



"Il n'y a pas de seconde place"

CUPRA dévoile le Terramar, le nouveau héros d'une nouvelle ère, pendant la 37^{ème} édition de l'America's Cup

- > Le nouveau SUV dynamique permettra à la marque de monter en gamme, de toucher de nouveaux clients et de se positionner sur le segment de marché qui connaît la plus forte croissance, sans pour autant renoncer à son esprit rebelle et de challenger
- > Le CUPRA Terramar adopte le nouveau langage de design de la marque, avec un design audacieux et affirmé
- > Il sera disponible dans plusieurs motorisations, dont la nouvelle génération de technologie hybride rechargeable (eHybrid), qui délivre 272 ch (200 kW) tout en offrant plus de 100 km d'autonomie en mode tout électrique
- > CUPRA s'associe à l'America's Cup sous la devise "Il n'y a pas de seconde place" et lance l'édition limitée "CUPRA Terramar America's Cup"
- > Le nouveau CUPRA Terramar a été présenté dans le cadre d'une campagne mondiale sans pareil et réalisée en collaboration avec le réalisateur J.A. Bayona
- > La marque a également lancé le bateau 100% électrique E23 Terramar en collaboration avec De Antonio Yachts et une nouvelle capsule Collection qui représente l'esprit nautique de la 37^{ème} America's Cup Louis Vuitton
- > CUPRA est l'une des marques à la croissance la plus rapide de l'industrie automobile et a déjà livré environ 700 000 voitures depuis sa création en 2018

PRENSA PREMSA NEWS PRESSE STAMPA

Martorell, 03-09-2024 – C'est dans le cadre de l'America's Cup, l'un des événements sportifs les plus prestigieux au monde, que CUPRA dévoile le nouveau CUPRA Terramar, le nouveau héros de la marque qui inaugure une nouvelle ère. Ce SUV dynamique permet à CUPRA de monter en gamme sur le segment de marché qui connaît la plus forte croissance en Europe. En outre, le nouveau CUPRA Terramar s'inscrit, dans le cadre de la plus grande offensive produits jamais réalisée par la marque, après les lancements récents des nouvelles CUPRA Leon, Formentor, Born VZ et Tavascan.

"Avec le CUPRA Terramar, nous allons non seulement élargir notre portefeuille produits, mais aussi aider notre marque à "grandir" en faisant monter CUPRA en gamme et en touchant de nouveaux clients et de nouveaux segments en



croissance, sans pour autant renoncer à notre esprit rebelle et de challenger", a déclaré Wayne Griffiths, PDG de CUPRA. "Le Terramar est un véhicule qui permet à CUPRA de se renforcer aujourd'hui en tant que marque plus mature, plus confiante dans sa trajectoire et plus certaine que jamais de son identité, sans pour autant compromettre son esprit rebelle et authentique".

CUPRA a livré environ 700 000 véhicules à date et la marque a récemment continué à battre des records en enregistrant le meilleur premier semestre de son histoire avec 125 700 voitures vendues, soit une augmentation de 17,2 % par rapport à la même période en 2023 (107 300 unités).

CUPRA Terramar : le nouveau héros d'une nouvelle ère

Le CUPRA Terramar adopte le nouveau langage de design de la marque, avec un design audacieux et affirmé. Le nouveau SUV dynamique reprend la signature lumineuse emblématique à trois triangles avec les feux CUPRA Matrix LED Ultra en haute définition.

À l'avant, le design extérieur est accentué par la calandre qui surmonte une bouche inférieure fonctionnelle. Axée sur la performance, cette dernière évoque les voitures de sport. Les proportions athlétiques s'étendent de l'avant jusqu'aux flancs du SUV, avec des lignes élancées qui lui confèrent une sensation de mouvement et qui renforcent le sentiment de performance du véhicule.

Alors que le regard se porte sur le design à l'arrière du CUPRA Terramar, ses dimensions imposantes confèrent une forte présence au SUV dynamique. Le **logo Cupra éclairé et intégré** est positionné entre les deux feux arrière et au centre du hayon, au même titre que la **dénomination du modèle Terramar elle aussi éclairée**. Le diffuseur arrière contraste avec les autres éléments du design et contribue à alléger ses proportions, toujours en lui conférant un caractère audacieux.

Le CUPRA Terramar sera décliné dans neuf couleurs extérieures, dont deux options mates - Century Bronze Mat et Gris Encelade Mat. La palette est complétée par le Violet Intersidéral, qui est inspiré de la couleur plasma de la CUPRA DarkRebel Showcar.

L'habitacle est une réinterprétation de la sportivité avec un poste de conduite orienté vers le conducteur et sublimé par le design de la console centrale. Il s'inscrit également dans une démarche de développement durable grâce à des sièges baquets dont les parties centrales sont soit habillées de textile fabriqué à partir de SEAQUAL® YARN 100 % recyclé, soit de Dinamica constitué d'au moins 73 % de textile recyclé, soit de cuir utilisant un processus de tannage à base de plantes.



Le numérique est au centre des préoccupations du conducteur. Pour ce faire, un tout nouveau HMI amélioré est intégré dans le Digital cockpit, qui prend place derrière le volant, ainsi que dans le système d'infodivertissement de 12,9 pouces, avec une barre de commande tactile rétro éclairée. En outre, CUPRA poursuit sa collaboration avec les experts en technologie audio de Sennheiser mobility, en intégrant un système haute-fidélité doté de 12 haut-parleurs.

Le CUPRA Terramar allie le meilleur du thermique et de l'électrique avec cinq motorisations qui couvrent trois technologies : TSI (essence), eTSI (hybridation légère) et la nouvelle génération d'hybride rechargeable (e-HYBRID), avec des puissances allant de 150 à 272 chevaux. La conduite sera encore plus dynamique grâce à la suspension sport et à la direction progressive, qui sont toutes deux proposées de série, ainsi qu'au nouveau système de réglage adaptatif du châssis et aux freins Akebono.

Conçu et développé à Barcelone, le CUPRA Terramar sera produit dans l'usine d'Audi à Győr en Hongrie. Les livraisons débuteront au cours du dernier trimestre de cette année.

[Cliquez ici pour télécharger le dossier de presse du nouveau CUPRA Terramar.](#)

Une expérience inoubliable

"Il n'y a pas de seconde place", telle est la devise de l'America's Cup Louis Vuitton. Le CUPRA Terramar a été présenté dans le cadre de la 37^{ème} édition de la plus prestigieuse compétition de voile au monde, et le plus grand événement sportif organisé à Barcelone après les Jeux olympiques de 1992.

La présentation a eu lieu à l'America's Cup Experience, le premier et unique centre d'exposition officiel de la compétition, qui est situé dans le bâtiment IMAX historique, dans le port de Barcelone. Cet espace innovant permet aux visiteurs de découvrir les secrets de la plus ancienne compétition sportive au monde, où tradition et histoire se marient à la technologie de pointe et à la passion. Grâce à un simulateur et à des expériences immersives, ce lieu emblématique offre aussi la possibilité de ressentir toutes les émotions qui rendent cette compétition unique.

La première mondiale du CUPRA Terramar, voiture officielle de la compétition, a accueilli Grant Dalton, PDG de l'America's Cup, qui s'est joint à Wayne Griffiths, PDG de CUPRA, pour souligner leur engagement à continuer d'inspirer le monde depuis Barcelone. Nouée en décembre 2023, l'alliance stratégique a été établie sur la base de l'esprit gagnant des deux marques, de l'innovation, de la performance et de l'ambition de se rapprocher des habitants de la ville méditerranéenne.

La présentation du nouveau CUPRA Terramar a aussi permis de découvrir sa toute nouvelle campagne mondiale de communication au travers d'un film unique en son



genre, qui a été réalisé en collaboration avec l'ambassadeur de la marque CUPRA J.A. Bayona. Le célèbre réalisateur a décrit le processus créatif qui l'a inspiré pour réaliser ce projet sur l'esprit de compétition de la marque, le dépassement de soi et le concept "Il n'y a pas de seconde place". Il a également souligné les valeurs que son travail partage avec CUPRA : défier les attentes, susciter des émotions et repousser les limites avec des histoires passionnantes. Avec cette collaboration, CUPRA et J.A. Bayona réunissent les mondes du cinéma et de l'automobile pour inspirer la prochaine génération de conteurs et de conducteurs.

Dans le cadre de la 37^{ème} édition de l'America's Cup Louis Vuitton, la collaboration entre CUPRA et la célèbre compétition de voile a franchi une nouvelle étape avec le lancement de l'édition limitée du CUPRA Terramar America's Cup. Seulement 1 337 exemplaires seront produits par CUPRA, avec un design à part et des éléments de style qui reflètent le partenariat, notamment les jantes noires exclusives et la couleur originale Gris Encelade Mat.

De plus, CUPRA continue de défier le statu quo avec deux nouvelles collaborations, qui illustrent l'esprit de la prestigieuse compétition. Créées par la nouvelle CUPRA Design House, elles s'inspirent du design audacieux et non conventionnel de CUPRA.

CUPRA et De Antonio Yachts ont récemment lancé le E23 Terramar, un yacht 100% électrique qui est inspiré d'éléments et des couleurs emblématiques du CUPRA Terramar.

En outre, CUPRA a également lancé une nouvelle Capsule Collection qui reflète l'esprit de la 37^{ème} America's Cup Louis Vuitton. La nouvelle collection est commercialisée dans le village de la course pendant toute la durée de la compétition, ainsi qu'à l'IMAX lors de l'événement CUPRA Terramar World Premiere.

Loyers et tarifs du nouveau CUPRA Terramar (à partir de) :

	Loyer	Tarif
V eTSI Hybrid 150 DSG7	499€/mois ¹	47 500 €
V eHybrid 204 DSG6	Ouverture des commandes en novembre	Ouverture des commandes en novembre
VZ eHybrid 272 DSG6	659€/mois ¹	59 800 €
VZ eHybrid 272 DSG6 America's CUP	719€/mois ¹	63 750 €

¹ Loyers : LOA avec apport sur 37 mois et 30.000km avec entretien

* La peinture Century Bronze Mat sera disponible au début de l'année 2025.



CUPRA est la marque challenger non conventionnelle qui réunit émotion, électrification et performance pour inspirer le monde depuis Barcelone. Lancée en 2018, CUPRA est devenue l'une des marques automobiles à la croissance la plus rapide en Europe et dispose d'un réseau mondial de points de vente spécialisés.

CUPRA prouve que l'électrification et la sportivité s'accordent parfaitement, et en 2023, la marque a atteint de nouveaux sommets avec plus de 230 000 véhicules livrés. Chaque lancement d'un modèle a marqué une nouvelle étape dans la définition du caractère de la marque, avec un design stimulant et original : le CUPRA Ateca, un modèle unique dans son segment ; la CUPRA Leon, son premier modèle électrifié grâce à un moteur électrique hybride rechargeable ; le CUPRA Formentor, le premier modèle développé exclusivement par la marque et le véhicule le plus vendu de l'entreprise à ce jour ; et la CUPRA Born, le premier véhicule 100 % électrique de la marque.

CUPRA est le partenaire automobile et de mobilité officiel du FC Barcelone, le sponsor premium du World Padel Tour et le sponsor officiel de l'eSports Club Finetwork KOI. CUPRA est également fière de participer à la compétition de Formule E. La CUPRA Tribe est composée d'une équipe d'ambassadeurs qui veulent être la force motrice du changement. Elle compte parmi ses membres le réalisateur J.A. Bayona, nommé aux Oscars, le pilote de Formule E Lucas Di Grassi, le Street Artist TvBoy, les médaillés d'or olympiques Adam Peaty et Saul Cravio, le gardien de but allemand Marc ter Stegen et la footballeuse Alexia Putellas, deux fois Ballon d'Or et lauréate du meilleur prix de la FIFA.

CUPRA France

Sacha Farkas

Responsable Relations Presse

sacha.farkas@seat.fr

Hugo Pichodo

Attaché de Presse

hugo.pichodo@seat.fr

Aurélié Denizanne

Attaché de Presse

extern.aurelie.denizanne@seat.fr

Seat-mediacenter.fr