



La CUPRA Design House lance une collection de bagages exclusive et durable en collaboration avec Harper Collective

- > Fruit de la première collaboration entre la CUPRA Design House et Harper Collective, cette collection de bagages durables vise à étendre la passion de CUPRA pour le design au-delà de l'industrie automobile**
- > Fabriqués à partir d'un mélange de déchets récupérés dans les océans, dont 30 % de filets de pêche abandonnés, et de 40 % de plastique recyclé provenant de décharges, ces bagages arborent les éléments caractéristiques de CUPRA avec un design léger et très résistant qui met l'accent sur la durabilité**
- > Les trois modèles Cabin, Cabin Expandable et Trunk ont été présentés chez Oberpollinger à Munich, où ils seront commercialisés en exclusivité pendant deux semaines, ainsi qu'au CUPRA City Garage Munich**
- > La collection sera disponible en ligne dès le 22 septembre sur les sites officiels de CUPRA et de Harper Collective, mais aussi dans tous les City Garages, CUPRA Garages et dans la boutique Harper Collective chez Selfridges London**

Munich, 17-09-2025 – La CUPRA Design House s'aventure au-delà de l'industrie automobile et annonce sa première collaboration avec Harper Collective, une marque avant-gardiste fondée par Jaden Smith et Sebastian Manes. Issue d'une vision commune du design et de l'innovation, cette collaboration donne aujourd'hui naissance à une collection exclusive de bagages qui met l'accent sur le développement durable.

Présentée chez Oberpollinger à Munich, la collection Harper Collective x CUPRA comprend trois modèles : Cabin, Cabin Expandable et Trunk, chacun étant conçu pour allier innovation, fonctionnalité et style.

"Notre projet avec Harper Collective est le premier résultat tangible du processus collaboratif au sein de la CUPRA Design House. Il découle de notre volonté de réinventer notre façon de voyager et de notre conviction que les valeurs communes sont le facteur le plus important dans le choix d'un partenaire. Cette collection de bagages établit une nouvelle référence en matière de sophistication dans le domaine du voyage, tout en intégrant la responsabilité environnementale", a déclaré Ignasi Prieto, Chief Brand Officer chez CUPRA.



Redéfinir le futur du voyage

La collection de bagages durables Harper Collective x CUPRA combine l'esprit progressiste et responsable des deux marques avec une vision commune du design et de l'innovation. CUPRA intègre des matériaux de finition emblématiques, et notamment la couleur Century Bronze que l'on retrouve sur ses voitures, ainsi que l'Ultrasuede, un matériau que l'on retrouve dans les show cars avant-gardistes de la marque. Conçue dans un souci de durabilité, la collection est façonnée par l'engagement de Harper Collective en faveur d'une production éthique et responsable. Fabriqués à partir d'un mélange de déchets récupérés dans les océans, dont 30 % de filets de pêche abandonnés, et de 40 % de plastique recyclé provenant de décharges, les bagages arborent les éléments caractéristiques de CUPRA avec un design léger et très résistant, qui met l'accent sur la durabilité.

"CUPRA a su capter notre attention grâce à son désir incessant de créer avec un objectif précis et, bien entendu, avec toujours une volonté de durabilité. Avec la collection Harper Collective x CUPRA, nous proposons une nouvelle façon de se déplacer : sans compromis, sans gaspillage, avec un caractère affirmé et dans le respect du développement durable. Il s'agit d'une collaboration où le design défie les conventions et où les déplacements ne laissent aucune trace", a déclaré Sebastian Manes, cofondateur de Harper Collective.

La collection de bagages est disponible en exclusivité dans un premier temps chez Oberpollinger à Munich et au CUPRA City Garage Munich. Elle sera ensuite commercialisée partout dans le monde dès le 22 septembre sur les sites officiels de CUPRA et de Harper Collective, mais aussi dans tous les City Garages, CUPRA Garages et dans la boutique Harper Collective chez Selfridges London.

Pour **CUPRA** le véritable progrès passe par une rupture radicale, en défiant les attentes et en remettant en cause les conventions. Depuis son lancement en 2018, la marque a transformé l'industrie automobile en tant que moteur de créativité et agitateur pour le changement.

En seulement sept ans, CUPRA a lancé sept modèles et vendu plus de 800 000 véhicules dans le monde. Chaque véhicule CUPRA est résolument expressif, axé sur le design et les performances. Son portefeuille produits comprend le CUPRA Ateca, la première voiture à porter le badge CUPRA ; la CUPRA Leon, restylée et améliorée pour en faire un modèle CUPRA à part entière ; la CUPRA Formentor, la première voiture développée exclusivement par la marque et son véhicule le plus vendu à ce jour ; la CUPRA Born, le premier véhicule 100 % électrique de la marque ; le CUPRA Tavascan, un SUV coupé 100 % électrique lui aussi ; et le CUPRA Terramar, le SUV dynamique de la marque. 2026 verra la CUPRA Raval, une interprétation radicale de la citadine électrique, rejoindre le reste de la gamme.

CUPRA est bien plus qu'une simple marque automobile. C'est une philosophie. Composée d'une équipe d'ambassadeurs qui repoussent les conventions et dépassent les limites, la Tribu CUPRA compte dans ses rangs des membres tels que l'athlète olympique le plus médaillé d'Espagne, Saúl Craviotto, le réalisateur J.A. Bayona, le gardien de but allemand Marc ter Stegen, ainsi que la footballeuse Alexia Putellas, deux fois Ballon d'Or et titulaire du prix Best FIFA. Soucieuse de faire naître des émotions sur la route et partout ailleurs, CUPRA est également le partenaire automobile et de mobilité officiel du FC Barcelone, le sponsor premium du Premier Padel Tour et est fière de participer au championnat de Formule E avec Kiro Race Co.



CUPRA France

Sacha Farkas

Responsable Relations Presse

sacha.farkas@seat-cupra.fr

Hugo Pichodo

Attaché de Presse

hugo.pichodo@seat-cupra.fr

Aurélie Denizanne

Attachée de Presse

extern.aurelie.denizanne@seat-cupra.fr

Seat-mediacenter.fr

PRENSA PREMSA NEWS PRESSE STAMPA