

Een succesvol initiatief

Meer dan 10.000 verschillende Spaanse plaatsnamen ingediend voor SEAT's derde SUV

- / In totaal ontving SEAT 133.332 voorstellen uit 106 landen
- / In september kunnen fans van het merk voor hun favoriete kandidaat stemmen
- / De naam van SEAT's nieuwe SUV wordt voor 15 oktober onthuld

Het op 1 juni gelanceerde #SEATseekingName-project is erin geslaagd om meer dan 133.332 deelnemers uit 106 landen te verzamelen om een naam te vinden voor de derde SUV van het merk, die in 2018 op de markt komt. Na in totaal 10.130 verschillende Spaanse plaatsnamen te hebben ontvangen, werd gisteren de eerste fase afgerond. De namen werden via seat.com/seekingname en seat.es/buscanombre ingediend.

Sinds SEAT in maart aankondigde dat het zijn nieuwe SUV zou lanceren, heeft het merk al meer dan 500 voorstellen voor zijn nieuwe 7-zitter ontvangen. De verwachtingen en de sociale impact hebben de constructeur ertoe bewogen om haar gebruikelijke naamgevingsproces te veranderen en het voor de volgers van het merk in Spanje en de hele wereld mogelijk te maken om hun favoriete naam voor te leggen en vervolgens voor de winnaar te stemmen.

SEAT-voorzitter Luca de Meo drukte zijn tevredenheid uit over de massale respons op dit project: **"De behaalde resultaten hebben onze verwachtingen sterk overtroffen. Dit initiatief wekte niet alleen veel belangstelling onder de volgers van ons merk, maar ook bij duizenden andere mensen die hebben bijgedragen door een naam voor onze nieuwe SUV voor te stellen. We rekenen erop dat zij in september voor hun favoriete naam zullen stemmen."**

Nu deze eerste fase achter de rug is, is het tijd voor de preselectie. Daarbij worden experts van het merk en een extern bureau betrokken alsook klanten uit verschillende landen, die zullen deelnemen aan de door SEAT georganiseerde focuswerkgroepen. Daarnaast zullen er nog tests worden

uitgevoerd in de verschillende markten waar SEAT aanwezig is om uiteindelijk drie namen over te houden die vervolgens aan een stemming worden onderworpen. In deze fase wordt met een aantal vooraf bepaalde criteria rekening gehouden. Zo dienen de namen in lijn te zijn met de merkwaarden en productkenmerken en makkelijk uit te spreken zijn in verschillende talen.

SEAT koos voor het autosalon van Frankfurt als locatie om de namen van de finalisten aan te kondigen. Iedereen die op zijn/haar favoriete naam wenst te stemmen heeft hier van 12 tot 25 september de kans toe. De naam met de meeste stemmen wint en wordt door SEAT vóór 15 oktober bekendgemaakt.

Op deze manier vervoegt de derde SUV van de Spaanse constructeur de lijst van 13 modellen die naar een Spaanse plaats werden vernoemd sinds SEAT deze traditie in 1982 startte met de Ronda en tot vandaag verderzette met de meest recente Arona, de compacte crossover die op maandag 26 juni in Barcelona wordt onthuld. Tot slot is dit de eerste keer in de geschiedenis van het merk dat een model een naam zal dragen die door het publiek gekozen werd.

SEAT is de enige constructeur die in Spanje wagens ontwerpt, ontwikkelt, bouwt en commercialiseert. De multinational, die deel uitmaakt van de Volkswagen-groep, heeft zijn hoofdzetel in Martorell (Barcelona) en exporteert 81 % van zijn wagens naar meer dan 80 verschillende landen. In 2016 realiseerde SEAT een operationele winst van 143 miljoen euro - het beste resultaat ooit in de geschiedenis van het merk - en verkocht het wereldwijd ongeveer 410.000 wagens.

De SEAT-groep stelt meer dan 14.500 personen te werk in zijn drie productiecentra in Barcelona, El Prat de Llobregat en Martorell, waar onder andere de succesvolle Ibiza en Leon worden gebouwd. Verder bouwt SEAT de Ateca en Toledo in Tsjechië, de Alhambra in Portugal en de Mii in Slovakije.

SEAT beschikt eveneens over een Technical Center, een kenniscentrum met ca. 1.000 ingenieurs die de drijvende kracht vormen achter de innovaties van de grootste Spaanse investeerder in Onderzoek en Ontwikkeling. SEAT gebruikt vandaag al de nieuwste technologie op het vlak van connectiviteit in zijn voertuigen en werkt aan de globale digitalisering van de onderneming, ter ondersteuning van de mobiliteit van de toekomst.