

Škoda Auto ouvre ses premières concessions avec sa nouvelle identité visuelle

- › Škoda Auto lance le déploiement de sa nouvelle identité visuelle dans plus de 4 000 concessions à travers le monde
- › Des halls d'exposition numériques innovants témoignent de l'engagement de Škoda en faveur de la digitalisation et d'une expérience client globale
- › La nouvelle identité visuelle de Škoda Auto associe les valeurs traditionnelles et la mobilité du futur se traduisant par de nouveaux éléments de design et un accent mis sur l'environnement



Mladá Boleslav, 27 novembre 2023 - Škoda Auto a lancé le déploiement mondial de sa nouvelle "Corporate Identity" dans son réseau de concessionnaires. Les premières concessions arborant le nouveau design se trouvent au Vietnam, en Europe et au Moyen-Orient. La Serbie a également accueilli son premier "City Store" en octobre dernier. Enfin, le Koweït est doté d'une concession à la pointe de la technologie pour démontrer l'importance pour Škoda Auto d'offrir à ses clients une expérience numérique globale.

" Notre nouvelle identité reflète notre parcours vers l'avenir de la mobilité et de la digitalisation, en en faisant une réalité tangible pour nos clients. Nous sommes en train de déployer la plus importante mise à jour de notre identité visuelle depuis 30 ans, en commençant par nos supports d'information

et de communication mais aussi par l'extension de nos salles d'exposition à travers le monde. Ces éléments sont essentiels pour établir un lien entre nos clients et Škoda."

Martin Jahn, membre du conseil d'administration de Škoda Auto pour les ventes et le marketing

Le Vietnam inaugure la nouvelle identité de Škoda Auto en concessions

Les clients vietnamiens ont été les premiers à découvrir la nouvelle identité visuelle de Škoda Auto lors d'un showroom coïncidant avec son introduction arquee sur le marché vietnamien le 23 septembre. Des concessionnaires ont officiellement ouvert leurs portes à Hanoi, Vinh, Buôn Ma Thuột et Ho Chi Minh City. En collaboration avec son partenaire local, le Groupe TC, Škoda Auto a pour objectif d'étendre son réseau à 20 concessionnaires d'ici 2025 et à 30 d'ici 2028.

Le nouveau design de Škoda arrive en Europe

Le constructeur automobile tchèque avance également dans le déploiement de sa nouvelle identité corporate en Europe. Le premier concessionnaire à adopter ce nouveau design est Rohe Auto à Tallinn, en Estonie. Il sera également sous peu à Gosselies en Belgique, à Hamar en Norvège, à Wrocław en Pologne, et à Prague en République Tchèque.

Les premières concessions françaises aux nouvelles couleurs accueilleront début 2024 les clients

Nouveau Škoda City Store en Serbie

Après les premiers concessionnaires, le premier City Store de Škoda avec son nouveau design a ouvert ses portes en octobre dans le centre commercial Galerija Beograd situé dans la capitale serbe. En plus de la présentation des modèles Škoda Auto, le City Store invite les clients à utiliser son espace de travail, à prendre un café ou à parcourir les magasins pour découvrir les produits Škoda Auto. Les Škoda Auto City Stores sont également présents à Sofia (Bulgarie), Bruxelles (Belgique), Valence (Espagne) et Catane (Italie) et des ouvertures sont prévues dans les années à venir.

Un showroom innovant au Koweït

L'inauguration récente de l'un des plus grands showrooms de Škoda au Koweït souligne l'engagement du constructeur tchèque en faveur d'une expérience client numérique unique. Également doté de la nouvelle identité Škoda, ce showroom est équipé d'un ensemble de fonctions numériques, dont un mur vidéo, une table tactile et des stands d'information numériques. Ce développement souligne l'engagement de Škoda Auto à étendre sa présence au Moyen-Orient, conformément à sa stratégie de mondialisation plus large.

Poursuite du déploiement de la nouvelle identité de marque

Après l'intégration du nouveau design dans ses supports d'information et de communication, Škoda Auto met en œuvre la mise à jour de sa gamme de produits de manière cohérente. L'Enyaq L&K est le

premier modèle à arborer des éléments de la nouvelle identité de marque, suivi par les mises à jour des gammes Scala et Kamiq et des nouvelles générations Kodiaq et Superb.

Une nouvelle identité visuelle qui fait le lien entre l'héritage Škoda et l'avenir de la mobilité individuelle

L'identité actualisée de Škoda Auto allie la riche tradition de la marque et l'avenir de la mobilité.

Son logo bidimensionnel reflète une évolution vers une communication plus numérique, tandis que l'utilisation de l'émeraude et du vert électrique symbolise l'engagement en faveur de la durabilité. Ces aspects sont également mis en évidence dans la conception de chaque salle d'exposition. Les nouveaux panneaux sont conçus pour être compatibles avec ceux qui existent déjà, ce qui rend le déploiement de l'IC à la fois plus simple et plus durable.

Contacts

Quentin Fouvez

Head of PR

+33 3 23 73 51 29

quentin.fouvez@skoda.fr

Floriane Gouyer

PR Officer

+33 3 23 73 53 25

floriane.gouyer@skoda.fr

Yasmine Senhaji

PR Intern

+33 3 23 73 53 20

yasmine.senhaji@skoda.fr

Škoda Auto

- › est un constructeur automobile parmi les plus anciens de l'histoire. Dans son berceau tchèque de Mladá Boleslav, la production de cycles puis de motos et d'automobiles a commencé en 1895.
- › poursuit avec succès sa feuille de route pour la décennie avec Next Level – Škoda Strategy 2030.
- › vise une place dans le top 5 en Europe à horizon 2030 avec une offre attractive et des nouveaux modèles électriques.
- › émerge comme le premier constructeur européen sur les marchés à fort potentiel comme l'Inde, l'Afrique du Nord, le Vietnam et les pays de l'ASEAN.
- › propose actuellement une gamme de 11 véhicules : les Fabia, Scala, Octavia et Superb ainsi que les Kamiq, Karoq, Kodiaq, Enyaq, Enyaq Coupé, Slavia et Kushaq.
- › a livré plus de 731 000 véhicules à ses clients en 2022 à travers le monde.
- › a immatriculé 28 904 véhicules en France en 2022, avec une part de marché VP record de 1,9%.
- › a intégré Volkswagen Group il y a plus de 30 ans. Volkswagen Group est un des principaux acteurs du monde de l'automobile.
- › produit et développe indépendamment non seulement des véhicules, mais aussi des pièces telles que des moteurs ou des boîtes de vitesses pour d'autres entités de Volkswagen Group.
- › dispose de 3 sites de production en République Tchèque ainsi que de capacités de production supplémentaires en Chine, Slovaquie, Inde, ainsi qu'en Ukraine.
- › emploie 40 000 personnes à travers le monde sur plus de 100 marchés.