



La marque a créé un réseau de 210 corners CUPRA

CUPRA renforce son équipe pour lancer une offensive européenne

- > CUPRA a consolidé sa structure en augmentant ses effectifs de 50%
- > L'Allemagne, l'Espagne et le Royaume-Uni ont été ses marchés les plus performants en 2018
- > CUPRA a commencé l'année 2019 en triplant ses ventes pour atteindre 3'600 unités

Martorell / Schinznach-Bad, le 10 avril 2019 – Après avoir captivé les amateurs de voitures du monde entier avec la première de la CUPRA Formentor au Salon international de l'automobile de Genève 2019, CUPRA est de retour au garage pour la présentation officielle de son équipe de direction.

Présidée par Luca de Meo, également Président de SEAT, l'équipe CUPRA est composée de Wayne Griffiths, PDG de CUPRA, d'Antonino Labate, Directeur de la Stratégie, du Développement Commercial et des Opérations, de Jaime Puig, Directeur de CUPRA Racing, d'Alejandro Mesonero-Romanos, Directeur du Design, de Mauro Pierallini, Directeur Produit, de Khaled Soussi, Directeur des Ventes et du Marketing, et de Xavier Serra, Directeur Technique de course.

Un an après sa création, CUPRA a consolidé sa structure et a augmenté ses effectifs de 50%, pour atteindre 70 employés spécialisés. La marque a dépassé toutes les prévisions en 2018, et a enregistré une croissance des ventes de 40% par rapport à l'année précédente. Ainsi, ce sont 14 400 unités qui ont été vendues. L'Allemagne arrive en tête avec plus de 6 000 unités, tandis que l'Espagne et le Royaume-Uni complètent le podium avec plus de 1 500 unités vendues.

En 2019, les objectifs de CUPRA consistent à renforcer la position de sa gamme sur le marché, à compléter la mise en place du réseau de distribution et à poursuivre la formation des spécialistes. Dans le même temps, la marque a l'intention de mener à bien une offensive européenne.

Cette année, CUPRA vise à améliorer les résultats obtenus au cours de son premier exercice : "Nous prévoyons que l'Allemagne, l'Espagne et le Royaume-Uni resteront nos marchés clés en 2019, mais nous voulons également étendre notre présence en Europe avec le lancement de la CUPRA Ateca, et une forte impulsion de la Leon CUPRA, afin de réaliser une croissance significative en Suisse, en France et en Autriche. De plus, nous allons



étendre la présence de CUPRA dans nos régions internationales stratégiques, comme l'Afrique du Nord et l'Amérique latine", a déclaré Wayne Griffiths, PDG de CUPRA.

Un réseau de spécialistes

Afin de mettre en œuvre ses objectifs de croissance, la marque développe un réseau de distribution avec des points de vente ciblés ou de spécialistes CUPRA. Elle dispose déjà d'espaces dédiés chez 210 concessionnaires SEAT à travers le monde, et étendra sa présence jusqu'à la fin de l'année. Ces espaces, appelés CUPRA Corners, affichent le design et l'identité contemporaine de la marque, s'inspirant d'une réinterprétation moderne et sophistiquée d'un garage. De plus, CUPRA bénéficiera de ses propres boutiques phares à des emplacements réputés partout dans le monde.

Le réseau CUPRA proposera des pièces et des accessoires spéciaux pour ses clients, avec des options soigneusement sélectionnées et spécialement conçues pour chaque modèle. Une collection exclusive, des cours de conduite et des événements spéciaux feront également partie de l'univers CUPRA. L'entreprise a formé plus de 240 spécialistes CUPRA chargés de transmettre l'expérience CUPRA au client.

Sur la bonne voie

2019 confirme la tendance positive des résultats de l'année dernière. CUPRA a terminé les deux premiers mois de l'année en livrant 3 600 voitures, soit 101,4% de plus qu'à la même période l'an dernier. Cette croissance à trois chiffres a été complétée par l'annonce du premier modèle développé spécifiquement en interne, la CUPRA Formentor. Ce concept-car est le symbole de la marque, et son ADN 100% CUPRA sera lancé sur le marché en 2020.

Outre la CUPRA Formentor, la marque a également présenté la CUPRA Ateca Special Edition lors du Salon de Genève 2019, relevant encore la barre de la performance et de la sophistication. En plus de la CUPRA Ateca et de la CUPRA Formentor, l'entreprise prévoit de lancer quatre nouveaux modèles d'ici 2020 afin de doubler ses ventes au cours des trois à cinq prochaines années.



Pour toute information complémentaire:

Karin Huber, PR-Manager
AMAG Import AG
Aarauerstrasse 20
5116 Schinznach-Bad
Téléphone: +41 56 463 98 08
E-mail: karin.huber@amag.ch
www.cupraofficial.ch

CUPRA est une marque exclusive pour un public unique, conçue pour captiver la clientèle et répondre aux attentes de tous les amateurs d'automobile à la recherche de modèles à part, à la fois sophistiqués et performants. Au cours de sa première année d'activité, les ventes de CUPRA ont augmenté de 40% en 2018 par rapport à l'année précédente, pour atteindre 14'400 unités. En plus du lancement de nouveaux modèles, CUPRA aura à coeur de préserver l'esprit de la compétition et de la course automobile en participant à la TCR Series. La planète CUPRA est prête à conquérir tous les passionnés via son réseau de plus de 280 magasins et corners dédiés dans le monde entier