



CUPRA wchodzi do metaverse.

Marka uruchamia własny dystrykt na wirtualnej wyspie Metahype

- Metahype to stale rozwijająca się wirtualna przestrzeń, w ramach której marki, twórcy i społeczności mogą się integrować, współpracować i przeżywać emocjonujące doświadczenia.
- CUPRA uruchomiła własne strefy na wirtualnej wyspie Metahype, które łącznie tworzą Dystrykt CUPRA.
- Premiera pierwszego, wirtualnego samochodu sportowego w Dystrykcie CUPRA, poprzez immersyjne doświadczenie, daje użytkownikom wpływ na przyszły design modelu CUPRA DarkRebel.
- Hiszpański producent planuje współpracę z Primavera Sound – jedną z pierwszych marek, które dołączyły do świata Metahype.

Metahype to stale powiększająca się wirtualna wyspa, w ramach której marki, twórcy i społeczności spotykają się, aby doświadczać integracji, współpracy i wspólnego tworzenia w nowym, emocjonującym wymiarze. Podczas premierowej konferencji poświęconej nowemu, elektrycznemu SUV-owi hiszpańskiej marki – CUPRA Tavascan, swój debiut miał również Dystrykt CUPRA umiejscowiony w przestrzeni Metahype, który pozwala użytkownikom na innowacyjną i interaktywną eksplorację metaverse'u w towarzystwie marki z Martorell.

Wyspa składa się z różnych dystryktów i wspólnych stref, które marki, start-upy oraz twórcy mogą wykorzystać, aby łączyć i angażować nowe pokolenia odbiorców. Metahype osadzony został w trzech strefach: Plac Metahype, Dystrykt CUPRA oraz Primavera Sound. Eksploratorzy lądują na placu Metahype, gdzie otrzymują wirtualny paszport, który reprezentuje profil każdego Hypera – czyli użytkownika platformy. CUPRA opracowała system, który nagradza użytkowników Hypami za ich zaangażowanie i aktywność w ramach platformy.

– Metahype oficjalnie wystartował i stał się przestrzenią nie tylko dla CUPRY, ale także dla innych marek, start-upów i twórców. Dzięki temu projektowi chcemy na nowo zdefiniować, jak ludzie przeżywają i odczuwają emocje w świecie wirtualnym. Dystrykt CUPRA zapewnia unikalne doświadczenia, których celem jest połączenie różnych społeczności i poznanie ich siły oraz kreatywności – powiedział Sven Schuwirth, dyrektor operacyjny marki CUPRA.

Po ogłoszeniu Metahype w zeszłym roku, producent z Martorell, udostępnił pięć unikalnych stref, które składają się na Dystrykt CUPRA. Hyperzy odwiedzający ten obszar będą mieli okazję skorzystać z:

1. CUPRA Plaza – miejsca spotkań i towarzystwa dla CUPRA Tribe.



2. CUPRA Racing: miejsca, w których użytkownicy będą mogli zmierzyć się ze sobą podczas wyścigów samochodowych w 2 różnych grach.
3. CUPRA Metahype City Garage: miejsca, w którym można poznać modele hiszpańskiego producenta, spotkać CUPRA Masterów i „wypróbować” najnowszy model CUPRA Tavascan.
4. CUPRA Hub: przestrzeni, w której Hyperzy mogą wziąć udział m.in. w Dancing Challenges nadzorowane przez Primavera Sound.
5. CUPRA Next: gdzie użytkownicy mogą mieć swój udział w projektowaniu przyszłego modelu CUPRA DarkRebel.

W ramach Metahype CUPRA nawiązała współpracę z Primavera Sound, jedną z pierwszych marek, które dołączyły do tej wirtualnej przestrzeni. Twórca festiwalu muzycznego oferuje na platformie treści związane z muzyką oraz akademię DJ-ów opartą na grach internetowych, aby zaangażować nowe pokolenie miłośników muzyki. Nadrzędnym celem Metahype jest połączenie różnych społeczności i podkreślenie mocy współpracy. Możliwości są ogromne, a jedynym ograniczeniem jest wyobraźnia i kreatywność CUPRA Tribe. Wkrótce na platformie pojawi się więcej partnerów.

Metahype dostępny jest jedynie w wersji desktop, a wkrótce także na urządzeniach mobilnych.

Aby skorzystać z możliwości Metahype wystarczy kliknąć tu: www.metahype.com

CUPRA to marka łącząca niekonwencjonalny styl, emocje i wyjątkowe osiągi. Powstała w 2018 roku w Barcelonie. Siedziba firmy znajduje się w miejscowości Martorell, a sprzedaż odbywa się poprzez sieć wyspecjalizowanych punktów na całym świecie.

W 2022 roku marka CUPRA kontynuowała bezprecedensowy wzrost sprzedaży, uzyskując poziom niemal 152 900 sprzedanych modeli na całym świecie. Wynik ten okazał się ogromnym sukcesem, ponieważ marka osiągnęła tym samym 93% wzrost sprzedaży w stosunku do roku ubiegłego (80 000 sprzedanych aut).

Udowadniając, że elektryfikacja i sportowy charakter doskonale do siebie pasują, w 2021 roku CUPRA zaprezentowała pierwszy w 100% elektryczny samochód marki – CUPRA Born. W 2022 roku firma poszerzyła gamę tego modelu o pojazdy z różnymi pojemnościami akumulatorów, a także o mocniejszą wersję e-Boost. Marka wprowadziła również ekskluzywną, limitowaną edycję modelu CUPRA Formentor VZ5.

W 2023 roku swoją premierę miał drugi całkowicie elektryczny model marki – CUPRA Tavascan. W 2024 roku na rynku motoryzacyjnym pojawi się pierwszy zelektryfikowany sportowy SUV, czyli CUPRA Terramar. Natomiast na rok 2025 planowana jest premiera najbardziej radykalnej interpretacji miejskiego samochodu elektrycznego marki, inspirowanej koncepcją CUPRA UrbanRebel.

CUPRA jest oficjalnym partnerem motoryzacyjnym klubu FC Barcelona oraz sponsorem zawodów World Padel Tour i eSports Club Finetwork KOI. Wspiera takie projekty jak festiwal Primavera Sound oraz produkcja łodzi motorowych we współpracy z De Antonio Yachts.

Ambasadorzy marki stanowią część międzynarodowego zespołu CUPRA Tribe i chcą być siłą napędową zmian. Wśród nich są: miejski artysta działający pod pseudonimem TV Boy, złoci medaliści olimpijscy Adam Peaty, Melvin Richardson i Saúl Craviotto, niemiecki bramkarz Marc ter Stegen oraz zdobywczyni Złotej Piłki i najlepsza piłkarka FIFA, Alexia



Putellas. Od 2022 roku polskim Partnerem marki CUPRA jest Szymon Godziek, zawodnik specjalizujący się w ekstremalnym freestyle'u MTB i freeride.

KONTAKT DLA MEDIÓW:

Katarzyna Dziomdziora

tel. kom.: +48 690 406 350

katarzyna.dziomdziora1@seat-auto.pl | www.seatmedia.pl | https://twitter.com/SEATMedia_PL

Biuro prasowe | Walk PR

Agnieszka Kłusek | kom. +48 793 355 583

Dominika Nosal | kom. +48 797 970 431

Marta Wasilak | kom. +48 572 728 597

cupra@walk.pl | www.seatmedia.pl | https://twitter.com/SEATMedia_PL

PRENSA PREMSA NEWS PRESSE STAMPA