

## „Nowa Škoda Enyaq Coupé. Mój elektryczny SUV” – ruszyła pierwsza kampania w nowej identyfikacji wizualnej marki!

„Nowa Škoda Enyaq Coupé. Mój elektryczny SUV” to hasło pierwszej kampanii marki w nowej identyfikacji wizualnej, podkreślającej zachodzącą transformację oraz kierunek rozwoju producenta samochodów. Elementem kampanii jest zaprezentowany 2 kwietnia 2023 r. spot wideo, który pokazuje, jak Škoda Enyaq Coupé wspiera w odkrywaniu świata bez ograniczeń. Do współpracy przy produkcji filmu marka zaprosiła Joannę Biedermann – polską pilotkę. Spot można obejrzeć na kanale Youtube Škoda Polska: [LINK](#).

### Odkrywaj bez ograniczeń

Elektryzujący design. Sportowy charakter. Elektryczny napęd. Płynność jazdy. Cisza. To tylko niektóre elementy, które sprawiają, że SUV Enyaq Coupé wspiera w odkrywaniu wszystkiego, co dla nas w życiu ważne, z przyjemnością i bez ograniczeń, a w dodatku z poszanowaniem środowiska naturalnego.

– Škoda Enyaq Coupé to auto, do którego z radością przesiadam się z mojego szybowca, ponieważ czuję, że pomaga mi w odważnym odkrywaniu świata. Cicha praca i niezwykle płynne prowadzenie tego w pełni elektrycznego SUV-a sprawiają, że każda podróż to przyjemność. Poznawanie nowych miejsc to moja pasja, a Škoda Enyaq Coupé została nowym towarzyszem w jej realizowaniu – **mówi Joanna Biedermann, polska pilotka.**

Realizacja nowego spotu odbyła się na eko-planie, w ramach którego podjęte zostały działania ograniczające ślad węglowy produkcji, takie jak: wykorzystanie aut spełniających określone normy emisji spalin oraz dóbr lokalnych producentów czy rezygnacja z plastiku.

### Gotowi na przyszłość

Nowa identyfikacja wizualna Škody to spojrzenie w przyszłość, a także odpowiedź na zmieniające się potrzeby klientów. Odświeżona tożsamość korporacyjna poprawia wygląd w cyfrowych kanałach komunikacji, daje możliwość szerszego użycia znaku słownego oraz podkreśla nowoczesny i charakterystyczny język designu marki. Nowe flagowe barwy Škody,

czyli dwa odcienie zieleni: Emerald Green i Electric Green, wskazują bieżące priorytety producenta: ekologię, zrównoważony rozwój oraz elektromobilność.

– Premiera spotu „Nowa Škoda Enyaq Coupé. Mój elektryczny SUV” to szczególny moment dla Škody. Jest to pierwsza kampania w nowej identyfikacji wizualnej, która odzwierciedla zmiany zachodzące w naszej firmie, a także wskazuje kierunek dalszego rozwoju. Przyszłość jest elektryczna, ekologiczna i ekscytująca, czyli dokładnie taka, jak nasza Škoda Enyaq Coupé! – **mówi Arkadiusz Gwizdek, Dyrektor Marketingu ŠKODA Polska** – Do współpracy przy tworzeniu kampanii zaprosiliśmy Joannę Biedermann, ponieważ zainspirowała nas swoją pasją i odwagą w jej realizowaniu. Jako marka stawiająca na ciągły rozwój pragniemy wspierać takie kobiety w eksplorowaniu świata. Chcemy nagłaśniać historie odważnych, otwartych i pełnych pasji Odkrywczyń, które mogą stać się dla nas wszystkich inspiracją do spełniania marzeń – **dodaje**.

Szeroko zakrojona kampania realizowana jest w telewizji, digitalu, kinach oraz kanałach social media marki. Za kreację odpowiada agencja Dentsu Creative, a za zakup mediów PHD Media.

**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)

Julia Pawlak, Młodszy Specjalista ds. Komunikacji

M +48 690 406 232

[julia.pawlak@skoda-auto.pl](mailto:julia.pawlak@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, Enyaq Coupé, 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 zechach 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