



CUPRA celebra su 4º aniversario con una ambiciosa visión para 2022

El impulso imparable de CUPRA continúa con CUPRA² y el lanzamiento de Metahype

- > La marca desvela CUPRA², su ambiciosa visión para entrar en una nueva dimensión
- > CUPRA pretende duplicar este año sus ventas, su volumen de negocio y su red mundial de CUPRA Masters y de CUPRA City Garages
- > La marca también anuncia dos nuevos modelos y duplicará su gama
- > En 2022, CUPRA dará un paso más allá de la industria del automóvil con el lanzamiento de Metahype, un nuevo espacio de colaboración en el metaverso
- > CUPRA² Experience, una de las primeras experiencias de competición que combina el mundo real y el virtual, también llegará a finales de este año

Martorell, 22-02-2022 – CUPRA lleva sus experiencias emocionales al siguiente nivel y, en su cuarto aniversario, ha compartido su ambiciosa visión para 2022: CUPRA². En un [evento especial online](#), la marca ha anunciado que dos nuevos modelos se unirán a su gama y, además, que llevará sus experiencias emocionales a una nueva dimensión con el lanzamiento de Metahype, una nueva plataforma colaborativa en el metaverso.

CUPRA²: una ambiciosa visión para 2022

“Nuestro cuarto aniversario tiene un significado especial. El plan que tenemos preparado para 2022 incluye el objetivo de duplicar las ventas, la facturación y la red de ventas. Por eso, llamamos a nuestra ambición CUPRA²”, ha explicado el CEO de CUPRA, Wayne Griffiths. “Hace cuatro años, mucha gente dudaba de nosotros, pero nosotros nunca hemos dudado de nosotros mismos. Este año, demostraremos una vez más que nada puede frenar nuestro impulso imparable”.

CUPRA también pretende doblar en 2022 la red global de CUPRA Masters y CUPRA City Garages, y llegar a más miembros de la tribu CUPRA en todo el mundo.

Duplicando la gama CUPRA

Griffiths también ha desvelado que CUPRA lanzará dos nuevos modelos y duplicará su gama actual. Esta noticia llega un año después de que se anunciara que el CUPRA Tavascan, el segundo vehículo 100% electrificado de la marca tras el CUPRA Born,



llegará al mercado en 2024, seguido del vehículo eléctrico inspirado en el UrbanRebel en 2025.

Metahype: llevar las experiencias emocionales de CUPRA al siguiente nivel

Las emociones están en el corazón de CUPRA y, a finales de este año, sus experiencias emocionales existirán en un espacio completamente nuevo cuando la marca entre en el metaverso.

“[Metahype](#) es nuestra interpretación de este nuevo universo. Es un espacio de colaboración en el que las marcas, las startups y los creadores de contenidos pueden albergar una gran variedad de eventos y experiencias para crear y compartir cultura”, ha añadido Griffiths. “Con la entrada de CUPRA en el metaverso, estamos demostrando una vez más que somos una marca que va más allá de la industria del automóvil”.

Desarrollado en colaboración con VISYON, una reconocida empresa de servicios de innovación que forma parte de Mediapro, Metahype se basa en la colaboración. Comenzando con marcas del mundo de la música y el entretenimiento, como Primavera Sound y UBEAT, CUPRA se asociará con socios de múltiples áreas para inspirar a la nueva generación. Hablando con la mundialmente reconocida futurista y Chief Metaverse Officer Cathy Hackl, Griffiths ha revelado que las marcas y las personas podrán mostrar material artístico como NFTs, exhibir productos digitales y físicos y transmitir contenido dentro de Metahype.

CUPRA tendrá su propio *hub* dentro de la plataforma, un lugar en el que podrá crear nuevas y espectaculares experiencias para la tribu CUPRA en diferentes puntos del *customer journey* o viaje del cliente.

"Con los mundos virtuales, las marcas tienen la oportunidad de crear experiencias completamente inmersivas para sus clientes actuales y futuros. Esta es una gran oportunidad para que CUPRA se relacione con sus comunidades de forma innovadora y auténtica a través de Metahype", ha explicado Hackl.

CUPRA² Experience: correr como nunca antes

Además de llevar sus experiencias emocionales al metaverso, CUPRA también ha dejado entrever una nueva forma de competir, combinando el mundo real y el virtual: CUPRA² Experience.

“Con nuestro UrbanRebel totalmente eléctrico, estamos creando la CUPRA² Experience, una experiencia de competición única que consiste en conducir en el mundo real mientras lo que ves es virtual”, ha explicado Antonino Labate, director de Estrategia, Desarrollo de Negocio y Operaciones de CUPRA. “Con CUPRA² Experience, estamos dispuestos a revolucionar los formatos tradicionales de los deportes de motor”.



Antes del lanzamiento de CUPRA² Experience, CUPRA subastará su primer NFT del UrbanRebel. El ganador tendrá la oportunidad de ser uno de los primeros pilotos de CUPRA² Experience.

Con el lanzamiento de Metahype, CUPRA² Experience y con dos nuevos modelos en el horizonte, CUPRA celebra su cuarto aniversario demostrando una vez más que es una marca más allá del automóvil.

CUPRA es la marca desafiante y alejada de lo convencional que reúne emoción, electrificación y rendimiento para inspirar al mundo desde Barcelona. Creada en 2018, CUPRA cuenta con su sede corporativa y con una división de competición en las instalaciones de Martorell (Barcelona), además de disponer de una red de puntos de venta especializados alrededor del mundo.

En 2021, CUPRA mantuvo su tendencia positiva, triplicando las ventas con 80.000 vehículos entregados, impulsada por el éxito del CUPRA Formentor. CUPRA demuestra que la electrificación y la deportividad son una combinación perfecta, y en 2022 ampliará la gama del CUPRA Born, el primer vehículo 100% eléctrico de la marca, con modelos con diferentes capacidades de batería, así como una versión e-Boost más potente. También se presentará una versión exclusiva y limitada del CUPRA Formentor VZ5. El CUPRA Tavascan, el segundo modelo totalmente eléctrico de la marca, llegará al mercado en 2024, y el primer vehículo eléctrico urbano de la marca, inspirado en el concepto CUPRA UrbanRebel, en 2025.

CUPRA consiguió en 2021 la victoria en el campeonato de turismos eléctricos PURE ETCR y sigue participando en el campeonato off-road de SUV eléctricos Extreme E. La marca es el partner oficial de automoción y movilidad del FC Barcelona, el patrocinador premium del World Padel Tour y el patrocinador oficial del club de eSports Finetwork KOI. Colaborando con marcas como Primavera Sound y De Antonio Yachts, ha creado el universo de estilo de vida CUPRA. Además, La Tribu CUPRA está formada por un equipo de embajadores que quieren ser el motor del cambio. Entre sus miembros se encuentran el portero alemán Marc ter Stegen; la futbolista ganadora del Balón de Oro y del premio Best FIFA, Alexia Putellas; y los medallistas de oro olímpicos Adam Peaty, Melvin Richardson y Saúl Craviotto.

Cristina Vall-Llosada

Responsable de Comunicación Corporativa
M/ +34 646 295 296
cristina.vall-llosada@seat.es

Owen Prowel

Comunicación Corporativa
T/ +34 683 157 186
owen.prowel@seat.es

<http://seat-mediacycenter.com>