



## CUPRA présente "ONE OF THEM, ONE OF US", la nouvelle campagne du CUPRA Tavascan avec Willow Smith

- > La campagne, qui démarre le 18 octobre en France, capture l'essence et le plaisir de conduire le premier SUV coupé 100 % électrique de la marque, en s'adressant directement aux rebelles qui osent rêver et défier le statu quo
- > L'artiste américaine Willow Smith tient le rôle principal et compose la bande son de la publicité, défiant les conventions et célébrant la singularité
- > La campagne est lancée avec une approche ambitieuse à 360°, qui répond aux nouveaux modes de consommation du contenu audiovisuel

Martorell, 18-10-2024 - CUPRA défie une fois de plus les règles établies avec sa nouvelle campagne "ONE OF THEM, ONE OF US" autour du CUPRA Tavascan. Celle-ci s'adresse aux rebelles qui ne se soucient pas des règles et qui osent rêver. Le premier SUV coupé 100 % électrique de la marque partage la vedette avec l'artiste américaine Willow Smith dans une campagne qui invite la tribu CUPRA à défier le statu quo.

### ONE OF THEM, ONE OF US

La campagne explore l'essence même du CUPRA Tavascan, une voiture qui représente les deux principaux piliers de la marque CUPRA. D'une part, ce modèle réinterprète le concept de performance dans un SUV coupé 100 % électrique, qui offre une expérience de conduite capable de combiner à la perfection performance et électrification. D'autre part, le CUPRA Tavascan se distingue par son design audacieux qui défie les conventions sans jamais laisser indifférent.

Tournée dans des lieux surréalistes, la campagne met en avant des espaces uniques où vivent les rebelles, des individus exceptionnels qui, comme le CUPRA Tavascan, osent être différents. Les images soulignent le caractère unique du modèle, en mettant en avant l'expérience de conduite et ses performances. Interprétée par Willow Smith, la chanson du clip est une reprise du classique de Tears for Fears "Everybody Wants to Rule the World", afin de refléter l'esprit rebelle de la campagne et exprimer le désir de défier les conventions.

"ONE OF THEM, ONE OF US" se conclut par une image extraordinaire du CUPRA Tavascan suspendu à la verticale par une grue. Une interprétation emblématique de CUPRA qui symbolise l'ambition de la marque de s'affranchir de la tradition et d'explorer de nouvelles perspectives.

"Le CUPRA Tavascan représente notre rêve devenu réalité, le premier héros d'une nouvelle ère. C'est un véhicule qui symbolise notre esprit rebelle et qui crée le changement plutôt que d'y répondre. La campagne s'adresse directement à ceux qui osent réinterpréter l'avenir en fuyant les conventions, à ceux qui sont appelés à faire



partie de la tribu CUPRA", a déclaré Ignasi Prieto, Chief Brand Officer de CUPRA. "Le fait d'avoir Willow Smith, une artiste aux multiples talents qui symbolise l'esprit du non conventionnel par son authenticité, reflète le lien entre le CUPRA Tavascan et ceux qui rêvent d'aller au-delà des règles établies".

La campagne internationale arrive le 18 octobre en France. Elle s'appuie sur une approche ambitieuse à 360°, qui comprend la diffusion télé et sur des plateformes et des chaînes de VOD et connectées, de sorte à répondre aux nouvelles formes de consommation de contenu audiovisuel. Au niveau des médias numériques et des réseaux sociaux, la campagne sera soutenue par des éléments graphiques, qui gagneront également en importance et en présence dans les rues et dans des espaces uniques.

La campagne est disponible sur la chaîne YouTube du Media Center de SEAT S.A. [CUPRA TAVASCAN \(youtube.com\)](https://www.youtube.com/CUPRA_TAVASCAN).

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, redessinée et améliorée en tant que modèle indépendant CUPRA ; le CUPRA Formentor, le premier modèle développé exclusivement par la marque et le véhicule le plus vendu de l'entreprise à ce jour ; la CUPRA Born, le premier véhicule 100 % électrique de la marque ; le CUPRA Tavascan, un SUV coupé 100% électrique ; et le CUPRA Terramar, le SUV dynamique de la marque.

CUPRA est le partenaire automobile et de mobilité officiel du FC Barcelone, le sponsor premium du Premier 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 Craviotto, 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](mailto:sacha.farkas@seat.fr)

##### **Hugo Pichodo**

Attaché de Presse

[hugo.pichodo@seat.fr](mailto:hugo.pichodo@seat.fr)

##### **Aurélie Denizanne**

Attaché de Presse

[extern.aurelie.denizanne@seat.fr](mailto:extern.aurelie.denizanne@seat.fr)

[Seat-mediacenter.fr](https://www.seat-mediacenter.fr)