



La marca ha creato una rete di 210 corner CUPRA

CUPRA rafforza il team per lanciare un'offensiva in Europa

- > CUPRA ha consolidato la propria struttura aumentando l'organico del 50%.
- > Germania, Spagna e Regno Unito hanno ottenuto i migliori risultati nel 2018
- > Con un totale di 3'600 unità, CUPRA ha iniziato il 2019 triplicando le vendite

Schinznach-Bad, 17.04.2019 – Dopo essersi accattivati gli appassionati di motori di tutto il mondo al Salone dell'Automobile di Ginevra con la presentazione della CUPRA Formentor, CUPRA è tornata in garage per la presentazione ufficiale del team direttivo del marchio.

Con il Presidente SEAT Luca de Meo al vertice, il team CUPRA si compone inoltre di Wayne Griffiths, CEO CUPRA; Antonino Labate, Direttore Strategia, Sviluppo business e Operazioni; Jaime Puig, Direttore e Responsabile CUPRA Racing; Alejandro Mesonero-Romanos, Direttore Design; Mauro Pierallini, Direttore Prodotto; Khaled Soussi, Direttore Vendite e Marketing e Xavier Serra, responsabile ingegneria di gara.

A poco più di un anno dalla sua nascita, CUPRA ha consolidato la propria struttura, aumentando il proprio organico del 50%, fino a raggiungere una squadra formata da 70 collaboratori dedicati al marchio. CUPRA ha superato ogni previsione nel 2018, segnando una crescita delle vendite del 40% rispetto all'anno precedente, con il raggiungimento di 14'400 unità vendute l'anno scorso. Germania ha guidato la classifica delle vendite con oltre 6'000 unità, mentre Spagna e Regno Unito sono salite sul podio avendo superato entrambe le 1'500 auto vendute.

Sebbene gli obiettivi di CUPRA nel 2019 consistano nel rafforzare il posizionamento della gamma CUPRA nel mercato, completare l'implementazione della rete di distribuzione e continuare con la formazione degli specialisti CUPRA, il marchio punta anche a un'offensiva europea.

Per quest'anno, CUPRA mira a migliorare i risultati ottenuti durante il suo primo anno: "Speriamo che Germania, Spagna e Regno Unito continuino a essere i nostri mercati chiave nel 2019, ma vogliamo anche espandere la nostra presenza in Europa con il lancio di CUPRA Ateca e grazie alla spinta di Leon CUPRA, che punta a una crescita significativa in Svizzera, Francia e Austria. Inoltre, vogliamo rafforzare la presenza di CUPRA nelle regioni internazionali che sono strategiche per noi, come il Nord Africa e l'America Latina", ha affermato il CEO di CUPRA, Wayne Griffiths.



Una rete di specialisti

Al fine di implementare i suoi obiettivi di espansione, il marchio sta sviluppando una rete di distribuzione di punti vendita selezionati o specialisti CUPRA. Il marchio ha già un suo spazio riservato in 210 distributori SEAT in tutto il mondo e amplierà la sua portata fino alla fine dell'anno. Questi spazi, chiamati CUPRA corner, sono creati rispecchiando i disegni e l'identità contemporanea del marchio, ispirati a una moderna e sofisticata reinterpretazione di un garage. Inoltre, CUPRA avrà i suoi negozi monomarca in posizioni emblematiche in tutto il mondo.

La rete ufficiale CUPRA conterà su ricambi e accessori speciali per i propri clienti con opzioni attentamente selezionate progettate appositamente per ciascun modello. Il mondo CUPRA offrirà ai clienti inoltre una collezione *lifestyle* esclusiva, corsi di guida ed eventi speciali. L'azienda ha formato oltre 240 specialisti in CUPRA, incaricati di trasmettere l'esperienza CUPRA al cliente.

Sulla buona strada

Il 2019 ha confermato il trend di risultati positivi dello scorso anno. CUPRA ha completato i primi due mesi dell'anno consegnando 3'600 vetture, pari al 101,4% in più rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso. Questa crescita a tre cifre è concisa con l'annuncio e la presentazione del primo modello sviluppato dal marchio, CUPRA Formentor. Questa concept car è a tutti gli effetti il manifesto del marchio, dal DNA 100% CUPRA, e sarà lanciata sul mercato nel 2020.

Insieme alla CUPRA Formentor, il marchio ha anche presentato la CUPRA Ateca Special Edition al Salone dell'Automobile di Ginevra 2019, aumentando così i livelli di prestazioni e raffinatezza. Oltre alla CUPRA Ateca e alla CUPRA Formentor, la società prevede di presentare quattro nuovi modelli entro il 2020 con cui punta a poter raddoppiare le vendite nei prossimi tre-cinque anni.

CUPRA è un brand esclusivo per persone straordinarie, ideato per affascinare e rispondere alle aspettative di Clienti e appassionati di automobili alla ricerca di unicità, raffinatezza e prestazioni. I risultati del nuovo marchio non si sono fatti attendere, con 14.400 unità vendute nel 2018 (+40% rispetto all'anno precedente) a testimoniare il successo del nuovo marchio fin dalla sua creazione. Insieme al lancio di nuovi modelli, il CUPRA manterrà vivo anche lo spirito che anima la Divisione Motorsport e Racing partecipando ai Campionati TCR. L'universo CUPRA è vivo e pronto a conquistare un nuovo gruppo di appassionati nei quasi 280 corner e punti vendita specializzati in tutto il mondo.

Ulteriori informazioni:

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