

Škoda Auto łączy siły z marką PLAY-DOH należącą do firmy Hasbro

- Czeski producent samochodów i globalny twórca zabawek nawiązują roczną współpracę.
- Partnerstwo wesprze kampanię wprowadzającą na rynek nową, w pełni elektryczną Škodę Epiq i obejmie szereg międzynarodowych aktywacji.
- Pierwsze wspólne działania wystartowały podczas Milan Design Week, kolejne zaplanowano m.in. przy okazji Mistrzostw Świata w Hokeju na Lodzie IIHF.

Škoda Auto i Hasbro, światowy lider w branży gier i zabawek, ogłosiły nawiązanie rocznej współpracy z wykorzystaniem kultowej marki PLAY-DOH. Projekt ten towarzyszy rynkowemu debiutowi nowej, w pełni elektrycznej Škody Epiq. Głównym motywem wizualnym kampanii jest ciastolina, co doskonale oddaje jej kreatywny i radosny charakter. Zabawa formą wykracza tu poza standardowe materiały reklamowe, obejmując także wspólne projekty pod szyldem obu marek. Pierwsze efekty tej współpracy można zobaczyć podczas trwającego właśnie Milan Design Week. Ogłoszeniu współpracy towarzyszył krótki film animowany opublikowany na platformie [YouTube]. Materiał w kreatywny sposób zapowiada wspólny projekt, łącząc dwie charakterystyczne, pełne ciekawości postaci. Animacja została ręcznie wykonana techniką poklatkową z wykorzystaniem Play-Doh, a jej autorem jest animator Toni Alarco.

Kreatywność i zabawa designem

Roczna współpraca oficjalnie rozpoczęła się podczas prestiżowego tygodnia designu w Mediolanie. Motyw masy plastycznej idealnie podkreśla lekki, pełen zabawy charakter kampanii nowej Škody Epiq, a jednocześnie nawiązuje do szerszego kontekstu projektowania, eksperymentowania i poszukiwania nowych form. Takie podejście doskonale współgra z innowacyjnym duchem i głównymi ideami, które przyświecają Milan Design Week.

Międzynarodowy zasięg i kolejne aktywacje

Współpraca Škody i Hasbro będzie realizowana na arenie globalnej. Obok inicjatyw koordynowanych centralnie, na poszczególnych rynkach planowane są lokalne aktywacje wspierające wydarzenia kulturalne i sportowe. Projekt obejmuje zarówno dedykowane materiały promocyjne, jak i formaty oparte na bezpośrednim doświadczaniu obu marek.

Po zakończeniu wydarzeń w Mediolanie, kolejne wspólne działania odbędą się podczas Mistrzostw Świata w Hokeju na Lodzie IIHF. W ciągu całego roku będą sukcesywnie realizowane również dodatkowe inicjatywy, które jeszcze mocniej połączą świat motoryzacji z zabawą.

Kontakt dla mediów

Klaudyna Gorzan

PR Manager

T +48 690 406 218

klaudyna.gorzan@skoda-auto.pl

Julia Pawlak

Specjalista ds. komunikacji

T +48 690 406 232

julia.pawlak@skoda-auto.pl

Materiały do pobrania:



[Pobierz](#)

Źródło: Škoda Auto

Škoda Auto

- > z powodzeniem wkracza w nową dekadę dzięki strategii Next Level Škoda;
- > dąży do tego, aby do końca dekady stać się jedną z trzech najlepiej sprzedających się marek w Europie, oferując klientom „to, co najlepsze z obu światów” dzięki atrakcyjnej gamie pojazdów BEV, hybrydowych i spalinowych;
- > skutecznie wykorzystuje potencjał na ważnych rynkach wzrostu, takich jak Indie, Wietnam i region ASEAN;
- > obecnie oferuje klientom 12 modeli samochodów osobowych: Fabia, Scala, Octavia, Superb, Kamiq, Karoq, Kodiaq, Elroq, Enyaq, Slavia, Kylaq i Kushaq;
- > w 2025 roku dostarczyła klientom na całym świecie ponad 1 040 000 pojazdów;
- > od ponad 30 lat jest częścią Grupy Volkswagen, producenta samochodów, który odnosi jedno z największych sukcesów branżowych na świecie;
- > jest częścią Brand Group CORE, organizacyjnego połączenia marek wolumenowych Grupy Volkswagen, którego celem jest wspólny rozwój i znaczne zwiększenie ogólnej efektywności wszystkich pięciu marek wolumenowych;
- > samodzielnie opracowuje i produkuje komponenty, takie jak systemy akumulatorów MEB, silniki i skrzynie biegów, także dla innych marek Grupy Volkswagen;
- > prowadzi trzy zakłady produkcyjne w Czechach; produkuje samochody również w Chinach, na Słowacji i w Indiach – głównie we współpracy w ramach Grupy – a także w Wietnamie i na Ukrainie we współpracy z lokalnym partnerem;
- > zatrudnia około 40 000 pracowników na całym świecie i działa na około 100 rynkach.