CUPRA abre un nuevo Garage en el corazón de Milán

Motor | 09/09/2021



El objetivo de la marca es construir una sólida red de CUPRA Garages en todo el mundo. Las próximas aperturas serán en Madrid, Rotterdam, Lisboa y Berlín

Después de abrir el CUPRA City Garage en Múnich en la Odeonsplatz, 1, CUPRA avanza con su expansión en Europa seleccionando lugares icónicos en las principales ciudades, con la inauguración de su nuevo CUPRA Garage Milano en Corso Como, 1. Con este espacio único en el corazón de la capital italiana de la moda, la marca desafiante y fuera de lo convencional continúa con su objetivo de construir una red sólida en todo el continente.

El CUPRA Garage Milano se convierte en la cuarta representación exclusiva de la marca en todo el mundo, después de Ciudad de México, Hamburgo y Múnich. Los planes de CUPRA incluyen nuevas ubicaciones en las ciudades de Madrid, Rotterdam, Lisboa y Berlín. La marca también planea abrir un City Garage en Sidney en 2022.

En el evento de pre-inauguración del CUPRA Garage Milano, el consejero delegado de CUPRA, Wayne Griffiths, explicó: “Estamos trayendo un trozo de Barcelona al corazón del mundo de la moda durante la Semana del Diseño de Milán. El CUPRA Garage Milano es nuestra cuarta representación exclusiva en el mundo después de Ciudad de México, Hamburgo y Múnich. Italia es el cuarto mercado de CUPRA a nivel mundial y la marca está teniendo un gran desempeño en el país, pasando de 200 coches vendidos de enero a agosto de 2020 a 4.000 unidades vendidas en el mismo período de este año, gracias al éxito del CUPRA Formentor. Ahora estamos preparando el lanzamiento de nuestro primer modelo totalmente eléctrico, el CUPRA Born, que llegará al mercado italiano a partir de noviembre”.

Los CUPRA Garages son el hogar de la marca en las principales ciudades del mundo, siempre ubicados en lugares exclusivos e icónicos. Con los City Garages, CUPRA quiere conectar las ciudades y su cultura, albergando eventos y exposiciones, además de contribuir a desarrollar nuevos talentos y colaboraciones locales. Estos nuevos espacios permitirán a la marca ofrecer una experiencia de cliente única y poco convencional, poniendo a las personas en el centro de su estrategia de distribución.

‘The place to be’ en Milán

Ubicado en Corso Como 1, el espacio de 350 metros cuadrados se divide en dos plantas: el nivel a pie de calle está dedicado a productos, gastronomía y estilo de vida, mientras que el sótano es un espacio modular y multidisciplinario para eventos de estilo de vida y negocios. El espacio está diseñado para ofrecer a los clientes una experiencia de marca única e inmersiva.

Cada City Garage tiene su propio diseño distintivo respetando la historia del espacio e inspirado en la ciudad donde se ubica, incorporando elementos de diseño local y obras de diseñadores locales. El CUPRA Garage Milano cuenta con sofisticados elementos de diseño como una pared de bloques de cobre. También presenta una obra de arte única en el techo, que representa el vínculo con la electrificación de la industria automotriz. También cuenta con una lámpara Chispa by Marset for CUPRA en la planta baja, así como distintivas decoraciones de pared y muebles de diseño en el sótano. Todos estos elementos representan la interpretación contemporánea de CUPRA de la sofisticación y la singularidad del espacio.

CUPRA Born

CUPRA supera las expectativas

Desde su lanzamiento hace tan solo tres años, CUPRA ha superado todas las expectativas iniciales, alcanzando hasta la fecha más de 100.000 coches vendidos. Impulsado por el éxito del Formentor, que representa dos de cada tres coches vendidos por la marca entre enero y agosto de este año, CUPRA registró un crecimiento de tres dígitos respecto al mismo periodo de 2020.

CUPRA ya ha alcanzado su objetivo inicial de alcanzar una facturación de 1.000 millones de euros en 2021. La marca ha conseguido establecer una fuerte huella en Europa en mercados como Alemania, España, Reino Unido y Francia, y se ha expandido internacionalmente a países

como México, Israel y Turquía. El próximo año, la marca iniciará sus operaciones en Australia como un paso clave hacia la expansión en la región de Asia-Pacífico.

Con su nuevo modelo de negocio, CUPRA quiere ampliar su red global y llegar a 800 puntos de venta a finales de 2022. Además, la marca tiene la ambición de convertirse en una marca totalmente eléctrica en 2030. Tras el lanzamiento de CUPRA Born este año, el CUPRA Tavascan llegará en 2024 y el CUPRA UrbanRebel desafiará las convenciones de la era eléctrica con su emotiva interpretación del coche eléctrico urbano de la compañía, que se lanzará en 2025.

Autor: Redacción