

| | |
|-------------|----------------------|
| Publicación | Expansión General, 1 |
| Soporte | Prensa Escrita |
| Circulación | 36 629 |
| Difusión | 23 452 |
| Audiencia | 117 000 |

| | |
|-----------------|-----------------------------|
| Fecha | 30/04/2024 |
| País | España |
| V. Comunicación | 32 956 EUR (35,289 USD) |
| Tamaño | 7,16 cm ² (0,7%) |
| V.Publicitario | 2109 EUR (2258 USD) |

Griffiths: “Solo haremos coches eléctricos para **Seat** si es rentable” **P8**

Griffiths: “Solo haremos coches eléctricos para la marca Seat si es rentable”

C.D. Madrid

El grupo Seat/Cupra, propiedad del gigante alemán Volkswagen, está viviendo un momento dulce gracias, sobre todo, a los buenos resultados tanto de ventas como de rentabilidad que está experimentando la marca Cupra, que acumula más de 600.000 matrículas desde su lanzamiento –250.000 en 2023–.

La apuesta por la electrificación de la compañía pasa, en la actualidad, por la enseña Cupra, aunque más adelante también llegará a Seat. “Electrificaremos Seat cuando sea rentable”, dijo ayer Wayne Griffiths, presidente de Seat/Cupra, en el marco de la presentación mundial en Madrid de los nuevos Cupra León y Formentor. El directivo añadió que ahora mismo es muy complicado ganar dinero vendiendo coches eléctricos de pequeño tamaño.

Cupra, según Griffiths, seguirá dando muchas alegrías a la compañía, ya que con los nuevos León y Formentor se inicia la segunda fase de crecimiento de la firma, que vendrá acompañada de más lanzamientos, como el nuevo Tavascan, fabricado en China, después de verano, así como del Terramar, a finales de año. Habrá que esperar hasta finales de 2025 o principios de 2026 para el Raval.

Esta ofensiva de producto permitirá a la firma superar la barrera de las 500.000 unidades anuales vendidas, lo que supondrá duplicar los datos



Wayne Griffiths, presidente de Seat y Cupra.

Seat estudia ir al tercer Perte VEC para crear un nuevo ‘hub’ de economía circular en España

de 2023. “Creceremos más de lo que podremos producir”, apuntó el directivo, que señaló que en la planta de Martorell trabajan “pleno rendimiento”, aunque se podrían incorporar turnos de fin de semana si fuera necesario.

Para mantener esta agresiva estrategia de lanzamiento de nuevos productos, la compañía prevé seguir invirtiendo grandes cantidades de dinero, en línea con los 1.000 millones de euros anuales que destina a I+D. En los próximos años la inversión se mantendrá en esta línea, incluso cuando en 2030 está previsto que se introduzca la nueva

plataforma de vehículos eléctricos, clave para asegurar la viabilidad de la firma en la próxima década.

Baraja ir al nuevo Perte

Por otro lado, el directivo resaltó que su compañía quiere poner en marcha en la Zona Franca de Barcelona un nuevo hub de economía circular y considera que este proyecto podría ser elegible para recibir las ayudas de la tercera convocatoria del Perte del Vehículo Eléctrico y Conectado (VEC), que se lanzará en mayo con un presupuesto de 500 millones. “Depende del enfoque del nuevo Perte solicitaremos las ayudas, tenemos algunos proyectos en la cabeza”, dijo.

Seat, dentro del consorcio *Future: Fast Forward*, ya recibió 360 millones del primer Perte VEC, para la gigafactoría de baterías de Sagunto (Valencia), y 47 millones para la planta de ensamblaje de baterías de Martorell.

Por otro lado, el directivo también confirmó que, dentro del grupo Seat, se ha creado una nueva sociedad independiente, denominada Cupra Design, que se encargará de definir la identidad de marca y de manifestar “lo que es y lo que no es Cupra”.

Esta compañía, con sede en Barcelona, estará liderada por el director de Diseño de Seat, Jorge Díez, que reportará de forma directa ante Griffiths, que señaló que no quiere que Cupra sea “mainstream”.