



## CUPRA rozpoczęła niecodzienną współpracę z gwiazdą muzyki latynoskiej – Rosalią

- Marka ogłosiła współpracę z hiszpańską piosenkarką, autorką tekstów i producentką podczas ostatniego El Clásico – meczu drużyn FC Barcelona i Real Madryt (19 marca). Zapowiedzi w formie plakatów i billboardów pojawiły się m.in. w Barcelonie, Madrycie i Mexico City.
- W ramach nawiązanej współpracy hiszpańskiej marki z Rosalią powstała kampania, która podkreśla, czym jest CUPRA od A do Z. Do działań wykorzystano nową wersję utworu „Abcdefg”, piosenki pochodzącej z nagrodzonego statuetką Grammy albumu MOTOMAMI.
- Premiera wideo odbyła się podczas finału King’s League na Twitchu (26 marca). W opublikowanym filmie pojawili się ambasadorzy marki i reprezentanci CUPRA Tribe, m.in. Daniel Brühl, Alexia Putellas, Ansu Fati czy Marc ter Stegen oraz najnowsze modele marki – CUPRA UrbanRebel Concept, CUPRA Tavascan i CUPRA Terramar.

W ramach wspólnych działań pomiędzy marką CUPRA a hiszpańską piosenkarką Rosalią, jej utwór pt. "Abcdefg" zyskał nowe, świeższe spojrzenie. Przygotowano również materiał wideo, którego premiera odbyła się podczas finałowego meczu King’s League na Twitchu. Stanowi on jeden z elementów kampanii. W filmie pojawiają się ambasadorzy marki CUPRA oraz reprezentanci CUPRA Tribe: aktor Daniel Brühl, zawodnicy FC Barcelona – Alexia Putellas, Ansu Fati i Marc ter Stegen, kierowniczni Extreme E Klara Andersson oraz zawodniczka padla Ariana Sánchez. Nie zabrakło też najnowszych modeli hiszpańskiego producenta, które czekają w najbliższym czasie na swoją premierę – CUPRA UrbanRebel Concept, CUPRA Tavascan i CUPRA Terramar.

Nowa współpraca jest rozszerzeniem dotychczasowej kampanii. Pierwsza z zapowiedzi projektu miała miejsce podczas meczu El Clásico w niedzielę, 19 marca. Kolejnym etapem była kampania *Out of Home* na ulicach Barcelony, Madrytu i Mexico City. Oprócz billboardów w centrach tych miast pojawiły się plakaty z tajemniczym numerem telefonu, które miały zachęcić przechodniów do rozpoczęcia rozmowy na czacie w aplikacji WhatsApp. Wraz z jej przebiegiem, użytkownicy poznawali kolejne fragmenty kampanii – krótkie klipy z utworu Rosalii.

### Nietypowa muzyczna współpraca z hiszpańską supergwiazdą

Rosalía poprzez swoją muzykę wyraża osobisty związek z katalońskim regionem Sant Esteve Sesrovires, z którego pochodzi.

*- Rosalía podziela niekonwencjonalny charakter marki CUPRA. Podobnie jak my, pochodzi z Hiszpanii, jednak reprezentuje prawdziwie międzynarodowy sposób myślenia. Nasza najnowsza współpraca jest kolejnym przykładem na to, że CUPRA dociera do młodszego pokolenia, które*



*poszukuje nowych inspiracji. Nie mogę się doczekać kolejnych etapów naszych wspólnych działań – stwierdził Sven Schuwirth, dyrektor operacyjny marki CUPRA.*

Artystka w 2022 roku wydała swój przełomowy, nagrodzony statuetką Grammy album MOTOMAMI. Jest jego autorką i producentką wykonawczą. Longplay znalazł się na pierwszym miejscu globalnej listy albumów Spotify (w kategorii hiszpańskich artystów) i odnotował najlepszy debiut na światowej liście Billboard-u spośród wszystkich latynoskich albumów wydanych w 2022 roku.

Jedną z najpopularniejszych piosenek na albumie MOTOMAMI jest utwór „Abcdefg”, w którym Rosalía podjęła się stworzenia własnego alfabetu. Teraz zyskał zupełnie nową, niekonwencjonalną perspektywę dzięki współpracy z hiszpańską marką motoryzacyjną.

CUPRA to marka łącząca niekonwencjonalny styl, emocje i wyjątkowe osiągnięcia. 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 2021 roku CUPRA utrzymała trend wzrostowy i napędzana sukcesem Formentor potroiliła swoją sprzedaż, uzyskując poziom niemal 80 000 egzemplarzy.

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 2024 roku premierę będzie miał drugi całkowicie elektryczny model marki – CUPRA Tavascan oraz pierwszy zelektryfikowany sportowy SUV, czyli CUPRA Terramar. Rok później na motoryzacyjnym rynku pojawi się najbardziej radykalna interpretacja miejskiego samochodu elektrycznego marki, inspirowana 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](http://www.seatmedia.pl) | [https://twitter.com/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](http://www.seatmedia.pl) | [twitter.com/SEATMedia\\_PL](https://twitter.com/SEATMedia_PL)

**CUPRA**



PRENSA PREMSA NEWS PRESSE STAMPA