Ljubljana, 6. 11. 2026

SEAT in CUPRA se v tretjem četrtletju prilagajata tržnim premikom in vse večjim zunanjim pritiskom

Na rezultat podjetja so vplivali vse večji delež prodaje povsem električnih vozil (BEV), pritisk konkurence, geopolitična nestanovitnost in drugi zunanji dejavniki.

- Vse hitrejši premik trga k prodaji povsem električnih vozil v tretjem četrtletju potrjuje strategijo elektrifikacije podjetja, hkrati pa poudarja potrebo po izboljšanju marž pri povsem električnih vozilih
- Po prvih pozitivnih učinkih programa uspešnosti (Performance Program) so se poslovne razmere v tretjem četrtletju občutno zaostrile – ta trend naj bi se nadaljeval, zato je nadaljevanje ukrepov za obvladovanje stroškov še toliko bolj nujno
- SEAT in CUPRA se na te izzive odzivata s pospešenim izvajanjem strategije ELEVATE, ki temelji na Martorellu kot industrijskem središču in nadaljnji rasti znamke CUPRA

	januar–september 2026	*% v primerjavi z januar–september 2025*
Prihodki od prodaje	11,1 milijarde €	(–1,2 %)
Dobiček iz poslovanja	6 milijonov €	(–59,3 %)

SEAT in CUPRA sta med januarjem in septembrom 2026 dosegla poslovni izid v višini 6 milijonov €. Po prvih pozitivnih učinkih strategije ELEVATE in programa uspešnosti v prvem polletju so se tržne razmere v tretjem četrtletju občutno zaostrile. Na poslovanje podjetja so vplivali hitrost elektrifikacije, vse večji pritisk konkurence, naraščajoča geopolitična nestanovitnost in regulativna negotovost v Evropi.

Internal

»Tretje četrtletje je pokazalo, kako hitro se naša panoga spreminja. Tržna dinamika se je v zadnjih mesecih močno okrepila, pritisk konkurence narašča, elektrifikacija pa poteka hitreje od pričakovanj. To sicer potrjuje našo strategijo elektrifikacije, zdaj pa se moramo osredotočiti na izboljšanje marž pri povsem električnih vozilih, da se prilagodimo trenutnemu povpraševanju strank.«

Markus Haupt, izvršni direktor znamk SEAT in CUPRA



Elektrifikacija je v tretjem četrtletju povsem preoblikovala trg. Prodaja povsem električnih vozil je na ključnih evropskih trgih, kot so Nemčija, Francija in Danska, rasla hitreje od pričakovanj. To sicer potrjuje strateško usmeritev podjetja, a hkrati prinaša velike kratkoročne finančne izzive:

- Podjetje mora doseči enake marže pri povsem električnih vozilih in vozilih z motorjem z notranjim zgorevanjem, hkrati pa nadomestiti upad prodaje donosnejših modelov z motorjem z notranjim zgorevanjem.
- Uspešna predstavitev prenovljene palete povsem električnih modelov CUPRA v letu 2026 je zahtevala velike naložbe v aktivnosti ob lansiranju in vstope na nove trge.
- SEAT in CUPRA nista več edini podjetji v koncernu, ki presegata cilje glede izpustov CO2, zato so načrtovane koristi od interne prodaje emisijskih kuponov CO2 manjše.

Registracije povsem električnih vozil in tržni deleži po podatkih združenja ACEA.

	januar–september 2026		*januar–september 2025*		*Δ 26/25*
	Registracije BEV	**Delež BEV**	**Registracije BEV**	**Delež BEV**	**Registracije BEV**
Nemčija	*604.144*	*27,2 %*	*382.202*	*18,1 %*	*+58,1 %*
Francija	*387.342*	*31,4 %*	*216.311*	*18,2 %*	*+79,1 %*
Danska	*124.049*	*81,7 %*	*88.402*	*65,9 %*	*+40,3 %*
EU	*1.931.465*	*22,7 %*	*1.300.288*	*16,1 %*	*+48,5 %*

Internal



»Nizka donosnost in šibko ustvarjanje denarnega toka resno ogrožata našo zmožnost vlaganja v prihodnost. Pospešena elektrifikacija poudarja nujnost, da hitro znižamo stroške naših povsem električnih vozil. Vse načrtovane prihodnje naložbe bomo kritično ponovno ovrednotili in jim določili prednost, hkrati pa moramo še naprej dosledno skrbeti za strogo stroškovno disciplino.«

Patrik Andreas Mayer, izvršni podpredsednik za finance in IT pri SEAT in CUPRA

Jasen načrt za prihodnost znamk SEAT in CUPRA

Ob vse večjih izzivih, ki naj bi se nadaljevali, SEAT in CUPRA pospešujeta izvajanje dolgoročne strategije ELEVATE, ki temelji na treh ključnih stebrih: operativni odličnosti, ustvarjanju dodane vrednosti in rasti znamke CUPRA. Strategija že poteka in je ob podpori programa uspešnosti v prvem polletju prinesla prve pozitivne učinke. Na tej podlagi podjetje krepi ukrepe za obvladovanje stroškov in nadalje izboljšuje učinkovitost v celotni organizaciji.

Hkrati Martorell utrjuje svoj položaj industrijskega središča znotraj koncerna Volkswagen. Po lansiranju modelov ID. Polo in CUPRA Raval je poudarek zdaj na postopnem povečevanju proizvodnje do polne zmogljivosti. Ker SEAT in CUPRA v Martorellu prevzemata nove industrijske naloge za koncern Volkswagen, je podjetje osredotočeno na dolgoročno ohranitev delovnih mest v tovarni. SEAT in CUPRA si bosta še naprej prizadevala, da bi Martorell pridobil dodatno platformo, kar bi še okrepilo njegovo industrijsko vlogo in odprlo nove priložnosti za prihodnost.

Internal

»Razmere so vse zahtevnejše, a vemo, kaj je treba storiti. S strategijo ELEVATE imamo jasen načrt in že vidimo prve znake napredka. Zdaj je čas, da združimo moči, se osredotočimo na izvedbo in v celoti izkoristimo potencial naše strategije. Vse pomembnejša industrijska vloga Martorella in nadaljnja rast znamke CUPRA nam dajeta zaupanje v dolgoročno usmeritev podjetja.«

Markus Haupt, izvršni direktor znamk SEAT in CUPRA



CUPRA je ključni vzvod strategije ELEVATE, kar podpirata njena stalna rast v Evropi in nadaljnja mednarodna širitev. Po še enem rekordnem devetmesečnem obdobju z več kot 250.000 predanimi vozili se znamka še naprej približuje cilju, da doseže 3-odstotni tržni delež v Evropi. Velike zasluge za to ima Raval, ki je med aprilom in septembrom zbral več kot 51.000 naročil in je tako najuspešnejše lansiranje modela v zgodovini znamke ter od aprilske predstavitve najbolje prodajani model CUPRA. Hkrati CUPRA načrtuje vstop na Bližnji vzhod, kar pomeni še en ključni korak na poti, da postane resnično globalna znamka.

Čeprav naj bi zahtevne tržne razmere trajale tudi po letu 2026, ostaja podjetje osredotočeno na uresničevanje svojega načrta. Vse pomembnejša vloga Martorella kot industrijskega središča ter nadaljnja rast in globalna širitev znamke CUPRA krepijo zaupanje v dolgoročno usmeritev podjetja in njegovo sposobnost, da okrepi konkurenčnost na hitro spreminjajočem se trgu.

Spremembe potrebujejo gonilno silo in **SEAT ter CUPRA** usmerjata prihodnost mobilnosti. Kot edini podjetji v Španiji, ki oblikujeta, razvijata, proizvajata in tržita avtomobile, sta SEAT in CUPRA temelj avtomobilske industrije v državi in gonilna sila njene elektrifikacije.

Ob največji preobrazbi v svoji 76-letni zgodovini SEAT in CUPRA spreminjata Španijo v enega vodilnih evropskih centrov elektromobilnosti. S projektom Future: Fast Forward in v sodelovanju s koncernom Volkswagen, podjetjem PowerCo ter drugimi partnerji je podjetje v elektrifikacijo države vložilo 10 milijard evrov. Podjetje za osrednjo skupino znamk znotraj koncerna Volkswagen vodi tudi projekt Electric Urban Car in v svoji tovarni v Martorellu proizvaja popolnoma električna vozila, vključno s CUPRA Ravalom.

Kot član koncerna Volkswagen SEAT in CUPRA prodajata vozila pod blagovnima znamkama SEAT in CUPRA, vključno s kultno SEAT Ibizo in najbolje prodajanim modelom podjetja, CUPRA Formentorjem. Podjetje, ki zaposluje več kot 13.000 strokovnjakov in ima tri proizvodne centre (v Martorellu, El Prat de Llobregatu in Barceloni) prek 80 % vozil izvozi v več kot 70 držav.

Internal

Oddelek za komuniciranje SEAT S.A.



Helena Mariscal de Gante
Vodja oddelka za strateško komuniciranje in ugled
helena.mariscal@seat.es



Christian Keller
Oddelek za strateško komuniciranje in ugled
M/ +34 616 065 843
christian.keller@seat.es

SEAT Mediacenter

PORSCHE SLOVENIJA d.o.o.

Lidija Ruden Kostrevc
Direktorica znamk SEAT&CUPRA
M: +386 41 250 565
lidija.ruden.kostrevc@porsche.si

Metka Bokal
Odnosi z mediji SEAT&CUPRA
T: +386 1 5825 280
metka.bokal@porsche.si

www.seat.si
www.cupraofficial.si

Internal