



CUPRA – odważny design dla tych, którzy lubią się wyróżnić. Na co stawiają polscy klienci marki?

- CUPRA oferuje szeroki zakres opcji personalizacji pojazdów, co pozwala na dostosowanie samochodu do indywidualnych preferencji klienta.
- Prawie połowa polskich klientów, spośród bogatej oferty marki, decyduje się na zakup modeli wyposażonych w silniki powyżej 200KM, które zapewniają bardziej dynamiczną jazdę.
- Aż 93% konsumentów doposaża swój samochód w automatyczną skrzynię biegów typu DSG, a 48% decyduje się na system BeatsAudioTM, który zapewnia doskonałe wrażenia muzyczne.

Wielu klientów salonów samochodowych lubi wyróżniać się na drodze. Oryginalny, emocjonalny design, sportowy charakter i szeroki wybór lakierów – to wszystko sprawia, że samochody marki CUPRA są wybierane przez kierowców, którzy stawiają na odważne i nieszablonowe rozwiązania. Hiszpański producent oferuje bogatą gamę możliwości personalizacji, która umożliwia indywidualne dostosowanie samochodu do własnych preferencji. Na co stawiają klienci CUPRY?

Dla miłośników wygody i kontroli

W standardowej ofercie marki klienci mogą wybierać spośród kilku wariantów silnikowych. Z danych sprzedażowych wynika, że 7% dotychczasowych klientów marki CUPRA zdecydowało na wyposażenie swojego auta w manualną skrzynię biegów. Natomiast mając na uwadze wygodę, aż 93% konsumentów wybrało automatyczną skrzynię biegów typu DSG. Z kolei aż 47% polskich klientów wybiera silniki powyżej 200KM. Klienci mają do wyboru także w pełni elektryczny model CUPRA Born, który dostępny jest w dwóch wersjach – z akumulatorem o mocy 58 kWh oraz 77 kWh do wyboru.

Dla tych, którzy chcą się wyróżnić

Jedną z najbardziej oczywistych możliwości personalizacji jest dobór koloru lakieru przy zakupie auta. Samochody marki CUPRA przyciągają uwagę nie tylko dzięki bogatej ofercie kolorystycznej czy oryginalnym miedzianym elementom, ale także za sprawą niecodziennej, matowej karoserii. Najczęściej wybieranym kolorem w Polsce z całej gamy kolorystycznej hiszpańskiego producenta jest Magnetic Tech – decyduje się na niego aż 28% klientów. Z danych sprzedażowych wynika również, że już około 10% polskich klientów marki zdecydowało się dodatkowo na pokrycie samochodu matowym lakierem. Opcja ta dostępna jest przy wyborze wszystkich modeli aut oferowanych przez markę. Z kolei ci, którzy chcą jeszcze mocniej podkreślić, to jak ważny jest dla nich styl, mogą wzbogacić swój samochód o nowy pakiet: Cooper+, który dostępny jest wyłącznie w modelu CUPRA Formentor i obejmuje 18-calowe, matowe felgi w kolorze czarnym z miedzianymi elementami.



Dla ceniących bezpieczeństwo

CUPRA umożliwia swoim klientom możliwość wzbogacenia konfiguracji pojazdu o pakiet Protect, łączący w sobie alarm z funkcją SAFE, pozwalający na zwiększenie ochrony samochodu przed kradzieżą, z systemem ochrony pasażerów Pre-Crash Assist. Na tego typu dodatkowe zabezpieczenia decyduje się 75% polskich klientów marki.

Dla tych, którzy chcą słuchać

W bogatej ofercie wyposażenia nie mogło zabraknąć specjalnego pakietu dla melomanów, którzy lubią umilać sobie jazdę ulubionymi dźwiękami. CUPRA z myślą o właśnie takich klientach oferuje możliwość konfiguracji swoich modeli o system audio premium. Pakiet BeatsAudioTM oferuje wysokiej jakości dźwięk o mocy 395W, składający się z 8 głośników, subwoofera i opcji surround. Z danych sprzedażowych marki wynika, że 48% klientów zdecydowało się do tej pory doposażyć swój samochód w system BeatsAudioTM. Dostępny jest on w każdym modelu hiszpańskiej marki.

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