**Santiago, 30 de agosto de 2022**

Listos para el futuro: ŠKODA presenta su nueva identidad de marca

**La marca lleva su apariencia de marca al siguiente nivel con el cambio más radical de su identidad corporativa (IC) en 30 años. Se utilizará una nueva imagen de marca para mejorar su apariencia en los canales de comunicación digital y ŠKODA se utilizará en mayor medida que la marca gráfica de la empresa. La nueva identidad de marca del fabricante checo se introducirá primero en los materiales de información y comunicación y luego se extenderá a los futuros modelos.**

"Con nuestra nueva IC, estamos llevando toda la apariencia de la marca al siguiente nivel. No solo está evolucionando nuestra cartera de productos, sino también nuestros clientes. Y vemos esto como la oportunidad perfecta para hacer que nuestra marca se adapte a la década de la transformación y ajustar su aspecto a las necesidades y expectativas de nuestros clientes. Nuestro nuevo IC subraya el diseño moderno y distintivo y muestra claramente nuestro enfoque digital primero", dijo Martin Jahn, Board Member de Ventas y Marketing de ŠKODA AUTO.

Bajo la dirección del departamento de Marketing, colaboradores de toda la empresa participaron en el desarrollo del nuevo IC. Además, se encuestó a 2.200 personas de seis mercados clave -Alemania, India, Israel, Italia, Noruega y República Checa- sobre versiones del logotipo seleccionadas de un total de 165 diseños para determinar cuál sería el futuro logotipo.

La marca denominativa ŠKODA se utilizará en mayor medida que la marca de imagen de la empresa en las comunicaciones de Marketing. El nuevo estilo utiliza una tipografía totalmente diferente basada en la simetría y una combinación de formas redondas con bordes. El elemento más difícil fue integrar el carón sobre la S, que representa una parte importante de la herencia checa de ŠKODA. El llamado háček está ahora integrado en la primera letra. La investigación reveló que la marca tipográfica es más fácil de reconocer e identificar.

El símbolo de la flecha alada también se ha transformado, aunque no de forma tan radical como la marca denominativa. Su diseño simplificado es evidente a primera vista. La nueva marca de imagen de ŠKODA se presenta ahora sin gráficos de plástico en 3D. Así es como el fabricante de automóviles responde al cambio hacia una comunicación aún más digitalizada. La marca de imagen, más sencilla y bidimensional es mucho más impactante, especialmente en los dispositivos móviles, y también puede integrarse con mayor flexibilidad en diferentes formatos.

ŠKODA AUTO utilizará dos tonalidades de verde diferentes en su gama de colores: Esmeralda y Verde Eléctrico. En las encuestas, muchos encuestados asociaron estos colores con la ecología, la sostenibilidad y la electromovilidad.

El nuevo IC se desplegará gradualmente en todas las plataformas: primero en los materiales de información y comunicación y, a partir de 2024, también empezará a aparecer en los modelos recién lanzados. El nuevo diseño también se reflejará en el infoentretenimiento y otros elementos de los vehículos ŠKODA. La renovación también implicará cambios de diseño en los locales de los socios autorizados.

**Acerca de Porsche Chile SpA.**

En abril del año 2013 la empresa Porsche Holding decidió iniciar operaciones en Chile y de esta forma gestionar de manera directa la marca Volkswagen, Audi, Škoda y MAN. En 2019, el grupo sumó a la marca española SEAT, ampliando su oferta en el mercado nacional.

Porsche Chile depende directamente de Porsche Holding Salzburg, que es una base de empresas que está representada en más de 27 países y con presencia en oficinas en Sudamérica tanto en Chile como Colombia. Sus áreas de negocio incluyen servicios al por mayor, al por menor y financiera.

La sede se encuentra en la ciudad de Salzburgo, Austria. Fue fundada en 1947 por los dos hijos de Ferdinand Porsche, Louise Piëch y Ferry Porsche.

Durante los últimos 60 años, Porsche Holding Salzburg ha demostrado ser la empresa de comercialización de vehículos más exitosa de Europa. Desde 2011 actúa como una filial al 100% de Volkswagen AG, lo que revela el amplio conocimiento del mercado automotriz que esta compañía posee en todo el mundo.

Volkswagen Group AG está compuesto por las marcas Volkswagen Vehículos Pasajeros, Audi, SEAT, Škoda, Volkswagen Vehículos Comerciales, Porsche, Bentley, Lamborghini, Ducati, Bugatti, y camiones y buses MAN y Volkswagen.