

Škoda Peaq przyłapaną we Włoszech. Czy to najbardziej intrygujący kamuflaż w historii marki?

- Kamuflaż nowej, w pełni elektrycznej Škody Peaq nawiązuje bezpośrednio do nazwy modelu. Motyw górskich szczytów skąpanych w barwach zachodzącego słońca tworzy unikalną estetykę.
- Okleina kamuflażu została oparta na języku projektowania Modern Solid, a jej zadaniem jest zaburzenie percepcji proporcji auta i utrzymanie jego designu w tajemnicy przed premierą.
- Stworzenie tej grafiki wymagało od projektantów ponad 100 godzin pracy, a samo nakładanie siedmiu kluczowych elementów na karoserię zajęło niemal tydzień.

Duży, elektryczny SUV Škoda Peaq pojawił się już w terenie, ale wciąż pozostaje tajemnicą. Wszystko za sprawą artystycznego kamuflażu – projektanci, inspirując się nazwą modelu, przenieśli na karoserię motyw górskich szczytów skąpanych w kolorach zachodu słońca, który dodaje mu tajemniczości przed zaplanowaną na lato premierą.

Maskowanie samochodu ma jasny cel: ukrycie proporcji i kształtów pojazdu. Pozwala to na rzetelne testowanie auta w ruchu drogowym jeszcze przed oficjalną premierą, zachowując jednocześnie w tajemnicy detale jego designu i podsycając ciekawość przyszłych klientów.

„Każdy kamuflaż opowiada w pewien sposób historię danego modelu” – wyjaśnia projektant Petr Petzet. Malownicze okolice jeziora Como stały się tłem dla pierwszych jazd testowych. Wyselekcjonowana grupa dziennikarzy oraz influencerów miała okazję przetestować flagowego elektryka w pełnym kamuflażu, sprawdzając, jak największy model w portfolio radzi sobie na włoskich trasach.

Wzór kamuflażu

Wygląd okleiny to efekt wewnętrznego konkursu, w którym kilku projektantów przedstawiło wstępne propozycje. We współpracy z działami komunikacji i marketingu ostatecznie wybrano projekt inspirowany nazwą flagowego SUV-a.

Choć sam wzór był od początku dość jasny, jego kolorystyka przeszła przez kilka etapów modyfikacji. „Chcieliśmy podkreślić elegancję pojazdu, dlatego postawiliśmy na bardziej stonowane odcienie w połączeniu z matową folią. Dominującym kolorem jest Emerald Green, uzupełniony subtelnymi tonami zachodzącego słońca” – tłumaczy Petzet. Wykorzystany na

bokach auta motyw zachodu słońca pozwala zachować spójność wizualną projektu, a dzięki kontrastowym barwom sprytnie maskuje rzeczywiste kształty i rzeźbę karoserii.

Sprytne złudzenia w duchu designu Modern Solid

„Prostota to cecha definiująca język projektowania Modern Solid. Ukrycie ogólnych proporcji i ‘oszukanie’ oczu jest więc sporym wyzwaniem. Dlatego też kamuflaż powstaje poprzez przeplatanie ze sobą nieregularnych linii i kształtów” – wyjaśnia Petzet.

Z drugiej strony maskowanie zawiera szereg elementów, które wręcz przyciągają uwagę, utrudniając w ten sposób postrzeganie nadwozia jako całości. Jednym z nich jest zachód słońca, a drugim szczyt umiejscowiony na tylnej szybie.

Jedną z innowacji wprowadzonych w kamuflażu modelu Peaq jest zamaskowanie obręczy kół. „Zazwyczaj zakrywa się je po prostu ciemną matową folią, ale tym razem zdecydowaliśmy, aby wizualnie dopełniały kamuflaż reszty pojazdu” – zauważa Petzet. Podczas pierwszych jazd testowych Škoda zamierzała zaprezentować auto na 20-calowych felgach, których finalny design ma pozostać tajemnicą aż do oficjalnej premiery, dlatego zdecydowano się na takie rozwiązanie.

Precyzyjne przygotowania

Ponieważ maskowanie nie jest powtarzalnym wzorem, lecz dedykowaną grafiką idealnie dopasowaną do sylwetki modelu Peaq, jego przygotowanie wymagało ogromnej precyzji. Od pierwszych koncepcji, przez dopracowanie krzywych graficznych, aż po próbne wydruki, cały proces zajął projektantom ponad 100 godzin. Dopiero po tym etapie można było przystąpić do oklejania pojazdów.

Kompletny kamuflaż składa się z siedmiu precyzyjnie przygotowanych arkuszy. „Sama aplikacja folii trwała około tygodnia” – dodaje Petzet. Zanim jednak efekt prac został pokazany po raz pierwszy, projektant mógł cieszyć się małą wisienką na torcie: „Przed premierowym pokazem własnoręcznie nakleiliśmy logotypy marki na obu końcach auta. Ten drobny detal stanowił idealne zwieńczenie całego projektu”.

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.