

Sponsor du festival

SEAT s'investit dans la musique avec LollaPalooza Paris et Berlin

- / **La marque participe aux deux éditions européennes du festival de musique avec des initiatives autour de l'art urbain et de la mobilité**
- / **Dans les deux villes, SEAT organise un parkour pour les jeunes dans la zone réservée aux familles : KidzaPalooza.**
- / **En plus, à la suite du succès de Primavera Sound, l'entreprise sponsorisera également Primavera Club en octobre.**

Martorell, 20/07/2018.– SEAT reste engagée dans la musique et s'associe cette fois à LollaPalooza, l'un des plus grands festivals urbains au monde. Le constructeur automobile organise différentes activités lors du festival de Paris du 21 au 22 juillet, ainsi qu'à Berlin en tant que sponsor principal les 8 et 9 septembre, lors de la quatrième édition du festival.

Depeche Mode, Gorillaz et The Killers tiennent la tête d'affiche du festival de Paris, qui a attiré 110 000 visiteurs l'an dernier, et où SEAT sera présent pour la première fois. En plus de la musique, le street art sera aussi mis à l'honneur lors de ces deux événements européens grâce à la collaboration de SEAT, qui présentera le Creative Wall, une fresque créative signée par des graphistes du monde entier. Parallèlement, le SEAT Village sera ouvert au grand public. Les amateurs de musique pourront y flâner dans la zone de détente et utiliser les bornes de recharge et le Wifi mis à disposition.

En septembre, les visiteurs de LollaPalooza Berlin pourront assister aux concerts de groupes tels que The Weeknd, Kraftwerk 3D, Imagine Dragons et David Guetta depuis une tribune spéciale installée par SEAT devant la scène principale. Dans la zone KidzaPalooza prévue pour eux, les enfants et les jeunes pourront également conduire des modèles réduits de voitures SEAT, et profiter de la musique, d'activités, d'une structure de parkour et d'un espace street art pour toute la famille.

« LollaPalooza et son public jeune correspondent parfaitement à l'esprit de SEAT. Nous partageons la même passion pour la musique et l'art urbain et le festival représente la plateforme idéale pour diffuser nos jeunes ondes positives », a déclaré la directrice Marketing mondiale de SEAT, Susanne Franz.



De plus, le directeur de Live Nation Brand Partnership & Media GSA Olivier Bresch a souligné qu'il est « **ravi de pouvoir s'associer à SEAT lors des festivals LollaPalooza en Europe. Le partenariat convient très bien aux deux marques, car Lollapalooza est un festival jeune, audacieux, coloré et urbain, à l'image de SEAT.** »

Cette année, SEAT affiche encore un peu plus son engagement envers la musique et le street art. En effet, l'entreprise est un partenaire stratégique du festival internationalement reconnu Primavera Sound ; les deux partageant un esprit jeune et innovant en plus de liens étroits avec la ville de Barcelone. Surfant sur la vague du succès écrasant du festival en mai dernier, qui a accueilli 222 000 visiteurs, SEAT sponsorisera ensuite le Primavera Club en octobre, un événement servant de tremplin aux groupes émergents de la scène internationale.

SEAT est la seule entreprise de son secteur à détenir toutes les capacités nécessaires pour créer, développer, produire et commercialiser des voitures en Espagne. Marque du Groupe Volkswagen, la multinationale, dont le siège se trouve à Martorell (Barcelone), exporte plus de 80 % de ses véhicules vers 80 pays. En 2017, SEAT a vendu quelque 470 000 voitures dans le monde.

Le Groupe SEAT emploie 14 700 personnes dans ses trois centres de production de Barcelone, El Prat de Llobregat et Martorell, où il produit notamment les très prisées Ibiza, Leon et Arona. Par ailleurs, SEAT construit l'Ateca et la Toledo en République tchèque, l'Alhambra au Portugal et la Mii en Slovaquie.