



Pokolenie "Z" wyzwaniem dla producentów aut. CUPRA odpowiada na zmieniający się rynek

- Samochody CUPRA odpowiadają na potrzeby obecnych i przyszłych pokoleń klientów m.in.: dzięki nowoczesnemu podejściu do projektowania swoich modeli.
- Z myślą o najmłodszym pokoleniu kierowców marka tworzy futurystyczne i w pełni elektryczne modele takie jak CUPRA DarkRebel oraz Raval.
- Z najnowszych danych wynika, że prawie 50% osób z pokolenia Y oraz Z deklaruje duże zainteresowanie kupnem samochodu z napędem elektrycznym.

Elektryczna przyszłość w motoryzacji staje się już faktem. Jednak całkowita zmiana silników spalinowych na te zeroemisyjne może potrwać jeszcze jakiś czas. Istotną kwestią, która przybliży branżę do osiągnięcia tego celu są zmiany konsumenckie wśród młodszych pokoleń kierowców. Z raportu przeprowadzonego przez EV Klub Polska oraz portal elektromobilni.pl wynika, że prawie 50% osób z pokolenia Y oraz Z deklaruje większe zainteresowanie kupnem samochodu z napędem elektrycznym niż poprzednie generacje. Samochody CUPRA odpowiadają na potrzeby obecnych i przyszłych pokoleń klientów, dzięki nowoczesnemu podejściu do projektowania swoich modeli.

Elektryczna rewolucja

Nie będzie dużym zaskoczeniem fakt, że reprezentanci GEN Z deklarują zdecydowaną chęć zakupu samochodu elektrycznego. Według badania Deloitte z 2022 roku 75% przedstawicieli pokolenia Z uznaje, że świat znajduje się w kluczowym momencie, jeśli chodzi o konieczność podejmowania działań mających na celu przeciwdziałanie zmianom klimatu. Zdecydowana preferencja w kierunku samochodów elektrycznych jest zatem wyraźnym trendem, który szczególnie zauważyła hiszpańska marka. CUPRA z myślą o najmłodszym pokoleniu kierowców tworzy futurystyczne i w pełni elektryczne modele, a jednym z nich jest najnowszy CUPRA DarkRebel. Sportowy elektryk powstał pierwotnie w wirtualnej przestrzeni marki w Metaverse (Metahype), a niedawno zadebiutował w wersji rzeczywistej na targach IAA Mobility w Monachium.

Z kolei w 2025 roku hiszpańska marka wprowadzi na rynek elektryczny model Raval (początkowo UrbanRebel), którego wnętrze inspirowane jest światem gamingu. Młodzi ludzie oczekują czegoś innego i lepszego, niż klasyczne formy. Właśnie dlatego hiszpańska marka zaproponowała miejski, buntowniczy i w 100% elektryczny samochód, z własnym charakterem, przemawiającym do "zetek".

Sposób, aby się wyróżnić



Kolejnym pokoleniem, które częściej decyduje się na zakup samochodów z napędem elektrycznym jest pokolenie Y. Według raportu EV Klub Polska są najliczniejszą grupą osób, która najczęściej wybiera samochody elektryczne. Dla przedstawicieli tej generacji idealnym modelem będzie w 100% elektryczny model CUPRA Born, w którym wysokie osiągi łączą się z niepowtarzalnym designem. Milenialsy lubią się wyróżniać, a indywidualizm jest dla nich ważny. Model Born pokazuje, że elektryk nie musi być nudny m.in. dzięki niespotykanemu dotąd kolorowi karoserii Aurora Blue, matowym detalom, które przyciągną wzrok każdego przechodnia oraz zrównoważonym elementom wnętrza. CUPRA od lat współpracuje z SEAQUAL INITIATIVE, a wynikiem tej kooperacji są fotele kubełkowe w modelu Born, wyprodukowane z tkaniny SEAQUAL® YARN. Materiał ten pochodzi z recyklingowanych włókien polimerowych wytworzonych z surowców sztucznych wyłowionych z Morza Śródziemnego i innych zbiorników wodnych.

Klasyka i osiągi

Z kolei osoby z pokolenia *baby boomers*, czyli ludzie urodzeni między 1943 a 1960 rokiem, dużo bardziej cenią sobie moc i wydajność silników, które zapewniają napędy tradycyjne. To grupa kierowców, którzy są przyzwyczajeni do silników spalinowych. Wielu z nich wybiera samochody benzynowe, a także napędy wysokoprężne. Przykładem pojazdu CUPRA, który doskonale odpowiada tym preferencjom, jest model Formentor wyposażony w silnik benzynowy 2.0 TSI o mocy 310 KM. Doskonałe osiągi łączą się z odważnym designem, więc flagowy samochód marki będzie idealnym wyborem dla nietuzinkowych *boomersów*, którzy chcą korzystać z pełni wrażeń podczas jazdy.

– Przykładamy ogromną wagę do zrozumienia potrzeb i preferencji różnych pokoleń kierowców. Nasza oferta silników jest zróżnicowana, aby każdy mógł znaleźć coś, co spełnia jego oczekiwania zarówno pod względem wydajności, jak i odpowiedzialności ekologicznej. Jednak napędy to nie wszystko, ponieważ w CUPRA wierzymy, że charakter klienta odpowiada charakterystyce modelu, który wybiera – mówi Daria Zielaskiewicz, dyrektorka marek SEAT i CUPRA.

CUPRA to niekonwencjonalna marka, łącząca emocje, elektryfikację i sportowe osiągi, która zadebiutowała na rynku w 2018 roku modelem Formentor i od tamtej pory z powodzeniem inspirowała europejskie rynki z Barcelony. Siedziba główna marki i oddział CUPRA Racing znajdują się w Martorell (Barcelona). CUPRA posiada także globalną sieć wyspecjalizowanych punktów sprzedaży – CUPRA Studio.

Hiszpański producent udowadnia, że elektryfikacja i sportowy charakter idealnie do siebie pasują, a w 2022 roku marka osiągnęła rekordowy poziom sprzedaży, dostarczając ponad 150 000 pojazdów. Każda kolejna premiera to nowy kamień milowy w definiowaniu charakteru marki, który wyraża się ambitnym i oryginalnym designem: CUPRA Ateca, wyjątkowy samochód w segmencie kompaktowych SUV-ów; CUPRA Leon, pierwszy zelektryfikowany model dzięki hybrydowemu silnikowi elektrycznemu typu plug-in; CUPRA Formentor, pierwsze auto opracowane w całości przez hiszpańskiego producenta i jak do tej pory, najlepiej sprzedający się model marki; oraz CUPRA Born, pierwszy w 100% elektryczny pojazd, który wyjechał z katalońskiej fabryki. W 2023 roku swoją premierę miał drugi całkowicie elektryczny model marki – CUPRA Tavascan. Natomiast w 2024 roku na rynku motoryzacyjnym pojawi się pierwszy



zelektryfikowany sportowy SUV, czyli CUPRA Terramar. Z kolei na rok 2025 planowana jest premiera najbardziej radykalnej interpretacji miejskiego samochodu elektrycznego marki, inspirowanej koncepcją CUPRA Raval.

CUPRA jest oficjalnym partnerem motoryzacyjnym i mobilnym piłkarskiej drużyny FC Barcelona, sponsorem premium World Padel Tour oraz oficjalnym fundatorem eSports Club Finetwork KOI. Jest jedną ze światowych marek motoryzacyjnych, która bierze udział w wyścigach EXTREME E i Formuły E. CUPRA Tribe składa się z zespołu ambasadorów, którzy chcą być siłą napędową zmian. Wśród jego członków są m.in. artysta uliczny TV Boy, złoci medaliści olimpijcy Adam Peaty, Melvin Richardson i Saul Cravio, niemiecki bramkarz Marc ter Stegen oraz dwukrotna zdobywczyni Złotej Piłki i nagrody FIFA Alexia Putellas.

www.cupraofficial.com

KONTAKT DLA MEDIÓW:

Katarzyna Dziomdziora

tel. kom.: +48 690 406 350

katarzyna.dziomdziora1@seat-auto.pl | www.seatmedia.pl

Biuro prasowe | Walk PR

Agnieszka Kłusek | kom. +48 793 355 583

Dominika Nosal | kom. +48 797 970 431

Marta Wasiłak | kom. +48 572 728 597

cupra@walk.pl | www.seatmedia.pl

PRENSA PREMSA NEWS PRESSE STAMPA