

Škoda Popular Sport (1936): Fenomenální úspěch v Monte Carlu

- › V lednu 1936 obsadil roadster Škoda Popular na Rallye Monte Carlo druhé místo ve třídě do 1500 cm³
- › Kožené kombinézy, nezávislé topení a pneumatiky Baťa s terénním dezénem testovali jezdci v zasněžených Krkonoších
- › Limitovaná série vozů Škoda Popular Monte Carlo spojila to nejlepší z designu i sportovní techniky automobilky Škoda

Mladá Boleslav, 12. října 2026 – Před 90 lety se posádka Zdeněk Pohl/Jaroslav Hausmann vydali s roadsterem Škoda Popular Sport na Rallye Monte Carlo. Jízda přes celou Evropu přinesla jeden z největších sportovních úspěchů v dosavadní historii značky Škoda a mohutně přispěla k šíření jejího dobrého jména i na mezinárodním poli.

Rallye Monte Carlo, jedna z nejnáročnějších a nejprestižnějších automobilových soutěží světa, vznikla roku 1911 s cílem přilákat turisty do Monackého knížectví i během „hluchého“ zimního období. Patnáctého ročníku se od 25. ledna do 2. února 1936 úspěšně zúčastnila posádka Zdeněk Pohl a Jaroslav Hausman s roadsterem Škoda Popular Sport.

Na Riviéru úmyslně zamířili notnou oklikou. O úspěchu v Rallye Monte Carlo tehdy totiž nerozhodovaly jen body nasbírané za výkony podané na území Monaka, hodnotila se i délka a náročnost trasy z oficiálního místa startu. Z nabízených lokalit, například Palerma, Tallinnu, Bukurešti či Stavangeru, zvolila sehraná posádka Pohl–Hausman řecké Athény. První úsek, 850 kilometrů z Prahy do Terstu, zvládla otevřená Škoda Popular Sport za sedmáct hodin, a před startem z Athén tak zbyly čtyři dny na odpočinek a technickou přípravu. O vše se museli řidiči postarat sami, k dispozici neměli mechanika ani profesionálně vybavený servisní vůz.

Další čtyři dny zabral 3852 kilometrů dlouhý přesun přes Soluň, Bělehrad, Budapešť, Vídeň, Štrasburk a Avignon do Monaka. Pohl vzpomínal: „Podivné věci viděl jsem cestou, jednou couval proti nám v plné jízdě kůň a jindy jsem se zoufale vyhýbal mohutnému slonu. Ne, na silnici nic nebylo, šlo jen o vidiny při čtvrté probdělé noci. Stroj tichounce hučel, uspával a byla hustá mlha.“

Cíle dosáhlo 72 posádek ze 105 přihlášených. Škoda Popular Sport dojela bez trestných bodů, uspěla při technické přejímce i v jízdě zručnosti. Pohl s Hausmanem skončili ve třídě do 1500 cm³ druhí.

Český úspěch nebyl náhodou, začínal už pečlivou přípravou. Kožené kombinézy a pneumatiky Baťa s terénním dezénem testovali Pohl s Hausmanem v zasněžených Krkonoších, a protože se nemohli shodnout, zda k vyprošťování vozu ze závějí zvolit lopatu dřevěnou, nebo plechovou, vzali s sebou pro jistotu obě.

Škoda Popular Sport kombinovala upravený podvozek lehčí řady Popular se silnějším motorem Rapid. Čtyřválec o objemu 1 386 cm³ a výkonu 34 koňských sil umožnil dosáhnout

rychlosti asi 110 km/h, zpomalení a zastavení usnadňovaly nové hydraulické brzdy Ate. Dvě palivové nádrže o celkovém objemu 170 litrů zaručovaly dojezd 1500 km, což odpovídá spotřebě 11,3 l na 100 km. Z hmotnosti 790 kg připadalo na otevřenou karoserii pouhých 250 kg, plně naložený Popular vážil asi 960 kg plus 170 kilogramů dvoučlenné posádky. Té se v zimním období hodilo přídavné horkovzdušné topení, držáky na „thermoform“ (termosku), snímatelný rámeček s elektrickým vyhříváním průzoru čelním sklem nebo sklopné sedadlo spolujezdce, aby si mohl cestou odpočinout.

Ze zkušeností techniků a závodníků tradičně těží zákazníci značky Škoda, pozitivní ohlas tohoto mimořádného úspěchu inspiroval mladoboleslavskou automobilku k rozšíření nabídky o limitovanou sérii sportovně laděných vozů. První roadster Škoda Popular Monte Carlo byl zákazníkovi dodán již v červenci 1936, první coupé v srpnu 1936 a novinka se oficiálně představila 1. října 1936 na autosalonu v Paříži. Do roku 1939 vzniklo celkem sedm desítek otevřených a uzavřených coupé vozů, mezi zákazníky nechyběl ani tehdy čtrnáctiletý jugoslávský král Petar II. Karađorđević.

Černé kupé Popular Monte Carlo (1937) tvoří již od roku 1968 součást sbírek Škoda Muzea. Bylo zakoupeno v kompletním stavu a na počátku tisíciletí profesionálně restaurováno. Od té doby je úspěšně používáno v rámci prezentace historie značky Škoda, patří k atraktivním a divácky oblíbeným účastníkům řady domácích i zahraničních veteránských podniků. Celkem se dochovalo přibližně dvacet automobilů Škoda Popular Monte Carlo.

Škoda Popular Monte Carlo je dodnes obdivována pro svou eleganci a u některých vyrobených exemplářů i pro charakteristické mřížky na masce a světlometech. Zosobnění meziválečného stylu, ověčené navíc úspěchem na Rallye Monte Carlo, v roce 1936 se tak nutně muselo stát jednou z inspirací pro současné designéry a jejich sérii Ikony v novém kabátě. S označením Monte Carlo se navíc dodnes můžete potkat u modelů Škoda Fabia, Scala a Kamiq jako s jednou z jejich výbavových variant.

Kontakt

Vítězslav Kodym

Vedoucí Komunikace produktu

+420 604 292 131

vitezslav.kodym@skoda-auto.cz

Kateřina Boukalová

Tisková mluvčí Komunikace produktu

+420 734 299 812

katerina.boukalova@skoda-auto.cz

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 14 modelových řad osobních automobilů: Fabia, Scala, Octavia, Superb, Kamiq, Karoq, Kodiaq, Epiq, Elroq, Enyaq, Peaq, 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 ve Španělsku, na Slovensku, v Kazachstánu 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.