



## Pour célébrer les 125 ans du FC Barcelone, CUPRA lance une campagne inédite consacrée à la nouvelle génération de talents

- > La nouvelle campagne est le fruit d'un engagement commun au profit des talents de demain et met en scène de jeunes joueurs des équipes masculines et féminines du Barça
- > CUPRA est le Partenaire Automobile & Mobilité Officiel et est la Voiture Officielle du FC Barcelone, avec un contrat qui englobe toutes les équipes professionnelles du club
- > CUPRA et le FC Barcelone renforceront leur partenariat jusqu'en 2025 afin de poursuivre leur mission commune d'inspirer le monde depuis Barcelone

**Martorell, 11-12-2024** – CUPRA célèbre le 125<sup>ème</sup> anniversaire du FC Barcelone avec une campagne qui met l'accent sur les talents d'une toute nouvelle génération. Celle-ci réunit un groupe de jeunes joueurs exceptionnels, qui sont devenus des références dans le monde entier.

En tant que partenaire Automobile & Mobilité Officiel et Voiture Officielle du FC Barcelone, CUPRA et le club de football partagent un même engagement envers les générations futures, tant sur les terrains que sur la route. Une marque qui représente l'avenir de la conduite et une équipe de football qui met ses plus jeunes joueurs sous les feux de la rampe.

"CUPRA et le FC Barcelone partagent la même ambition d'inspirer une nouvelle génération qui souhaite défier le statu quo. Pour marquer cette nouvelle étape, nous voulons regarder vers l'avenir plutôt que vers le passé : parce que ce qui compte, ce n'est pas ce que vous avez accompli, c'est ce que vous voulez faire par la suite", a déclaré Ignasi Prieto, Chief Brand Officer de CUPRA.

### La nouvelle génération sous les feux de la rampe

La nouvelle campagne publicitaire fête les 125 ans d'histoire du club en posant la question suivante : qu'est-ce qui est le plus important, l'expérience ou le talent ? L'histoire met en évidence le fait que les plus jeunes joueurs du club ont la responsabilité de faire progresser l'équipe, alors même qu'ils n'ont pratiquement aucune expérience en tant que titulaire dans le monde du football professionnel. Chacun des joueurs est appelé à passer un entretien d'embauche pour briguer son



poste actuel, prouvant ainsi que l'expérience passe au second plan après la motivation, l'envie et le talent. Et qu'au final, la nouvelle génération est toujours la clef.

La campagne réunit les ambassadeurs de la marque Alexia Putellas et Ansu Fati, ainsi que les talents de demain aussi bien dans l'équipe masculine que féminine : Gavi, Ona Batlle, Jana Fernández, Fermín López, Alejandro Balde, Pedri, Marc Casadó, Claudia Pina et Vicky López. Des joueuses et des joueurs qui sont destinés à écrire un nouveau chapitre de l'histoire du FC Barcelone.

### Plus qu'un simple partenariat

En 2024, CUPRA et le FC Barcelone ont renouvelé leur collaboration mondiale jusqu'en 2029. Dans le cadre de cet accord, CUPRA devient le Partenaire Automobile et & Mobilité Officiel et la Voiture Officielle du FC Barcelone, tout en élargissant la coopération de la marque à toutes les disciplines professionnelles du club, renforçant ainsi sa présence mondiale.

### INFOS TECHNIQUES

Agence : &Rosàs

Annonceur : CUPRA

Titre : "L'entretien d'embauche"

Responsable de la création : Isahac Oliver

Directeur de la création : Xavi Mauri

Responsable artistique : Marc Morales

Comptabilité : Daniele Cicini, Enric Subirós, Claudia Matas

Responsable de la production : Jordi Solé

Studio : Vivir Rodando

Réalisateur : StillKidz

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](mailto:sacha.farkas@seat.fr)

**Hugo Pichodo**

Attaché de Presse

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

**Aurélie Denizanne**

Attachée de Presse

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

[Seat-mediacycenter.fr](http://Seat-mediacycenter.fr)