CUPRA presenta la CUPRA Design House en la Milan Design Week: su diseño va más allá del automóvil

Motor | 08/04/2025



La nueva división creativa se construye sobre tres pilares —Collection, Collabs y Beyond— y marca una nueva era en la expansión estética de la marca

CUPRA ha presentado en la Milan Design Week 2025 la CUPRA Design House, una nueva división que simboliza la evolución de su obsesión por el diseño, ahora más allá del universo del automóvil. Con este lanzamiento, la marca abre una nueva etapa en su historia, marcada por la exploración de nuevas formas, materiales y colaboraciones creativas para redefinir el concepto de diseño.

La CUPRA Design House se articula sobre tres pilares estratégicos: CUPRA Collection, que englobará productos exclusivos; CUPRA Collabs, centrado en alianzas con creativos de distintas disciplinas; y CUPRA Beyond, orientado a la innovación y experiencias inmersivas. Esta iniciativa estará liderada por Jorge Díez, como Chief Design Officer, y Cécilia Taïeb, en el rol de Chief Operating Officer.

“En CUPRA el diseño está en el centro de todo lo que hacemos”, ha afirmado Ignasi Prieto, Chief Brand Officer de la marca. “El lanzamiento de la CUPRA Design House es un testimonio de nuestra obsesión por el diseño, que se extiende más allá del automóvil y abraza la creatividad, la innovación y la conexión humana”.

Jorge Díez ha añadido que “en CUPRA, el diseño no es sólo forma; es emoción, es la energía que surge de romper con las barreras y reescribir las normas. Cada línea, cada textura, cada detalle es una expresión de nuestro espíritu rebelde”.

Con esta nueva plataforma creativa, CUPRA busca convertirse en un punto de encuentro para diseñadores y marcas que compartan su visión inconformista. “Inspirados por nuestros coches y por los materiales con los que se fabrican, exploraremos nuevas fronteras y construiremos alianzas que transformen ideas en realidades tangibles”, ha explicado Cécilia Taïeb.

La CUPRA Design House nace como un espacio para experimentar, reinventar y construir un legado visual tan atrevido como bello, reafirmando así el papel central del diseño como motor de inspiración y transformación en todos los ámbitos de la marca.

Autor: Redacción