



## CUPRA z združevanjem resničnega in navideznega sveta še naprej na novo opredeljuje izkušnjo strank

- > CUPRA je ustvarila edinstveno imerzivno doživetje, ki spreminja način interakcije strank z znamko
- > Obiskovalci salonov CUPRA Garage po vsem svetu bodo lahko navidezno konfigurirali svoja vozila in odkrivali svet znamke CUPRA s pomočjo očal Meta Quest 3
- > Digitalno doživetje CUPRA je bilo uspešno preizkušeno tudi v pilotnem programu Allegris s potniki poslovnega razreda na izbranih letih družbe Lufthansa

**Martorell, 2. 4. 2025** – CUPRA še naprej na novo opredeljuje interakcijo s strankami prek edinstvenega imerzivnega doživetja, ki združuje resnični in navidezni svet. Znamka je za ekosistem Meta Quest 3 razvila posebno aplikacijo, ki uporabnikom omogoča, da prek mešane in navidezne resničnosti odkrijejo več o znamki in po svojih željah konfigurirajo vozilo. Prek prodajne mreže znamke lahko stranke v salonih CUPRA Garage po svetu uživajo v tem doživetju, ki je bilo preizkušeno tudi v pilotnem programu Allegris na izbranih letih družbe Lufthansa, kjer so potnikom v poslovnem razredu ponudili ekskluzivne vsebine.

»Pri znamki CUPRA se vselej trudimo vzbujati čustva in ustvarjati nove izkušnje za našo skupnost ter nenehno izzivati status quo. S tem namenom raziskujemo možnosti, ki jih ponujata mešana in navidezna resničnost, ter ustvarjamo nova, čustvena doživetja, ki strankam omogočajo nove načine konfiguracije naših vozil in odkrivanje sveta znamke CUPRA na edinstveno poglobljen način,« je dejal Patrick Sievers, globalni vodja oddelka za marketing pri znamki CUPRA.

### Preoblikovanje izkušnje strank v salonih CUPRA Garage

V prodajno mrežo znamke CUPRA prihajajo imerzivna doživetja, ki bodo spremenila način, kako vozniki odkrivajo znamko. CUPRA je svoje salone CUPRA Garage po vsem svetu opremila z več kot 400 očali za navidezno resničnost Meta Quest 3, ki stranke med konfiguracijo vozil CUPRA ponesejo v mešani resnični in navidezni svet.

Očala Meta Quest 3 uporabnikom omogočajo, da si v naravni velikosti v 3D ogledajo nova modela CUPRA Tavascan in CUPRA Terramar ter ju prilagodijo na intuitiven in izviren način. Izberejo lahko barvo karoserije in platišč ter celo odprejo vrata vozila in se vanj usedejo ter si ogledajo vse podrobnosti v notranjosti, obenem pa ohranijo tudi pogled na okolico. V tem



doživetju navidezne resničnosti je mogoče igrati tudi padel, kar krepi povezanost znamke s tem športom.

### Izboljšanje doživetja znamke CUPRA nad oblaki

Digitalna izkušnja znamke CUPRA je bila prilagojena in preizkušena v štirimesečnem pilotnem programu Allegris v poslovnem razredu na izbranih letih družbe Lufthansa iz Münchna v New York, Cape Town in Indijo, ki se je zaključil februarja. Potniki so prejeli očala Meta Quest 3, s katerimi so se lahko potopili v posebno aplikacijo CUPRA, s čimer je CUPRA postala prva avtomobilska znamka, ki je ponudila to edinstveno doživetje na letalu.

»Vključevanje imerzivnih doživetij v potovanja z letalom predstavlja pomemben preskok v načinu interakcije letalskih družb s potniki. Partnerstvo z inovativnimi znamkami, kot je CUPRA, nam omogoča, da zabavo med letom spremenimo v zanimivo popotovanje in potnikom ponudimo povsem nov, poglobljen način povezovanja z znamko,« je dejal Bastian Schuetz, globalni vodja oddelka za razširjeno resničnost na letalih pri družbi Meta.

»Lepo je, da so inovativne predstavitve blagovnih znamk in produktov tudi del doživetja razširjene resničnosti Allegris na letalih družbe Lufthansa. To je lahko zgled za prihodnja sodelovanja s komercialnimi in ambientalnimi mediji,« je dejal dr. Björn Becker, vodja programa medcelinskih doživetij prihodnosti pri družbi Lufthansa.

V aplikaciji CUPRA so lahko potniki konfigurirali CUPRA Tavascan ter z udobja svojih letalskih sedežev v mešani resničnosti raziskali njegovo zunanost in notranost. Poleg konfiguracije vozila CUPRA so lahko potniki prek imerzivnega doživetja navidezne resničnosti obiskali kulturne lokacije, kot so ulice Barcelone in navidezni salon CUPRA Garage, da bi izvedeli več o znamki CUPRA in njenih modelih. Poleg tega je virtualna različica modne revije CUPRA Design Obsession prikazala oblikovalske vrednote znamke prek edinstvenih avatar modelov.

CUPRA dosledno ponuja interaktivna virtualna doživetja, od festivala Primavera Sound in avtomobilskega sejma IAA v Münchnu do filmskega festivala Sitges, formule E v Berlinu in dogodkov v CASA SEAT. Njena zavezanost inovacijam je bila jasno razvidna tudi na dnevu konfiguracije vozil z igralci nogometnega kluba Barcelona, kjer je celotna zasedba prve postave na kulturnem dirkališču Terramar preizkusila vse modele CUPRA. Pod vodstvom produktnih strokovnjakov so konfigurirali vozila in z očali za navidezno resničnost izkusili najsodobnejše doživetje mešane resničnosti ter se tako še bolj poglobili v svet znamke CUPRA. Zdaj, ko to možnost ponujajo tudi saloni CUPRA Garage, ima skupnost CUPRA še več edinstvenih in privlačnih načinov za raziskovanje znamke.

**CUPRA** je nekonvencionalna znamka izzivalcev, ki združuje čustva, elektrifikacijo in zmogljivost ter iz svojega sedeža v Barceloni navdušuje ves svet. Ustanovljena je bila leta 2018 in je kmalu postala ena najhitreje rastočih avtomobilskih znamk v Evropi z globalno mrežo specializiranih prodajnih mest.



CUPRA dokazuje, da se elektrifikacija in športnost odlično ujemata, znamka pa je leta 2023 z več kot 230.000 dobavljenimi vozili dosegla nov mejnik. Vsaka naslednja predstavitev novega modela je zaradi izzivalnega in originalnega dizajna vozila pomenila nov mejnik v opredelitvi značaja znamke: CUPRA Ateca – edinstven model v svojem segmentu, CUPRA Leon – prenovljen in izboljšan kot samostojni model znamke, CUPRA Formentor – prvi model, ki ga je povsem samostojno razvila znamka in je do danes najbolj prodajano vozilo družbe, CUPRA Born – prvo vozilo znamke s popolnoma električnim pogonom, CUPRA Tavascan – povsem električni SUV coupé in CUPRA Terramar – športni SUV znamke.

CUPRA je uradni partner FC Barcelone na področju avtomobilizma in mobilnosti, glavni sponzor svetovne turnee Premier Padel Tour in uradni sponzor e-športnega kluba Finetwork KOI. CUPRA s ponosom sodeluje tudi na dirkaškem tekmovanju Formula E. Skupnost CUPRA sestavlja skupina ambasadorjev, ki želijo biti gonilna sila sprememb. Med njenimi člani so tudi za oskarja nominirani režiser J. A. Bayona, voznik formule E Lucas Di Grassi, ulični umetnik TV Boy, olimpijska prvaka Adam Peaty in Saúl Craviotto, nemški nogometni vratar Marc ter Stegen ter dvakratna dobitnica zlate žoge in nagrade Best FIFA Alexia Putellas.

[www.cupraofficial.si](http://www.cupraofficial.si)

**Helena Mariscal de Gante**

Vodja oddelka za strateško komuniciranje in ugled  
T: +34 660 242 477  
[helena.mariscal@seat.es](mailto:helena.mariscal@seat.es)

**David Pacheco**

Oddelek za strateško komuniciranje in ugled  
T: +34 616 059 107  
[david.pacheco@seat.es](mailto:david.pacheco@seat.es)

<http://seat-mediacycenter.com>

**PORSCHE SLOVENIJA d.o.o**

**Edvard Andrej Strajnar**

Vodja znamk SEAT&CUPRA  
T: +386 41 371 501  
[edo.strajnar@porsche.si](mailto:edo.strajnar@porsche.si)

**Metka Bokal**

Poslovna asistentka SEAT&CUPRA  
T: +386 1 5825 280  
[metka.bokal@porsche.si](mailto:metka.bokal@porsche.si)