



ŠKODA
SIMPLY CLEVER

COMUNICADO DE PRENSA

Página 1 de 5

ŠKODA DESIGN: DESDE LA TRADICIÓN HACIA EL FUTURO

- › Evolución del exitoso lenguaje de diseño de ŠKODA
- › El ADN “Simply Clever” de ŠKODA se transforma en “Simply Surprising” con un lenguaje de diseño fascinante
- › La interacción entre carga emocional y “smart understatement” se marca nuevas metas
- › El diseño cristalino se inspira en la tradición bohemia del arte del cristal, que simboliza nitidez y precisión
- › La nueva inscripción ŠKODA en letras mayúsculas simboliza el incremento de confianza de la marca
- › El departamento de diseño de ŠKODA está formado por más de 150 trabajadores de 28 países

Mladá Boleslav, 23 de noviembre 2018 – Más moderno, deportivo y, por encima de todo, más emotivo: la nueva fase de desarrollo del lenguaje de diseño de ŠKODA debuta en un vehículo de producción en serie con el nuevo ŠKODA SCALA. La marca checa está llevando a cabo una evolución consistente, más que una revolución. El ADN original de ŠKODA se ha enriquecido con elementos cristalinos, inspirados en la tradición del arte del cristal checo. Ahora, el ADN de ŠKODA se acentúa gracias a una sorprendente interacción entre función y emoción: “Simply Surprising”. Al mismo tiempo, los nuevos vehículos de ŠKODA siguen manteniendo los valores de la marca, que se resumen en el término “smart understatement”.

El Responsable de Diseño de ŠKODA, Oliver Stefani, enfatiza: “Queremos llegar a más gente y atraerla con nuestro nuevo lenguaje de diseño, que es más fluido, más dinámico y, por encima de todo, más emotivo. Nuestro objetivo es que los clientes no solo elijan un ŠKODA porque es práctico, ofrece una gran cantidad de espacio y una excepcional relación calidad-precio; también les tiene que encantar el diseño y deben tener una relación emocional **muy** especial con su vehículo”.

Inspiración en la cultura y tradiciones de República Checa

ŠKODA es uno de los fabricantes automovilísticos más longevos del mundo y cuenta con una larga historia detrás. La sede central de la marca está en Mladá Boleslav y la compañía tiene su hogar en Praga, en el corazón de Europa. Se inspira en la cultura checa, con su impresionante arquitectura y la famosa artesanía bohemia en la fabricación de cristal.

Con líneas afiladas y precisas, y formas dinámicas inspiradas por el cristal, el primer paso evolutivo del lenguaje de diseño de ŠKODA **se completó** en 2015 cuando se presentó la tercera generación del ŠKODA SUPERB. En 1996, con la presentación del ŠKODA OCTAVIA, **el eslogan “Simply Clever” se convirtió en la receta del éxito para la marca**. Ahora, la siguiente fase de desarrollo está en marcha, tanto para el exterior como para el interior. “Simply Surprising” combina la facilidad de uso familiar y las funciones optimizadas ergonómicamente con un diseño cristalino y una emotividad incrementada sin que resulte arrogante; fiel al lema “smart understatement”.



ŠKODA
SIMPLY CLEVER

COMUNICADO DE PRENSA

Página 2 de 5

Nuevos hitos de diseño exterior

Karl Neuhold, Responsable de Diseño Exterior de ŠKODA, explica: “El nuevo lenguaje de diseño evoca emociones e irradia más dinamismo y deportividad. Ahora, un ŠKODA también despierta deseo por su aspecto, y gracias a las proporciones perfectas de un vehículo de cabina larga, se preserva el generoso espacio típico de nuestra marca por el que todo ŠKODA es conocido”.

Con el nuevo lenguaje de diseño, la parrilla del radiador llama inmediatamente la atención. Con su distintiva forma hexagonal, se mantiene erguida y crea una apariencia auténtica. Una línea tornado característica, que se extiende a lo largo del lateral, alarga visualmente el vehículo y realza su deportividad y dinamismo. Las superficies suaves despiertan emociones; se pueden encontrar elementos cristalinos en los faros delanteros planos con superficies de cristal y en los afilados faros traseros en forma de L. Un nuevo símbolo de confianza y de evolución del diseño de la marca es la inscripción ŠKODA en letras mayúsculas en el centro del portón trasero. El generoso espacio interior se mantiene intacto.

Concepto interior con pantalla central elevada

Norbert Weber, Responsable de Diseño Interior y de Color y Acabados de ŠKODA, comenta: “Los interiores de nuestros prototipos VISION X y VISION RS son una demostración realista del futuro del nuevo lenguaje de diseño interior de ŠKODA, con nuevos colores y materiales que subrayan su nuevo espíritu. El concepto interior democrático, que celebra su estreno con el ŠKODA SCALA, marca el punto de partida para la nueva identidad emocional y funcional de la marca”.

El nuevo concepto interior, que debuta en un modelo de producción en serie con el SCALA, no se caracteriza solo por el uso equilibrado del espacio a lo largo de todo el vehículo, sino sobre todo por un panel de instrumentos rediseñado. Es simétrico e invoca la línea de la parrilla del radiador y el capó con la cúpula central y el logo de ŠKODA. La pantalla autónoma del sistema de infoentretenimiento está situada en el centro y en una posición elevada, en el campo de visión del conductor. También se forma una línea de carácter bajo la pantalla por parte de una repisa ergonómica para operar la pantalla táctil con la mano.

Materiales nobles y superficies con textura única

Andrea Jensen, Coordinadora del equipo de Color y Acabados de ŠKODA, explica: “Nos esforzamos para lograr una armonía entre materiales y colores en el interior y el exterior, y buscamos el mejor resultado posible. El diseño quiere provocar emociones y, al mismo tiempo, ajustarse al ADN de ŠKODA; esto es lo que ocurre, por ejemplo, con la nueva textura de la superficie en el panel de instrumentos y los paneles de las puertas”.

El nuevo concepto interior incluye colores cálidos y agradables, así como materiales de alta calidad. Además de la tapicería de los asientos hecha de microfibra Suedia con costuras en un color de contraste, se incluyen las superficies suaves del salpicadero y los paneles de las puertas. Cuentan con una nueva textura modelada sobre estructuras cristalinas que va a caracterizar el estilo de la marca ŠKODA en el futuro.

Estudios de diseño de ŠKODA en Mladá Boleslav, Praga y Shanghái

La sede de ŠKODA Design es una mansión construida en 1890 en el río Jizera, en el área de Česana de Mladá Boleslav. En la actualidad es parte del moderno Centro de Tecnología de ŠKODA AUTO, que fue trasladado a Česana en 2008 y ampliado en 2015. Aquí, la tecnología



ŠKODA
SIMPLY CLEVER

COMUNICADO DE PRENSA

Página 3 de 5

futurista y la tradición se combinan en un entorno idílico, creando una atmósfera de trabajo muy especial que impulsa la creatividad. En su día, la mansión fue el hogar del emprendedor del sector textil Franz Hiller. En el siglo XIX, se construyeron fábricas textiles en este lugar, y a mediados del siglo XX se produjeron componentes de los vehículos ŠKODA por primera vez.

Una segunda sede del departamento de diseño está situada en el corazón de la capital checa, Praga, no muy lejos del Castillo de Praga, el Puente Charles, la Casa Danzante y el Palacio Žofín. Los primeros diseños de los futuros modelos ŠKODA también se crean en el entorno y la atmósfera inspiradora del edificio Prague Art-nouveau en el Muelle Masaryk. También hay una filial de ŠKODA Design en China, el mercado individual más importante de la marca; la oficina de Shanghái está liderada por Miroslav Jaskmanicky.

El equipo de diseño de Oliver Stefani es muy internacional: está formado por más de 150 trabajadores de 28 países. Esto aporta ideas procedentes de las culturas más diversas de todo el mundo.

Entrevista con Oliver Stefani, Responsable de Diseño de ŠKODA AUTO

Sr. Stefani, en relación con la siguiente fase del lenguaje de diseño de ŠKODA usted habla de evolución más que de revolución. ¿Por qué?

Oliver Stefani: “En los últimos años, ŠKODA ya ha llevado a cabo desarrollos muy positivos en el campo del diseño, centrados de forma justificada en la continuidad. Un cambio de dirección en cada uno de los cambios de modelo no encajaría con la mentalidad de la marca. En lugar de ello, ŠKODA se mantiene fiel a su línea, creando una mayor conciencia y fiabilidad. Al principio, las formas suaves y limpias enfatizaban los beneficios 'Simply Clever' y creaban la esencia de la marca. La segunda fase implicó contornos y elementos cristalinos deliberadamente situados para crear nuevos acentos y una sensación de autonomía. Para reforzarlo todavía más, solo teníamos que realizar ajustes mínimos para hacer que nuestro diseño fuera más impactante y moderno”.

¿Qué propiedades caracterizan el nuevo estilo?

Stefani: “Ofrecimos un claro avance con el ŠKODA VISION RS en París. Las líneas exteriores se volvieron más deportivas, incluso más dinámicas y precisas. Las superficies de forma poderosa con líneas fluidas realzan la imagen dinámica. La nueva tecnología LED amplía nuestra flexibilidad a la hora de diseñar los faros delanteros y traseros, en los que podemos incluir elementos cristalinos de forma más impactante siguiendo la tradición de ŠKODA. En el interior, reflejamos las estructuras simétricas del exterior y creamos un nuevo punto fijo con la pantalla central flotante y elevada. El símbolo exterior de nuestro lenguaje de diseño es la inscripción ŠKODA en letras mayúsculas en la parte trasera de los vehículos”.

¿Cuál es para usted el aspecto decisivo en el nuevo lenguaje de diseño de ŠKODA?

Stefani: “Función y emoción. Porque con las emociones puedes inspirar a las personas y generalmente llegar a más gente. El diseño suele ser la razón más importante a la hora de elegir o no un coche en particular”.



ŠKODA
SIMPLY CLEVER

COMUNICADO DE PRENSA

Página 4 de 5

¿Cómo hace que surjan estas emociones?

Stefani: “Primero, con un exterior que provoca deseo. Detalles distintivos como la parrilla y los faros delanteros en forma de flecha, las líneas fluidas y las proporciones equilibradas garantizan que el vehículo destaque y –como ocurre en el nuevo ŠKODA SCALA– irradie dinamismo. También hemos transferido esta primera impresión visual al interior con un nuevo concepto de diseño. El panel de instrumentos es un reflejo de las líneas exteriores, subrayando la sensación de espacio típica de ŠKODA. La pantalla central elevada y situada en el campo de visión del conductor crea una simetría agradable. Al mismo tiempo, la pantalla táctil con su elegante frontal de cristal y su posición flotante crea una imagen moderna y de muy alta calidad”.

¿Cuáles son los otros aspectos importantes del diseño interior?

Stefani: “Además de la apariencia, se trata de los materiales usados y su procesamiento. Esto incluye, por ejemplo, tapicería de alta calidad hecha de microfibra Suedia o cuero, que se mejora aún más con costuras de contraste, y las suaves superficies de espuma del panel de instrumentos y los paneles de las puertas. Ahora, les hemos dado un acabado con una textura especial, basada en estructuras cristalinas. Esta superficie distintiva también caracterizará el interior de los vehículos ŠKODA en el futuro”.

¿Cómo surgen las ideas durante el proceso de diseño?

Stefani: “Nuestro equipo de diseño está formado por más de 150 trabajadores de 28 países, algo que ya garantiza una gran cantidad de ideas, algunas de las cuales proceden de culturas muy distintas. Mi trabajo es permitir que estas personas sueñen y dar a sus ideas el espacio necesario para crecer. Nuestra inspiración se basa en la cooperación dinámica entre muchas personalidades, una atmósfera de trabajo agradable en nuestros estudios de diseño en Mladá Boleslav, Praga y Shanghái, y sobre todo en la larga y única tradición de la marca ŠKODA y la cultura checa. El arte del cristal de Bohemia, por ejemplo, ofrece enormes posibilidades que podemos implementar en el futuro”.

¿Qué se necesita para ser un buen diseñador?

Stefani: “La curiosidad sobre todos los aspectos de la vida y una buena intuición. Cualquier cosa que encuentres interesante puede servir como inspiración. Para mí, principalmente son los aviones, pero también los barcos, la arquitectura, la moda y las películas. A veces, simplemente observo a la gente de mi alrededor en una cafetería. Los diseñadores necesitan identificar tendencias con antelación y anticiparse a lo que vendrá luego. Por supuesto, no tenemos una bola de cristal, pero contamos con esta buena intuición, que es muy importante. Pero precisamente porque el diseño siempre es subjetivo, nunca hay nada completamente blanco o negro; tienes que ser persistente para convencer a los demás de tus propios sentimientos. Si esto provoca una reacción en la gente, ya sea positiva o negativa, es que algo se ha conseguido: conciencia, atención. Cualquier respuesta es mejor que un 'Me da igual', que expresa la sensación de arbitrariedad. En todo lo que hacemos, buscamos provocar emociones antes que ser mediocres.



ŠKODA
SIMPLY CLEVER

COMUNICADO DE PRENSA

Página 5 de 5

Cuando las personas que ven un nuevo diseño por primera vez sonríen, los diseñadores están contentos, y la sensación es muy agradable”.

ŠKODA Media Services
media@skoda-auto.cz



FROM DETAILS TO STORY
skoda-storyboard.com

 Follow @skodaautonews