des mannequins les plus demandés à la fin des années 1990, dotée des plus longues jambes du monde de la mode (1,24 mètre certifié par le Guinness des records), Adriana Karembeu voit sa popularité exploser et devient notamment le visage publicitaire de Victoria's Secret.



ŠKODA

EGÉRIE DE SKODA

En 2015, Adriana Karembeu, égérie de la marque, présente la nouvelle Skoda à Prague. La marque a voulu insister sur l'empattement allongé du véhicule qui garantit un espace aux jambes à l'arrière très généreux, comme son égérie, aux jambes interminables.



ATOL
MON OPTICIEN
EGÉRIE D'ATOL

Dès 2008, Adriana Karembeu devient la nouvelle ambassadrice des opticiens Atol avec le lancement d'une collection exclusive de lunettes optiques et solaires. Cette gamme de douze montures baptisée Adriana Karembeu est conçue, fabriquée et dessinée en France. Pour l'occasion, Atol avait décidé de marier beauté et générosité : une partie des bénéfices des ventes de ces modèles tantôt parés de motifs de dentelle et de strass Swarovski, tantôt incrustés de métal, a été reversée à la Croix Rouge française dont Adriana Karembeu est également l'ambassadrice.

« Engager Adriana Karembeu n'a rien d'un simple coup marketing, elle illustre l'engagement responsable et les valeurs sociales d'Atol, inscrits dans ses gènes depuis sa naissance dans les années 1970 » affirme Stéphane Solinski, directeur adjoint des opérations en charge du marketing.



OPÉRATION ATOL SUR TWITTER



En effet, Adriana Karembeu a volontairement fait ces fautes de frappe. Il s'agissait en réalité d'un faux compte au nom d'Adriana Karembeu pour mener cette opération de buzz marketing pour la marque des opticiens Atol dans le cadre du lancement de nouvelles lunettes connectées Téou. Ces fautes de frappes s'expliquent par le fait qu'il lui manquait ses lunettes Téou.

LES ACTIONS DE COMMUNICATIONS ATOL

L'image d'Adriana à été au centre de la stratégie de communication d'Atol, sur de nombreux canaux publicitaires différents

PLV



Collection Capsule
Adriana Karembeu



Participation aux événements
du réseau de franchisés

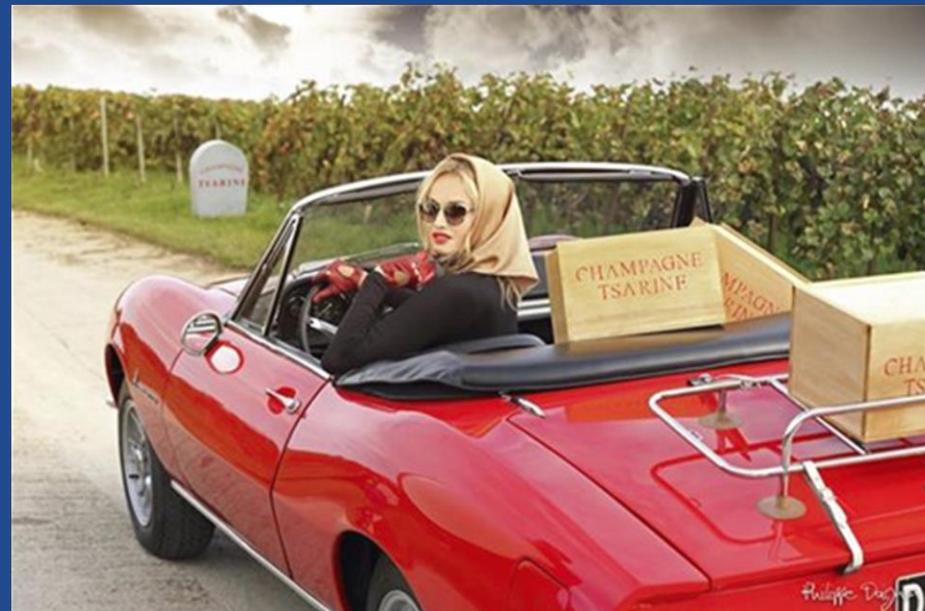


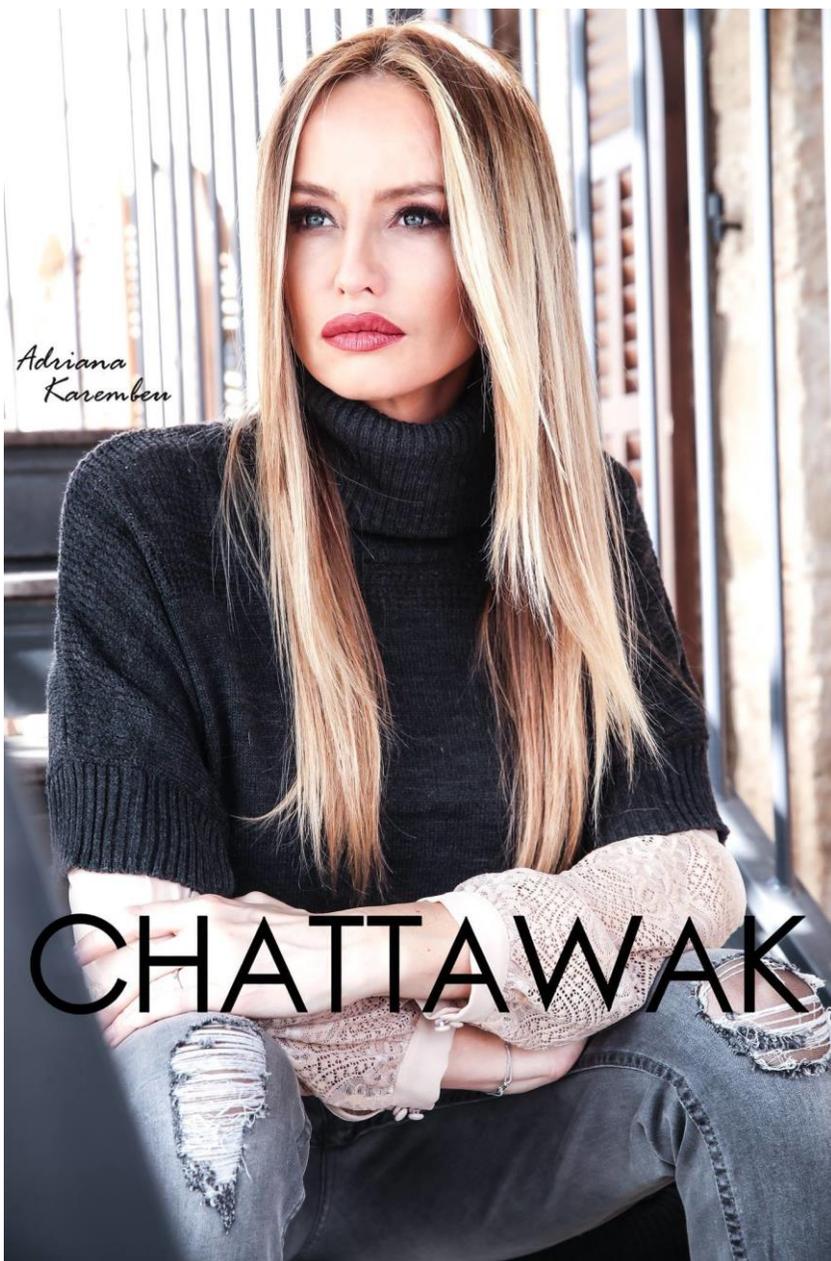
Campagne 4x3



AMBASSADRICE DU CHAMPAGNE TSARINE

Adriana prête son image à Tsarine, une célèbre enseigne de vin spécialisée dans le champagne. Élaborée en collaboration avec Adriana Karembeu, cette cuvée dorée aux allures de robe de soirée, prend tout son sens au sein d'un écrin élégant qui laisse apercevoir la bouteille comme une invitation à la découverte.





EGÉRIE DE CHATTAWAK

La sublime Adriana Karembeu a représenté la marque pour la collection printemps-été 2017.

Cette collection a d'ailleurs principalement mis l'accent sur les accessoires. Les chaussures ont également constitué une ligne à part entière en marge de leur ligne principale de prêt-à-porter.

« Une femme engagée et solaire qui symbolise de façon internationale la féminité et l'élégance, on y croit fort », affirme Céline Chea, directrice de la communication Chattawak.



AMBASSADRICE DE LA MARQUE MCDONALD'S



La célèbre chaîne de fast-food McDonald's lance une nouvelle campagne de publicité en France afin de promouvoir son dernier jeu de l'été *Mystery Cup*.

La campagne, réalisée par l'agence TBWA, prend la forme d'un spot TV humoristique mettant en scène **Adriana Karmbeu** s'apprêtant à faire du ski nautique.

La marque a fait appel à **Adriana Karmbeu** pour sa notoriété et sa légitimité.

Son charme, sa simplicité et son humour font d'elle une personnalité très appréciée des français.



Pour votre santé, mangez au moins cinq fruits et légumes par jour. www.mangerbouger.fr





UNE NOTORIÉTÉ
PROUVÉE, AU SERVICE
DE MULTIPLES
DÉVELOPPEMENTS

PROCHAINES COLLABORATIONS

Offres de licensing de marque:

Adriana Karembeu propose son image pour de nombreux secteurs différents, en total accord avec son image élégante et qualitative.



VOITURES



COSMETIQUES



SPRITUEUX



OPTIQUES



SOUS-
VETEMENTS



VETEMENTS



PARFUM



COMPLEMENTS
ALIMENTAIRES



CHAMPAGNE



MAROQUINERIE



AMENITIES
TOILETRIES HOTELS



BAGAGERIE



CAPILLAIRE



PAPETERIE



CHAUSSURES



BIJOUX

Exemple de Licensing effectué par Adriana Karembeu pour la marque de champagne Tsarine



TYPES DE PARTENARIATS PROPOSÉS

Adriana Karembeu souhaite accompagner une marque sur une durée de 2 à 3 ans

Contrat sur produits capsules, à condition qu'il s'inscrive sur le moyen terme (2-3 ans)

Campagnes de Publicités

Egérie et Participation à des événements de marque

Il est primordial que l'esprit de la marque soit en adéquation avec ses valeurs de référence : **éthique, qualité, biodiversité**

Positionnement et tendances du marché de qualité

Une **notoriété pérenne et soutenue**, loin des notoriétés « flash » de certaines égéries, ce qui représente une valeur sûre, en termes d'engagement pour la marque

Adriana est polyglotte, elle **bénéficie d'une notoriété Européenne**, et peut s'adapter à de nombreux marchés européens.

Une femme épanouie, dans le cœur des 35-55 ans, des CSP+, Adriana Karembeu représente à la fois l'élégance, la beauté et le bon goût, tout en ayant un côté accessible, humain et proche de l'audience qui la suit.

NOUS CONTACTER

Téléphone: +33 (0)4 91 32 39 39
WhatsApp: +33 (0)6 63 12 39 39

2 Avenue Elsa Triolet
13008
Marseille – France

Par mail : contact@financial-licensing.com

Financial
Licensing

www.financial-licensing.com



Financial Licensing



Financial Licensing



@Financial_Licensing