



Kooperationen

CUPRA intensiviert Partnerschaft mit dem America's Cup

- > Neue Kollektion im Zeichen der weltberühmten Segelregatta
- > CUPRA und De Antonio Yachts präsentieren vollelektrische E23 Terramar
- > Das Design der Elektro-Yacht ist inspiriert vom neuen CUPRA Terramar

Martorell/Weiterstadt, 31. Juli 2024 – Die Marke CUPRA setzt ihren Weg abseits des Automobilsegments weiter konsequent fort und forciert ihre Partnerschaft mit dem Louis Vuitton 37. America's Cup. Die Challenger-Brand hat dazu eine neue Bekleidungs- und Accessoires-Kollektion vorgestellt, die maßgeblich von der legendärsten Segelregatta der Welt beeinflusst ist. Zudem erweitert CUPRA die Zusammenarbeit mit De Antonio Yachts. Gemeinsam präsentieren die beiden Marken die E23 Terramar, ein zu 100 Prozent elektrisch angetriebenes Boot, das vom neuen CUPRA Terramar inspiriert ist.

„Bei CUPRA sind wir immer bestrebt, die Grenzen zu verschieben, herauszufordern und neu zu definieren, was möglich ist. Diese Prinzipien und unsere Rennsport-DNA haben uns dazu bewogen, eine Partnerschaft mit dem America's Cup einzugehen, einem Wettbewerb, der unser Engagement für Innovation, Design und Sportlichkeit unterstreicht“, sagt Wayne Griffiths, CEO von CUPRA. „Inspiriert von dieser Partnerschaft, der Welt des Segelns und dem mediterranen Geist, hat unser CUPRA Design House einzigartige Stücke geschaffen und Kooperationen gestärkt, um zu beweisen, dass unsere Leidenschaft über die Welt des Automobils hinausgeht.“

E23 Terramar: Design trifft auf Leistung

CUPRA und die spanische Marke De Antonio Yachts haben sich erneut für ein kreatives Projekt zusammengetan und die Elektro-Yacht E23 Terramar geschaffen. Das CUPRA Design House entwarf eine Sonderedition des ersten zu 100 Prozent elektrischen



Bootes von De Antonio Yachts. Inspiriert ist die Yacht vom CUPRA Terramar, dem sportlichen Elektro-SUV der Marke und dem offiziellen Fahrzeug des Louis Vuitton 37. America's Cup.

„CUPRA und De Antonio Yachts passen perfekt zusammen, da wir beide das höchste Niveau an technologischer Entwicklung und Leistung bieten wollen. Als Marken, die in Barcelona geboren wurden, sind wir stolz darauf, mit dem 37. America's Cup zusammenzuarbeiten, um diesen zur nachhaltigsten Ausgabe des Wettbewerbs zu machen“, sagen Marc de Antonio und Stanislas Chmielewski, Mitbegründer und CEOs von De Antonio Yachts. „Die E23 Terramar verkörpert nicht nur unsere gemeinsame Leidenschaft für modernes Design, sondern bietet mit ihrer großartigen Manövrierfähigkeit, ihrem Komfort und ihrer Geschwindigkeit auch ein kraftvolles und aufregendes Segelerlebnis.“

Die E23 Terramar besticht auch durch ihr Design, das Sportlichkeit und Raffinesse miteinander verbindet. Die Farbpalette und die Materialien ähneln denen des CUPRA Terramar, einer mutigen Vision der Zukunft von SUVs. Wie CUPRA will auch De Antonio Yachts ein aufregendes Segelerlebnis bieten, das unvergessliche Emotionen hervorruft. Die E23 Terramar ist das offizielle Elektroboot des Louis Vuitton 37. America's Cup und wird für den Transport der Gäste während der Veranstaltung eingesetzt.

Die Yacht ist 7,20 Meter lang und 2,23 Meter breit. Einschließlich des Kapitäns bietet sie Platz für bis zu acht Personen. Die integrierten Foils zwischen den Rümpfen sorgen für zusätzlichen Auftrieb, indem sie die Reibung beim Vorwärtsfahren verringern, die Reichweite vergrößern und bei maximaler Leistung eine Höchstgeschwindigkeit von bis zu 30 Knoten ermöglichen. Das einzigartige Außendesign der E23 Terramar besticht durch eine spezielle Lackierung auf Basis von „Enceladus Grey Matte“, technologische Kupferdetails und ikonische Grafiken und Elemente von CUPRA. Zu den maßgeschneiderten Details im Innenraum gehören eine unverwechselbare Polsterung, eine charakteristische Beleuchtung und einzigartige Oberflächen.



CUPRA Kollektion: wo Sport, Geschwindigkeit und Design zusammenfließen

In Zusammenarbeit mit dem America's Cup hat CUPRA zudem eine neue Kollektion vorgestellt, die den mediterranen Geist der Marke und ihre Verbundenheit mit dem Meer zum Ausdruck bringt. Diese neue Bekleidungslinie verkörpert die gemeinsamen Werte von CUPRA und dem America's Cup und unterstreicht die Ambition der Marke, mit ihrer Design-Obsession über das Automobilssegment hinauszugehen.

„Der Louis Vuitton 37. America's Cup ist ein Wettbewerb für Gewinner, bei dem es keinen zweiten Platz gibt und der unseren Wettbewerbsgeist teilt. Mit der Präsentation der CUPRA Collection Capsule, die exklusiv vom neuen CUPRA Design House entworfen wurde, erreicht unsere Partnerschaft eine neue Ebene. Die Kollektion ist von den Formen, Farben und Texturen der Trophäe des America's Cup, dem Auld Mug, inspiriert“, sagt Miguel Diez, Head of Commercial bei CUPRA Design House.

Geprägt vom dynamischen Geist des Wettkampfsegelns und den Werten des mediterranen Lebensstils Barcelonas, reflektiert die Kollektion das Motto „There is no second“, um den Herausforderer-Charakter der Marke zu repräsentieren. Das CUPRA Design House hat sich vom Meer und dem Spirit des America's Cup inspirieren lassen, um ein perfektes Gleichgewicht zwischen Höchstleistung und Stil zu schaffen und diese Einflüsse mit einzigartigen Stücken zu verbinden. Technische und wasserdichte Stoffe werden mit nachhaltigen Materialien wie Lyocell kombiniert und in einer Farbpalette präsentiert, die auf dem Farbton „Enceladus Grey“ basiert, der beim neuen CUPRA Terramar eine wichtige Rolle spielt.

Die Kollektion wird während des Louis Vuitton 37. America's Cup, der zwischen August und Oktober 2024 stattfindet, in ausgewählten CUPRA City Garagen und CUPRA Garagen sowie in den CUPRA Fanzonen erhältlich sein und umfasst folgende Artikel: sportlicher Regenmantel, T-Shirt, Polo, Bermuda, wasserabweisende Tasche, Wasserflasche und Fischerhut.



Eine Marke jenseits des Automobils

Beide Kooperationen sind das Ergebnis der Design-Besessenheit von CUPRA und der Ambition, über das Automobilsegment hinauszugehen. Co-Kreationen und Partnerschaften mit Marken, die den Ehrgeiz von CUPRA teilen, innovativ zu sein und die Welt des Designs zu verändern, werden vom neuen CUPRA Design House geleitet, um den Status quo mit unkonventionellen Designs herauszufordern, die die Welt von Barcelona aus inspirieren.

CUPRA ist die unkonventionelle Challenger-Brand, die Emotion, Elektrifizierung und Performance verbindet und die Welt von Barcelona aus inspiriert. Seit dem Launch im Jahr 2018 hat sich CUPRA zu einer der am schnellsten wachsenden Automarken in Europa entwickelt und verfügt über ein weltweites Netz spezialisierter Verkaufspunkte.

CUPRA beweist mit seinen Modellen, dass Elektrifizierung und Sportlichkeit perfekt zusammenpassen. Im Jahr 2023 erreichte die Marke mit weltweit mehr als 230.000 ausgelieferten Fahrzeugen einen neuen Höchstwert. Jede Markteinführung eines neuen Modells markiert einen weiteren Meilenstein in der Definition des Charakters der Marke, mit einem anspruchsvollen und originellen Design: der CUPRA Ateca, ein einzigartiges Modell in seinem Segment; der CUPRA Leon, das erste elektrifizierte Fahrzeug der Marke dank eines Plug-in-Hybridantriebs; der CUPRA Formentor, das erste Modell, das exklusiv von CUPRA entwickelt wurde und sich zum absoluten Topseller entwickelte; und der CUPRA Born, der erste vollelektrische CUPRA.

CUPRA ist offizieller Automobil- und Mobilitätspartner des FC Barcelona, Premiumsponsor der World Padel Tour und offizieller Sponsor des eSports Clubs Finetwork KOI. CUPRA ist auch stolz darauf, an der Formel-E-Meisterschaft teilzunehmen. Der CUPRA Tribe besteht aus einer Gruppe von Menschen, die die treibende Kraft des Wandels sein wollen. Zu den Mitgliedern gehören der oscar-nominierte Filmregisseur J.A. Bayona, der Formel-E-Fahrer Lucas di Grassi, der Street Artist TVBoy, die olympischen Goldmedaillengewinner Adam Peaty und Saul Craviotto, der deutsche Fußballtorwart Marc ter Stegen und die zweifache Ballon d'Or-Siegerin sowie FIFA Weltfußballerin Alexia Putellas. In Deutschland sind unter anderem der Unternehmer Daniel Abt sowie die Schauspieler Ken Duken und Vladimir Burlakov Members of the CUPRA Tribe.



CUPRA Pressekontakt

Melanie Stöckl

Leiterin Kommunikation

T/ +49 151 14 72 66 03

melanie.stoeckl@seat.de

Sabine Stromberger

Sprecherin Produkt, Events und Lifestyle

T/ +49 151 14 72 66 05

sabine.stromberger@seat.de

PRENSA PREMSA NEWS PRESSE STAMPA

CUPRA