

## Škoda logo s krilatom strelom prvi put registrovan pre 100 godina

- › Škoda logotip registrovan je u Zavodu za patente u Plsenu 15. decembra 1923. godine
- › Vizionar iza krilate strele smatra se da je Tomáš Maglič, tadašnji komercijalni direktor
- › U avgustu 2022. Škoda je predstavila novi korporativni identitet s redizajnom logotipa za bolji uticaj na digitalne komunikacione kanale

Beograd, 22. decembar 2023 – Kultni kružni Škoda logo s krilatom strelom prvi put je registrovan kao zaštitni znak u Zavodu za patente u Plsenu 15. decembra 1923. Od svog prvog pojavljivanja na vozilima iz Mladá Boleslave 1925. godine, logotip je doživeo samo nekoliko izmena, dok izvorni vizuelni koncept ostaje praktično nepromenjen. U avgustu 2022. Škoda Auto je uvela sveobuhvatno ažuriranje svog korporativnog identiteta i redizajnirala svoj slikovni znak. S ciljem poboljšanja vidljivosti na digitalnim platformama, ovo promena osigurava upečatljiviji izgled, posebno na mobilnim uređajima.

Škoda logo krasi vozila češkog proizvođača automobila širom sveta od 1920-ih. Sada obeležavamo 100 godina od njegove prve registracije 15. decembra 1923. u Zavodu za patente u Plsenu.

**Andrea Frydlová, direktorka Škoda muzeja** kaže: „Kao što to često biva sa istorijskim događajima, danas nije lako pronaći tačne podatke. Iako postoji nekoliko verzija priče iza logotipa s krilatom strelom, istorijski izvori sadrže čvrste referentne tačke, što nam omogućava prilično tačnu rekonstrukciju nastanka logotipa i njegovih naknadnih izmena. Trajanje dizajna logotipa svedoči o izuzetnom talentu i predanosti grafičkih dizajnera tog doba.“

### **Nadahnut istorijom, sada globalno obeležje kvaliteta „made in Mladá Boleslav“**

Veruje se da je krilata strela proizašla iz konkursa koji je raspisao tehnički direktor brenda Škoda, dr. Ing Vladislav Sýkora, dok se sama ideja pripisuje Tomášu Magliču, tadašnjem komercijalnom direktoru kompanije. Maglič je navodno bio inspirisan reljefom na zidu svoje kancelarije koji prikazuje američkog starosedeoaca s prepoznatljivim ukrasom za glavu. Ali, konačni oblik logotipa delo je profesionalca. Istorijski izvori sugerišu da su poznati češki vajari Otakar Španiel ili Otto Gutfreund možda doprineli njegovom konačnom dizajnu, iako njihova umešanost ostaje neproverena. Na kraju su stvorene dve verzije krilate strele – jedna s pet pera, a druga s tri. Obe su registrovane kao zaštitni znakovi kompanije Škoda 15. decembra 1923. u Zavodu za patente u Plsenu. Međutim, grafički čistiji i vizuelno jednostavniji dizajn s tri pera iznad leteće strele ubrzo je postao preferirani izbor. U početku se logo pojavljivao na lokomotivama proizvedenim u Plsenu; Tek se 1925. spajanjem s proizvođačem automobila Laurin & Klement ovaj amblem takođe nalazio na vozilima iz Mladá Boleslave.

### Značenje iza logotipa

Škoda logo oličava predanost brenda visokim tehničkim i estetskim standardima i preciznoj proizvodnji, ali i simboliše dinamiku kretanja napred. Svaki element logotipa pojačava ovu poruku: veliki krug predstavlja globalni doseg i besprekornu prirodu Škoda proizvodnje, dok krilo označava tehnološki napredak, opseg proizvodnje i globalnu distribuciju. Strelica usmerena napred označava progresivne proizvodne procese i efikasnost, dok manji krug, koji podseća na oko, simboliše preciznost Škoda inženjeringa, stručnosti i predviđanja. Krilata strela se kroz istoriju koristila na automobilima, originalnim delovima i Škoda informacionim i komunikacionim materijalima. Zanimljivo je da je logo u 100 godina prošao samo pet primetnih modifikacija i varijacija boja.

### Suptilne promene tokom stoleća

U svom izvornom obliku, logotip je imao metalnu osnovu, stoga su korišćene srebrna i plava boja. U 1950-im i 1960-im, logo se takođe pojavio u crvenoj boji i često je bio uparen s natpisom Škoda. Između 1993. i 1994. godine plavu boju zamenila je zelena. U isto vreme, spoljašnji krug je proširen kako bi se smestio natpis Škoda Auto. Međutim, ova iteracija je bila kratkog veka: 1994. godine logotip je evoluirao do isklesanijeg izgleda, sa spoljašnjim zelenim krugom koji je postao crn, dok je zelena strelica s krilima naglašavala posvećenost brenda okolini. Logo na vozilima uključivao je natpis Škoda i lovorov venac na dnu okolnog kruga. Godine 2011. dizajn je zamenjen modernijom, svetlijom varijantom sa zelenim, srebrnim i crnim elementima. Godine 2022. Škoda je uvela značajno ažuriranje svog korporativnog identiteta, najradikalniju promenu u 30 godina. Osveženi logotip poboljšava izgled brenda na digitalnim kanalima, posebno na mobilnim uređajima i nudi veću fleksibilnost u različitim formatima.

### Kontakt

**Aleksandra Đokić**

Direktor marketinga

P +381 62 8863 001

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

### Škoda Auto

- › uspešno posluje u ovoj deceniji s Next Level – Škodina Strategy 2030.
- › ima cilj da postane jedan od pet najprodavanijih brendova u Evropi do 2030. s atraktivnom linijom u nižim segmentima i dodatnim e-modelima.
- › pojavljuje se kao vodeći evropski brend na važnim rastućim tržištima kao što su Indija, Severna Afrika, Vijetnam i zemlje Azije.
- › trenutno svojim kupcima nudi jedanaest serija putničkih vozila: Fabia, Scala, Octavia i Superb kao i Kamiq, Karoq, Kodiaq, Enyaq iV, Enyaq Coupé iV, Slavia i Kushaq.
- › u 2022. godini je isporučeno preko 731.000 vozila kupcima širom sveta.
- › član je Volkswagen koncerna već 30 godina. Volkswagen koncern jedan je od najuspešnijih proizvođača vozila na svetu.
- › nezavisno proizvodi i razvija, ne samo vozila, već i komponente kao što su MEB sistemi baterija, motori i menjači u saradnji sa Grupom.
- › posluje na tri lokacije u Češkoj; ima dodatne proizvodne kapacitete u Kini, Slovačkoj i Indiji prvenstveno kroz partnerstva Grupe, kao i u Ukrajini sa lokalnim partnerom.
- › zapošljava preko 40.000 ljudi širom sveta i aktivna je na više od 100 tržišta.