

La Felicia Fun : une icône revisitée



Et si l'un des modèles les plus originaux de Škoda était redessiné dans le style du design Modern Solid ? Les designers de Škoda Auto se sont une nouvelle fois inspirés de l'histoire du constructeur pour créer une interprétation contemporaine de cette voiture légendaire. Une nouvelle vision du pick-up Felicia Fun a été développée avec les caractéristiques du design Modern Solid.

Mladá Boleslav, septembre 2025 - Si l'histoire de Škoda est marquée par la conception de voitures pratiques, le constructeur a également produit un certain nombre de modèles purement destinés au plaisir. L'un des plus originaux et distinctifs est le pick-up Felicia Fun, qui s'inscrit dans la lignée de précédents concepts tels que la Favorit 781 Trep and la Favorit Fun. Toutefois, contrairement à ses prédécesseurs, ce modèle a permis de concrétiser l'idée d'une « Škoda de plage » en une production en série.



La série « Icons Get a Makeover » rend hommage aux modèles légendaires de l'histoire de Škoda et célèbre la créativité des designers d'aujourd'hui. Leurs réinterprétations de véhicules historiques ont été créées exclusivement pour cette série et ne représentent aucun futur modèle Škoda.

Il en est né une voiture culte, l'une des productions de série les plus originales jamais construites par Škoda. Le designer français Julien Petitseigneur a imaginé à quoi pourrait ressembler la Felicia Fun d'aujourd'hui suivant les lignes du design Modern Solid.

« La voiture d'origine était un pur plaisir. Elle ne se prenait pas au sérieux et se démarquait, même selon les standards de Škoda. Pour un projet parallèle léger pendant mon temps libre, c'était un choix évident. Je me suis même tellement pris au jeu que j'ai commencé à envisager d'acheter l'original ».

Julien Petitseigneur, Designer Škoda Auto

Quand le plaisir rencontre le réalisme

Julien a abordé son étude avec un état d'esprit réaliste, évitant toute exagération excessive face au modèle original. Lors du développement de sa vision, il n'était pas possible d'inclure la cloison arrière coulissante électriquement ni la deuxième rangée de sièges, caractéristiques emblématiques du modèle original. Bien que le concept puisse certainement les intégrer, sa priorité au moment de l'esquisse était de capturer « l'ambiance cool de la plage » sous une forme qui s'intègre naturellement dans la gamme actuelle de Škoda.

Felicia Fun

Le pick-up Felicia Fun, un modèle inhabituel, a été produit par Škoda Auto dans son usine de Kvasiny de 1997 à 2000. Conçu sur la base du pick-up Felicia standard, il présentait plusieurs éléments uniques, comme par exemple, la cloison arrière coulissante derrière les sièges avant. Celle-ci, lorsqu'elle était déplacée vers la plate-forme de chargement, créait un espace pour deux sièges supplémentaires à ciel

A man with short brown hair, wearing a dark blue denim jacket over a light blue button-down shirt and light-colored trousers, stands with his hands in his pockets next to a bright yellow Ford Ranger pickup truck. The truck is parked in a large, well-lit car museum with a high wooden ceiling and yellow structural beams. In the background, other classic cars are visible, including a green one and a light blue one. A sign with a downward arrow and a pedestrian symbol is visible on a yellow beam above the truck.

3

Même si l'IA a accéléré les premières étapes, il a tout de même consacré de nombreuses heures à ce projet : « *J'ai travaillé pendant environ deux semaines, à raison d'environ trois heures chaque soir après le travail* », se souvient-il. « *Comparé à un projet classique qui prend des années à réaliser, c'est un délai court, mais j'ai beaucoup appris et j'ai trouvé cela relaxant. Après tout, la Felicia Fun a toujours été une voiture de loisirs* », ajoute Julien.

Julien Petitseigneur



Le designer d'intérieur Julien Petitseigneur rêve de travailler dans le domaine du design automobile depuis toujours. « *Je dessinais des voitures dès mon plus jeune âge* », sourit-il. « *À l'école primaire, je ne réalisais même pas que cela pouvait être un vrai métier.* » Cette passion ne l'a jamais quitté. Après le lycée, il s'est inscrit dans une université spécialisée dans le design dans son pays natal, la France, où il a découvert le monde du design intérieur automobile et a été immédiatement fasciné. Il est resté dans ce domaine depuis lors.

Julien a rejoint Škoda Auto au moment où le constructeur tchèque valorisait le savoir-faire local avec un design cristallin très prononcé, contribuant à façonner sa forte identité visuelle. « *C'était une période passionnante où j'avais le sentiment de pouvoir vraiment contribuer à la croissance de Škoda* », se souvient-il. À l'avenir, le concept Vision O sur lequel il travaille actuellement présentera la prochaine étape de l'évolution de la philosophie de design de Škoda, marquant une nouvelle étape importante dans son parcours.

Contacts

Quentin Fouvez

Head of PR

+33 6 66 30 59 99

quentin.fouvez@skoda.fr

Audrey Poisson

PR Officer

+33 6 07 28 67 74

audrey.poisson@skoda.fr

Zoé Lajoux

PR Intern

+33 6 07 27 77 16

zoe.lajoux@skoda.fr

Škoda Auto

- › est un constructeur automobile parmi les plus anciens de l'histoire. Dans son berceau tchèque de Mladá Boleslav, la production de cycles puis de motos et d'automobiles a commencé en 1895.
- › poursuit avec succès sa feuille de route pour la décennie avec sa stratégie Next Level – Škoda Strategy 2030.
- › vise une place dans le top 3 en Europe à horizon 2030 avec une offre attractive et des nouveaux modèles électriques.
- › émerge comme le premier constructeur européen sur les marchés à fort potentiel comme l'Inde, le Vietnam et les pays de l'ASEAN.
- › propose actuellement une gamme de 12 véhicules : les Fabia, Scala, Octavia et Superb ainsi que les Kamiq, Karoq, Kodiaq, Elroq et Enyaq, et pour l'Inde les Kylaq, Slavia et Kushaq.
- › a livré plus de 926 000 véhicules à ses clients en 2024 à travers le monde (+6,9%).
- › a immatriculé 45 655 véhicules en France en 2024, avec une part de marché VP record de 2,6% (+16,3%).
- › a intégré Volkswagen Group il y a plus de 30 ans. Volkswagen Group est l'un des principaux acteurs du monde de l'automobile.
- › fait partie du projet Volkswagen « Brand Group CORE » qui rassemble les marques de volume de Volkswagen Group, avec pour objectif d'accroître significativement la croissance et la performance globale des cinq marques à volume du groupe.
- › produit et développe indépendamment non seulement des véhicules, mais aussi des pièces telles que des moteurs ou des boîtes de vitesses pour d'autres entités de Volkswagen Group.
- › dispose de 3 sites de production en République Tchèque ainsi que de capacités de production supplémentaires en Chine, Slovaquie, Inde, ainsi qu'en Ukraine.
- › emploie 40 000 personnes à travers le monde sur plus de 100 marchés