

Škoda «Explore More»: in viaggio verso un futuro sostenibile

- › Conferenza stampa Škoda «Explore More»: focus su sostenibilità, elettrificazione e digitalizzazione
- › Karsten Schnake, direttore per gli acquisti di Škoda Auto, parla di economia circolare sostenibile e catene di fornitura
- › Helmut Ruhl, CEO di AMAG Group SA, mostra come il gruppo AMAG sta elvetizzando la strategia Škoda con l'offerta di «mobilità rinnovabile»
- › Markus Kohler, Brand Director Škoda Svizzera, fa un quadro dell'attuale situazione del mercato svizzero e informa sulle misure previste da Škoda Svizzera
- › Anteprima svizzera: presentazione del covered Škoda Elroq presso la sede principale di AMAG a Cham

Cham, 22 agosto 2024 – Nell'ambito della conferenza stampa svizzera «Explore More», Škoda ha presentato la strategia del marchio automobilistico ceco verso un futuro sostenibile. Karsten Schnake, direttore per gli acquisti di Škoda Auto e responsabile per la sostenibilità entro il consiglio di amministrazione, ha parlato dell'importanza di materiali sostenibili e tecnologie innovative per il futuro dell'industria automobilistica. Un momento clou particolare dell'evento è stata la presentazione esclusiva del nuovo Škoda Elroq completamente elettrico in versione camouflage, che festeggerà la sua prima mondiale quest'autunno.

Nella sua attività di costruttore automobilistico, Škoda Auto persegue un approccio di sostenibilità globale e si concentra sulla minimizzazione dell'impronta delle proprie attività commerciali lungo l'intera catena del valore, realizzando una crescita sostenibile e promuovendo i principi dell'economia circolare. In questo contesto **Karsten Schnake, direttore per gli acquisti di Škoda Auto e responsabile per la sostenibilità in seno al consiglio di amministrazione**, ha tenuto una relazione sulla sostenibilità e sulla catena di creazione del valore in occasione dell'evento per la stampa svizzero di Škoda. Karsten Schnake sottolinea: «In Škoda Auto il tema della sostenibilità è un pilastro importante della strategia aziendale. Per questo lavoriamo con coerenza per ridurre in modo sistematico l'impatto delle nostre attività commerciali sull'ambiente. Gli avvenimenti degli ultimi anni hanno inoltre dimostrato che è indispensabile pensare con un approccio olistico e che le sfide possono essere affrontate solo insieme. Una collaborazione intersettoriale è quindi essenziale, perché solo in questo modo possiamo garantire un futuro sostenibile e di successo.»

Nel quadro di una vera economia circolare, Škoda Auto, in stretta collaborazione con i fornitori, aumenta sistematicamente l'uso di materiali naturali, riciclati e riciclabili nei propri veicoli. Così, ad esempio, tutti i componenti in tessuto dei sedili e dei rivestimenti delle portiere della nuova Superb sono realizzati al 100% in poliestere riciclato. Anche il raschiaghiaccio nel coperchio del serbatoio e l'ombrello nella portiera, che ha debuttato nella Superb, sono ora realizzati con materiali sostenibili. Škoda Auto intende aumentare gradualmente la percentuale di materiali riciclati nei modelli futuri. L'obiettivo è raddoppiare, dal 2025, la quantità di plastica riciclata a circa 40 chilogrammi di peso netto per veicolo.

Su uno speciale [microsito](#), Škoda Auto fornisce informazioni sulle attuali iniziative ESG focalizzate su ambiente, società e gestione aziendale responsabile.

«Il futuro della mobilità è elettrico e lo spettacolo pirotecnico di modelli offerto dai marchi di Volkswagen AG, in particolare anche presso Škoda, non avrà eguali nelle prossime settimane e nei prossimi mesi. Questa è la base della nostra promessa di offrire in futuro una mobilità rinnovabile», spiega **Helmut Ruhl, CEO del gruppo AMAG**. La mobilità rinnovabile è sinonimo di mobilità basata su energie rinnovabili e con emissioni di gas serra ridotte al minimo nelle tre fasi: produzione, utilizzo e riciclaggio. Importanti in questo contesto sono la produzione anche delle batterie in Europa, l'ampliamento del fotovoltaico per l'impiego nei veicoli elettrici (con Helion), la promozione dello sviluppo di carburanti sintetici come integrazione (insieme a Synhelion), nuove forme di mobilità commisurate alle esigenze come il car sharing (Allride e Europcar on demand) o i modelli di abbonamento (Clyde), ma anche il riciclaggio più completo possibile e l'eliminazione delle emissioni di CO₂ che non possono essere evitate (Climeworks). Per Helmut Ruhl una cosa è chiara: «Per la Svizzera, mobilità rinnovabile significa più valore aggiunto, più posti di lavoro e meno CO₂. In questo la mobilità elettrica gioca un ruolo decisivo, soprattutto qui in Svizzera con il nostro mix energetico.»

Per **Markus Kohler, Brand Director Škoda Svizzera**, è chiaro: «Con la nostra offerta di modelli, variegata e moderna, soddisfiamo in modo ottimale le esigenze individuali di mobilità della nostra clientela. Perché in un ambiente così dinamico è ancora più importante convincere con prodotti e servizi sostenibili e ben studiati. Ed è proprio questo che offriamo insieme al nostro stabilimento di costruzione.» In questo contesto Markus Kohler ha affrontato anche le attuali sfide del mercato e ha presentato le misure previste per Škoda Svizzera, sottolineando: «Noi di Škoda Svizzera possiamo guardare indietro ad anni di successo e queste esperienze sono naturalmente uno sprone per il futuro, ma la concorrenza è molto competitiva. Per questo puntiamo sulle nostre note virtù, come ad esempio un servizio clienti completo, la collaborazione con partner Škoda impegnati e offerte allettanti, abbinate a novità innovative e soluzioni «Simply Clever». Concretamente, ciò significa che amplieremo sia le nostre attività di sponsorizzazione che le offerte per i clienti flottisti. Inoltre, vogliamo mantenere la nostra attuale quota di mercato di circa l'8.8%, motivo per cui questo obiettivo deve essere raggiunto attraverso misure mirate di promozione delle vendite.»

Anteprima svizzera: covered Škoda Elroq

In concomitanza con la conferenza stampa è stato inoltre possibile festeggiare una prima svizzera: lo Škoda Elroq. Sebbene ancora in veste camouflage, il modello BEV completamente elettrico permette già di fare le prime ipotesi su come sarà il secondo modello completamente elettrico di Škoda.

Con la sua inconfondibile presenza, il nuovo SUV è il primo modello del marchio a implementare il nuovo linguaggio stilistico Škoda Modern Solid. Con l'Elroq, Škoda annuncia una nuova campagna BEV, che nei prossimi anni comprenderà sei nuovi veicoli elettrici. Con generosa spaziosità, un volume del bagagliaio da 470 a 1580 litri, dimensioni esterne compatte e intelligenti soluzioni portaoggetti, l'Elroq è perfetto per la vita quotidiana in città e nelle aree circostanti. In Svizzera lo Škoda Elroq sarà disponibile con potenze di sistema da 150 kW a 220 kW¹. Il SUV compatto raggiunge un'autonomia di oltre 560 km nel ciclo WLTP² e tempi di ricarica inferiori a 28 minuti. Lo Škoda Elroq festeggia quest'autunno la sua prima mondiale. Markus Kohler non ha dubbi: «Lo Škoda Elroq incarna alla perfezione la nostra clientela svizzera e sono convinto che seguirà i successi dello Škoda Enyaq. L'attesa per il lancio sul mercato svizzero, previsto all'inizio del prossimo anno, è quindi molto grande.»

Strategia orientata alla clientela e ricca di investimenti

Škoda sta realizzando i suoi progetti nei settori della digitalizzazione e dell'elettrificazione in modo coerente e prevede di investire miliardi di euro nella mobilità elettrica nei prossimi anni. Questi investimenti strategici, insieme alla solida performance finanziaria dell'azienda, sono decisivi per il successo a lungo termine nel dinamico settore automobilistico. Lo Škoda Elroq costituisce un'integrazione interessante e completamente elettrica nel fondamentale segmento dei SUV compatti. Un'altra pietra miliare importante è il prototipo di design del nuovo Škoda Epiq. Questo city SUV crossover completamente elettrico verrà presentato ufficialmente nel 2025 e intende rendere la mobilità elettrica ancora più accessibile. Il centro di innovazione Škoda X, fondato nel 2023, è stato un passo importante per sviluppare rapidamente innovazioni orientate al cliente e integrarle nei veicoli. Tra queste rientrano il chatbot ChatGPT basato sull'IA e i servizi digitali come Pay to Park. Škoda è convinta che questi investimenti soddisfino le molteplici esigenze della clientela.

¹ La disponibilità della potenza di sistema può essere limitata e dipende da diversi fattori come lo stato di carica, l'età e la temperatura della batteria, la temperatura ambiente ecc.

² Valore determinato nella procedura WLTP. L'autonomia effettiva dipende da fattori quali lo stile di guida personale, le condizioni del percorso, la temperatura esterna, le condizioni meteo, l'utilizzo di riscaldamento e climatizzatore, la preclimatizzazione e il numero di passeggeri.

Contatti

Sandra Zippo

PR Škoda

T +41 56 463 98 07 / skoda.pr@amag.ch

www.skoda.ch / www.skodapress.ch

Immagini per il comunicato stampa:



Škoda «Explore More»: in viaggio verso un futuro sostenibile

D.s.a.d.: Markus Kohler, Brand Director Škoda Svizzera / Helmut Ruhl, CEO di AMAG Group SA / Karsten Schnake, direttore per gli acquisti di Škoda Auto e responsabile per la sostenibilità in seno al consiglio di amministrazione / Olivier Wittmann, Managing Director AMAG Import SA

Fonte: Stefan Schlumpf



Škoda «Explore More»: in viaggio verso un futuro sostenibile

In concomitanza con la conferenza stampa è stato inoltre possibile festeggiare una prima svizzera: lo Škoda Elroq. Sebbene ancora in veste camouflaged, il modello BEV completamente elettrico permette già di fare le prime ipotesi su come sarà il secondo modello completamente elettrico di Škoda.

Fonte: Stefan Schlumpf



Škoda «Explore More»: in viaggio verso un futuro sostenibile

Con l'Elroq, Škoda annuncia una nuova campagna BEV, che nei prossimi anni comprenderà sei nuovi veicoli elettrici.

Fonte: Škoda Auto

Škoda Auto

- › punta con successo al nuovo decennio con la Next Level – Škoda Strategy 2030;
- › mira a essere uno dei cinque marchi più venduti in Europa entro il 2030 con offerte interessanti nei segmenti entry-level e con ulteriori modelli elettrici;
- › sfrutta in modo mirato il potenziale di importanti mercati in espansione come l'India, il Nord Africa, il Vietnam o la regione ASEAN;
- › offre attualmente alla propria clientela undici serie di modelli di autovetture: Fabia, Scala, Octavia e Superb nonché Kamiq, Karoq, Kodiaq, Enyaq, Enyaq Coupé, Slavia e Kushaq;
- › ha consegnato nel 2023 oltre 866'000 veicoli alla clientela di tutto il mondo;
- › da 30 anni fa parte del gruppo Volkswagen, una delle case automobilistiche di maggior successo a livello globale;
- › fa parte del Brand Group CORE, all'interno del quale i marchi di volume del gruppo Volkswagen sono stati accorpati sul piano organizzativo al fine di crescere insieme e aumentare notevolmente l'efficienza complessiva dei cinque marchi di volume;
- › è parte integrante del CORE Brand Group, il progetto di fusione organizzativa dei marchi di volume del gruppo Volkswagen, volto a conseguire una crescita congiunta e aumentare notevolmente l'efficienza complessiva dei cinque marchi di volume;
- › oltre ai veicoli, realizza e sviluppa autonomamente nel gruppo anche componenti, come sistemi di batterie SME, motori e cambi;
- › ha tre sedi nella Repubblica Ceca; dispone di capacità di produzione anche in Cina, Slovacchia e India, principalmente attraverso partnership del gruppo, nonché in Ucraina con un partner locale;
- › impiega circa 40'000 persone in tutto il mondo ed è presente in oltre 100 mercati.