CUPRA Design House irrumpe en Múnich con moda, fragancias y colaboraciones que trascienden el automóvil

Motor | 09/09/2025



La marca aprovecha la IAA Mobility para presentar nuevas alianzas con Harper Collective, Vichy Catalan, MAM y una fragancia exclusiva que refuerzan su universo más allá de los coches

CUPRA ha aprovechado la IAA Mobility de Múnich para mostrar cómo su universo de marca se expande más allá del mundo del automóvil bajo el paraguas de la CUPRA Design House, un espacio creativo que conecta diseño, sostenibilidad y experiencias sensoriales.

La primera gran novedad es la colección de equipaje creada junto a Harper Collective, firma fundada por Jaden Smith y Sebastian Manes. Las maletas, disponibles en versiones Cabin, Cabin Expandable y Trunk, están fabricadas con materiales reciclados —incluyendo redes fantasma y plásticos recuperados de vertederos— y destacan por su acabado Century Bronze y el interior Ultrasuede, un guiño a los concept cars de CUPRA. “El rendimiento, la responsabilidad y el diseño pueden coexistir”, subrayó Ignasi Prieto, Chief Brand Officer de CUPRA.

En el apartado gastronómico, CUPRA anunció que su colaboración con Vichy Catalan dará el salto a Alemania coincidiendo con la feria de Múnich. El refresco, que combina jengibre, lima y el

característico burbujeo del agua mineral natural, podrá degustarse en los CUPRA City Garages como parte de una experiencia de marca inmersiva.

La firma también ofreció un adelanto de su nueva línea de accesorios lifestyle diseñada junto a MAM, la marca barcelonesa de joyería y diseño. La colección incluye bolsas, llaveros y pulseras que integran funcionalidad y estética disruptiva, partiendo del prototipo de mochila Multifunctional Vest presentado en la Milan Design Week.

Otro de los anuncios destacados fue la presentación de CUPRA Scent, una fragancia desarrollada con LUCTA y la Fundación Ernesto Ventós. El perfume combina notas de bergamota, jalapeño, jengibre y sándalo para recrear sensorialmente la experiencia de conducir un CUPRA.

Con estas propuestas, la compañía confirma que la CUPRA Design House se ha consolidado como un laboratorio de innovación y colaboraciones inesperadas. Tras su estreno en la Milan Design Week 2025, el proyecto se proyecta ahora a escala internacional, ampliando la conexión de la marca con su “Tribu” y reforzando su posicionamiento como símbolo de diseño, rendimiento y estilo de vida atrevido.

Autor: Redacción