

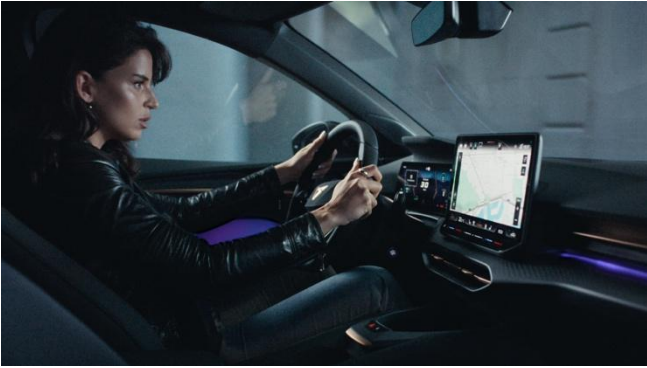


## **CUPRA transforme les rues en une salle de classe puissante avec « University of the Streets », la campagne mondiale de lancement de la CUPRA Raval.**

**CUPRA lance la campagne « University of the Streets » (L'école de la rue) avec Theodora, Nathy Peluso, Guitarricadelafuente, Kim Petras, Lancey Foux ainsi que les joueurs du FC Barcelone Vicky López, Pedri, Fermín López, Pau Cubarsí, Alejandro Balde et Ferran Torres, dans un film où les rues deviennent le véritable terrain d'expression, et où la CUPRA Raval incarne une nouvelle génération culturelle.**

**La campagne est portée en France par Theodora, révélation féminine de l'année aux Victoires de la Musique 2026, qui figure parmi les protagonistes du film et en assure également la narration.**

- > Le film, qui incarne l'état d'esprit « Beyond Rebel, Raval », réinvente le discours de remise des diplômes et inscrit la CUPRA Raval dans une histoire où l'identité se forge et où les conventions sont bousculées.
- > Convaincue que les rues enseignent les leçons les plus essentielles de la vie, bien au-delà des salles de classe, la campagne capture l'esprit de « l'école de la rue » : ne jamais cesser d'apprendre et inspirer une nouvelle génération à tracer sa propre voie vers le succès.
- > Cette même philosophie guidait déjà la marque pour la présentation officielle de la CUPRA Raval il y a quelques semaines, au travers de ses collaborations culturelles avec AVNIER/Orelsan, Disiz, Maghla et Anyme.
- > Le film de 93 secondes est disponible sur [la chaîne Youtube officielle de CUPRA France](#) ainsi que sur ses réseaux sociaux.



Téléchargez d'avantage d'images [ici](#)

CUPRA dévoile « University of the Streets » (L'école de la rue), la campagne mondiale de lancement de la CUPRA Raval, sa nouvelle citadine 100 % électrique et véritable game



changer. Portée par l'idée que les rues transmettent les leçons les plus essentielles de la vie, la campagne incarne l'esprit de la « University of the Streets » (L'école de la rue) : apprendre sans cesse et inspirer une nouvelle génération à tracer sa propre voie vers le succès.

## DES RUES DU QUARTIER RAVAL, A CELLES DU MONDE

Installée dans le quartier du Raval à Barcelone, l'un des creusets culturels les plus vibrants d'Europe, CUPRA transforme ce lieu emblématique en épicentre d'un mouvement mondial. « L'école de la rue » réunit un collectif issu de la musique, du sport et de la culture urbaine, incarnant une nouvelle génération qui redéfinit la culture à travers les disciplines, tout en plaçant les talents et la CUPRA Raval au cœur du récit.

La campagne met en lumière les valeurs portées par « L'école de la rue » incarnées par Theodora, Nathy Peluso, Guitarricadelafuente, Kim Petras, et Lancey Foux, aux côtés des joueurs du FC Barcelone Vicky López, Pedri, Fermín López, Alejandro Balde, Pau Cubarsí et Ferran Torres.

Theodora, révélation féminine de l'année aux Victoires de la Musique 2026, occupe une place centrale dans le film. Elle figure parmi les protagonistes et en assure également la narration, incarnant à la fois la voix et l'esprit de la campagne en France.

Plutôt que de mettre en lumière un seul protagoniste, la campagne adopte une approche chorale et collective, fidèle à l'esprit collaboratif de la culture urbaine. Chacun incarne une nouvelle forme de réussite, définie par l'expression de soi, la détermination et la capacité à tracer sa propre voie. Ensemble, ils donnent voix à une génération qui n'attend aucune permission.



« University of the Streets » est plus qu'une simple campagne, c'est une déclaration : les leçons les plus importantes de la vie ne viennent pas des salles de classe, mais de l'expérience réelle, de l'expérimentation, de la culture et de la rue. L'ambition est de déclencher un mouvement qui a déjà commencé avec la première mondiale « *Follow the CUPRA Raval* », aux côtés de nombreux artistes impliqués dans cette campagne. Aujourd'hui, le CUPRA Raval emmène ce mouvement dans la rue. Et nous sommes certains que les rues réagiront”.

Patrick Sievers, Global Head of Marketing at CUPRA



## UN MANIFESTE, PAS UN DISCOURS DE REMISE DES DIPLOMES

Au cœur de « University of the Streets » se trouve une conviction universelle : certaines des leçons les plus importantes de la vie s'apprennent en dehors des salles de classe.

Le film de la campagne réinvente le traditionnel discours de remise des diplômes en glissant progressivement d'un cadre académique vers les rues. Ce qui débute comme un récit structuré laisse peu à peu place à une voix plus libre et collective, façonnée en dehors des codes établis. Le résultat : un changement de perspective, de l'apprentissage théorique à l'expérience vécue, des règles à l'intuition, des attentes imposées à des parcours tracés par soi-même.



“Cette campagne ne consistait pas à raconter une seule histoire, mais à créer une voix collective. En réinterprétant le discours de remise des diplômes, nous avons pu nous éloigner d'un récit structuré et laisser les rues — et les personnes qui y vivent — prendre le dessus. Ainsi, nous continuons à renforcer l'esprit de « Beyond Rebel, Raval », créant une histoire qui correspond à l'énergie, à l'attitude et à l'état d'esprit du CUPRA Raval.”

Paz de Dalmases, CUPRA Campaigns & Content lead

## LE « R » DE RAVAL

Dans le cadre de la campagne, CUPRA décline le «  » de Raval comme un marqueur culturel et identitaire.

Plus qu'une lettre, le «  » devient un symbole qui incarne un état d'esprit.

Le R n'appartient pas aux institutions. Il appartient à celles et ceux qui ont tout construit, sans filet, sans label, sans validation. À celles et ceux qui ont avancé seuls, créé leurs propres codes, imposé leur énergie et transformé leur talent en mouvement. Raval, c'est l'énergie de ceux qui avancent. Raval® est la marque de celles et ceux qui construisent avant qu'on leur ouvre la porte.



« L'école de la rue » est disponible sur [la chaîne officielle Youtube de CUPRA France](#).

**Change needs drivers**, et **CUPRA** est convaincue que le véritable progrès passe par des transformations radicales, en défiant les attentes et en remettant en question le statu quo. Depuis son lancement en 2018, la marque a transformé l'industrie automobile en tant qu'instigateur de créativité et agitateur de changement.

En seulement sept ans, CUPRA a lancé sept modèles et vendu plus d'un million de véhicules dans le monde. Chaque modèle CUPRA est d'une expressivité sans relâche, d'un design et d'une performance orientés. Sa gamme à part entière comprend la CUPRA Leon, redessinée et améliorée en tant que modèle CUPRA; le CUPRA Formentor, la première voiture à être développée 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 entièrement électrique ; et le CUPRA Terramar, le SUV dynamique de la marque. En 2026, la CUPRA Raval, l'interprétation radicale de la voiture urbaine électrique de la marque, rejoindra sa gamme.

CUPRA est plus qu'une voiture. C'est une conviction. La tribu CUPRA est composée d'une équipe d'ambassadeurs qui repoussent les conventions et dépassent les limites qui freinent les autres, avec des membres tels que l'olympien le plus décoré d'Espagne, Saúl Craviotto ; le réalisateur J.A. Bayona ; le gardien de but allemand Marc ter Stegen ; et la footballeuse Alexia Putellas, deux fois Ballon d'Or et meilleure footballeuse de la FIFA. Obsédé par l'élévation de l'émotion sur et en dehors de la route, CUPRA est également le partenaire officiel du FC Barcelone pour l'automobile et la mobilité, le sponsor premium du Premier Padel Tour et est également fier de participer à la compétition de Formule E avec Kiro Race Co.

## CUPRA France

### Sacha Farkas

Responsable Relations Presse  
[sacha.farkas@seat-cupra.fr](mailto:sacha.farkas@seat-cupra.fr)

### Hugo Pichodo

Attaché de Presse  
[hugo.pichodo@seat-cupra.fr](mailto:hugo.pichodo@seat-cupra.fr)

### Aurélie Denizanne

Attachée de Presse  
[extern.aurelie.denizanne@seat-cupra.fr](mailto:extern.aurelie.denizanne@seat-cupra.fr)

<https://www.seat-cupra-mediacycenter.fr/>