



## CUPRA otwiera e-Garage i ogłasza cyfrową strategię

Cyfrowa strategia marki została zaprezentowana w siedzibie online marki CUPRA e-Garage. Miejsce zostało wirtualnie zlokalizowane na przylądku Formentor na Majorce, od którego przyjął nazwę pierwszy autorski CUV CUPRY. Przestrzeń została zaprojektowana, by zapewnić gościom z całego świata interaktywne doświadczenie wartości i stylu marki. Cyfrowa platforma pomogła również w wyszkoleniu 600 CUPRA Masterów z całego świata.

Ogłoszona strategia ma wspomóc prezentację nowych modeli hiszpańskiej marki. W tym celu CUPRA we współpracy z barcelońską firmą Mediapro Group stworzyła wirtualną przestrzeń CUPRA e-Garage, która pozwoli odwiedzającym na zapoznanie się z samochodami z miedzianym logo. Projekt siedziby nawiązuje do istniejących w realnym świecie butikowych salonów CUPRA.

*– Zależy nam, by podkreślić pozycję CUPRY jako marki na miarę XXI wieku – mówi Antonino Labate, dyrektor ds. strategii i rozwoju. – Chcemy wykorzystywać nowoczesne technologie, by zapewniać ludziom niezapomniane emocje i kontakt z marką. Wiemy, że nasze nowe modele będą odpowiadać na potrzeby szerszej rzeszy klientów, a CUPRA e-Garage jest pierwszym krokiem do udostępnienia im łatwo dostępnego, angażującego cyfrowego doświadczenia.*

### Nowe cyfrowe rozwiązania

Podczas spotkania inaugurującego CUPRA e-Garage przedstawiono również pozostałe założenia cyfrowej strategii CUPRY. Przedstawiciele marki zapowiadają w nieodległej przyszłości uruchomienie oddzielnej platformy, która umożliwi organizację koncertów na żywo dostępnych z dowolnego miejsca na świecie. Marka zamierza podjąć się współprodukcji programu telewizyjnego przedstawiającego pełnię możliwości wyczynowych samochodów. Produkcja zostanie udostępniona na wybranych platformach VOD.

Sam CUPRA e-Garage spełniać będzie również ważne funkcje szkoleniowe dla CUPRA Masterów. Pierwsze spotkanie, w którym wzięło udział ponad 600 specjalistów marki, zostało zorganizowane 28 października. Według zapewnień przedstawicieli marki rozwiązanie to pozwoli na łatwiejsze i sprawniejsze przekazywanie wiedzy o dynamicznie rozwijającej się ofercie marki.



## Stacjonarny salon w Polsce

Hiszpański producent planuje konsekwentnie rozwijać także format ekskluzywnych salonów stacjonarnych CUPRA. Pierwsze siedziby powstały w Mexico City oraz Hamburgu. Wśród priorytetowych rynków, na których ma pojawić się lokal marki, wymieniana jest Polska. Przewiduje się, że polski salon CUPRA może zostać otwarty w pierwszym półroczu 2021 roku.

**CUPRA** to niezależna marka należąca do Grupy SEAT, która powstała w 2018 roku. W jej DNA wpisane są takie wartości jak sportowe osiągi oraz wyrafinowany design. CUPRA zamknęła 2019 rok z wynikiem 25 tys. sprzedanych samochodów, co oznacza wzrost sprzedaży o 72% w porównaniu do poprzedniego roku. Posiada niemal 250 wyspecjalizowanych punktów sprzedaży na całym świecie. W 2020 roku na rynek trafią: CUPRA Leon i CUPRA Formentor – pierwszy model zaprojektowany specjalnie dla marki.

CUPRA w drugą rocznicę istnienia otworzyła swoją nową siedzibę, CUPRA Studio w Martorell niedaleko Barcelony o powierzchni 2400 m<sup>2</sup>. W znajdującej się obok CUPRA Racing Factory został zaprojektowany pierwszy, w 100% elektryczny samochód wyścigowy CUPRA e-Racer.

W sierpniu 2019 roku CUPRA została oficjalnym partnerem motoryzacyjnym oraz partnerem ds. mobilności barcelońskiego klubu FC Barcelona. Marka stworzyła także elitarny zespół ambasadorów z całego świata, w skład którego wchodzi m.in. niemiecki bramkarz Marc ter Stegen czy szwedzki kierowca wyścigowy Mattias Ekström.

### KONTAKT DLA MEDIÓW:

Jakub Góralczyk

tel.: +48 61 62 73 063 | kom.: +48 690 406 063

Jakub.Goralczyk@seat-auto.pl | [www.seatmedia.pl](http://www.seatmedia.pl) | [twitter.com/SEATMedia\\_PL](https://twitter.com/SEATMedia_PL)

Biuro prasowe | Walk PR

Matylda Żemajtis | kom. +48 572 571 130

Karolina Kamińska | kom. +48 519 061 376

cupra@walk.pl | [www.seatmedia.pl](http://www.seatmedia.pl) | [twitter.com/SEATMedia\\_PL](https://twitter.com/SEATMedia_PL)