



**ŠKODA**  
SIMPLY CLEVER

# SAOPŠTENJE ZA MEDIJE

Strana 1 od 2

## Novi ŠKODA automobil za Indijsko tržište zvaće se SLAVIA

- › Naziv vuče korene od prvih bicikala koje su zajedno proizveli osnivači kompanije Václav Laurin i Václav Klement
- › Drugi novi model ŠKODA iz projekta INDIA 2.0 nakon SUV modela KUSHAQ
- › Limuzina za segment A0 koja pored modela OCTAVIA i SUPERB dopunjuje segment visoko cenjenih modela u Indiji

Beograd, 7. oktobar 2021 – Drugi proizvodni model nakon modela KUSHAQ iz projekta INDIA 2.0 koji je pokrenula ŠKODA na indijskom potkontinentu biće poznat kao SLAVIA. Nova limuzina iz A0 segmenta nazvana je u znak sećanja na najranije dane kompanije ŠKODA AUTO. Počevši od 1896. godine, godinu dana nakon osnivanja, Václav Laurin i Václav Klement uspešno su plasirali svoje prve, zajednički razvijene bicikle pod imenom SLAVIA. Nova ŠKODA SLAVIA će ponovo definisati novu eru, ovaj put na indijskom tržištu. Tamo će notchback model, koji bi trebalo da bude predstavljen kasnije ove godine, dopuniti ponudu pored limuzina OCTAVIA i SUPERB, koji su visoko cenjeni u Indiji.

Zac Hollis, brend direktor ŠKODA AUTO India, kaže: „ŠKODA ima bogato globalno nasleđe staro više od 125 godina. Ime SLAVIA predstavlja početak uspešne priče u kojoj je ŠKODA postala jedan od najpoznatijih proizvođača automobila. Naziv SLAVIA sada će ponovo označiti početak nove ere za brend ŠKODA, ovaj put na indijskom tržištu. SLAVIA će doneti besprekoran kvalitet izrade, pouzdanost i iskustvo vožnje. Nadamo se značajnom povećanju udela na tržištu Indije, a SLAVIA će odigrati ključnu ulogu u postizanju ovog cilja.“

Nakon SUV modela KUSHAQ predstavljenog u proleće, ŠKODA SLAVIA je drugi novi model češkog proizvođača razvijen posebno za indijski potkontinent. Ovo je regija u kojoj ŠKODA AUTO nadzire sve aktivnosti Volkswagen Grupe, kao i projekat INDIA 2.0, pri čemu poslednji obuhvata ofanzivu koja sadrži ukupno četiri nova automobila za segment A0. KUSHAQ i SLAVIA i dva Volkswagen modela temelje se na MQB-A0-IN platformi, koju je ŠKODA prilagodila da zadovolji posebne potrebe indijskog tržišta. U proizvodnji vozila, ŠKODA AUTO ostvaruje lokalizaciju do 95 procenata.

Naziv SLAVIA potiče iz prvih dana ŠKODA AUTO. Osnivači Václav Laurin i Václav Klement počeli su 1895. godine da popravljaju bicikle u Mlada Boleslav. Ubrzo su počeli i da dizajniraju sopstvene bicikle, uspešno ih plasirajući pod nazivom SLAVIA od 1896. godine. U slučaju nove limuzine za indijsko tržište, ovo ime odaje počast počecima kompanije. Dok je ŠKODA KUSHAQ inspirisan indijskom tradicijom, SLAVIA predstavlja bliske veze između indoevropske, kao i češke i indijske kulture.

U prvim danima 20. veka, bicikli proizvedeni u Mlada Boleslav pod brendom SLAVIA predstavljali su pouzdanost, pristupačnost i inventivnost. To su i dalje ključne prednosti koje danas definišu filozofiju Simply Clever. Naziv SLAVIA brzo je postao sinonim za kvalitet i inovativnost, a ista je oznaka prihvaćena i za motore koje je Laurin & Klement uveo 1899. godine. Više od 120 godina kasnije, nova ŠKODA SLAVIA utelovljuje te iste ideale i savršeno će dopuniti ponudu modela u Indiji, pored modela OCTAVIA i SUPERB koji su u poslednje dve decenije postali visoko cenjeni na

**OD DETALJA DO PRIČE**  
[www.skoda-storyboard.com/sr/](http://www.skoda-storyboard.com/sr/)



**ŠKODA**  
SIMPLY CLEVER

# SAOPŠTENJE ZA MEDIJE

Strana 2 od 2

potkontinentu. Nova SLAVIA će biti elegantan, snažan i siguran automobil, što upravo indijski kupci očekuju od brenda ŠKODA.

2021. je godina širenja za ŠKODA AUTO u Indiji. U sklopu projekta INDIA 2.0, Volkswagen grupa uložila je milijardu evra u razvoj četiri nova vozila (dva modela ŠKODA i dva Volkswagen). Uprkos pandemiji COVID-19, nova ŠKODA KUSHAQ uspešno je započela, s više od 10.000 narudžbina od lansiranja u julu. Zajedno se očekuje da će KUSHAQ i nova SLAVIA značajno povećati prodaju u Indiji. Zemlja igra ključnu ulogu u globalnim planovima rasta udela češkog proizvođača automobila.

U razvoju modela KUSHAQ i SLAVIA za Indiju, ŠKODA AUTO se usredsredila na očekivanja indijskih kupaca, koja se dinamično menjaju. Troškovi, ponuda i udobnost posebno su važna razmatranja. U isto vreme, ŠKODA AUTO ulaže u stalno širenje svoje dilerske mreže u Indiji. Češki brend trenutno je zastupljen u više od 100 gradova, sa 165 prodajnih i servisnih lokacija. Cilj je povećanje broj lokacija na 225 do kraja 2022. godine.

**Više informacija:**

Aleksandra Đokić

Direktor marketinga

P +381 11 3072 872

[aleksandra.djokic@autocacak.co.rs](mailto:aleksandra.djokic@autocacak.co.rs)

**OD DETALJA DO PRIČE**  
**[www.skoda-storyboard.com/sr/](http://www.skoda-storyboard.com/sr/)**