

Úspěch na Milan Design Week: Škoda Auto slaví velký zájem návštěvníků a prestižní ocenění Fuorisalone Award pro nejlepší instalaci

- › **Expozici značky Škoda na výstavě Milan Design Week 2026 navštívilo ve dnech 21. až 26. dubna téměř 60 000 lidí**
- › **Prezentace značky získala ocenění Fuorisalone Award jako nejlépe hodnocený projekt ročníku 2026**
- › **Působivá instalace v budově Palazzo del Senato představila aktuální designový přístup značky i model Škoda Epiq s kamufláží**
- › **Autorem je španělský architekt a umělec Ricardo Orts, zakladatel Studia Ulises**
- › **Získané ocenění podtrhuje rostoucí význam společnosti Škoda Auto v oblasti designu, kreativity a inovací**

Mladá Boleslav, 27. dubna 2026 – Společnost Škoda Auto úspěšně zakončila svou účast na výstavě Milan Design Week 2026. Expozici značky v historických prostorách budovy Palazzo del Senato si prohlédlo téměř 60 000 návštěvníků. Tato obdivuhodná prezentace nejen vyzdvihla současný designový směr automobilky, ale získala také prestižní cenu Fuorisalone Award. Podle odborné komunity i široké veřejnosti se stala nejlépe hodnocenou instalací celého ročníku 2026.

Klaus Zellmer, předseda představenstva společnosti Škoda Auto, říká: „Návrat na výstavu Milan Design Week, kde jsme letos vystavovali podruhé za sebou, nás posunul na novou úroveň. Škoda Auto díky tomu dostala příležitost oslovit publikum hluboce zaměřené na design i mimo automobilový svět – a odezva byla skutečně povzbudivá. Velký zájem návštěvníků i uznání komunity Fuorisalone dokazují, že náš přístup k designu vyvolává emoce a posiluje značku. Ústředním bodem naší prezentace byl chystaný plně elektrický model Epiq. Ten pro nás představuje jasný cíl – zpřístupnit elektromobilitu a inspirovat nové skupiny zákazníků svěžími nápady a optimismem z toho, co nás čeká.“

Expozice značky Škoda na přehlídce moderního designu Milan Design Week 2026 přilákala mezi 21. a 26. dubnem přibližně 60 000 návštěvníků. Instalace v prostorách historické budovy Palazzo del Senato propojila digitální prvky s hmatatelnými a představila aktuální designový přístup značky Škoda ve zcela osobitě pojatém prostředí. K vidění byl i model Škoda Epiq ještě s maskováním i jeho hravý protějšek – plastika vozu Epiq Sculpt v životní velikosti. Velkoformátové objekty inspirované modelovací hmotou pak představily ústřední motiv současného designového pojetí značky.

Autorem instalace je španělský architekt a mezinárodně uznávaný digitální umělec Ricardo Orts, zakladatel Studia Ulises. Návštěvníci mohli objevovat designový jazyk značky Škoda prostřednictvím připraveného programu, který zahrnoval odpočinkové zóny, digitální zážitky i diskuse na téma design a kreativita.

Úspěšné vystoupení automobilky Škoda Auto na výstavě Milan Design Week 2026 bylo završeno oceněním Fuorisalone Award, které uděluje designová komunita platformy Fuorisalone.it. Toto uznání každoročně vyzdvihuje nejpůsobivější a nejvýraznější instalace a akce během tohoto svátku moderního designu. Vítězové jsou vybíráni na základě veřejného hlasování z finálních dvanácti výjimečných projektů.

Kontakt

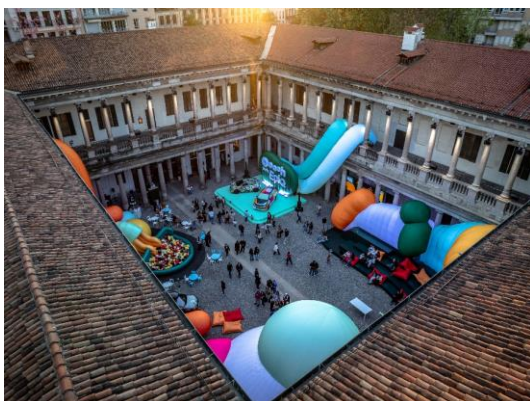
Jozef Baláz

Vedoucí Komunikace podniku
a interní komunikace
jozef.balaz@skoda-auto.cz

Ivana Povolná

Tisková mluvčí pro Prodej, finance
a zahraniční trhy
+420 730 863 027
ivana.povolna@skoda-auto.cz

Fotografie k tématu



Úspěch na Milan Design Week: Škoda Auto slaví velký zájem návštěvníků a prestižní ocenění Fuorisalone Award pro nejlepší instalaci

Expozice značky Škoda na výstavě Milan Design Week 2026 přilákala mezi 21. a 26. dubnem téměř 60 000 návštěvníků. Instalace v prostorách historické budovy Palazzo del Senato propojila fyzické a digitální prvky, aby v působivém prostředí představila aktuální designový přístup značky Škoda.

Zdroj: Škoda Auto



Úspěch na Milan Design Week: Škoda Auto slaví velký zájem návštěvníků a prestižní ocenění Fuorisalone Award pro nejlepší instalaci

Prezentace společnosti byla navíc oceněna komunitou designérů z portálu Fuorisalone.it prestižní cenou Fuorisalone Award. Toto ocenění každoročně vyzdvihuje nejpůsobivější a nejzapamatovatelnější instalace a akce, přičemž vítězové jsou vybíráni v rámci veřejného hlasování z užšího výběru 12 výjimečných projektů.

Zdroj: Škoda Auto

Škoda Auto

- > se v novém desetiletí úspěšně řídí strategií „Next Level Škoda Strategy“;
- > usiluje o to, aby se do konce dekády zařadila mezi tři nejprodávanější značky v Evropě tím, že zákazníkům nabízí to nejlepší z obou světů prostřednictvím řady atraktivních modelů s plně elektrickými, hybridními a spalovacími pohonnými jednotkami;
- > efektivně využívá potenciál na důležitých růstových trzích, jako je Indie, Vietnam a region ASEAN;
- > v současnosti nabízí zákazníkům 12 modelových řad osobních automobilů: Fabia, Scala, Octavia, Superb, Kamiq, Karoq, Kodiaq, Elroq, Enyaq, Slavia, Kylaq a Kushaq;
- > v roce 2025 dodala zákazníkům celosvětově více než 1 040 000 vozů;
- > je více než 30 let součástí koncernu Volkswagen, jednoho z globálně nejúspěšnějších automobilových výrobců;
- > je součástí Brand Group CORE, organizační fúze objemových značek koncernu Volkswagen, jejímž cílem je dosažení společného růstu a významné zvýšení celkové efektivity všech pěti objemových značek;
- > samostatně vyvíjí a vyrábí komponenty jako bateriové systémy pro platformu MEB, motory a převodovky pro další značky koncernu Volkswagen;
- > provozuje tři výrobní závody v České republice; má výrobní kapacity v Číně, na Slovensku a v Indii, většinou prostřednictvím koncernových partnerství, dále také ve Vietnamu a na Ukrajině ve spolupráci s lokálním partnerem;
- > zaměstnává celosvětově přibližně 40 000 pracovníků a je aktivní na téměř 100 trzích.