



# Comunicado de Prensa , Página 1 de 1

## ŠKODA te sorprende

- › La marca pone al Yeti al revés en su nueva y atrevida campaña publicitaria
- › El SUV compacto de la marca es el foco principal de esta nueva muestra de la innovadora estrategia de imagen de ŠKODA
- › ŠKODA acaba de conseguir un León de Oro en la última edición del Festival de Cannes, el más importante del mundo en el sector de la publicidad

**7 de julio de 2015 – ¿Cómo destacar entre numerosos anuncios? ¿Cómo llamar la atención? La marca sigue decidida a crear las más originales campañas de comunicación, y lo demuestra con su último atrevimiento: poner sus coches al revés. Esto es lo que ha ocurrido en la reciente imagen publicitaria del Yeti, que hará creer a más de uno que alguien ha volteado las vallas publicitarias, y con la que ŠKODA vuelve a desmarcarse de lo habitual. Bajo el lema "Te sorprenderá", la marca subraya las nuevas virtudes de su SUV compacto en su versión Outdoor, con un mejor equipamiento y todo el espíritu *off-road*.**

La campaña está apoyada en la web [www.tesorprendera.com](http://www.tesorprendera.com), donde el usuario puede descubrir los nuevos paquetes de equipamiento del Yeti Outdoor, disponibles a un precio muy competitivo. Concretamente, las versiones 1.2 TSI y 2.0 TDI incorporan de serie elementos como barras longitudinales plateadas, control de crucero, Bluetooth, llantas de aleación de 17", aire acondicionado, 7 airbags, maletero de 416 litros, radio con pantalla táctil y tarjeta SD, ordenador de a bordo, sensor de luces, control electrónico de estabilidad y sensor de lluvia. Todo ello, con 6 años de mantenimiento y 4 de garantía; una oferta verdaderamente sorprendente que merecía un anuncio acorde con ello.

Ver al Yeti "patas arriba" es la más reciente de las originales campañas que ŠKODA ha llevado a cabo durante los últimos meses. Sin ir más lejos, ŠKODA acaba de recibir un León de Oro en el Festival de Cannes 2015 de publicidad gracias a su original campaña "70 guardianes del invierno", protagonizada por los habitantes de un pequeño pueblo de montaña que corría el riesgo de perder su escuela, y con el Scout 4x4 como modelo protagonista.

La voluntad creativa y rompedora de ŠKODA en sus campañas publicitarias es una continuación lógica de la renovación de la nueva identidad visual corporativa de la marca, que no solo se ha visto plasmada en sus modelos, sino también en sus concesionarios. Se trata de un diseño mucho más limpio, en el que el nuevo logo de la marca destaca por su claridad y modernidad, y donde hay una clara prevalencia de las tonalidades blancas, combinadas con el típico color verde que identifica históricamente a ŠKODA.