

Comunicat de presă

8 noiembrie 2016

BMW la festivalul SoNoRo, o întâlnire de tradiție

București. Festivalul de muzică de cameră SoNoRo aduce, în fiecare toamnă, o experiență magică în București și în țară. De la Atenul Român, la Catedrala Sfântul Iosif sau Cărturești Carusel, SoNoRo oferă concerte spectaculoase, uneori în locuri neașteptate, dar mereu pline de poveste. Festivalul se distinge printr-un repertoriu bogat, care trece de la mari clasici la inflexiuni de jazz și experimente muzicale, totul construit cu eleganță și căldură.

Organizat între 28 octombrie și 14 noiembrie 2016, festivalul poartă în acest an numele „La Muse et le Poète” și promite în 20 de concerte întâlniri cu 23 de muzicieni din 18 țări, printre care pianiștii Olli Mustonen și Louis Lortie, violoniștii Mihaela Martin, Ilya Gringolts sau Philippe Graffin, violistul Lars Anders Tomter, violonceliștii Frans Helmerson, Christian Poltera sau Maximilian Hornung.

De șapte ani partener, BMW a explorat mereu posibilități de colaborare care să se regăsească în spiritul SoNoRo, rafinat și plin de viață în același timp. Anul trecut SoNoRo a fost scena lansării naționale a noului BMW Seria 7. Pentru ediția 2016, cea mai sofisticată limuzină de lux de pe piață asigură servicii de shuttle pentru artiști și invitații speciali.

Povestea întâlnirii dintre Algave Green și Mediteranean Blue

Concertul de la Ateneul Român este, tradițional, momentul de întâlnire al festivalului cu partiturile lui George Enescu și este un reper special în agenda festivalului. În acest an BMW a asigurat pentru acest concert o prezență specială, evocând aniversarea de 100 de ani a mărcii. Astfel, limuzinele clasice pentru serviciu de shuttle au fost înlocuite pentru seara de concert de la Ateneul Român cu două modele cu o istorie specială: o întâlnire între BMW 2002, modelul care a deschis gama de sedanuri sportive a mărcii, lansat cu 50 de ani în urmă, și echivalentul modern, un BMW Seria 3. Cele două modele au asigurat transportul până la ateneul Român pentru violonistul Daniel Rowland și pentru Răzvan Popovici, violist și directorul festivalului.

Comunicat de presă

Titlu BMW la festivalul SoNoRo, o întâlnire de tradiție

Pagina 2

„Pentru o zi am înlocuit elegantele limuzine sobre cu două modele în culori pline de viață și cu o istorie deosebită. Este povestea celei mai de succes linii de modele a companiei, așa cum arată acum 50 de ani, când se lansa ca un experiment, și cum arată în prezent, când este o poveste de succes. În anul centenar BMW, mulțumită SoNoRo, am reușit să scoatem în evidență un moment definitoriu din istoria mărcii”, explică Alexandru Șeremet, manager de comunicare BMW Group România.

Modelul BMW 2002 prezentat la SoNoRo are o istorie specială. În noiembrie 1972 o familie din Germania avea dublu motiv de bucurie – nașterea gemenelor și achiziționarea unui BMW 2002. Automobilul avea să fie achiziționat ani mai târziu de actualul proprietar, Tudor Vicol, chiar de la cele două gemene. Mașina încă își mai păstrează culoarea originală, Algave Green. La SoNoRo, alături de acest BMW 2002, a fost prezent un BMW Seria 3 modern, echipat cu Pachetul M, pentru un plus de prezență, și vopsit în eleganta culoare Mediteranean Blue.

Despre BMW 2002 și BMW Seria 3

Pe 7 martie 1966, BMW aniversarea 50 de ani de existență prin lansarea BMW 1602, un model care reface perfect spiritul mărcii prin sportivitate și agilitate. Acesta avea să fie dea numele unei numele unei familii întregi de modele – '02, ulterior sunt lansate și modele echipate cu motoare mai mari, care primesc indicativele 1802, 2002. Ultimul dintre acestea, BMW 2002, avea să scrie istorie în motorsport și să devină cu adevărat un model legendar. Hubert Hanne și apoi Dieter Quester și-au adjudecat unul, respectiv două titluri în Campionatul European de Turisme pilotând modele BMW 2002 la finalul anilor '60.

Mai mult decât atât, BMW '02 a deschis gama sedanurilor din clasa medie BMW. A fost urmat de BMW Seria 3 care este de atunci, fără întrerupere, cel mai bine vândut model al mărcii și cel mai de succes model în competițiile de motorsport. Acum, mai bine de unul din patru modele BMW vândute la nivel mondial este un Seria 3.

Comunicat de presă

Titlu BMW la festivalul SoNoRo, o întâlnire de tradiție

Pagina 3

Despre SoNoRo

Înființat în anul 2006, Festivalul SoNoRo a adus muzica de cameră în prim planul vieții culturale românești și a inclus scena muzicală românească într-o rețea de festivaluri europene de înaltă ținută. Pe lângă parteneriate regulate cu festivaluri din Italia, Letonia, Germania, Anglia, Israel și Japonia, SoNoRo a concertat în unele dintre cele mai renumite săli din lume, cum ar fi Wigmore Hall din Londra, Konzerthaus din Viena, YMCA din Ierusalim și Carnegie Hall din New York.

Platforma culturală SoNoRo include Festivalul SoNoRo (11 ani), SoNoRo-Inteferențe, programul de burse și workshop-uri pentru tineri muzicieni 10 ani), SoNoRo On Tour (9 ani), SoNoRo Arezzo (6 ani), SoNoRo Conac, seria de concerte estivale găzduite de clădiri de patrimoniu din România (4 ani), și SoNoRo Sofia (3 ani).

SoNoRo este membru al European Festivals Association.

SoNoRo este un proiect cultural aflat sub Înaltul Patronaj al Președinției României.

Festival prezentat de: Raiffeisen Bank

Sponsori principal: E.ON România, BMW, RomCapital Invest

Parteneri principali: Ministerul Culturii, Primăria Municipiului București, ARCUB, Consiliul General al Municipiului București, Institutul Cultural Român,

Sponsori: UPC, Leroy și Asociații, Ernst & Young, Ciga Energy, Novotel Hotels, YAMAHA, Clinica Alcor, Philip Morris, Fan Courier, UNIQA Asigurari - Asigurator oficial al Festivalului

#SoNoRo

www.sonoro.ro

www.facebook.com/sonoro

Comunicat de presă

Titlu BMW la festivalul SoNoRo, o întâlnire de tradiție

Pagina 4

Despre angajamentul cultural BMW

De aproape 50 de ani, BMW Group a inițiat și s-a implicat în peste 100 de proiecte culturale la nivel mondial. Compania pune accentul principal pe implicarea de durată în arta modernă și contemporană, pe muzica jazz și cea clasică, precum și pe arhitectură și design. În 1972, trei picturi de mari dimensiuni semnate de Gerhard Richter au fost create special pentru a fi expuse în foaierul sediului central BMW Group de la München. De atunci, artiști precum Andy Warhol, Jeff Koons, Daniel Barenboim, Jonas Kaufmann și arhitecta Zaha Hadid au cooperat cu BMW. În prezent, artista Cao Fei din China și americanul John Baldessari creează două noi automobile pentru colecția BMW Art Car. Pe lângă inițiativele comune precum BMW Tate Live, BMW Art Journey și concertele "Opera for All" din Berlin, München și Londra, compania este și partener al unor muzee și expoziții de artă de renume, precum și al unor orchestre și opere de pe mapamond. BMW Group garantează libertatea absolută de creație în toate activitățile culturale în care este implicată - acest aspect este esențial pentru lucrări de artă revoluționare, ca și pentru inovațiile importante într-o afacere de succes.

În România, BMW a consolidat parteneriate de tradiție cu Festivalul de muzică de cameră SoNoRo, Les Films de Cannes à Bucarest, Festivalul Dakino sau Anonimul, precum și Bienala de Gravură Experimentală. La nivel național, partenerii BMW susțin o gamă largă de proiecte culturale, așa cum este Festivalul de Teatru de la Sibiu.

Mai multe informații: www.bmwgroup.com/culture și
www.bmwgroup.com/culture/overview.

Facebook: <https://www.facebook.com/BMW-Group-Culture-925330854231870>

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroupculture>

@BMWGroupCulture

#BMWGroupCulture

Pentru informații suplimentare, vă rugăm contactați:

Comunicat de presă

Titlu BMW la festivalul SoNoRo, o întâlnire de tradiție

Pagina 5

BMW Group România**Alexandru Șeremet**

Tel.: +40-726-266-224

E-mail: alexandru.seremet@bmwgroup.com**BMW Group**

Datorită celor trei mărci ale sale - BMW, MINI și Rolls-Royce -, BMW Group este liderul mondial al constructorilor premium de automobile și motociclete și oferă servicii financiare și de mobilitate premium. În calitate de companie ce operează la nivel global, BMW Group dispune de 31 de facilități de producție și asamblare în 14 țări și are o rețea de vânzări în peste 140 de țări.

În 2015, BMW Group a vândut, la nivel mondial, aproximativ 2,247 milioane de automobile și aproape 137.000 motociclete. Profitul brut pentru anul fiscal 2015 a fost de aproximativ 9,22 miliarde de euro, iar veniturile au fost de 92,18 miliarde de euro. La 31 decembrie 2015, BMW Group dispunea de o forță de muncă de 122.244 de angajați.

Dintotdeauna, succesul BMW Group s-a bazat pe gândirea pe termen lung și pe acțiunea responsabilă. Astfel, compania a pus bazele unei dezvoltări durabile în plan ecologic și social prin lanțul de valori, responsabilitatea vastă a produselor și un angajament clar pentru conservarea resurselor ca parte integrantă a strategiei sale.

www.bmwgroup.com; www.bmw.roFacebook: <http://www.facebook.com/BMW.Romania>Twitter: <http://twitter.com/BMWRO>YouTube: <http://www.youtube.com/bmwgroupromania>

Site-uri de presă:

www.presa.bmw.rowww.presa.mini.rowww.press.bmwgroup.comwww.press.bmwgroup-sport.com