



CUPRA célèbre son 4^{ème} anniversaire avec une vision ambitieuse pour 2022

CUPRA continue sur sa lancée avec CUPRA X 2 et le lancement de Metahype

- > **Le challenger anticonformiste dévoile CUPRA X 2, son ambitieux projet pour 2022**
- > **Cette année, CUPRA entend doubler ses ventes, son chiffre d'affaires et son réseau mondial de CUPRA Masters et de CUPRA City Garages**
- > **La marque annonce également deux nouveaux modèles CUPRA afin de doubler sa gamme**
- > **En 2022, CUPRA franchira une nouvelle étape au-delà de l'industrie automobile avec le lancement de Metahype, un nouvel espace collaboratif dans le métavers**
- > **La CUPRA² Experience, l'une des premières expériences de course à combiner les mondes réel et virtuel, arrivera également plus tard dans l'année**

Martorell/Cham, le 22.02.2022 – CUPRA n'a de cesse de surpasser ses expériences émotionnelles. Ainsi, à l'occasion de son 4^{ème} anniversaire, la marque challenger anticonformiste a partagé son ambitieuse vision pour l'année à venir : CUPRA X 2. [Durant un évènement spécial en ligne](#), la marque a non seulement annoncé l'arrivée de deux nouveaux modèles dans sa gamme actuelle, mais également une évolution inédite de ses expériences émotionnelles. Celles-ci bénéficieront d'un tout nouvel espace avec le lancement de Metahype, une nouvelle plateforme collaborative dans le Metaverse.

CUPRA X 2 : une vision ambitieuse pour 2022

"Notre 4^{ème} anniversaire revêt une signification particulière. Nos projets pour 2022 comprennent l'objectif de doubler nos ventes, de doubler notre chiffre d'affaires et de doubler notre réseau de distribution. C'est pourquoi, nous avons choisi le nom de CUPRA X 2", a déclaré Wayne Griffiths, PDG de CUPRA. **"Beaucoup de gens avaient des doutes il y a quatre ans, mais nous n'avons jamais douté de nous-mêmes. Cette année, nous allons une fois de plus prouver que rien ne peut nous arrêter dans notre élan".**

CUPRA a également l'intention de doubler son réseau mondial de CUPRA Masters et de CUPRA City Garages, et de toucher davantage de membres de la tribu CUPRA dans le monde.



Multiplier la gamme CUPRA par deux

Wayne Griffiths a également révélé que CUPRA lancera deux nouveaux modèles, multipliant ainsi par deux sa gamme actuelle. Cette nouvelle intervient un an après l'annonce de la CUPRA Tavascan. Deuxième véhicule 100 % électrique de la marque après la CUPRA Born, il sera commercialisé en 2024. Et sera suivi en 2025 par une citadine électrique inspirée de l'UrbanRebel.

Metahype : les expériences émotionnelles de CUPRA atteignent un niveau supérieur

Les émotions uniques sont au cœur de l'ADN CUPRA. A ce titre, ses expériences émotionnelles existeront dans un espace entièrement nouveau, avec l'entrée de la marque dans le Métaverse au cours de cette année.

"[Metahype](#) est notre interprétation de ce nouvel univers. Il s'agit d'un espace collaboratif dans lequel les marques, les start-ups et les créateurs de contenus peuvent accueillir une grande variété d'événements et d'expériences, pour que les individus puissent créer et partager la culture", a ajouté Wayne Griffiths. **"Avec l'entrée de CUPRA dans le Metaverse, nous démontrons une fois de plus que nous sommes une marque qui va au-delà de l'industrie automobile".**

Développé en partenariat avec VISYON, une société de services d'innovation renommée qui fait partie du groupe Mediapro, Metahype est axé sur la collaboration. CUPRA s'associera à des partenaires issus de multiples domaines pour inspirer la nouvelle génération, à commencer par des marques du monde de la musique et du divertissement, telles que Primavera Sound et UBEAT. Durant son entretien avec Cathy Hackl, la futuriste de renommée mondiale et Chief Metaverse Officer, Wayne Griffiths a révélé que les marques et les particuliers pourront exposer des œuvres d'art telles que des NFT, présenter des produits numériques et physiques et diffuser du contenu en continu au sein de Metahype.

CUPRA disposera de son propre hub au sein de la plateforme - un endroit dans lequel elle pourra créer de nouvelles expériences spectaculaires pour la tribu CUPRA à différents moments du parcours client.

"Avec les mondes virtuels, les marques ont la possibilité de créer des expériences immersives totalement nouvelles pour leurs clients actuels et futurs. C'est une excellente occasion pour CUPRA de s'impliquer avec sa communauté de manière innovante et vraiment authentique grâce à Metahype", a déclaré Cathy Hackl.



CUPRA² Experience : une course comme aucune autre jusqu'à présent

Non contente de transposer ses expériences émotionnelles au Metaverse, CUPRA a également donné un aperçu d'un tout nouveau type de course, qui combine les mondes réel et virtuel : la CUPRA² Experience.

"Créée avec notre UrbanRebel 100 % électrique, la CUPRA² Experience est une expérience de course unique qui consiste à conduire dans le monde réel alors que ce que vous voyez est virtuel", a expliqué Antonino Labate, Directeur de la Stratégie, du Développement Commercial et des Opérations de CUPRA. **"Avec la CUPRA² Experience, nous sommes prêts à révolutionner les formats traditionnels du sport automobile".**

Enfin, en amont de la CUPRA² Experience, CUPRA mettra aux enchères son premier NFT de l'UrbanRebel. Le gagnant aura l'opportunité de faire partie des premiers pilotes de la CUPRA² Experience.

Avec le lancement de Metahype, la CUPRA² Experience et le lancement prochain de deux nouveaux modèles, CUPRA célèbre son 4^{ème} anniversaire en prouvant une fois de plus qu'elle est une marque progressiste qui va bien au-delà de la seule industrie automobile.

CUPRA est la marque challenger non conventionnelle qui allie émotion, électrification et performance pour inspirer le monde depuis Barcelone. Lancé en 2018, CUPRA possède désormais son propre siège social ainsi que son atelier consacré aux voitures de course à Martorell (Barcelone). A cela s'ajoute un réseau de points vente dédiés dans le monde entier.

En 2021, CUPRA a maintenu sa tendance à la hausse, triplant ses ventes avec 80 000 véhicules livrés, portée par le succès de la CUPRA Formentor. CUPRA prouve que l'électrification et la sportivité vont de pair et élargiront en 2022 la gamme de la CUPRA Born, le premier véhicule 100 % électrique de la marque, avec des modèles aux capacités de batterie différentes, ainsi qu'une version e-Boost plus puissante. Une version exclusive en édition limitée de la CUPRA Formentor VZ5 sera également présentée. La CUPRA Tavascan, le deuxième modèle 100 % électrique de la marque, arrivera sur le marché en 2024, suivie de la première voiture électrique urbaine de la marque, inspirée du concept CUPRA UrbanRebel, en 2025.

CUPRA est le partenaire automobile et de mobilité officiel du FC Barcelone, le sponsor principal du World Padel Tour et le sponsor officiel du eSports Club Finetwork KOI. En collaboration avec des marques telles que Primavera Sound et De Antonio Yachts, elle a créé l'univers lifestyle CUPRA pour générer des expériences uniques. La CUPRA Tribe est composée d'une équipe d'ambassadeurs qui veulent être le moteur du changement. Parmi ses membres figurent les médaillés d'or olympiques Adam Peaty, Melvin Richardson et Saúl Craviotto, le gardien de but allemand Marc ter Stegen et la footballeuse Ballon d'Or Alexia Putellas.

Contact presse CUPRA

Karin Huber, PR Manager
AMAG Import AG
Alte Steinhäuserstrasse 12 + 16
6360 Cham
Téléphone: +41 56 463 98 08
E-mail: karin.huber@amag.ch
www.cupraofficial.ch
www.seatpress.ch