

Kamuflaż, który przyciąga wzrok

Do tej pory mogliśmy zobaczyć kompaktowego elektrycznego SUV-a Škodę Elroq tylko w oryginalnym kamuflażu. Pozostanie tak aż do oficjalnej premiery samochodu. Inspiracją dla kamuflażu był detal z logo marki.

Podstawą kamuflażu Škody Elroq jest trapez utworzony przez część pierwszej litery marki - zintegrowany akcent (który zamienia dźwięk „s” w „sh”). Ten szczegół jest powtarzany w różnych rozmiarach i ułożeniach, aby stworzyć wzór, który ma dać przedsmak wyglądu samochodu, bez zdradzania szczegółów. Samochód nie zostanie w pełni ujawniony przed światową premierą.

Kamuflaż trapezoidalny jest oparty na nowym wzorze graficznym Škody i odzwierciedla charakter Elroqa, który będzie pierwszym samochodem w którym zastosowano zupełnie nowy język projektowania Modern Solid. „Kamuflaż inspirowany nową identyfikacją podkreśla elegancję, ale solidną sylwetkę Elroqa. Jednocześnie doskonale zakrywa detale nowego modelu i łączy nasze dwa charakterystyczne kolory korporacyjne, aby przyciągnąć uwagę i wzmocnić świadomość marki” - **mówi Michael Lansdorf z działu marketingu Škody.**

Największym wyzwaniem przy projektowaniu kamuflażu jest znalezienie właściwej równowagi między oddaniem kształtu samochodu a maskowaniem szczegółów. „Musimy pokazać tożsamość marki, ale musimy też wizualnie rozbić całość, tak aby ludzkiemu oku trudno było dostrzec kształty pod kamuflażem” - **wyjaśnia projektant Petr Petzet.** Stworzony kamuflaż doskonale spełnia swoje zadanie.

Poprzednie projekty były równie udane. Wystarczy spojrzeć na nowego Superba z zeszłorocznego Tour de France, jego kamuflaż nawiązywał do map i odzwierciedlał ducha przygody i pragnienia eksploracji, które leżą u podstaw marki Škoda.

Dlaczego flamingi?

Kamuflaż samochodu ma jeszcze jedną charakterystyczną cechę: flamingi na tylnych szybach. „Dlaczego flamingi? Po pierwsze, ich żywy różowy kolor zapewnia uderzający kontrast z zielonymi kolorami marki Škoda. Po drugie, mają one pewne znaczenie dla Elroqa, o którym

dowiecie się więcej tej jesieni. Bądźcie czujni” - mówi Veronika Ziegaus, szefowa strategii marki i produkcji treści w Škodzie.

Dodatkowych informacji udziela:

Klaudyna Gorzan, Kierownik ds. PR ŠKODA

M +48 690 406 218

klaudyna.gorzan@skoda-auto.pl

Julia Pawlak, Specjalista ds. Komunikacji

M +48 690 406 232

julia.pawlak@skoda-auto.pl

Multimedia:



Škoda

[Pobierz](#)

Źródło: Škoda Auto

Škoda PR Portal

prportal.skoda.pl

kontakt@prportal.skoda.pl

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, Afryka Północna, Wietnam i region ASEAN.
- › obecnie oferuje swoim klientom dwanaście modeli samochodów osobowych: Fabia, Scala, Octavia i Superb oraz Kamiq, Karoq, Kodiaq, Enyaq, Enyaq Coupé, Slavia i Kushaq.
- › w 2023 r. dostarczyła klientom na całym świecie ponad 866 000 pojazdów.
- › od 30 lat należy do Grupy Volkswagen, znajdującej się w gronie producentów samochodów odnoszących największe światowe sukcesy.
- › jest częścią Grupy Marki CORE – organizacyjnego połączenia marek masowych Grupy Volkswagen – dążymy do osiągnięcia wspólnego wzrostu oraz znacznego zwiększenia ogólnej wydajności pięciu marek masowych.
- › 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 40 000 osób i jest aktywna na ponad 100 rynkach.