



**ŠKODA**  
SIMPLY CLEVER

# INFORMACJA PRASOWA

Strona 1 z 3

## Drugi flight kampanii „Mój elektryczny SUV” ze ŠKODĄ ENYAQ iV

„Wybrałem go dla moich najbliższych. Dla ich przyszłości.” To istotny przekaz, który niesie ze sobą drugi flight kampanii elektrycznej ŠKODY ENYAQ iV. Spot wideo kładzie nacisk nie tylko na moc i zasięg samochodu, ale przede wszystkim na jego bezemisyjność, a co za tym idzie – troskę o przyszłość najbliższych oraz otaczającego świata. „Mój elektryczny SUV” to hasło kampanii, która realizowana jest od 25 lipca br. przez markę ŠKODA w telewizji, radio oraz digitalu.

Spot reklamowy ukazuje czteroosobową rodzinę przemierzającą nadmorskie okolice w pełni elektryczną ŠKODĄ ENYAQ iV podczas zachodu słońca. Dynamicznym i pełnym klimatu obrazem towarzyszy kompozycja Moby'ego. Z ust lektora słyszymy: „Mój elektryczny SUV. Moc, która zapewnia emocje. Zasięg, który daje mi wolność i komfort bycia sobą. Ale nie wybrałem go dla mocy i zasięgu. Wybrałem go dla moich najbliższych. Dla ich przyszłości.”

Dostępny pod [LINKIEM](#) spot wideo jest częścią drugiego flightu kampanii ŠKODY ENYAQ iV, która wystartowała 25 lipca br. Jej celem jest podkreślenie kluczowych cech modelu, takich jak duży zasięg, imponująca moc, zastosowanie nowoczesnych technologii, przestronność, ponadprzeciętny komfort oraz wyróżniający design. W komunikacji marka stawia także na promowanie napędu elektrycznego i podkreśla, że motywacją takiego wyboru może być nie tylko styl życia, ale przede wszystkim troska o najbliższych oraz środowisko. Pierwsza edycja kampanii była realizowana jesienią 2021 r.

W pełni elektryczny model ENYAQ iV, który zadebiutował na polskim rynku na początku 2021 r., cieszy się coraz większą popularnością wśród klientów. Model jest w czołówce najlepiej sprzedających się aut elektrycznych w Polsce. Warto również wspomnieć, że w pierwszym półroczu 2022 r. liczba dostarczonych egzemplarzy ŠKODY ENYAQ iV na całym świecie wzrosła o 52,2% w porównaniu z analogicznym okresem w roku poprzednim.

Szeroko zakrojona kampania realizowana jest w telewizji, radio oraz digitalu. Za kreację odpowiada agencja Isobar Polska, a za zakup mediów PHD Media. Na dedykowanej stronie <http://www.enyaq.pl/> dostępne są wszelkie informacje o modelu.





**ŠKODA**  
SIMPLY CLEVER

# INFORMACJA PRASOWA

Strona 2 z 3

## Dodatkowych informacji udziela:

Klaudyna Gorzan, Kierownik ds. PR ŠKODA

M +48 690 406 218

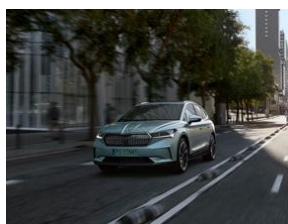
[klaudyna.gorzan@skoda-auto.pl](mailto:klaudyna.gorzan@skoda-auto.pl)

Tomasz Pyzałka, Specjalista ds. komunikacji w zespole ŠKODA

M +48 690 406 279

[tomasz.pyzalka@skoda-auto.pl](mailto:tomasz.pyzalka@skoda-auto.pl)

## Multimedia:



**ŠKODA**

[Pobierz](#)

Źródło: ŠKODA AUTO

## ŠKODA AUTO

- › z sukcesem realizuje strategię NEXT LEVEL – ŠKODA STRATEGY 2030.
- › pretenduje do bycia jedną z pięciu najlepiej sprzedających się marek w Europie do 2030 roku dzięki atrakcyjnej gamie samochodów w segmentach podstawowych i dodatkowym elektrycznym modelom.
- › wyrasta na lidera wśród marek europejskich na wschodzących rynkach, takich jak Indie i Afryka Północna.
- › obecnie oferuje swoim klientom dwanaście modeli samochodów osobowych: FABIA, RAPID, SCALA, OCTAVIA i SUPERB oraz KAMIQ, KAROQ, KODIAQ, ENYAQ IV, ENYAQ COUPÉ IV, SLAVIA i KUSHAQ
- › w 2021 r. dostarczyła klientom na całym świecie ponad 870 000 pojazdów
- › od 30 lat należy do Grupy Volkswagen, znajdującej się w gronie producentów samochodów odnoszących największe światowe sukcesy.
- › marka samodzielnie opracowuje i produkuje pojazdy, a także, we współpracy z Grupą, komponenty, silniki i skrzynie biegów.
- › działa w trzech lokalizacjach w Czechach oraz produkuje w Chinach, Słowacji i Indiach, głównie poprzez spółki Grupy, a także w Ukrainie – z udziałem lokalnego partnera.
- › zatrudnia na całym świecie 45 000 osób i jest aktywna na ponad 100 rynkach

