



CUPRA a entamé des discussions avec Penske Automotive Group en vue de son entrée sur le marché américain d'ici 2030

- > Lancée en 2018 à Barcelone, CUPRA est l'une des marques automobiles à la croissance la plus rapide en Europe, avec 750 000 voitures vendues dans le monde à ce jour
- > Forte de ce succès, la marque franchit une nouvelle étape importante dans son développement à l'international avec son arrivée sur le marché américain d'ici la fin de la décennie
- > La marque a entamé des discussions préliminaires avec Penske Automotive Group en vue d'un partenariat aux États-Unis
- > La gamme dédiée au marché américain devrait comprendre des véhicules thermiques, hybrides rechargeables (PHEV) et 100 % électriques (BEV)
- > Bernhard Bauer, ancien Directeur Général de CUPRA Allemagne, a été nommé Directeur Général de CUPRA USA

Los Angeles, 22-11-2024 – Marque challenger non conventionnelle qui inspire le monde depuis Barcelone, Cupra a entamé des discussions préliminaires avec Penske Automotive Group en vue d'un nouveau partenariat pour faire son entrée sur le marché américain d'ici la fin de la décennie. Première marque automobile nouvellement créée au sein du Groupe Volkswagen, CUPRA a vendu plus de 750 000 voitures depuis son lancement en 2018. Forte de son succès en Europe, CUPRA se prépare désormais à exporter son impulsion inarrêtable aux États-Unis d'ici la fin de la décennie.

Une marque pour les nouvelles générations

Positionnée entre les segments grand public et premium, CUPRA est une marque destinée à une nouvelle génération de clients, qui souhaite remettre en question le statu quo. CUPRA s'est imposée comme l'une des marques automobiles à la croissance la plus rapide en Europe grâce à sa gamme de voitures thermiques, hybrides rechargeables (PHEV) et 100 % électriques. Des modèles qui combinent un design audacieux et des performances de premier plan. Le constructeur s'est également illustré en dehors de l'Europe, sur des marchés tels que le Mexique et la Turquie. En 2022, CUPRA a réalisé sa première phase d'expansion internationale en Australie. À présent, la marque est sur le point d'entreprendre son développement le plus ambitieux à date en entrant sur le marché américain. C'est dans cette optique que CUPRA a entamé des discussions avec Penske Automotive Group.



"CUPRA ambitionne de devenir une vraie marque internationale et le lancement aux États-Unis représente l'une des plus grandes étapes de notre parcours", a déclaré Wayne Griffiths, PDG de CUPRA. "Nous avons un grand respect pour le marché américain et nous savons pertinemment qu'une stratégie solide de distribution et de ventes est essentielle pour réussir. En entamant des discussions préliminaires avec Penske Automotive Group, nous explorons des opportunités avec le meilleur partenaire possible, qui dispose du réseau de distribution adéquat pour faire découvrir CUPRA à une nouvelle génération d'amateurs de voitures aux États-Unis. Le leadership de Penske Automotive Group dans le secteur et son expérience avec le Groupe Volkswagen en font un partenariat potentiel très prometteur", ajoute Wayne Griffiths.

Le parcours de CUPRA vers le marché américain

CUPRA fera son entrée sur le marché américain d'ici la fin de la décennie, dans les états qui sont alignés avec la marque. Sa gamme devrait comprendre des véhicules thermiques, hybrides rechargeables (PHEV) et 100 % électriques (BEV). CUPRA exploitera les synergies au sein du Brand Group Core en produisant l'un de ses modèles dans les usines de Volkswagen en Amérique du Nord. Par ailleurs, Bernhard Bauer, ancien Directeur Général de CUPRA Allemagne, a été nommé Directeur Général de CUPRA USA. L'emplacement définitif du siège social et les détails des différents modèles qui composeront la gamme seront annoncés ultérieurement.

Une vraie success story

Depuis son lancement en 2018, CUPRA s'est imposée comme une marque disruptive, qui a bousculé l'industrie automobile européenne avec son portefeuille de produits désormais complet. La gamme comprend le CUPRA Ateca, un SUV sportif, la CUPRA Leon qui a été récemment restylée avec l'ADN 100 % CUPRA, et la CUPRA Formentor, le modèle le plus vendu de la marque et son icône contemporaine. Le CUPRA Formentor et la CUPRA Born, le premier véhicule 100 % électrique de la marque, ont tous deux été finalistes à l'élection de la Voiture Européenne de l'Année. Et cette année, CUPRA s'est lancée dans sa plus grande offensive produits à date avec le lancement du CUPRA Tavascan, le premier SUV coupé 100 % électrique de la marque, et du CUPRA Terramar, un SUV dynamique électrifié, qui est en lice pour le titre de Voiture Européenne de l'Année 2025. La CUPRA Raval, attendue par la suite, est une interprétation radicale d'une citadine électrique par la marque.

Axée sur le design et la performance, CUPRA est une marque qui a connu un succès considérable à l'international, remportant plus de 200 prix, dont le Red Dot Award : Best of the Best pour le DarkRebel. Un show car qui représente l'interprétation la plus radicale de ce que peut être CUPRA. Par ailleurs, elle a été nommée deuxième marque la plus tendance par "Auto Motor und Sport" en Allemagne. La marque CUPRA est valorisée à 2,1 milliards de dollars et compte plus de 900 points de vente dans le



monde, dont 9 CUPRA City Garages dans les principales métropoles mondiales : Mexico, Munich, Milan, Lisbonne, Rotterdam, Sydney, Berlin, Paris et Madrid. La renommée de CUPRA va également au-delà de l'industrie automobile, en s'ouvrant aux mondes du sport, de la musique, du cinéma et de la mode. Différents partenariats majeurs ont ainsi été signés avec des organisations telles que le club de football espagnol F.C. Barcelona et le festival de musique Primavera Sound.

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 leSports 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

Hugo Pichodo

Attaché de Presse

hugo.pichodo@seat.fr

Aurélie Denizanne

Attachée de Presse

extern.aurelie.denizanne@seat.fr

Seat-mediacenter.fr