

LA CAJA MUSICAL DE RAYMOND WEIL



A tan sólo unos días de la inauguración oficial de Baselworld, RAYMOND WEIL se dispone a presentar a su público su sinfonía de novedades para 2014, haciendo hincapié nuevamente en la temática musical que ha marcado su actualidad en los últimos meses... La música, fuente de inspiración de siempre, está vinculada hoy más que nunca al universo de la Marca relojera.

RAYMOND WEIL está a punto de reabrir su “caja musical” inaugurada el pasado año. A imagen de la Marca, este stand retoma la forma de un violoncelo de madera maciza de 9 metros de alto que recuerda su estrecho vínculo con la música. Evoca la obra creativa de dos obras maestras, una relojera y otra musical, en dos universos íntimamente ligados. Gracias a su diseño de líneas depuradas, sus materiales nobles y sus 360 m² de superficie en planta, una de las mayores que poseen las marcas relojeras ubicadas en el hall 1.0, el “Hall of Dreams”, marcará el ritmo de la batuta del director de orquesta durante más de una semana.

La creación del concepto de “music marketing” hace que la música, antaño fuente de inspiración, constituya hoy en día un vehículo transmisor de los valores, los conocimientos especializados y el entusiasmo del relojero melómano. A RAYMOND WEIL le complace contar año tras año con nuevos socios de la industria musical, estableciendo colaboraciones con lugares musicales emblemáticos como el Royal Albert Hall en 2013 o el SSE Hydro, importantes eventos musicales como los BRIT Awards, los ClassicBRIT Awards o Live from the Artists Den, plataformas de música en línea como Wired u obras benéficas que atribuyen a la música un lugar de primer orden en el plano social, como la VH1 Save the Music Foundation y la Nordoff Robbins. A este respecto, RAYMOND WEIL ha forjado amistad con muchos músicos a lo largo de los años, colaborando estrechamente con algunos de ellos con el fin de crear ediciones limitadas de relojes exclusivos.



RAYMOND WEIL

GENÈVE

Elie Bernheim, Director de RAYMOND WEIL, habla del concepto de “music marketing” tanto con sus socios como con sus clientes, y recuerda que hoy más que nunca la música forma parte del universo de la Marca.

RAYMOND WEIL se dispone a revelar su partitura para 2014, compuesta por notas de sus modelos *nabucco*, *maestro*, *freelancer* y *jasmine*. Su programa incluye emociones, precisión y eficiencia, valores afines a la música y la relojería que RAYMOND WEIL desea compartir con sus clientes. ¡Música, Maestro!

Notas para los editores:

RAYMOND WEIL

Fundada en Ginebra en 1976, RAYMOND WEIL es una de las últimas empresas relojeras suizas independientes que siguen siendo de propiedad y gestión familiares. La Marca, sita en Ginebra, sede de los fabricantes de relojes más prestigiosos de Suiza y cuna de los conocimientos especializados más exclusivos en cuanto al desarrollo de componentes y materiales para la industria relojera, goza de una posición inigualable en el exclusivo mundo del lujo, gracias a su colección de finas piezas de relojería que conjugan elementos de diseño elegantes y contemporáneos e inspiran emociones a sus clientes y socios.

La música siempre ha constituido el centro del universo RAYMOND WEIL. Ello se pone de manifiesto en los nombres de las colecciones de la Marca, basados en el título de óperas famosas, entre ellas *nabucco* y *parsifal*, o de otras con connotaciones musicales, como *maestro* o *jasmine* — así como en las diversas asociaciones musicales que RAYMOND WEIL ha suscrito con eventos musicales icónicos, exclusivas celebraciones de entrega de premios musicales, plataformas musicales en directo y organizaciones benéficas relacionadas con la música.

Las emociones, la precisión y la eficiencia constituyen valores afines a la música y la relojería que RAYMOND WEIL desea compartir con sus clientes.

Para obtener más información:

[PRENSA y Noticias](#)

&

RAYMOND WEIL Genève

Departamento de Relaciones Públicas y Prensa

prdepartment@raymond-weil.ch

Síguenos en:

