



Co drugi Polak jest dumny, kiedy ktoś patrzy. CUPRA sprawdza, jak emocjonalnie podchodzimy do samochodów

- Najnowsze badanie przeprowadzone przez ARC Rynek i Opinia na zlecenie marki CUPRA¹ kieruje się emocjami przy wyborze samochodu, a wygląd pojazdu i dopasowanie do stylu życia odgrywają istotną rolę w tej decyzji.
- 74% Polaków chce, by ich samochód dobrze się prezentował, a 69% wybiera auto, które pasuje do ich stylu życia.
- Silne przywiązanie do pojazdów potwierdzają kolejne dane: 49% kierowców czuje dumę, gdy ich samochód przyciąga spojrzenia, 54% nie lubi oddawać kierownicy komuś innemu, a około 1/3 traktuje auto niemal jak członka rodziny.

Z badania przeprowadzonego dla marki CUPRA wynika, że polscy kierowcy podchodzą do swoich samochodów w sposób silnie związany z emocjami i codziennym stylem życia. Dla wielu pojazd staje się nie tylko środkiem transportu, lecz także elementem osobistej ekspresji i źródłem dumy. Dane pokazują również, że część kierowców buduje ze swoim autem wyjątkowo bliską relację, która wykracza poza czysto praktyczne użytkowanie.

„Badanie wyraźnie pokazuje, że dla wielu kierowców samochód to coś więcej niż narzędzie do przemieszczania się. To przestrzeń, w której czują się sobą, element ich stylu życia i źródło pozytywnych emocji. Cieszy nas, że kierowcy zwracają uwagę zarówno na design, jak i na to, jakie emocje towarzyszą im za kierownicą. Te wnioski są niezwykle inspirujące i pokazują, jak ważna jest rola samochodu we współczesnej codzienności.” – mówi Daria Zielaskiewicz, dyrektorka marek SEAT i CUPRA.

Design i styl życia wpływają na relację z samochodem

Badanie potwierdza, że wygląd samochodu ma dla kierowców istotne znaczenie. 74% respondentów chce, aby ich auto dobrze się prezentowało, a 69% wybiera pojazd, który pasuje do ich stylu życia. Estetyka idzie w parze z emocjami: 45% kierowców wskazuje, że uczucia odgrywają ważną rolę podczas wyboru samochodu.

Zewnętrzny wygląd przekłada się również na poczucie satysfakcji. Aż 49% kierowców czuje dumę, gdy ich samochód przyciąga spojrzenia, a 44% lubi, gdy ich auto wyróżnia się na tle innych. Pokazuje to, że design stał się integralnym elementem budowania relacji kierowcy z własnym pojazdem.

Silne przywiązanie do własnych aut

Emocjonalny stosunek do samochodu widać również w codziennych zachowaniach kierowców. 54% badanych przyznaje, że nie lubi, kiedy ktoś inny prowadzi ich auto, co może świadczyć o poczuciu odpowiedzialności oraz przywiązaniu do pojazdu.

¹ Badanie zostało zrealizowane metodą CAWI (Computer-Assisted Web Interviewing) na panelu internetowym ePanel.pl próbie badawczej osób posiadających samochody N=819, w styczniu 2026 roku.



Co trzecia osoba deklaruje natomiast, że traktuje samochód niemal jak członka rodziny – rozmawia z nim, chwali go, a często nadaje mu szczególne znaczenie. To pokazuje, że relacja z autem u wielu osób wykracza poza standardowe korzystanie i staje się elementem codziennej rutyny oraz przestrzeni osobistych rytuałów.

Zmiana potrzebuje liderów – a CUPRA wierzy, że prawdziwy postęp rodzi się z radykalnych przełomów, z przekraczania oczekiwań i łamania konwencji. Od momentu swojego debiutu w 2018 roku marka zmienia oblicze branży motoryzacyjnej, będąc inicjatorem kreatywności i katalizatorem zmian.

W zaledwie siedem lat CUPRA wprowadziła na rynek siedem modeli i sprzedała ponad 800 000 samochodów na całym świecie. Każdy model CUPRA to połączenie ekspresyjnego designu, wyjątkowej estetyki i sportowych osiągnięć. W pełnej gamie modelowej znajdują się: CUPRA Ateca – pierwszy model z logo CUPRA, CUPRA Leon – przeprojektowany i rozwinięty jako niezależny model marki, CUPRA Formentor – pierwszy samochód zaprojektowany w całości przez CUPRA i jednocześnie jej najlepiej sprzedający się model, CUPRA Born – pierwszy w pełni elektryczny samochód marki, CUPRA Tavascan – elektryczne SUV-coupé, oraz CUPRA Terramar – sportowy SUV marki. W 2026 roku do oferty dołączy CUPRA Raval – radykalna wizja miejskiego auta elektrycznego.

CUPRA to coś więcej niż samochód. To przekonanie. CUPRA Tribe to zespół ambasadorów, którzy kwestionują normy i przełamują bariery, które powstrzymują innych. Wśród nich są m.in. najbardziej utytułowany hiszpański olimpijczyk Saúl Craviotto, reżyser filmowy J.A. Bayona, niemiecki bramkarz Marc ter Stegen oraz dwukrotna zdobywczyni Złotej Piłki i nagrody FIFA The Best, Alexia Putellas. CUPRA obsesyjnie dąży do tego, by wzbudzać emocje – zarówno na drodze, jak i poza nią. Marka jest oficjalnym partnerem motoryzacyjnym FC Barcelony, sponsorem premium Premier Padel Tour oraz uczestnikiem wyścigów Formuły E we współpracy z Kiro Race Co.

www.cupraofficial.com

KONTAKT DLA MEDIÓW:

Katarzyna Dziomdziora | tel. kom.+48 690 406 350

katarzyna.dziomdziora1@seat-auto.pl | <https://seatcupramedia.pl/>

Biuro prasowe | 24/7Communication

Paweł Tamiola | tel. kom. +48 731 990 247

pawel.tamiola@247.com.pl | <https://seatcupramedia.pl/>