



The Impulse

## Le metaverse: des émotions au cœur d'un monde virtuel

- > Cathy Hackl, experte en stratégie Web 3.0 et en technologies futures, explique dans le nouvel épisode du podcast "The Impulse" ce qu'est le metaverse, la grande tendance virtuelle du moment
- > Pour Cathy Hackl, le metaverse peut révolutionner la façon dont les marques communiquent avec les utilisateurs, et renforcer leur communauté, chose que CUPRA a déjà entrepris avec son espace Metahype
- > L'épisode est d'ores et déjà disponible sur Spotify, Apple Podcasts, Google Podcasts et Ivoox

PRENSA PREMSA NEWS PRESSE STAMPA

**Martorell, 18.05.2022** – Et si nous pouvions créer un nouvel univers et brouiller la frontière avec le monde réel ? Et si le virtuel pouvait être appréhendé avec des émotions réelles ? Telles sont les prémisses du metaverse, la nouvelle grande tendance numérique qui s'annonce comme la prochaine évolution de l'Internet. CUPRA a précédemment annoncé le lancement de Metahype, son propre espace dans le metaverse. Cet environnement virtuel collaboratif a pour but de créer et de partager des expériences. Connue comme la "marraine du Metaverse", Cathy Hackl est experte en stratégie Web 3.0 et en technologies futures. Invitée du nouvel épisode de The Impulse, le podcast de la Tribu de CUPRA, elle discute de ces sujets avec Cécilia Taieb, Directrice de la Communication Globale de CUPRA,.

La fusion de deux mondes. Le metaverse **"permet de partager des expériences virtuelles qui se déroulent à la fois dans le monde numérique et dans le monde physique"** explique Cathy. Des technologies essentielles telles que les smartphones, les ordinateurs, la réalité augmentée, la réalité virtuelle, la 5G, la 6G et la blockchain posent déjà les bases du développement de cet univers. Selon Cathy, c'est la raison pour laquelle l'engagements des marques dans le metaverse jouera un rôle crucial pour son succès. **"Je pense que ce que vous avez déjà fait avec Metahype est un excellent début pour impliquer la communauté et lui permettre de se développer dans des espaces virtuels"**, estime l'experte.

Des émotions bien réelles. **"Aujourd'hui, lorsque vous voulez vous renseigner sur une marque, vous vous connectez sur son site web ou vous allez sur les réseaux sociaux ; la prochaine étape consistera à vous rendre dans son monde virtuel"**, prédit Cathy. C'est l'évolution naturelle de la façon dont les consommateurs interagissent avec les marques. **"Le metaverse va changer la**



manière dont les gens interagissent avec les marques, et si c'est une marque qu'ils aiment, ils seront encore plus fans", ajoute-t-elle. En ce sens, il est important de transférer l'émotion du monde réel au monde virtuel : "En fin de compte, nous sommes tous humains et nous voulons nous rapprocher, il est donc nécessaire de comprendre que le faire dans un environnement virtuel ne le rend pas moins réel."

Une tribu qui collabore. Dans le metaverse, "l'époque de la traditionnelle communication descendante... est révolue ; nous communiquons désormais en tant que membres à part entière de la communauté", explique Cathy. A ce titre, Metahype est un espace où les membres de la tribu CUPRA peuvent se rapprocher de la marque et les uns des autres, et en même temps collaborer pour créer et partager la culture. Selon l'experte, cela ouvre la porte à "de nouveaux horizons de créativité, tant pour les marques que pour les créateurs, afin de créer ensemble et de mettre en valeur leur travail." C'est une façon de "construire l'avenir". Et c'est avec un chaleureux "on se voit dans le metaverse !" que Cathy Cathy prend congé à la fin de l'épisode.

Le nouvel épisode de *The Impulse, The metaverse: emotions in a virtual world*, est maintenant disponible sur les chaînes Spotify, Apple Podcasts, Google Podcasts et Ivoox de CUPRA.

CUPRA est la marque challenger non conventionnelle qui allie émotion, électrification et performance pour inspirer le monde depuis Barcelone. Lancé en 2018, CUPRA possède désormais son propre siège social ainsi que son atelier consacré aux voitures de course à Martorell (Barcelone). A cela s'ajoute un réseau de points de vente dédiés dans le monde entier.

En 2021, CUPRA a maintenu sa tendance à la hausse, triplant ses ventes avec 80 000 véhicules livrés, portée par le succès de la CUPRA Formentor. CUPRA prouve que l'électrification et la sportivité vont de pair et élargiront en 2022 la gamme de la CUPRA Born, le premier véhicule 100 % électrique de la marque, avec des modèles aux capacités de batterie différentes, ainsi qu'une version e-Boost plus puissante. Une version exclusive en édition limitée de la CUPRA Formentor VZ5 sera également présentée. La CUPRA Tavascan, le deuxième modèle 100 % électrique de la marque, arrivera sur le marché en 2024, suivie de la première voiture électrique urbaine de la marque, inspirée du concept CUPRA UrbanRebel, en 2025.

CUPRA a remporté le championnat de voitures de tourisme électriques PURE ETCR en 2021 et continue de participer au championnat Extreme E, la compétition de SUV électriques tout-terrain. La marque est le partenaire automobile et de mobilité officiel du FC Barcelone, le sponsor principal du World Padel Tour et le sponsor officiel du eSports Club Finetwork KOI. En collaborant avec des marques telles que Primavera Sound et De Antonio Yachts, elle a créé l'univers lifestyle CUPRA. La tribu CUPRA est composée d'une équipe d'ambassadeurs qui veulent être le moteur du changement. Parmi ses membres figurent le gardien allemand Marc ter Stegen ; Alexia Putellas, Ballon d'Or et meilleure footballeuse lauréate du prix FIFA ; et les médaillés d'or olympiques Adam Peaty, Melvin Richardson et Saúl Craviotto.



CUPRA France

Sacha Farkas

Responsable Relations Presse

06 38 66 76 92

[Sacha.farkas@seat.fr](mailto:Sacha.farkas@seat.fr)

Estelle Renoux

Attachée de presse

06 69 55 67 40

[Estelle.renoux@seat.fr](mailto:Estelle.renoux@seat.fr)

PRENSA PREMSA NEWS PRESSE STAMPA