

Sponsor van het festival

SEAT gaat de muzikale toer op met Lollapalooza Parijs en Berlijn

- / **Het merk zet z'n schouders onder de twee Europese edities met initiatieven rond urban art en mobiliteit**
- / **SEAT organiseert in beide steden een parcours voor kinderen in het gezinsgedeelte, Kidzapalooza**
- / **In navolging van het succes van Primavera Sound sponsort de onderneming daarnaast in oktober ook de Primavera Club.**

Martorell, 20/07/2018.– SEAT gaat graag al eens de muzikale toer op en dit keer doet het merk dat in samenwerking met Lollapalooza, een van de grootste muziekfestivals ter wereld. Het automerk organiseert als hoofdsponsor van het festival, dat dit jaar al aan zijn vierde editie toe is, verschillende activiteiten in Parijs, waar het festival neerstrijkt op 21 en 22 juli, en in Berlijn, van 8 tot 9 september.

Vorig jaar trok het festival in Parijs maar liefst 110.000 muzikliefhebbers, en ook dit jaar belooft stomend te worden met headliners als Depeche Mode, Gorillaz en The Killers. En voor het eerst ook met SEAT. Naast de muziek bieden beide Europese events in samenwerking met SEAT ook street art aan, met onder andere een Creative Wall, een creatieve muur waar internationale grafische kunstenaars zich volop kunnen uitleven. Daarnaast zal de SEAT Village toegankelijk zijn voor het grote publiek. Daar kunnen muzikliefhebbers even lekker relaxen, hun telefoon opladen en surfen via wifi.

In september kunnen de bezoekers aan Lollapalooza Berlijn vanaf een speciale SEAT-ertribune vlak voor de mainstage genieten van optredens van groepen als The Weeknd, Kraftwerk 3D, Imagine Dragons en David Guetta. Kinderen en jongeren kunnen zich dan weer uitleven in de Kidzapalooza-zone, waar ze kunnen rondrijden in speciale schaalmodellen van echte SEAT-auto's en waar er ook muziek, activiteiten, een parcours en een gezinsruimte met street art zijn voorzien.

“Het merk SEAT past perfect bij Lollapalooza en het jonge publiek van het festival. We delen dezelfde passie voor muziek en urban art en het festival is een perfect platform voor onze gemeenschappelijke optimistische kijk en jonge mentaliteit”, aldus SEAT Global Marketing Director Susanne Franz.



Live Nation Brand Partnership & Media GSA Director Oliver Bresch van zijn kant voegt daaraan toe: **“We zijn bijzonder opgetogen over het partnerschap met SEAT op de Europese Lollapalooza-festivals. Het past perfect bij beide merken, aangezien Lollapalooza jong, ondeugend, kleurrijk en urban is, net als SEAT.”**

Dit is een nieuwe stap voorwaarts in het engagement van SEAT voor muziek en street art. Op grond van hun gedeelde jeugdige en innovatieve instelling en banden met de stad Barcelona is SEAT ook een strategische partner van het internationaal gereputeerde Primavera Sound Festival. In navolging van het overdonderende succes onlangs in mei, waarbij er maar liefst 220.000 muzikliefhebbers opdaagden, sponsort SEAT in oktober ook de Primavera Club, een evenement waarbij opkomende bands voor een internationaal publiek kunnen tonen wat ze in huis hebben.

SEAT is de enige constructeur die in Spanje wagens ontwerpt, ontwikkelt, bouwt en commercialiseert. De multinational, die deel uitmaakt van de Volkswagen-groep, heeft zijn hoofdzetel in Martorell (Barcelona) en exporteert ruim 80% van zijn wagens naar meer dan 80 verschillende landen. In 2017 verkocht SEAT wereldwijd 470.000 wagens.

De SEAT-groep stelt meer dan 14.700 personen tewerk in zijn drie productiecentra in Barcelona, El Prat de Llobregat en Martorell, waar onder andere de succesvolle Ibiza, Leon en Arona worden gebouwd. Verder bouwt SEAT de Ateca en Toledo in Tsjechië, de Alhambra in Portugal en de Mii in Slowakije.