



ŠKODA
SIMPLY CLEVER

INFORMACJA PRASOWA

Strona 1 z 3

20 lat w służbie z TOPR – trwa nowa kampania ŠKODY

Jednym z ważniejszych priorytetów ŠKODY jest bezpieczeństwo. Podkreśla to nowa kampania, która wystartowała 22 grudnia, celebrująca wieloletnią współpracę z Tatrzańskim Ochotniczym Pogotowiem Ratunkowym. Marka od 20 lat wyposaża zespół ratowników w samochody dysponujące najnowocześniejszymi systemami bezpieczeństwa. W czerwcu 2021 roku flotę aut TOPR zasilili nowe egzemplarze w pełni elektrycznego SUV-a ENYAQ iV. Elektryczny napęd eliminuje emisję spalin i hałas, co jest wielką wartością dla przyrody Tatrzańskiego Parku Narodowego. Osią kampanii jest spot wideo, dostępny pod [LINKIEM](#).

Powstałe w ramach kampanii materiały mają na celu pokazanie ciężkiej, wymagającej wyrzeczeń pracy ratowników TOPR. To opowieść o codziennej misji, jaką wypełniają przy wsparciu zaufanego partnera - marki ŠKODA. Ratowników w zawodowych wyzwaniach wspiera m.in. w pełni elektryczna ŠKODA ENYAQ iV. Materiał składa się z dynamicznych ujęć akcji ratowniczych - wchodzenia na szlak, ratowania życia w wysokich górach oraz nocnego wyjścia do poszkodowanego. W spocie nie brakuje także imponujących ujęć ŠKODY ENYAQ iV, np. w trakcie przejazdów po krętych, ośnieżonych, górskich drogach – nie tylko za dnia, ale także nocą.

– Markę ŠKODA i Tatrzańskie Ochotnicze Pogotowie Ratunkowe łączy wieloletnia współpraca oparta na wzajemnym zaufaniu oraz pewności, że razem sprostamy nawet ekstremalnym warunkom. Ogromnie cieszy nas, że już od 20 lat przy pomocy naszych aut wspieramy ratowników TOPR w ich trudnej pracy i razem zapewniamy bezpieczeństwo tak wielu ludziom. Przekazanie w pełni elektrycznych i bezemisyjnych SUV-ów ENYAQ iV to nowy etap współpracy, która przynosi korzyści także dla unikatowej przyrody polskich Tatr. Jesteśmy dumni, że możemy być częścią tej misji. – mówi Łukasz Matyla, Kierownik ds. Komunikacji i CRM marki ŠKODA.

Kampania realizowana jest w telewizji, kinach oraz digitalu. Za koncepcję akcji oraz jej egzekucję odpowiadała agencja GoldenSubmarine wspólnie z domem produkcyjnym ONES. Media zakupiła agencja PHD Media Direction.

Dodatkowych informacji udziela:

Klaudyna Gorzan, Kierownik ds. PR ŠKODA
M +48 690 406 218
klaudyna.gorzan@skoda-auto.pl





ŠKODA
SIMPLY CLEVER

INFORMACJA PRASOWA

Strona 2 z 3

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

