



Le véhicule conçu pour secouer le marché de l'électrique

CUPRA fête son troisième anniversaire et entame une nouvelle ère avec la CUPRA Born

- > Le premier modèle 100 % électrique de CUPRA marquera les débuts d'un nouveau modèle de commercialisation
- > Wayne Griffiths : « En 2021, nous avons pour objectif de doubler le volume des ventes par rapport à l'année dernière, et de représenter 10 % des volumes totaux de la société »
- > La marque va étendre son réseau de distribution avec 800 points de vente, et ouvrir un nouveau CUPRA Garage dans le centre de Munich
- > Première mondiale de la Formentor VZ5 : CUPRA fête son anniversaire en présentant son joyau
- > La société élargit son univers lifestyle avec Wilson et De Antonio Yachts, et présente le teaser de RPM, une production télé réalisée avec Vince Gerardis, producteur (*Game of Thrones*)

Martorell, 22-02-2021 – CUPRA entame une nouvelle ère. Trois ans après ses débuts à Terramar, la marque automobile fait face à une année charnière en 2021. Celle-ci aspire à devenir le moteur de la transformation de l'entreprise, et à prouver qu'électrification et performance vont de pair. Pour ce faire, CUPRA propose ses six variantes hybrides rechargeables, et lance la CUPRA Born, son tout premier modèle 100 % électrique.

Pour fêter le troisième anniversaire de l'entreprise, la tribu CUPRA s'est réunie sur la plateforme virtuelle CUPRA e-Garage, afin de dévoiler ses projets d'avenir à l'occasion d'un événement numérique auquel ont assisté des invités de marque, dont les ambassadeurs Marc ter Stegen et Fernando Belasteguín, les pilotes Mattias Ekström, Jordi Gené et Mikel Azcona, et le coproducteur exécutif de *Game of Thrones*, Vince Gerardis.

Une marque créée pour durer

Le Président de CUPRA, Wayne Griffiths, a donné le coup d'envoi de l'événement en déclarant « CUPRA a surpris tout le monde au cours de ces trois années, et a même continué à se développer pendant la pandémie. Ces excellents résultats nous rendent optimistes et nous abordons l'année 2021 avec des ambitions encore plus grandes. Cette



année, nous avons ainsi pour objectif de doubler le volume des ventes par rapport à l'année dernière, et de représenter 10 % des volumes totaux de l'entreprise (SEAT S.A). ».

Depuis sa création en 2018, CUPRA a dépassé tous les pronostiques avec 65 000 unités vendues, et en affichant un taux de croissance à deux chiffres. Après le lancement d'une nouvelle gamme de produits et avec l'arrivée du Formentor, son premier modèle développé de manière exclusive, CUPRA a accéléré sa croissance. Elle est devenue en janvier 2021 la marque qui a connu la plus forte croissance, en réalisant au passage son deuxième record mensuel consécutif de ventes.

Trois piliers stratégiques en 2021

Afin d'atteindre ses objectifs pour l'année en cours, la stratégie de CUPRA repose sur trois piliers : renforcer l'électrification de la gamme de produits, mettre en œuvre une nouvelle stratégie de distribution pour renforcer sa présence mondiale, et continuer à construire l'univers de la marque au travers de nouvelles expériences.

L'électrification sera la clé de la croissance de CUPRA en 2021. Grâce aux six variantes hybrides des CUPRA Leon et CUPRA Formentor aux côtés de la CUPRA Ateca, la marque vise à renforcer sa présence en Europe, et à accéder aux marchés les plus électrifiés, tels que la Norvège et les Pays-Bas. CUPRA a pour objectif de réaliser 50 % de ses ventes de Formentor avec des versions hybrides rechargeables. De plus, la marque veut également étendre sa présence sur les marchés internationaux tels que le Mexique, Israël et la Turquie.

Aux huit motorisations existantes du premier modèle exclusif de la société, vient s'ajouter la CUPRA Formentor VZ5 qui vient tout juste d'être dévoilée. Seules 7 000 unités de cette édition spéciale de 390 ch seront produites. Suite à cette première mondiale, Werner Tietz, le Vice-Président exécutif pour la Recherche et Développement, a déclaré « La CUPRA Formentor VZ5 est l'expression ultime de la performance en matière de motorisation thermique pour les passionnés d'automobile. Avec la VZ5, nous avons réalisé ce que beaucoup croyaient impossible. Cette voiture est notre joyau et l'un des meilleurs exemples du lien entre le circuit et la route, un exploit que nos pilotes Mattias Ekström et Jordi Gené nous ont aidé à réaliser ». En plus des pilotes Mattias Ekström et Jordi Gené, le pilote espagnol Mikel Azcona a été confirmé comme le troisième pilote de l'équipe PURE ETCR.

CUPRA Born : une nouvelle ère commence

Le lancement de la CUPRA Born, le modèle de série dont le nom rend hommage au quartier de Barcelone qui a inspiré sa création, sera le moteur de la transformation de l'entreprise, selon Wayne Griffiths : « La CUPRA Born va changer la donne sur le marché de l'électrique grâce à son design attrayant et à ses performances instantanées. Ce véhicule va contribuer à réduire les émissions de CO2 et atteindre les objectifs européens.



De plus, il améliorera la rentabilité de l'entreprise, et augmentera la contribution de la marque à la marge. De plus, la CUPRA Born contribuera à réduire les émissions mondiales de CO² et à atteindre les objectifs européens. Avec cette voiture, nous entendons contribuer à l'électrification de l'Espagne et du monde grâce à sa sportivité émotionnelle, et nous voulons que les jeunes participent à cette transformation. C'est pourquoi ce véhicule sera également proposé sur abonnement, avec un forfait mensuel qui comprendra l'utilisation du véhicule et d'autres services connexes ».

Le deuxième pilier stratégique de CUPRA consistera dans la mise en œuvre de la nouvelle stratégie de distribution. Celle-ci permettra de répondre aux demandes de la nouvelle génération de clients, et de garantir un modèle de distribution plus efficace et durable de la marque. Le lancement de la CUPRA Born s'accompagnera ainsi d'un système en rupture, avec le renforcement de la présence en ligne du réseau de concessionnaires. En outre, la marque vise à accroître sa visibilité en ouvrant des CUPRA Garage au cœur des grandes villes du monde entier. Après l'ouverture d'espaces exclusifs à Mexico, Hambourg et Barcelone, CUPRA prévoit d'ouvrir un nouveau CUPRA Garage à Munich au cours du second semestre de cette année.

Avec ce nouveau modèle de distribution, CUPRA vise à étendre son réseau mondial, et à atteindre 800 points de vente d'ici la fin 2022. De plus, l'entreprise prévoit de renforcer ses équipes commerciales avec 1 000 CUPRA Masters. Ces derniers seront les ambassadeurs de la marque, et ils centraliseront la relation client, du premier rendez-vous jusqu'au service après-vente.

Grâce à cette nouvelle stratégie de distribution, la CUPRA Born ouvrira les portes de nouveaux marchés internationaux afin d'accroître la présence de la marque dans les pays les plus électrifiés. Avec une autonomie de 500 kilomètres et un design élégant, le constructeur ambitionne d'élargir sa clientèle, et de séduire les clients qui recherchent la technologie la plus avancée avec un impact environnemental minimal. En effet, certains éléments de ce modèle seront fabriqués à partir de matériaux en plastique recyclés. La CUPRA Born sera produite dans l'usine de Zwickau en Allemagne à partir du second semestre 2021. De plus, à la fin de sa présentation, Wayne Griffiths a annoncé que la marque travaille à la commercialisation d'un nouveau modèle basé cette fois sur le concept électrique CUPRA Tavascan.

L'univers CUPRA s'agrandit

À côté de sa gamme complète de produits et de son réseau de distribution mondial, le troisième pilier de la stratégie de CUPRA consiste à générer de nouvelles expériences, et à s'étendre sur de nouveaux territoires. Le tout avec l'ambition d'être une source d'inspiration pour le reste du monde depuis Barcelone.



Ainsi, Antonino Labate, le directeur de la Stratégie, du Développement Commercial et des Opérations de CUPRA, a présenté une nouvelle raquette de padel. Celle-ci a été créée conjointement avec la marque de sport Wilson, pour Fernando Belasteguín, joueur du World Padel Tour et ambassadeur de CUPRA. Avec cette raquette, que le joueur argentin utilisera lors de certains tournois du circuit professionnel, la firme veut démontrer son implication dans l'expansion du padel, le sport qui connaît la plus forte croissance en Europe.

De plus, M. Labate a annoncé une nouvelle collaboration avec De Antonio Yachts, une société de yachts design hautes performances basée à Barcelone. Les deux marques ont travaillé ensemble à la conception du D28 De Antonio CUPRA, un yacht aux couleurs emblématiques du constructeur automobile. De plus, le dirigeant de CUPRA a annoncé que les deux marques ambitionnaient d'explorer la création d'un yacht à propulsion hybride.

Enfin, pour clôturer l'événement en beauté, CUPRA a dévoilé le teaser de *RPM*, une production télé de science-fiction se déroulant en 2101, dans un monde dans lequel les émotions sont interdites tandis qu'un groupe de rebelles lutte pour réveiller l'humanité. Le teaser met en scène des acteurs de premier plan tels que Natalia Reyes, star du dernier *Terminator*, l'acteur espagnol Eduard Fernández de la série *30 Monedas* et l'actrice nominée au Goya, Juana Acosta. Vince Gerardis, coproducteur exécutif de *Game of Thrones* et du teaser de *RPM*, a fait une apparition lors de l'annonce aux côtés des frères Uria et de Daniel Posada d'Infinito Studios.

CUPRA est une marque non-conventionnelle et challengeur, basée sur un design sophistiqué et des performances contemporaines et qui inspire le monde depuis Barcelone en proposant des modèles et expériences innovants. Lancée en 2018 en tant que marque indépendante, 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 de vente dédiés dans le monde entier.

En 2020, la marque a maintenu sa progression avec 11% de croissance par rapport à l'année précédente et 27 400 véhicules vendus, résultats rendus possible grâce aux performances enregistrées par la CUPRA Ateca et la CUPRA Leon, mais aussi par l'arrivée dans les différents marchés de la CUPRA Formentor, le premier modèle conçu spécifiquement pour la marque. En 2021, CUPRA a pour objectif de prouver que l'électrification et la sportivité peuvent aller de pair, avec le lancement de la version hybride rechargeable de la CUPRA Formentor et de son premier modèle 100% électrique la CUPRA el-Born.

Cette année, CUPRA participera à la compétition off-road de SUV 100% électrique, l'Extreme E. De plus, CUPRA est également le partenaire officiel du FC Barcelone en matière d'automobile et de mobilité et le sponsor principal du World Padel Tour. La Tribu CUPRA se compose d'ambassadeurs qui partagent les valeurs de la marque, à l'image du gardien allemand Marc Ter Stegen, du pilote suédois Mattias Ekstrom et de cinq des plus grands joueurs de padel au monde.



CUPRA France

Sacha Farkas
Responsable Relations Presse
Sacha.farkas@seat.fr

<http://seat-mediacentre.fr>

Océane Arnould-Dupuy
Attachée de presse
Oceane.arnould.dupuy@seat.fr

PRENSA PREMSA NEWS PRESSE STAMPA

CUPRA