

## PRIX DE LA COMMUNICATION D'INFLUENCE

COM-ENT D'OR EX-AEQUO

### CUPRA, DU GAMING AU GP EXPLORER

Entreprise : CUPRA

Agence : .DOUBLE2

Date : 09-2022 / 10-2022



#### POURQUOI CETTE CAMPAGNE ?

CUPRA est une marque créée en 2018 qui propose des véhicules alliant émotion, électrification et performance. Son crédo ? L'urban sportivity. La marque propose des véhicules offrant des expériences de conduite intense. Mais voilà elles ne peuvent pas s'exprimer pleinement en milieu urbain. En conséquence, la jeune marque espagnole nonconformiste décide d'explorer des terrains détournés. Elle investit l'univers du gaming et du e-sport où ses modèles peuvent performer à plein régime.

Et elle souhaite aller plus loin... Pour la première fois, une marque d'automobile grand public décide de faire vivre le sport urbain en ligne dans le monde réel : la team CUPRA au GP Explorer.

## POUR QUI ?

La marque crée une écurie CUPRA IRL menée par son ambassadeur Domingo, accompagné de son coéquipier Xari. Elle leur fournit des équipements tels que des véhicules, des combinaisons et des casques.

Elle devient partenaire du GP Explorer. Elle estampille le circuit de sa marque. Elle installe une lounge CUPRA. Elle investit dans un CUPRA Shop dans le village Explorer et met des CUPRA Formentor à disposition pour les Leading et Medical Car en charge d'encadrer la compétition. Elle prête également 10 CUPRA Born et Formentor aux pilotes créateurs de contenu de la compétition.

Un large dispositif qui offre à CUPRA une visibilité sans précédent auprès des grand public, influenceurs, médias nationaux et spécialisés, et partenaires CUPRA.

## COMMENT ?

La marque non-conformiste adopte une stratégie ambitieuse : investir des terrains d'expression détournés pour partager son crédo, l'urban sportivity. Elle s'engage dans le gaming et l'e-sport, des univers dans lesquels ses modèles peuvent tourner à plein régime. Puis elle accepte de devenir la première marque automobile à transposer l'eSport dans le monde réel.

Elle nomme Domingo comme nouvel ambassadeur de la CUPRA Tribe, le Twitcher et e- gamer fan de sport auto...en ligne. Elle lui offre l'opportunité de piloter une véritable F4 adossé à un dispositif de training.

Elle travaille avec le GP Explorer pour mettre en place une écurie CUPRA. Puis la marque va encore plus loin en déployant un dispositif de communication globale lors de ce championnat de F4 inédit et s'inscrit ainsi en tant que partenaire majeur de la course. Un pari fou.

## QUELS RÉSULTATS ?

- 26% de l'audience a découvert CUPRA grâce au GP
- + 30 retombées mentionnant CUPRA
- 40M de reach estimé pour la marque
- 2 reportages TV et webTV focus CUPRA
- 405k vues des vidéos Youtube de Domingo et Xari
- 171k likes sur les posts Instagram de Domingo
- 13M de vues sur Youtube
- visibilité de la marque dans les contenus des pilotes Mais aussi :
- 40 000 spectateurs présents sur le circuit Bugatti du Mans
- 12M de vues de la vidéo Twitch de Squeezie
- Top 1 Twitter monde pendant 2h et Twitter France pendant 12h

Une visibilité hors-normes dans la presse automobiles, gaming, tech, lifestyle, markcom et la presse locale. Une large couverture des médias sociaux comprenant TikTok, Twitch, Instagram, Youtube et Twitter. Un public conquis qui demande une deuxième édition du GP dès la fin du championnat.

## PROCESS DE COMMUNICATION RESPONSABLE

- Sélection de traiteurs éco-responsables
- Utilisation de matériaux éco-responsables pour le shop CUPRA sur le village Explorer
- Mise à disposition de véhicules électriques pour tous les trajets des créateurs de contenu (CUPRA Born)