



**ŠKODA**  
SIMPLY CLEVER

# INFORMACJA PRASOWA

Strona 1 z 2

## Tradycja i emocje: ŠKODA zaprojektowała trofea dla zwycięzców Tour de France

Trofea dla zwycięzców tegorocznej edycji legendarnego wyścigu kolarskiego Tour de France zostały przygotowane przez biuro stylistyczne ŠKODA Design. Tak jak w poprzednich latach, styliści ŠKODY zaprojektowali kryształowe puchary, które zwycięzcy kolarskiego klasyka wzniosą w paryskie niebo już 23 lipca. Cztery przygotowane rzeźby są ucieleśnieniem najlepszych czeskich tradycji rzemiosła kryształowego. Jako główne źródło inspiracji tegorocznego projektu pucharów posłużył niedawno prezentowany koncepcyjny model ŠKODY, VISION E. Czeska marka jest oficjalnym partnerem wyścigu Tour de France od 2004 roku. Wspiera go jako partner generalny i dostawca samochodów technicznych. ŠKODA sponсорuje także Zieloną Koszulkę dla najlepszego sprintera – nagrodę dla niego na mecie tegorocznej edycji wręczy Dyrektor Generalny ŠKODY Bernhard Maier.



3540 kilometrów, 21 etapów, trzy bezlitosne podjazdy: tegoroczna edycja kultowego Tour de France po raz kolejny dowodzi, dlaczego nosi on miano najtrudniejszego wyścigu kolarskiego na świecie. 23 lipca na metę zlokalizowaną tradycyjnie na Polach Elizejskich dotrą tylko najlepsi, którzy wytrzymają trudy trzech tygodni zaciętych zmagania. Tradycyjnie, na mecie zostaną rozdane puchary dla zwycięzców w czterech kategoriach indywidualnych. Obok noszącego żółtą koszulkę lidera klasyfikacji generalnej, przed milionami kibiców będą je prezentować także noszący zieloną koszulkę najlepszy sprinter, najlepszy kolarz klasyfikacji górskiej (w koszulce w czerwone grochy) oraz posiadacz białej koszulki, czyli najwyższej sklasyfikowany zawodnik w wieku do lat 26. Specjalny



**ŠKODA**  
SIMPLY CLEVER

# INFORMACJA PRASOWA

Strona 2 z 2

puchar wykonany z zielonego kryształu wręczy najlepszemu sprinterowi Dyrektor Generalny ŠKODY Bernhard Maier.

Wszystkie cztery puchary zostały zaprojektowane w studiu ŠKODA Design, a wykonał je uznany czeski specjalista od obróbki szkła, firma Lasvit. To już nie pierwszy raz, gdy doświadczeni rzemieślnicy z tej firmy byli odpowiedzialni za wykonanie trofeów Tour de France. Choć wymiary mierzącej 60 cm i ważącej 4 kg statuetki są zawsze takie same, projektanci ŠKODY co roku zaskakują nadaną im kreatywną formą. W tym roku wyjątkowy projekt jest inspirowany modelem VISION E. Pierwszy elektryczny model studyjny ŠKODY zadebiutował w kwietniu na targach samochodowych w Szanghaju. Ukazuje on, jak marka widzi przyszłość mobilności indywidualnej. Pięciodrzwiowy SUV o bryle Coupé może pokonać nawet 500 kilometrów korzystając wyłącznie z energii elektrycznej. Jego przyszłościowy charakter uzupełnia zdolność do jazdy autonomicznej trzeciego stopnia oraz emocjonalny język stylistyczny, charakteryzujący się precyzyjnie poprowadzonymi krawędziami oraz dynamicznymi liniami. Ten przejmujący efekt został uchwycony także w trofeach Tour de France, które interpretują ideę czeskiego rzemiosła kryształowego w na wskroś współczesny sposób. Studyjny model VISION E także czerpie z tych tradycji, wykorzystując czeski kryształ w wielu elementach, takich jak przednie światła.

## **ŠKODA oficjalnym partnerem Tour de France już po raz czternasty**

Sto czwarta edycja Tour de France rozpoczęła się pierwszego lipca uroczystym Grand Départ z Düsseldorfu. Prócz Niemiec, Belgii i Luksemburga, na liczącej ponad 3500 kilometrów drodze do Paryża peleton przejedzie także przez 34 departamenty Francji. ŠKODA wspiera to jedyne w swoim rodzaju kolarskie święto od 2004 roku i w tym roku już po raz czternasty jest oficjalnym partnerem generalnym oraz dostawcą samochodów. Czeska marka dostarczyła w tym roku organizatorom na ich potrzeby flotę aż 250 samochodów.

W gronie tym znajduje się nowy SUV marki, ŠKODA KODIAQ oraz gruntownie zmodernizowane modele OCTAVIA oraz SUPERB. Flagowa limuzyna marki tradycyjnie przewodzi kolarzom jako „Czerwony samochód” dyrektora wyścigu. Pomalowany przykuwającym wzrok lakierem Corrida Red, specjalnie przystosowany egzemplarz modelu SUPERB wyposażony jest w otwierane z drugiego rzędu siedzeń okno dachowe. Dzięki temu nadzorujący wyścig Christian Prudhomme może bez trudu wstać i zapewnić sobie pełny widok na peleton nim wyda zgodę na start do kolejnego etapu. Na pokładzie tego specjalnego egzemplarza znajduje się także wiele innych rozwiązań i elementów wyposażenia, które czynią z niego idealne mobilne centrum dowodzenia.

Wyjątkowym wydarzeniem, które uświetniło przebieg pierwszego etapu Tour de France w tym roku, było pojawienie się na trasie trzech egzemplarzy zupełnie nowej ŠKODY KAROQ, które wystąpiły w roli wozów technicznych dla startujących zespołów kolarskich. Podczas trzytygodniowej służby flota samochodów ŠKODY pokona łącznie około 2,8 miliona kilometrów. Od roku 2004 samochody ŠKODY przejechały już wspólnie ponad 30 milionów kilometrów. Poza dostarczaniem samochodów czeska marka angażuje się w Tour de France także w inne sposoby. W tym roku już po raz trzeci z rzędu sponsoruje zieloną koszulkę dla najlepszego kolarza górskiego.

Załączniki do pobrania:

- [Tour de France\\_trofeum.jpg](#)



**ŠKODA**  
SIMPLY CLEVER

# INFORMACJA PRASOWA

Strona 3 z 2

## **Dodatkowych informacji udziela:**

Hubert Nidzielski

Specjalista ds. PR

M +48 690 406 278

[hubert.nidzielski@skoda-auto.pl](mailto:hubert.nidzielski@skoda-auto.pl)

## **ŠKODA AUTO**

- › ŠKODA jest liderem rynku samochodów nowych w Polsce już siódmy rok z rzędu.
- › ŠKODA Octavia jest najpopularniejszym modelem polskiego rynku w 2015 roku. Na ten model zdecydowało się aż 14 193 Polaków. Drugą pozycję zajmuje ŠKODA Fabia z wynikiem 12 073 sztuk.
- › W roku 2015 ŠKODA wprowadziła nową generację modeli ŠKODA Fabia i ŠKODA Superb.
- › Bogatą ofertę modelową wspiera korzystna oferta finansowa. Samochody marki ŠKODA dostępne są jak w abonamencie. Miesięczna opłata za nową ŠKODĘ wynosi dokładnie 1% jej ceny, przy umowie na 4 lata, rocznym limicie przebiegu 20 000 km oraz wkładzie własnym 20%.
- › Marka wprowadziła do sieci dealerskiej nową identyfikację wizualną, która jest integralną częścią strategii rozwoju. Ten nowoczesny, skoncentrowany na Kliencie design, stanowi nowy znak rozpoznawczy ŠKODY.