

## LA BOÎTE À MUSIQUE DE RAYMOND WEIL



A quelques jours de l'ouverture officielle de Baselworld, RAYMOND WEIL s'apprête à présenter à son public sa symphonie de nouveautés 2014 et revient sur les temps forts musicaux qui ont rythmé son actualité ces derniers mois... Source d'inspiration de toujours, la musique est aujourd'hui plus que jamais ancrée dans l'univers de la Marque horlogère.

RAYMOND WEIL est sur le point de rouvrir sa « boîte à musique » inaugurée l'année dernière. A l'image de la Marque, ce stand reprend la forme d'un violoncelle en bois massif de 9 mètres de haut et rappelle son profond attachement à la musique. Il évoque la création de deux chef-d'œuvres – l'un horloger et l'autre musical – dans deux univers intimement liés. Avec son design épuré, ses matériaux nobles et ses 360m2 de surface au sol – parmi les plus grandes marques horlogères dans la halle 1.0, la « Hall of Dreams » – c'est à son rythme que s'agitera la baguette du chef d'orchestre durant plus d'une semaine.

Avec la naissance du concept du « music marketing », la musique, hier source d'inspiration, devient aujourd'hui véhicule des valeurs, du savoir-faire et de l'enthousiasme de l'horloger mélomane. RAYMOND WEIL a ainsi le plaisir de lier année après année toujours plus de partenariats avec l'industrie musicale : collaborations avec des lieux musicaux emblématiques, tels que le Royal Albert Hall en 2013 ou le SSE Hydro, des événements majeurs pour l'industrie de la musique, notamment les BRIT Awards, les Classic BRIT Awards ou Live from the Artists Den, des plateformes de musique en ligne telles que Wired ou encore des œuvres de charité s'employant à donner à la musique une place de premier



# RAYMOND WEIL

GENEVE

ordre dans nos sociétés, telles que VH1 Save the Music Foundation et Nordoff Robbins. Dans ce contexte, RAYMOND WEIL a noué des amitiés avec de nombreux musiciens au fil du temps et travaille également en étroite collaboration avec certains d'entre eux afin de créer des montres exclusives en éditions limitées.

Elie Bernheim, Directeur de RAYMOND WEIL, parle désormais de « music marketing », concept qui lui permet de parler à la fois à ses partenaires et à ses clients et qui rappelle que la musique fait aujourd'hui plus que jamais partie intégrante de l'univers de la Marque.

RAYMOND WEIL s'apprête ainsi à dévoiler sa partition 2014 composée de notes de *nabucco*, *maestro*, *freelancer* et *jasmine*. Au programme, émotions, précision et performance, des valeurs communes à la musique et à l'horlogerie que RAYMOND WEIL souhaite partager avec sa clientèle. Musique Maestro !

## Notes aux éditeurs :

### RAYMOND WEIL

Fondée en 1976, RAYMOND WEIL est l'une des dernières maisons horlogères suisses indépendantes et familiales. Basée à Genève, berceau des plus prestigieux noms de l'horlogerie suisse et des meilleurs experts dans le domaine des composants et de l'approvisionnement en matériaux, la Marque occupe une place de choix dans l'univers exclusif de l'horlogerie de luxe grâce à sa collection de garde-temps raffinés qui mêlent élégance et éléments contemporains, suscitant l'émotion à la fois chez les clients et chez les partenaires.

La musique a toujours été au cœur de l'univers de RAYMOND WEIL, comme en témoignent les noms des différentes collections de la Marque, tirés d'opéras célèbres tels que *nabucco* ou *parsifal*, ou à connotations musicales, *maestro* ou *jasmine*, et les nombreux partenariats musicaux que RAYMOND WEIL a notamment conclus avec des salles de concert iconiques, des prestigieuses remises de prix, des plateformes de musique en ligne ou des opérations de charité liées à l'univers musical.

Emotions, précision et performance : voici les valeurs communes à la musique et l'horlogerie que RAYMOND WEIL aspire à partager avec ses clients.

## Pour obtenir de plus amples informations:

[PRESSE & Actualités](#)

&

RAYMOND WEIL Genève

Département Relations Publiques et Presse

[prdepartment@raymond-weil.ch](mailto:prdepartment@raymond-weil.ch)

## Suivez-nous sur:

