



ŠKODA
SIMPLY CLEVER

SAOPŠTENJE ZA MEDIJE

Strana 1 od 2

NOVA ŠKODA FABIA – MODERNA I TRADICIONALNA

› ŠKODA nastavlja s predstavljanjem četvrte generacije modela FABIA. Prva skica prikazuje evoluciju dizajna, baš kao što je to bio slučaj između prve i druge generacije.

Beograd, 22. april 2021 – Nova ŠKODA FABIA će biti premijerno predstavljena 4. maja. Kako pokazuje najnovija skica eksterijera, ukupni izgled popularnog kompaktnog automobila mnogo je emotivniji, a prikazuje tipičan ŠKODA kristalni dizajn. MQB-A0 platforma na kojoj je zasnovana nova FABIA obezbeđuje joj još 48 milimetara širine i 110 milimetara dužine. Bez obzira na to, model četvrte generacije očito ostaje kompaktan automobil.

Upečatljiv izgled modela FABIA pojačan je tradicionalnim ŠKODA kristalnim dizajnom. Ključne karakteristike su kombinacija izraženih ivica, velike zapremine i naglašen kontrast između oštih linija tela i konveksnih površina. Na bočnoj strani vrata nalazi se linija inspirisana češkom zastavom i njenim prepoznatljivim trouglastim presekom. Prednja svetla sa LED tehnologijom sada su dopunjena dvodelnim zadnjim svetlima. Silueta prozora elegantno je istaknuta hromiranim obrisima; a široki zadnji difuzor poboljšava sportski i dinamičan izgled automobila. Za model FABIA kupci će opet moći da biraju kombinaciju boje krova.

Čini se da će međugeneracijski napredak dizajna biti podjednako naglašen kao i napredak između prve i druge generacije modela FABIA.

Jedinstveni krov druge generacije

„Drugu generaciju modela FABIA vidim kao svojevrsnu stepenicu u smislu tadašnjeg dizajnerskog jezika. U odnosu na današnje ŠKODA automobile, raniji modeli bili su mnogo zaobljeniji i mekši, a ne tako kristalni i sa naglašenim ivicama. Ali, druga generacija imala je oštrije linije zadržavajući zaobljeniju površinsku arhitekturu“, kaže Jiří Hadaščok, koordinator dizajna eksterijera u ŠKODA AUTO. Hadaščok je radio kao modelar kada je FABIA druge generacije bila u pripremi, a kasnije je postao autor redizajnirane verzije ove generacije.

Takođe se seća kako je došlo do ove promene dizajna. Kada je ŠKODA predstavila koncept porodičnog modela ROOMSTER, njegov dizajn naišao je na oduševljenje. Iako to prvobitno nije bilo planirano, češki proizvođač automobila odlučio je da će u dizajnerskom smislu druga generacija modela FABIA biti slična ROOMSTER-u koji se razvijao. Štaviše, ova odluka bila je u skladu s prvobitnom idejom da naglasi važne vrednosti brenda ŠKODA u drugoj generaciji modela FABIA: prvenstveno praktičnost automobila, s naglaskom na prostor za putnike u automobilu i njihov prtljag.

Ovaj zahtev i uticaj modela ROOMSTER značili su da je druga generacija modela FABIA dobila više tela, što je rezultiralo prostranijom unutrašnjošću i prozračnim osećajem u automobilu. Naravno, dizajneri i konstruktori morali su da se bore s ograničenjima platforme koja se koristila u to vreme, što je sprečilo proširenje osovine šine. Iz tog razloga dizajneri su došli na ideju novog koncepta krova. Naglašeni stubovi karoserije stvorili su veće optičko odvajanje između krova i ostatka automobila, tako da je krov mogao da ima kontrastnu šemu boja. „To je modelu FABIA dalo moderniji i atraktivniji izgled“, kaže Hadaščok.

OD DETALJA DO PRIČE
www.skoda-storyboard.com/sr/



ŠKODA
SIMPLY CLEVER

SAOPŠTENJE ZA MEDIJE

Strana 2 od 2

Tada su tu funkciju iskoristili dizajneri sportske verzije MONTE CARLO. Ova verzija je debitovala sa drugom generacijom modela FABIA. „Krov smo obojili u crno, kao i stubove A i B, a ovaj dizajn je učinio da automobil izgleda niže“, kaže Daniel Petr, autor dizajna ove verzije. Dodaje da je automobil imao i druge detalje u crnoj boji. „To je specifičnost verzije MONTE CARLO druge generacije modela FABIA - nismo koristili ovaj dizajn u drugim ŠKODA automobilima“, objašnjava Daniel Petr. Inače, četvrta generacija modela FABIA takođe će ponuditi inovativni dizajn krova.

Prema Hadaščok-u, rezultat svih ovih dizajnerskih inovacija bio je vanvremenski automobil. „Uspeli smo modelu FABIA da damo određene stilske karakteristike koje su i danas moderne i zanimljive“, kaže Peter Wouda, autor dizajna. Takođe hvali čistoću i jednostavnost oblika automobila. „FABIA druge generacije u crnoj ili tamno plavoj boji sa srebrnim ili belim krovom i danas mi privlači pažnju“, kaže Hadaščok dajući nam do znanja koje su mu bile omiljene kombinacije.

Suptilni facelift

I reli automobil FABIA S2000 koji je zasnovan na drugoj generaciji modela FABIA takođe privlači pažnju. Njegov dizajn je delo Daniela Petra. „Najveći izazov kod reli automobila bio je taj što smo morali da održimo sva vrata funkcionalnim. Nismo mogli imati verziju s troje vrata jer nije napravljena FABIA sa troje vrata“, ističe Daniel Petr. Automobil je pratio uspešnu prvu generaciju FABIA WRC i podigao ŠKODA Motorsport tim na vrh svoje kategorije međunarodnih reli trka.

Nepotrebno je reći da je combi verzija bila deo masovne serije. A SCOUT je sa svojim avanturističkim dizajnom karoserije bio zanimljiva inovacija. SCOUT se na tržištu pojavio 2009. godine, dve godine nakon lansiranja druge generacije modela. Sledeća godina donela je facelift verziju koja je uvela uglavnom suptilne, ali vrlo važne promene. „Jedna od prvih stvari na koje sam se skoncentrisao bila su svetla“, kaže Jiří Hadaščok, čiji je dizajn odabran za serijsku proizvodnju. Promenu je uglavnom omogućio napredak u tehnologiji prednjih svetala.

Hadaščok-ov dizajn je zapravo bio sreća. „U to vreme radio sam na pola modela od plastelina s modelarom Richardom Whitmoreom. Nismo imali dovoljno vremena da pripremimo i drugu polovinu simetrično - u to doba nismo imali mogućnosti skeniranja i rezanja simetričnih modela koje imamo danas. Tako me Richard pitao da ne bismo trebali nešto da „skiciramo“ u sam plastelin. Rekao je da će to biti brže“, prepričava Hadaščok.

Zahvaljujući ovom pristupu, dizajneri su ispunili rok za predstavljanje svog modela, pri čemu je svaka polovina (leva i desna) imala malo drugačiji dizajn. „Branici su bili različiti, na primer, posebno pri dnu, kao i rešetka hladnjaka i nekoliko drugih detalja“, kaže Hadaščok. Na njegovo iznenađenje i iznenađenje celog menadžerskog tima, za masovnu proizvodnju je odabrana strana skicirana „na brzinu“. „Bila je mnogo privlačnija“, smeši se Hadaščok.

Više informacija:

Aleksandra Đokić

Direktor marketinga

P +381 11 3072 872

aleksandra.djokic@autocacak.co.rs

OD DETALJA DO PRIČE
www.skoda-storyboard.com/sr/